

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini, banyak pelaku-pelaku bisnis mendirikan perusahaan untuk mengikuti perkembangan dunia bisnis dan teknologi. Akan tetapi, hanya dengan mendirikan perusahaan saja tidak cukup, para pelaku bisnis harus memperhatikan persaingan sehingga usahanya dapat mengikuti perkembangan dan persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan tidak dapat mengikuti persaingan sehingga mengalami kebangkrutan.

Untuk dapat memajukan usahanya, maka perusahaan harus dapat mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya, perusahaan harus dapat memberikan barang atau jasa yang terbaik bagi konsumen, dan juga perusahaan harus dapat mengikuti selera konsumen yang berubah-ubah. Selain itu juga diperlukan suatu ciri khusus produk agar konsumen dapat membedakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya.

Banyak produk makanan dan minuman yang tidak menggunakan ciri khusus dijual di pasaran, sehingga konsumen tidak dapat membedakan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Seharusnya produk makanan mempunyai ciri khusus sehingga pangsa pasar dapat dipertahankan.

Perusahaan makanan dan minuman “X” adalah salah satu perusahaan yang mempunyai ciri khusus dalam produknya, perusahaan tersebut memberikan merek untuk setiap produk makanan dan minuman yang dihasilkannya, sehingga konsumen dapat membedakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan makanan dan minuman ”X menghasilkan produk makanan dan minuman yang dapat dinikmati langsung oleh para konsumennya berupa makanan-makanan yang dikemas dalam kemasan kecil dan dijual di pasaran sehingga para konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk tersebut.

Perusahaan ”X” memproduksi berbagai jenis produk makanan dan minuman. Produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Makanan dan Minuman ”X” didasarkan pada permintaan pasar, apabila permintaan pasar terhadap suatu jenis produk tidak ada maka perusahaan ”X” tidak memproduksi produk tersebut, akan tetapi jenis produk yang sedang diminati pasar akan banyak diproduksi, sehingga produk ”X” dapat tetap berada di pasaran.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Perusahaan Makanan dan Minuman “X” dengan judul “**Peranan Analisis *Break-Even* Sebagai Alat Bantu Bagi Manajemen Terhadap Peningkatan *Profitabilitas* Perusahaan**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka permasalahan yang ada dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Pendapatan apa saja yang diperoleh perusahaan ?
2. Apakah perusahaan telah melakukan penggolongan pendapatan ?
3. Biaya – biaya apa saja yang telah dikeluarkan oleh perusahaan ?
4. Apakah perusahaan telah melakukan penggolongan biaya ?
5. Apakah analisis *Break-Even* telah digunakan oleh perusahaan dalam perencanaan laba ?
6. Bagaimana peranan analisis *Break-Even* dalam membantu manajemen untuk perencanaan laba ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sampai sejauh mana peranan analisis *Break-Even* dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui biaya – biaya yang terjadi.
2. Untuk mengetahui pendapatan – pendapatan yang diperoleh perusahaan.
3. Untuk memperoleh gambaran perencanaan laba dan biaya yang selama ini digunakan oleh perusahaan.
4. Untuk mengetahui peranan analisis *Break-Even* dalam membantu manajemen untuk merencanakan laba dan biaya perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan masukan yang bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan khususnya dalam peranan analisis *Break-Even* terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan.

2. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang analisis *Break-Even* dan bagaimana penerapannya dalam dunia bisnis yang sesungguhnya.

3. Bagi pembaca

Untuk dapat menambah wawasan dan sebagai referensi bagi pembaca dan sebagai bahan masukan penelitian untuk topik yang sama.

1.5 Rerangka Pemikiran

Dengan semakin banyaknya industri makanan dan minuman di pasaran, maka persaingan dalam industri ini sangat ketat. Berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Ukuran yang seringkali dipakai untuk menilai sukses tidaknya suatu perusahaan dilihat dari laba yang diperoleh perusahaan. Laba dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu : harga jual produk, biaya, dan volume penjualan.

Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan penjualan langsung mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor tersebut berkaitan satu sama lain. Agar supaya perencanaan laba perusahaan dapat efektif, manajemen harus dapat memperkirakan dampak perubahan masing – masing faktor tersebut terhadap laba bersih, *Break-Even*, dan *return of investment* perusahaan. Oleh karena itu manajemen harus memahami kaitan antara biaya, pendapatan, dan laba untuk lebih memungkinkan pengambilan keputusan yang paling tepat. Salah satu metode yang menjelaskan ketiga faktor ini dan hubungannya adalah analisis *Break-Even*.

Analisis *Break-Even* menyajikan informasi hubungan biaya, volume, dan laba kepada manajemen, sehingga memudahkan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian laba perusahaan di masa yang akan datang

Analisis *Break-Even* merupakan teknik yang menggabungkan, mengkoordinasikan, dan menafsirkan data produksi dan distribusi untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan.

Dalam analisis *Break-Even*, manajemen dapat merencanakan berapa besar pendapatan yang dapat diperoleh dan berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk, sehingga jumlah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk tidak melebihi jumlah pendapatan yang akan diperoleh dari penjualan produk tersebut. Titik *Break-Even* adalah titik dimana total pendapatan sama besarnya dengan total biaya.

Dengan analisis *Break-Even*, perusahaan tidak mengalami keuntungan dan kerugian, dengan kata lain tidak terdapat laba yang dihasilkan, karena pendapatan yang diperoleh sama besarnya dengan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk.

Analisis *Break-Even* memberikan informasi tingkat penjualan minimum yang harus dicapai suatu perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Dari analisis tersebut juga dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Apabila penjualan tidak mengalami titik *Break-Even* maka perusahaan akan mengalami kerugian. Manajemen harus mampu menentukan titik *Break-Even* agar dapat menghitung margin pengaman (*margin of safety*) yang menunjukkan seberapa banyak penjualan bisa turun dari jumlah yang ditargetkan sebelum perusahaan mengalami kerugian. Margin pengaman merupakan kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi kememadain penjualan yang direncanakan.

Dengan mengetahui berapa besar angka yang terdapat dalam margin pengaman, maka manajemen pasti akan berusaha meningkatkan jumlah pendapatannya sehingga akan berada diatas margin pengaman, dan hal tersebut akan dapat meningkatkan *profitabilitas* perusahaan.

1.6 Lokasi Penelitian

Untuk dapat menyelesaikan penelitian ini, Penulis melakukan penelitian pada Perusahaan Makanan dan Minuman "X" yang berlokasi di kota Bandung untuk mendapatkan data – data yang dibutuhkan.