

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pemerintah yang baru dipilih menghadapi beban berat memulihkan kembali perekonomian Indonesia, khususnya di bidang industri manufaktur. Kondisi ini akibat dari *neglect* (kelalaian) dan salah manajemen pemerintahan terdahulu. Akibatnya, Indonesia tertinggal oleh Thailand, dan Malaysia dan bahkan bisa tersusul oleh Vietnam. Sementara negara-negara berkembang lainnya mengalami kemajuan yang terus menerus, tetapi perkembangan industri manufaktur di Indonesia malah mendekati stagnan (kendala terhenti). (Sumber:Media Indonesia, Rabu 20 Oktober 2004)

Kondisi negara Indonesia pada saat ini pun sedang mengalami tantangan yang cukup berat. Kesulitan ini dapat kita lihat dalam nilai tukar mata uang asing, nilai rupiah begitu terpuruk. Tingginya nilai mata uang asing mengakibatkan harga – harga menjadi meningkat, terutama harga barang yang mengandung bahan impor.

Kenaikan harga yang tak terkendali dan pendapatan masyarakat yang tetap mengakibatkan daya beli masyarakat menjadi turun. Dalam keadaan seperti ini perusahaan – perusahaan baik perusahaan dagang, jasa maupun industri haruslah berhati – hati dalam mengambil keputusan berbisnis, karena satu kali saja salah dalam mengambil keputusan maka akan berakibat fatal bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Setiap perusahaan pada umumnya bertujuan untuk menjaga kelangsungan hidup usahanya serta memperoleh laba yang maksimal. Laba yang didapat akan digunakan kembali untuk proses produksi dan investasi. Untuk melaksanakan proses produksi membutuhkan biaya-biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan penjualan mempengaruhi laba. Jadi laba dipengaruhi oleh tiga faktor yakni harga jual, biaya produksi, volume penjualan, yang masing-masing saling berkaitan satu dengan yang lain. Untuk memperoleh laba yang maksimal, seringkali suatu perusahaan dihadapkan pada kesulitan-kesulitan. Kesulitan-kesulitan tersebut antara lain adanya beberapa pesaing yang menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih rendah untuk menekan harga jual sehingga mengakibatkan persaingan yang ketat.

Untuk menaikkan suatu laba yang diinginkan tentunya harus disesuaikan dengan kenaikan jumlah penjualan. Namun hal ini tidaklah mudah untuk dilakukan, karena adanya variabel-variabel biaya lain yang harus dipertimbangkan sehubungan dengan keterbatasan penggunaan sumber dana. Keadaan ini mendorong pihak manajemen perusahaan untuk selalu mengamati, menganalisis, dan mengevaluasi segala perubahan yang ada. Sehingga manajemen perusahaan dapat membuat suatu pemikiran atau ramalan mengenai kemungkinan arah perubahan tersebut. Untuk itu perlu disusun satu atau beberapa rencana tindakan yang tepat untuk mengantisipasinya. Dengan demikian, manajemen perusahaan dapat bertindak luwes, dinamis dalam menghadapi perubahan-perubahan yang akan terjadi. Untuk mengantisipasi perubahan-perubahan yang akan terjadi dapat

digunakan fungsi-fungsi manajemen seperti peramalan, perencanaan, pengendalian. Ada banyak metode yang dapat digunakan untuk peramalan, perencanaan, pengendalian antara lain ialah Metode Break Even Point.

Analisis Break Even Point adalah metode yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat volume penjualan dan tingkat perolehan keuntungan atau laba yang diharapkan. Dengan analisis Break Even Point, dapat diketahui pada tingkat volume penjualan berapa hasil penjualan sama dengan biaya total (biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel). Perusahaan dalam kondisi ini, tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian, biasa disebut sebagai titik impas/ Break Even Point. Analisis Break Even Point dapat pula membantu pihak manajemen perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran dan untuk pengambilan keputusan-keputusan lain yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Analisis Break Even Point merupakan suatu alat pemberi informasi penentuan tingkat volume penjualan yang harus dicapai untuk menunjang perencanaan laba perusahaan dan informasi bagi pengambilan keputusan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan.

PT. SPARTA PRIMA bergerak dalam bidang industri. Produk yang dihasilkan berupa lem, karpet dan simplex. Produk utama perusahaan tersebut adalah lem. Jenis lem yang dihasilkan adalah lem kuning dan lem putih, yang berfungsi sebagai lem serbaguna.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka akan dibahas lebih lanjut mengenai analisis Break Even Point sebagai alat bantu manajemen dalam menentukan volume penjualan di PT. SPARTA PRIMA .

Dengan judul “ PERANAN ANALISA BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT BANTU MENETAPKAN TINGKAT VOLUME PENJUALAN”.

1.2 Identifikasi Masalah

Di dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan bertujuan memperoleh laba. Untuk memperoleh laba layak, maka perusahaan dapat melakukan berbagai cara, antara lain :

1. Meningkatkan Volume Penjualan.
2. Meningkatkan Harga Jual.
3. Menekan Biaya serendah mungkin.

Pada kenyataannya hal-hal tersebut sulit sekali dilaksanakan. Masalah yang timbul pada perusahaan adalah bahwa volume penjualan tidak mencapai target yang ditentukan, sehingga laba yang diinginkan tidak tercapai. Pihak manajemen perusahaan meminta penulis untuk mencari penyebab tidak tercapainya target volume penjualan yang telah ditentukan.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana penggolongan biaya berdasarkan Analisis Break Even ?
2. Berapa besar jumlah penjualan berdasarkan Analisis Break Even ?

3. Bagaimana pengaruh perubahan biaya variabel, biaya tetap, dan harga jual terhadap Analisis Break Even Point?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan maksud membandingkan antara ilmu yang diterima selama studi di perguruan tinggi dengan kenyataan yang ada di lapangan. Guna mengukur kemampuan penulis dalam mengumpulkan, menganalisis dan mengintergrasikan data sehingga menjadi bekal untuk melatih kemampuan praktek dalam bentuk skripsi. Hasil penelitian ini akan disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik bagi Sarjana Strata -1 di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi di atas maka tujuan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana penggolongan biaya berdasarkan Analisis Break Even Point.
2. Mengetahui berapa besar jumlah penjualan berdasarkan Break Even Point.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh perubahan biaya variabel, biaya tetap dan harga jual terhadap Analisis Break even Point.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat berguna bagi :

1. Perusahaan

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak manajemen perusahaan sebagai masukan untuk melakukan perubahan dan perbaikan-perbaikan yang diperlukan mengenai Peran Analisis Break Even Point sebagai alat bantu dalam meningkatkan tingkat volume penjualan.

2. Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pihak lain dan dapat berguna untuk menambah wawasan pengetahuan serta sebagai pembandingan untuk melakukan perubahan atau untuk melakukan penelitian.

3. Penulis

- Untuk mengumpulkan data guna penyusunan skripsi.
- Untuk menambah atau memperluas wawasan pengetahuan penulis mengenai penerapan Analisis Break Even Point dalam menetapkan tingkat volume penjualan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dewasa ini persaingan yang terjadi sangat ketat dan keadaan perekonomian yang sedang terpuruk menuntut setiap perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam mengembangkan usahanya.

Perencanaan pihak manajemen merupakan salah satu faktor pendukung yang dapat menentukan masa depan perusahaan. Perencanaan yang baik adalah

perencanaan yang dapat mengantisipasi segala kemungkinan perubahan dan kesempatan dimasa yang akan datang, serta memanfaatkannya untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Dengan adanya perencanaan yang baik akan memungkinkan pihak manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisiensi dalam pencapaian tujuan yang telah direncanakan.

Maka dari itu, dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup serta memajukan suatu perusahaan, manajemen membutuhkan informasi mengenai volume penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita kerugian dan informasi tersebut dapat diperoleh dari Analisis Break Even Point. Dari analisis tersebut dapat diketahui volume penjualan yang optimal agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

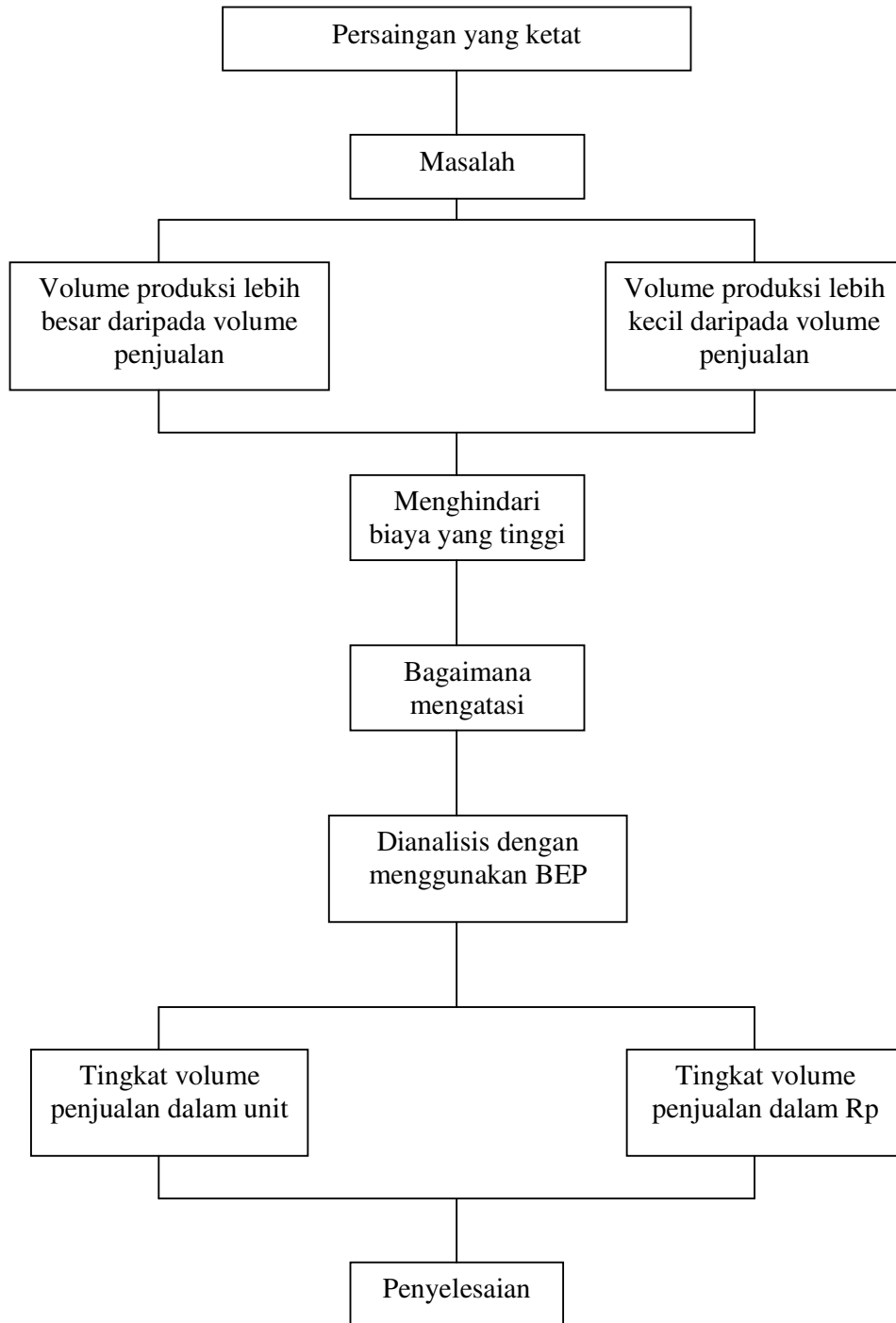
Penetapan volume penjualan merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena mempunyai pengaruh langsung terhadap laba atau rugi perusahaan. Jadi untuk menghindari kerugian, manajemen dapat menetapkan terlebih dahulu volume penjualannya, dimana hasil penjualannya sama dengan biaya yang dikeluarkan sehingga tercapai keadaan break even. Sedangkan untuk mengetahui pada volume penjualan berapa perusahaan akan mencapai kondisi break even dapat digunakan Analisis Break Even.

Penetapan volume penjualan menjadi dasar untuk penetapan volume produksi. Karena volume produksi perusahaan akan mempengaruhi keuntungan. Apabila volume produksinya lebih besar daripada volume penjualannya, maka risikonya tingginya biaya investasi yang tertanam dalam persediaan tinggi, timbulnya pencurian barang jadi, rusaknya barang menjadi lebih besar, dan

kesulitan dalam pemasarannya. Sebaliknya jika volume produksi lebih kecil daripada volume penjualannya, maka biaya per unit akan semakin besar dan perusahaan kehilangan langganannya karena tidak tersedianya barang pada waktu ada permintaan.

Berdasar hal-hal diatas, maka penggunaan Analisis Break Even untuk penetapan volume penjualan dalam perusahaan adalah sangat penting. “ Analisis Break Even Point adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel dan volume kegiatan”. (Bambang Riayanto, 1995,359)

Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : analisis penulis

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah survey dan hasilnya diuraikan secara deskriptif analitis, yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Nazir, 1999, 63). Secara khusus penulis juga melakukan studi kasus, yaitu meninjau langsung masalah yang dihadapi perusahaan untuk pengumpulan data yang diperlukan. Data yang dikumpulkan berupa data kualitatif dan data kuantitatif.

Cara penelitian dilakukan dengan :

1. Studi kepustakaan (Literary study)

Yaitu mencari, membaca, dan mempelajari berbagai data dan teori yang ada dalam berbagai kepustakaan yang tersedia, baik yang disediakan oleh perusahaan maupun dari tempat lainnya seperti perpustakaan serta catatan kuliah. Langkah ini dilakukan dalam rangka memperoleh suatu kerangka dasar untuk menyusun skripsi.

2. Studi lapangan (Field research)

Yaitu peninjauan langsung ke obyek penelitian untuk mencari data dan informasi yang diperlukan, serta melihat dan menggambarkan kenyataan yang ada. Dari studi lapangan ini akan diketahui berbagai kenyataan dalam praktek

yang kemudian akan dibandingkan dengan teori yang didapat dari hasil studi kepustakaan.

Berbagai teknik yang akan dilakukan untuk mendapatkan data antara lain dengan :

→ Obsevasi

Penulis mengadakan pengamatan fisik secara sekilas dan meninjau seluruh kegiatan perusahaan untuk memperoleh gambaran yang nyata mengenai operasi perusahaan.

→ Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pimpinan dan pejabat perusahaan yang terlibat langsung dengan masalah yang akan dibahas, sehingga dapat memperoleh data yang memadai untuk dianalisa.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. SPARTA PRIMA yang berlokasi :

♣ Kantor Pusat :Jalan Taman Sari VI no 54 Jakarta

♣ Pabrik :Jalan Raya Serang Km 13 Desa Suka Dame, Cikupa, Tangerang

Adapun waktu penelitian yaitu selama 3 bulan, dimulai bulan April 2006 samapi dengan bulan Juli 2006.