

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Iklm politik di Indonesia di tahun 2006 semakin tidak menentu, dan tentu saja hal ini akan berpengaruh pada situasi ekonomi negara kita. Walaupun banyak perusahaan yang terpaksa gulung tikar akibat dari krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1998 lalu, namun persaingan dalam dunia bisnis masih terus berlangsung.

Untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis, maka setiap perusahaan harus mempertahankan eksistensinya. Eksistensi suatu perusahaan dapat dilihat dari berjalan atau tidaknya kegiatan operasional perusahaan tersebut. Modal yang didapat untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan, salah satunya bersumber dari laba perusahaan itu sendiri.

Selain untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, laba juga merupakan aspek penting bagi perusahaan untuk menilai kinerja keuangannya. Faktor-faktor yang diperlukan untuk dapat mengetahui besarnya laba ialah harga jual produk atau jasa, besarnya biaya yang dikeluarkan, serta volume penjualan dari produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Salah satu alat analisis yang digunakan untuk melihat hubungan antara biaya, volume dan laba dalam sebuah perusahaan ialah analisis *Break Even*. Analisis *Break Even* memfokuskan hubungan antara lima elemen, yaitu: harga jual produk, volume atau tingkat kegiatan, biaya variabel per unit, total biaya tetap

dan komposisi penjualan.

Analisis *Break Even* mendasarkan pada perhitungan *Break Even Point* atau Titik Impas. Titik Impas ialah suatu keadaan dimana perusahaan dalam kondisi impas, yaitu tidak mendapatkan laba ataupun tidak menderita kerugian sama sekali. Kondisi yang dapat dinyatakan sebagai kondisi impas ialah sebagai berikut:

a. Penjualan = Total Biaya

b. Laba = 0

Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengetahui tingkat penjualan minimum yang perlu dicapai untuk meraih laba yang diinginkan, mengetahui volume operasi dan tingkat pendapatan yang perlu dicapai agar tidak mengalami kerugian dalam kegiatan operasinya, atau dengan kata lain laba operasinya adalah nol. Dengan demikian, manajemen perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat dalam rangka mencapai *Break Even Point*, mencapai laba dan target penjualan yang direncanakan.

Dalam menentukan Titik Impas, terdapat tiga pendekatan yang digunakan. Pendekatan-pendekatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Persamaan (*Equation Method*)

Pendekatan ini menghitung titik impas dengan berpedoman pada persamaan:

Penjualan	=	Total Biaya
-----------	---	-------------

2. Pendekatan Margin Kontribusi (*Contribution Margin Method*)

Pendekatan ini menghitung titik impas melalui jumlah margin kontribusi yang dapat ditentukan dalam unit ataupun satuan Rupiah.

$$BEP_{\text{unit}} = \frac{\text{Total Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin per unit}}$$

$$BEP_{\text{Rupiah}} = \frac{\text{Total Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

3. Pendekatan Grafik (*Graphic Approach Method*)

Pendekatan ini menentukan titik impas dengan cara membaca grafik antara grafik penjualan dan grafik biaya.

Ketiga pendekatan tersebut digunakan untuk menghitung besarnya titik impas.

Berdasarkan hal tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka untuk mengetahui besarnya *Break Even Point* untuk merencanakan target penjualan.

Penelitian yang dilakukan penulis ialah mengenai: **“Peranan Analisis *Break Even* Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Target Penjualan.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam rangka meneliti dan menganalisis peranan analisis *Break Even* dalam proses perencanaan target penjualan, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Biaya apa saja yang terjadi pada perusahaan ?
2. Apakah perusahaan telah melakukan penggolongan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel ?

3. Apakah analisis *Break Even* dapat membantu dalam perencanaan target penjualan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi oleh penulis di atas, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini pada dasarnya ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui biaya-biaya apa saja yang terjadi pada perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah perusahaan melakukan penggolongan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
3. Untuk mengetahui apakah analisis *Break Even* dapat membantu dalam perencanaan target penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang bermanfaat dalam membantu proses perencanaan target penjualan demi kemajuan perusahaan.

2. Bagi Penulis

- a. Penulis mempunyai kesempatan untuk menambah pengalaman, memperoleh gambaran mengenai bisnis dalam dunia nyata dan

menerapkan teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dalam perusahaan yang menjadi objek penelitian, terutama mengenai penerapan analisis *Break Even*.

- b. Selain itu, penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan mengikuti ujian sidang sarjana lengkap dalam rangka untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

3. Bagi Fakultas

Penelitian ini dapat menjadi tambahan sumber referensi bagi perpustakaan fakultas ekonomi khususnya mengenai analisis *Break Even*.

4. Bagi Pihak Lain yang Berkepentingan

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai analisis *Break Even*, serta dapat memperluas wawasan terutama mengenai penetapan harga jual produk atau jasa dalam perusahaan.

1.5 Rerangka Pemikiran

Persaingan bisnis yang semakin ketat, memaksa perusahaan untuk terus berkembang agar dapat bertahan hidup. Hal ini mengakibatkan permasalahan yang dihadapi oleh pihak manajemen dalam perusahaan menjadi semakin rumit, sehingga pihak manajemen dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif.

Disinilah akuntansi manajemen berperan dalam membantu pihak manajemen untuk mengambil keputusan yang tepat, setelah sebelumnya dilakukan

analisis terhadap setiap alternatif yang tersedia. Pengelolaan suatu badan usaha dengan baik memerlukan kehandalan manajemen dalam melaksanakan fungsinya, seperti fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), kepemimpinan (*leading*), pengendalian (*controlling*) operasi perusahaan.

Agar manajemen dapat melaksanakan fungsi manajerialnya dengan baik serta dapat melakukan pengambilan keputusan yang tepat saat dihadapkan pada berbagai alternatif yang tersedia, manajemen memerlukan informasi yang relevan dan akurat. Keakuratan informasi yang diperoleh akan menjadi dasar bagi pihak manajemen dalam upaya pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Setiap perusahaan akan berusaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, diantaranya yaitu untuk mencapai target penjualan dan menghasilkan laba maksimal.

Tujuan perusahaan pada umumnya (kecuali organisasi nirlaba) adalah menghasilkan laba yang cukup. Laba diperlukan untuk menjalankan kegiatan operasi perusahaan, untuk memperluas usaha dan juga untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi kepuasan pelanggan. Oleh karena pentingnya arti laba bagi perusahaan, manajemen perusahaan perlu melakukan suatu proses perencanaan laba yang memadai.

Perencanaan laba adalah unsur yang sangat penting sebagai langkah awal dari kegiatan operasi perusahaan. Laba yang diperoleh perusahaan, terutama akan sangat bergantung pada keberhasilan pencapaian target penjualan produk atau jasa, besarnya biaya, serta harga jual produk atau jasa itu sendiri. Ketiga faktor ini akan saling berkaitan dimana biaya yang dikeluarkan akan menentukan harga jual

dan harga jual akan mempengaruhi keberhasilan pencapaian target penjualan yang pada akhirnya menentukan laba.

Keterikatan hubungan antara harga jual produk, volume atau tingkat kegiatan, biaya variabel per unit, total biaya tetap dan komposisi penjualan akan sangat jelas terlihat dalam perhitungan analisis *Break Even*. Dalam analisis *Break Even* dijabarkan bagaimana pengaruh dari harga jual dan komposisi biaya pada perusahaan akan berpengaruh terhadap target penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak beroperasi dalam kerugian.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa analisis *Break Even* merupakan salah satu metode yang memiliki aturan yang logis dan sering digunakan dalam menganalisis hubungan antara biaya (*cost*), volume kegiatan (*volume*), dan laba (*profit*). Dimana analisis *Break Even* ini sendiri dapat berguna dalam hubungannya dengan penetapan target penjualan dengan didasari asumsi bahwa konsumen yang terdapat dalam pasar akan merespon secara positif terhadap produk yang dijual oleh perusahaan. Sehingga sangat tepat kiranya bila pada tahap perencanaan operasi perusahaan menggunakan analisis *Break Even* sebagai alat bantu manajemen dalam merencanakan target penjualannya.

Dalam menentukan *Break Even Point* (Titik Impas), terdapat tiga pendekatan yang digunakan. Pendekatan-pendekatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Persamaan (*Equation Method*)

Pendekatan ini menghitung titik impas dengan berpedoman pada persamaan:

Penjualan	=	Total Biaya
-----------	---	-------------

$$\begin{array}{rcl}
\text{Penjualan} & - & \text{Total Biaya} = 0 \\
\text{Penjualan} & - & (\text{Total Biaya Variabel} + \text{Total Biaya Tetap}) = 0 \\
\text{Penjualan} & - & \text{Total Biaya Variabel} - \text{Total Biaya Tetap} = 0 \\
(p \times q) & - & (v \times q) - \text{Total Biaya Tetap} = 0 \\
pq & - & vq - \text{Total Biaya Tetap} = 0
\end{array}$$

Dimana : p = harga jual per unit

v = biaya variabel per unit

q = volume penjualan dimana laba sama dengan nol

2. Pendekatan Margin Kontribusi (*Contribution Margin Method*)

Pendekatan ini menghitung titik impas melalui jumlah margin kontribusi yang dapat ditentukan dalam unit ataupun satuan Rupiah.

Margin Kontribusi adalah sisa hasil penjualan setelah dikurangi dengan biaya variabel. Margin Kontribusi dapat digunakan untuk menutup biaya tetap (*Fixed Cost*) dan membentuk laba.

Break Even Point (Titik Impas) dicapai ketika jumlah Margin Kontribusi sama besarnya dengan jumlah biaya tetap. Dengan pendekatan ini, titik impas dapat ditentukan dalam satuan unit ataupun Rupiah.

$$pq - vq - \text{Total Biaya Tetap} = 0$$

$$(p - v) q = \text{Total Biaya Tetap}$$

$$q = \frac{\text{Total Fixed Cost}}{p - v}$$

$$BEP_{\text{unit}} = \frac{\text{Total Fixed Cost}}{\text{CM /unit}}$$

$$BEP_{\text{Rp}} = \frac{\text{Total Fixed Cost}}{\text{CMR}}$$

CM = *Contribution Margin*

CM = Harga Jual / unit – Biaya Variabel / unit

CMR = *Contribution Margin Ratio*

CMR = $\frac{\text{CM / unit}}{\text{Harga Jual / unit}} \times 100 \%$

3. Pendekatan Grafik (*Graphic Approach Method*)

Pendekatan ini menentukan titik impas dengan cara membaca grafik antara grafik penjualan dan grafik biaya.

Ketiga pendekatan tersebut dapat digunakan untuk menghitung besarnya titik impas.

1.6 Metodologi Penelitian

Definisi metodologi penelitian menurut Hermawan Warsito (1992:7) adalah:

“Ilmu yang membahas mengenai suatu metoda ilmiah dalam mencatat, mengembangkan, dan menguji kebenaran dari suatu pengetahuan”.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metoda deskriptif analitis, yaitu merupakan suatu metoda penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan serta menganalisis data atau informasi yang berhubungan dengan objek yang diteliti sehingga dapat memberi gambaran yang lebih jelas serta menarik simpulan terhadap objek penelitian tersebut.

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data penelitian

terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Merupakan suatu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Teknik-teknik yang digunakan adalah :

a. Wawancara

Merupakan suatu teknik yang dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab dengan pihak perusahaan, guna memperoleh data serta informasi yang diperlukan.

b. Pengamatan (Observasi)

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan operasional perusahaan guna memperoleh data secara lebih jelas mengenai masalah yang sedang diteliti.

2. Data Sekunder

Merupakan suatu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, melalui media perantara. Dua jenis data sekunder, yaitu :

a. Data Internal

Merupakan data yang berasal dari dalam perusahaan, seperti struktur organisasi perusahaan, *job description*, proses produksi, serta data-data tentang pendapatan dan biaya-biaya intern perusahaan.

b. Data Eksternal

Data eksternal dilakukan dengan cara mencari serta mengumpulkan data-data dari literatur, buku-buku, internet, juga catatan-catatan perkuliahan

sebagai acuan penelitian dan pengolahan data penelitian yang berhubungan dengan topik yang akan dibahas.

1.7 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi untuk memperoleh data di dalam penelitian ini adalah Pabrik Plastik Margahayu Jaya Indah yang berlokasi di Jalan Cilampeni No. 18, Kelurahan Ketapang, Kabupaten Bandung. Penelitian ini dilakukan mulai bulan November 2006 sampai dengan Januari 2007.