

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Manajemen Produksi dan Operasi dan Kewirausahaan

2.1.1 Pengertian Manajemen Produksi dan Operasi

Sebelum menjelaskan mengenai pengertian Manajemen Produksi dan Operasi ini tidak terlepas dari manajemen pada umumnya. Dimana Manajemen produksi dan operasi ini terdapat proses produksi yang kegiatannya mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dengan melibatkan bahan-bahan pembantu, tenaga kerja dan mesin-mesin serta alat-alat dan perlengkapan lainnya.

Menurut Assauri (2008:19), Manajemen produksi dan operasi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan, secara efektif dan efisien, untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa.

Menurut Handoko (2000:3), Manajemen produksi dan operasi adalah usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya atau sering disebut faktor-faktor produksi tenaga kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk dan jasa.

Menurut Prawirosentono (2001:1), Manajemen produksi dan operasi merupakan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan dari urutan berbagai kegiatan (*set of activities*) untuk membuat barang (produk) yang berasal dari bahan baku dan bahan penolong lainnya.

2.1.2 Pengertian Kewirausahaan

Menurut Wikipedia (2015), wirausaha adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut berupa ide, inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian.

Menurut Ropke (Suryana et al., 2011:25), kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru (kreasi baru) dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang telah ada (inovasi), dengan tujuan tercapainya kesejahteraan individu dan nilai tambah bagi masyarakat

Dalam segala usaha baik itu usaha barang ataupun jasa diperlukan nya Manajemen produksi dan operasi karena dalam setiap usaha akan bertemu dengan proses produksi yang nantinya akan menghasilkan sebuah produk.

2.2 Jenis Proses Produksi

Menurut Prawirosentono (2001:8), berdasarkan jenis proses produksi atau berdasarkan sifat manufakturnya perusahaan dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Perusahaan dengan proses produksi terus-menerus (*continous process*). Perusahaan ini beroperasi secara terus-menerus (*continous*) untuk memenuhi stok barang hasil produksi yang terdapat dipasaran masih diperlukan konsumen, maka perusahaan akan terus memproduksi barang tersebut.
2. Perusahaan dengan proses produksi terputus-putus (*intermitten process*). Perusahaan ini memproduksi barang secara terputus-putus tergantung pada tingkat pesanan (*job order*) yang terdapat dipasar. Artinya perusahaan ini akan berproduksi membuat suatu jenis barang sesuai dengan permintaan pesanan. Jika tidak ada pesanan (*order*) berarti tidak ada proses produksi (*job*).

2.3 Metode-Metode Penentu Harga Pokok Produksi

Metode penentu harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Menurut Mulyadi (2001:18), dalam memperhitungkan ke dalam unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat 2 pendekatan, yaitu sebagai berikut:

1. Full costing
Merupakan penentu harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsure biaya ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik baik yang berprilaku variabel maupun tetap
2. Variabel costing
Merupakan metode penentu harga pokok produksi yang memperhitungkan biaya produksi yang berprilaku variabel kedalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik langsung.

2.4 Biaya

2.4.1 Pengertian Biaya

Biaya merupakan salah satu unsur terpenting dalam perhitungan *Break even point* (BEP). Menurut Render, dkk., (2011:207) mendefinisikan biaya ke dalam 2 kategori yaitu:

1. Biaya terlihat adalah biaya-biaya yang langsung dapat diidentifikasi dan secara tepat ditentukan jumlahnya. Biaya-biaya ini mencakup biaya tenaga kerja, biaya utility, bahan baku, pajak, penyusutan, dan biaya-biaya lain yang dapat diidentifikasi oleh manajemen dan bagian akuntansi.
2. Biaya tidak terlihat adalah biaya-biaya yang tidak mudah ditentukan angkanya. Biaya-biaya ini mencakup kualitas pendidikan, fasilitas angkutan umum, sikap masyarakat terhadap industri dan terhadap perusahaan itu sendiri, mutu dan sikap karyawan yang akan dipekerjakan.

2.4.2 Pengklasifikasian Biaya

Menurut Syamsuddin (2009:91), biaya dapat diklasifikasikan menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut:

1. Biaya tetap (*Fixed Cost*)
Secara sederhana dapat dikatakan bahwa biaya tetap sangat berhubungan dengan waktu (*function of time*) dan tidak berhubungan dengan tingkat penjualan. Pembayarannya berdasarkan pada periode akuntansi tertentu dan besarnya adalah sama. Misalnya: biaya sewa gedung, penghapusan aktiva tetap, dan lain-lainnya. Sampai dengan jumlah hasil (*range output*) tertentu biaya ini secara total tidak berubah.
2. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)
Biaya ini berhubungan langsung dengan tingkat produksi atau tingkat penjualan, karena besarnya ditentukan oleh volume produksi atau penjualan yang dilakukan. Misalnya: biaya bahan mentah, biaya tenaga kerja langsung, dan lain-lainnya.

2.5 Perencanaan Kapasitas

2.5.1 Pengertian Perencanaan Kapasitas

Menurut Haming dan Nurnajamuddin (2011:335), Perencanaan kapasitas (*capacity planning*) merupakan keputusan perencanaan strategis jangka panjang yang ditujukan untuk mengadakan seluruh

sumber daya produktif yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk dapat dipakai menghasilkan level produksi tertentu.

2.5.2 Jenis-jenis Perencanaan Kapasitas

Menurut Yamit (2011:68), terdapat dua jenis perencanaan kapasitas, yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan kapasitas jangka pendek, digunakan untuk menangani secara ekonomis hal-hal yang sifatnya mendadak di masa yang akan datang. Misalnya untuk memenuhi permintaan yang sifatnya mendadak atau seketika dalam jangka waktu pendek.
2. Perencanaan kapasitas jangka panjang merupakan strategi operasi dalam menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi dan sudah diperkirakan sebelumnya. Misalnya rencana untuk menurunkan biaya per unit, dalam jangka pendek sangat sulit dicapai karena unit produk yang dihasilkan masih berskala kecil, tetapi dalam jangka panjang rencana tersebut dapat dicapai dengan cara meningkatkan produksi.

2.5.3 Strategi Perencanaan Kapasitas

Menurut Taylor dalam Haming (2011:335), strategi perencanaan kapasitas dibedakan atas tiga tipe, yaitu sebagai berikut:

1. *Capacity lead strategy*, suatu strategi pengembangan kapasitas yang bersifat agresif dan dimaksudkan untuk mengantisipasi pertumbuhan permintaan di masa yang akan datang. Strategi itu diharapkan mampu menampung akses permintaan yang tidak dapat dipenuhi oleh pesaing karena keterbatasan kapasitasnya, atau untuk segera mengambil manfaat dari pasar yang tumbuh dengan cepat.
2. *Capacity lag strategy*, suatu strategi pengembangan kapasitas yang bersifat konservatif, peningkatan kapasitas dilakukan setelah terjadi peningkatan permintaan pasar. Strategi ini bermaksud untuk memaksimalkan maslahat ekonomi investasi, namun dapat saja berakibat jelek terhadap pelayanan kepada pelanggan. Pelanggan yang tidak terlayani dapat saja pindah ke perusahaan saingan. Strategi ini memakai asumsi, bahwa pelanggan yang sebelumnya bergeser ke perusahaan saingan, akan kembali ke perusahaan sesudah kapasitasnya ditingkatkan. Pelanggan dipandang sebagai pelanggan yang loyal.
3. *Average capacity strategi*, strategi kapisatas rata-rata, suatu strategi perkembangan kapasitas yang diselaraskan dengan rata-rata peningkatan estimasi permintaan. Strategi ini bersifat moderat,

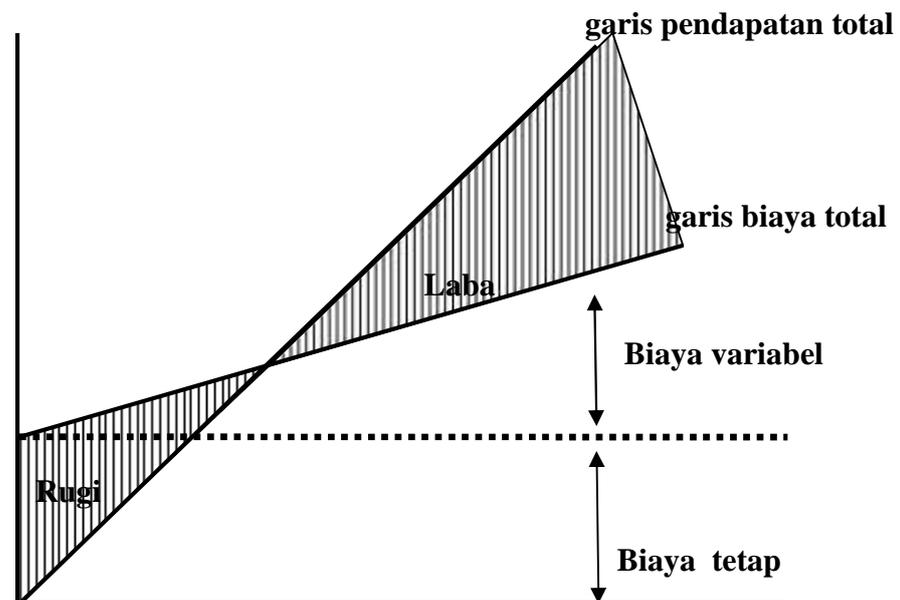
manajer berasumsi, bahwa mereka akan mampu menjual keluaran yang dihasilkan paling tidak sebesar pertambahan yang diperkirakan.

2.6 Break Even point (BEP)

2.6.1 Pengertian Break even point (BEP)

Menurut Herjanto (2008:151) analisis pulang pokok (*Break even analysis*) adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik dalam kurva biaya –pendapatan yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan. Titik tersebut disebut sebagai titik pulang pokok (Break even point, BEP)

Dalam menganalisis titik pulang pokok diperlukan estimasi mengenai biaya tetap, biaya variabel, dan pendapatan.



Sumber: Herjanto (2008:152)

Gambar 2.1
Model Dasar Analisis Break Even Point (BEP)

Gambar 2.1 menunjukkan model dasar analisis *Break-even*, dimana garis pendapatan berpotongan dengan garis biaya pada titik BEP. Sebelah kiri BEP menunjukkan daerah kerugian, sedangkan

sebelah kanan menunjukkan daerah keuntungan. Model tersebut memiliki asumsi dasar bahwa biaya per unit ataupun harga jual per unit dianggap tetap/konstan, tidak tergantung dari jumlah unit yang terjual.

2.6.2 Rumus Perhitungan *Break even point* (BEP)

Dengan menggunakan pendekatan pendapatan sama dengan biaya, rumus BEP menurut Herjanto (2008:153) dapat diperoleh sebagai berikut:

$$TR = TC$$

$$P.Q = F + V.Q$$

$$BEP (Q) = \frac{F}{P - V}$$

$$BEP (Rp) = BEP (Q) \times P$$

$$= \frac{F}{P - V} P$$

$$BEP (Rp) = \frac{F}{1 - V/P}$$

Apabila keuntungan dinyatakan dengan π , volume yang diperlukan untuk menghasilkan keuntungan tertentu dapat dicari dari persamaan berikut ini:

$$= TR - TC$$

$$= P.Q - (F + V.Q)$$

$$= (P - V) \times Q - F$$

$$Q = \frac{F + \pi}{P - V}$$

$$\text{atau } Q = BEP + \frac{\pi}{P - V}$$

apabila unsur pajak terhadap keuntungan (t) dimasukkan dalam analisis, rumus diatas berubah menjadi sebagai berikut:

$$Q = \frac{F + \pi / (1 - t)}{P - V}$$

Atau $Q = BEP + \frac{\pi}{(1-t)(P-V)}$

Keterangan:

BEP (Rp) = titik *break-even* (dalam rupiah)

BEP (Q) = titik *break-even* (dalam unit)

Q (*Quantity*/Kualitas) = jumlah unit yang dijual

F (*Fixed cost*) = biaya tetap

V (*Variabel cost*) = biaya variabel per unit

P (*Price*/Harga) = harga jual netto per unit

TR (*Total Revenue*) = total pendapatan

TC (*Total Cost*) = total biaya

T (*Tax*) = pajak keuntungan

= laba atau keuntungan

Break Even Point tidak hanya dipakai untuk menentukan besarnya tingkat penjualan dalam keadaan *Break Even Point*, yang lebih penting rumus *Break Even Point* juga dapat digunakan untuk perencanaan laba yaitu menentukan tingkat penjualan pada laba yang dikehendaki atau yang direncanakan oleh perusahaan.

Oleh karena itu untuk perencanaan laba dapat dihitung dengan rumus dari Mulyadi (2001:236) sebagai berikut:

<p>nus dari Mulyadi (2001:236) sebagai berikut:</p> $BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{biaya tetap} + \text{biaya variabel}}{(1 - \text{biaya variabel})}$	<p>laba yang diinginkan</p>
---	-----------------------------

Sedangkan *Break Even Point* dalam unit untuk perencanaan laba dapat dirumuskan sebagai berikut:

$BEP(\text{unit}) = \frac{\text{biaya tetap} + \text{laba yang diinginkan}}{\text{harga jual per satuan} - \text{biaya variabel per satuan}}$

2.7 Defenisi Produk

Pengertian produk menurut Kotler dan Amstrong (Ginting, 2009:90), produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.