

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manusia adalah makhluk yang memiliki kebutuhan yang sangat beragam. Abraham Maslow mengemukakan ada lima kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingannya mulai dari yang paling rendah hingga yang paling tinggi yang terdiri atas kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan ego, dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Maslow juga mengatakan bahwa manusia berusaha memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Manusia yang telah bisa memenuhi kebutuhan dasarnya, maka akan berusaha memenuhi kebutuhan lainnya yang lebih tinggi dan begitupun seterusnya (Sumarwan, dalam Bari & Hidayat, 2023:9). Keberagaman kebutuhan ini memicu jiwa kewirausahaan seseorang untuk selalu memanfaatkan setiap peluang dengan memulai suatu bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Saat ini, bisnis menjadi sebuah tren yang semakin banyak digunakan oleh masyarakat, baik di dalam maupun luar negeri. Khususnya, bisnis-bisnis kecil yang sederhana, seperti jual beli atau pelayanan yang semakin marak bahkan dapat dilakukan oleh pelajar yang masih sekolah. Kegiatan bisnis pun semakin lama semakin diminati. Hal ini membuat banyak masyarakat melakukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi salah satu hal yang dapat meningkatkan perekonomian negara. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sendiri merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah dengan modal yang terbatas dan biasanya dikelola oleh pemiliknya atau keluarganya secara mandiri.

Peningkatan minat bisnis ini pula tak lain dikarenakan tujuan utama dari bisnis adalah untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Laba menjadi suatu parameter penting dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan dan memberikan dorongan untuk pertumbuhan dan keberlanjutan. Namun, untuk

menghasilkan laba yang maksimal, seorang pebisnis harus memahami konsep dari laba itu sendiri. Selain itu, mereka juga harus memahami cara mengoptimalkan keuntungan dan menghindari biaya yang tidak diperlukan. salah satu konsep krusial dari laba adalah *Break Even Point* (BEP). *Break Even Point* (BEP) menyajikan informasi hubungan biaya dan volume penjualan sehingga menghasilkan titik di mana pendapatan perusahaan sama dengan biaya total, sehingga tidak ada laba atau rugi. Hal ini dapat membantu pebisnis dalam perencanaan keuangan, pengambilan keputusan investasi, dan penentuan strategi harga yang optimal. Dengan memahami konsep ini, pebisnis dapat menentukan target penjualan minimum yang diperlukan untuk mencapai titik impas, serta mengoptimalkan strategi operasional untuk mencapai laba yang diinginkan. Kesadaran akan *Break Even Point* (BEP) memberikan landasan yang kuat bagi perusahaan untuk mencapai stabilitas keuangan dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Toko Pempek Cek Elok merupakan jenis usaha yang bergerak dalam bidang kuliner, yaitu menjual pempek yang merupakan makanan khas Palembang. Pempek Cek Elok yang dipasarkan ini merupakan barang produksi sendiri yang selalu diproduksi setiap pagi oleh pemilik dan karyawan-karyawannya. Toko ini merupakan sebuah usaha yang telah berdiri sejak tahun 2004 yang bertempat di Jl. Mangga No.2 6, RT.6/RW.10, Lagoa, Kecamatan Koja, Jakarta Utara Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14270. Toko Pempek Cek Elok merupakan sebuah toko sederhana dengan pencatatan keuangan yang sederhana pula. Pencatatan laporan keuangan biasanya dilakukan dengan menghitung peralatan dan bahan baku apa saja yang dibeli setiap harinya dan belum pernah mengklasifikasikan biaya tetap dan biaya variabel dalam produksinya. Dalam menentukan target penjualan pun masih dilakukan dengan perkiraan berdasarkan transaksi penjualan sebelumnya tanpa adanya perhitungan khusus untuk menentukan jumlah produksi yang harus dilakukan.

Berdasarkan data tiga tahun terakhir yang penulis dapatkan, berikut volume produksi dan volume penjualan dari Toko Pempek Cek Elok :

**Tabel 1.1**  
**Volume Produksi dan Penjualan Toko Pempek Cek Elok Jakarta**  
**Tahun 2021-2023**

Produk	2021		2022		2023	
	Produksi	Penjualan	Produksi	Penjualan	Produksi	Penjualan
Pempek Kapal Selam	21.180	17.297	21.180	15.885	26.475	22.592
Pempek Telur Kecil	35.300	30.358	49.420	46.243	60.010	54.362
Pempek Lenjer Besar	14.120	12.355	17.650	11.296	22.945	18.709
Pempek Lenjer Kecil	35.300	28.946	35.300	29.299	45.890	44.478
Pempek Kulit	17.650	15.532	21.180	22.945	28.240	24.004
Pempek Adaan	35.300	29.299	52.950	46.949	70.600	67.423
<b>Total</b>	<b>158.850</b>	<b>133.787</b>	<b>197.680</b>	<b>172.617</b>	<b>254.160</b>	<b>231.568</b>

Sumber: Pemilik Toko Pempek Cek Elok, 2024

Tabel 1.1 menunjukkan data produksi dan penjualan berbagai jenis pempek dari tahun 2021 hingga 2023. Meskipun total penjualan secara keseluruhan mengalami peningkatan dari 133.787 unit pada tahun 2022 menjadi 231.568 unit pada tahun 2023, terdapat penurunan volume penjualan pada beberapa jenis pempek pada tahun 2022. Pempek Lenjer Besar dan Pempek Lenjer Kecil mengalami penurunan penjualan meskipun produksi meningkat. Sehingga terlihat adanya jarak antara jumlah produksi dan penjualan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti perubahan preferensi konsumen, persaingan dengan produk serupa dari pesaing, atau faktor eksternal seperti kenaikan harga bahan baku yang mempengaruhi harga jual. Penurunan penjualan beberapa jenis pempek tersebut, apabila tidak ditindaklanjuti dengan optimalisasi strategi penjualan, berpotensi mengurangi pendapatan. Agar hal tersebut tidak terjadi, perlu suatu perencanaan target penjualan dengan perhitungan sistematis seperti perhitungan *Break Even Point* (BEP). Mengingat dalam perencanaannya, penting untuk menjaga keseimbangan antara produksi dan penjualan agar tetap menguntungkan. Toko Pempek Cek Elok belum pernah melakukan target penjualan dengan perhitungan tertentu, maka penulis tertarik untuk membuat laporan akhir dalam

bidang Manajemen Produksi dan Operasi dengan judul “**Analisis Perhitungan *Break Even Point (BEP)* Dalam Membantu Perencanaan Laba Pada Toko Pempek Cek Elok Jakarta**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis ingin merumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam laporan ini yaitu:

1. Bagaimana analisis *Break Even Point (BEP)* dalam membantu perencanaan laba pada Toko Pempek Cek Elok Jakarta?
2. Berapa jumlah penjualan yang harus ditargetkan dalam mencapai laba yang telah direncanakan?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan diteliti yaitu mengenai analisis *Break Even Point (BEP)* dalam membantu perencanaan laba pada Toko Pempek Cek Elok Jakarta.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis besar *Break Even Point (BEP)* pada produksi pempek pada Toko Pempek Cek Elok Jakarta.
2. Untuk mengetahui penjualan yang harus ditargetkan dalam mencapai laba yang direncanakan.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pemahaman penulis dalam menerapkan teori-teori yang telah didapat selama masa perkuliahan khususnya untuk mata kuliah Manajemen Produksi dan Operasi mengenai *Break Even Point* (BEP) dan penentuan laba perusahaan serta bisa menerapkannya dalam dunia usaha yang sesungguhnya.

### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif bagi pemilik Toko Pempek Cek Elok Jakarta agar dapat menentukan besaran produk yang harus dijual melalui pengklasifikasian biaya agar memperoleh modal kembali dengan cara yang efektif dan efisien. Penelitian ini juga akan membantu perusahaan menentukan jumlah penjualan yang harus ditargetkan untuk mencapai laba yang direncanakan. Hal ini akan membantu perusahaan meningkatkan laba dan mengurangi kerugian.

### 3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pemahaman pembaca mengenai perhitungan *Break Even Point* (BEP) dan penentuan laba perusahaan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang serupa dengan laporan ini.

## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini akan berfokus pada Toko Pempek Cek Elok yang berlokasi di Jakarta, tepatnya di Jl. Mangga No. 26, RT.6/RW.10, Lagoa, Kecamatan Koja, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14270.

### 1.5.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang membuat variabel-variabel yang diteliti menjadi dapat dioperasikan dalam konteks

pengukuran variabel-variabel tersebut. Definisi ini memungkinkan konsep yang bersifat abstrak untuk dijadikan sesuatu yang operasional, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran (Ridha, 2017:63). Sugiyono (2018:51) juga menegaskan bahwa definisi operasional variabel merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam laporan ini, peneliti juga menggunakan definisi operasional variabel agar menjadi petunjuk dalam penelitian. Definisi operasional variabel tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
<i>Break Even Point</i>	<i>Break Even Point</i> (BEP) adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi. BEP digunakan untuk menentukan jumlah minimum penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak merugi.	BEP (Rp)	1. Total Biaya Tetap 2. Total Biaya Variabel 3. Total Penjualan
		BEP (Q)	1. Total Biaya Tetap 2. Total Biaya Variabel per unit 3. Harga per unit
Perencanaan laba	Perencanaan laba adalah proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk merancang strategi dan tindakan yang bertujuan untuk mencapai target laba tertentu dalam periode waktu yang telah ditentukan.	Laba	1. Pendapatan 2. Beban 3 Target laba yang realistis

Sumber: Sandi, 2016:162

### 1.5.3 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono dalam Hermawan (2021:12), jenis penelitian ditinjau dari tingkat ekspansinya ada 3 macam yaitu:

#### 1. Penelitian deskriptif

Penelitian yang menggambarkan karakteristik dari suatu populasi atau sebuah fenomena yang tidak memiliki hipotesis atau teori yang diuji. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian deskriptif adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif.

#### 2. Penelitian komparatif

Penelitian yang membandingkan dua atau lebih objek atau fenomena untuk mencari perbedaan atau persamaan antara mereka. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian komparatif adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif.

#### 3. Penelitian gabungan

Penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kuantitatif dan kualitatif atau menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda dalam satu penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian gabungan adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif, atau kombinasi dari kedua metode tersebut.

Sugiyono menjelaskan bahwa penelitian gabungan merupakan pendekatan yang lebih kompleks dari penelitian kuantitatif atau kualitatif, karena mengkombinasikan dua bentuk penelitian yang telah ada sebelumnya. Metode penelitian gabungan ini dapat digunakan untuk menghasilkan penelitian yang lebih lengkap, valid, reliabel, dan objektif dari suatu masalah.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis pada laporan ini adalah penelitian gabungan yaitu menggunakan jenis penelitian kuantitatif berupa angka-angka untuk dilakukan perhitungan *Break Even Point* (BEP) dalam perencanaan laba, dan menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk memberikan penjelasan atas perhitungan tersebut serta

menyajikan gambaran lengkap mengenai deskripsi dari Toko Pempek Cek Elok Jakarta.

#### **1.5.4 Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Menurut Agung & Yuesti (2019:63), Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumbernya, dicatat dan diamati untuk pertama kalinya, dan kemudian hasilnya digunakan langsung oleh peneliti atau lembaga itu sendiri untuk menemukan jawaban atas pertanyaan yang dicari. Data ini, yang sering disebut sebagai "data asli", dapat berupa hasil wawancara, pengisian kuesioner, atau bukti transaksi seperti karcis parkir dan tanda bukti pembelian barang. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis melakukan pengambilan data melalui wawancara dengan pemilik Toko Pempek Cek Elok Jakarta.

##### **2. Data Sekunder**

Agung & Yuesti (2019:63) juga menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh individu atau lembaga tertentu; atau data asli yang telah diolah menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik diagram, gambar yang lebih menarik bagi orang lain untuk digunakan. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu dari studi kepustakaan, buku, jurnal, maupun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *Break Even Point* (BEP). Selain itu penulis juga memperoleh data dari perusahaan berupa data laporan pengeluaran dan laporan penjualan per tahun, mulai dari tahun 2021, 2022, 2023.

#### **1.5.5 Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Riset Lapangan**

Riset lapangan yang dilakukan penulis yaitu dengan mengumpulkan data yang dapat diperoleh secara langsung dengan

mendatangi tempat penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan. Teknik yang digunakan yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan lisan kepada orang lain, baik secara langsung (*face to face*) atau melalui teknologi komunikasi. Peneliti harus dapat memilih waktu dan tempat yang tepat untuk melakukan wawancara, baik secara langsung maupun melalui telepon atau metode lainnya, dan menyesuaikannya dengan kemampuan narasumber. Karena waktu dan lokasi yang salah dapat menyebabkan informasi yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan atau bahkan bias (Alaslan, 2021:77).

Teknik pengumpulan data dalam laporan ini adalah dengan bertanya langsung kepada pemilik Toko Pempek Cek Elok Jakarta untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

b. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang tidak terfokus pada subjek penelitian tetapi melalui dokumen. Contoh dokumen yang dapat digunakan termasuk laporan, buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan kasus sosial, dan jenis dokumen lainnya (Agung & Yuesti, 2019:63)

Selain menggunakan teknik wawancara, dalam pembuatan laporan akhir ini penulis mengumpulkan data dengan cara menggunakan dokumen-dokumen atau data-data secara tertulis yang ada di perusahaan guna melengkapi data yang dibutuhkan penulis.

2. Studi Kepustakaan

Penulis mengumpulkan dan mempelajari informasi-informasi dari berbagai sumber yang didapat dari buku-buku, jurnal-jurnal, catatan-catatan, dan laporan yang berhubungan dengan Manajemen Produksi dan Operasi khususnya tentang perhitungan *Break Even*

*Point* (BEP) dalam menentukan laba baik dalam bentuk cetak maupun dalam bentuk elektronik.

### **1.5.6 Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penulisan laporan ini yaitu metode analisis kualitatif dan kuantitatif (*mixed method*).

#### **1. Metode Analisis Kualitatif**

Metode analisis kualitatif adalah suatu pendekatan analisis data kualitatif yang berfokus pada interpretasi dan analisis makna yang terkandung dalam data, biasanya dalam bentuk teks, wawancara, atau observasi. Dalam analisis kualitatif, data tidak dihitung atau dijumlahkan, tetapi dibuat interpretasi dan analisis makna yang terkandung dalam data tersebut. Yang dimana data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Karena tidak berupa angka, penulis melakukan wawancara dengan pemilik Toko Pempek Cek Elok untuk memperoleh data seperti gambaran umum objek penelitian, meliputi: Sejarah singkat berdirinya, letak geografis objek, visi dan misi, struktur organisasi, dan sebagainya agar dapat dikaitkan dengan sumber terkait. Metode ini memungkinkan penulis mendapatkan informasi dari narasumber, seperti buku-buku terkait manajemen produksi dan operasi, serta literatur lainnya, yang menjadi referensi dalam penyusunan laporan akhir.

#### **2. Metode Analisis Kuantitatif**

Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka dan statistik untuk mengukur dan menganalisis fenomena. Data yang sering digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini melibatkan informasi kuantitatif, seperti biaya produksi dan penjualan, volume produksi dan penjualan, harga bahan baku, dan biaya peralatan. Dengan pemahaman atas elemen-elemen ini, penulis dapat menerapkan metode perhitungan berikut untuk analisis lebih lanjut:

a. Perhitungan *Break Even Point* (BEP) untuk multiproduk

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan metode perhitungan *Break Even Point* (BEP) multi produk untuk menghitung titik impasnya. Menurut Herjanto dalam Anggraini (2023:17-18), berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *Break Even Point* (BEP) multi produk, yaitu:

- Rumus multi produk untuk semua jenis produk

$$BEP_{(Rp)} = \frac{F}{\sum_{i=1}^n (1 - \frac{V_i}{P_i}) W_i}$$

- Rumus multi produk untuk mencari BEP dalam rupiah dan unit:

$$BEP (Rp) \text{ per jenis produk} = W \times BEP (Rp) \text{ dalam 1 tahun}$$

$$BEP (Unit/Q) = \frac{BEP_{(Rp)} \text{ per jenis produk}}{P}$$

Keterangan:

FC : Biaya Tetap per Periode

V : Biaya Variabel per Unit

P : Harga Jual per Unit

W : Persentase penjualan produk terhadap total rupiah

$(1 - P/V) \cdot W$  : Kontribusi Berimbang

- b. Perencanaan Laba Perencanaan dilakukan oleh perusahaan agar dapat mencapai laba yang diinginkan. Menurut Handoko dalam Anggraini (2023:21-22), dalam menentukan laba yang diinginkan dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Penjualan minimal (Rp)} = \frac{FC + \text{laba yang diinginkan}}{1 - \frac{V}{P}}$$

$$\text{Penjualan minimal (Unit)} = \frac{FC + \text{laba yang diinginkan}}{P - V}$$

Keterangan:

FC : Biaya Tetap

V : Biaya Variabel

P : Harga Jual per Unit