

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kewirausahaan

Berkewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik (Saiman, 2012: 41).

Wirausaha dapat diartikan sebagai kemampuan berpikir kreatif, berani mengambil resiko dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, dan proses dalam menghadapi tantangan hidup (Dewanti, 2008: 3).

2.2 Manajemen Produksi dan Operasi

Manajemen Produksi dan Operasi (MPO) merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya (atau sering disebut faktor-faktor produksi) – tenaga kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah dan sebagainya – dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk dan jasa (Handoko, 2010: 3).

Manajemen Operasi dan Produksi (*operations and production management*) secara umum dapat diartikan sebagai pengarahan dan pengendalian berbagai kegiatan yang mengolah berbagai jenis sumberdaya untuk membuat barang atau jasa tertentu (Pardede, 2005: 13).

Manajemen produksi dan operasi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengoordinasikan 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 (Assauri, 2008:19).

2.3 Perencanaan Kapasitas

2.3.1 Pengertian Perencanaan Kapasitas

Kapasitas produksi dapat diartikan sebagai jumlah maksimum output yang dapat diproduksi dalam satuan waktu tertentu (Yamit, 2011: 67).

2.3.2 Jenis-jenis Perencanaan Kapasitas

Menurut Yamit (2011: 68), jenis perencanaan kapasitas ada 2 (dua) jenis yaitu:

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

2.3.3 Metode Perencanaan Kapasitas

Menurut Yamit (2011: 69), metode perencanaan kapasitas diantaranya:

1. Metode *Break Even Point*
Metode *Break Even Point* (BEP) baik linier maupun non-linier, dapat digunakan untuk menentukan kapasitas produksi optimum. BEP dapat diartikan suatu keadaan dimana total, pendapatan besarnya sama dengan total biaya ($TR = TC$). Dapat pula diartikan laba sama dengan nol, atau *marginal income* atau *contribution margin* sama dengan biaya tetap ($MI = FC$), atau biaya tetap dibagi dengan *marginal income* (FC/MI), atau biaya tetap dibagi *marginal income ratio* (FC/MIR), atau biaya tetap dibagi satu min *variabel cost ratio* ($FC/1 - VCR$).
2. Metode *Linear Programing*
Metode *Linear Programing* (LP) merupakan teknik matematik dalam membantu manajemen untuk mengambil keputusan.

2.3.4 Perhitungan Perencanaan Kapasitas

Perhitungan perencanaan kapasitas penjualan dilakukan atas dasar perhitungan tingkat penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan.

Menurut Handoko (2000: 311), rumus break even point (BEP) untuk perencanaan laba dalam unit jika ada pajak adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{FC + \frac{\text{Laba yang diinginkan}}{1-t}}{P-V}$$

Keterangan:

Q = Kapasitas penjualan produk

FC = Biaya tetap

t = pajak

P = Harga jual

V = Biaya variabel/unit

2.4 Biaya

2.4.1 Pengertian Biaya

Biaya adalah kas dan setara kas yang digunakan untuk memperoleh manfaat atau keuntungan di masa yang akan datang atas pengorbanan dalam memproduksi barang atau jasa yang diharapkan (Purwanti dan Prawironegoro dalam Choiriyah, dkk, 2016).

2.4.2 Penggolongan Biaya

Menurut Herjanto (2008: 151) dalam melakukan analisis break even diperlukan estimasi mengenai biaya tetap, biaya variabel, dan pendapatan.

1. Biaya tetap (*fixed cost*)
Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan besar yang tetap, tidak tergantung dari volume penjualan, sekalipun perusahaan tidak melakukan penjualan. Misalnya, biaya depresiasi, pajak bumi dan bangunan, bunga kredit, dan gaji pimpinan.
2. Biaya variabel (*Variabel Cost*)
Biaya variabel (*Variabel Cost*) adalah biaya yang besarnya bervariasi sesuai dengan jumlah unit yang dijual. Komponen utama biaya variabel adalah biaya tenaga kerja langsung dan material. Namun, biaya-biaya lain (seperti gas, listrik, atau air) yang pemakaiannya dipengaruhi oleh volume produksi juga merupakan komponen biaya variabel.
3. Pendapatan (*revenue*)
Pendapatan (*revenue*) merupakan elemen lain dalam analisis pulang pokok, besarnya bertambah sesuai dengan penambahan volume penjualan. Dalam analisis pulang pokok, biaya dan pendapatan diasumsikan berbentuk garis kurva linier.

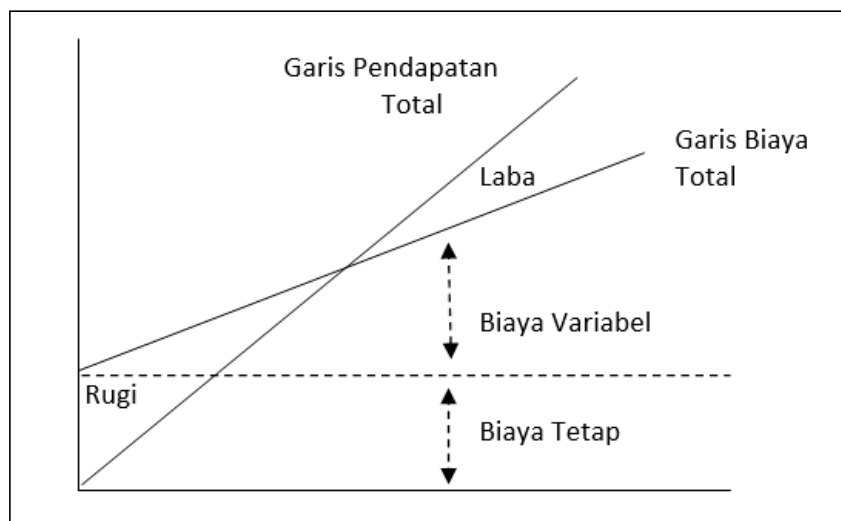
2.5 Break Even Point (BEP)

2.5.1 Pengertian Analisis Break Even Point (BEP)

Analisis *break even* adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik dalam kurva biaya-pendapatan yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan. Titik itu disebut sebagai titik *break even point* (BEP). Dengan

mengetahui titik *break even*, analis dapat mengetahui pada volume penjualan berapa perusahaan mencapai titik impasnya, yaitu tidak rugi tetapi juga tidak untung, sehingga apabila penjualan melebihi titik itu maka perusahaan mulai mendapatkan untung (Herjanto, 2008: 151).

Gambar 2.1 menunjukkan model dasar analisis *break even*, dimana garis pendapatan berpotongan dengan garis biaya pada titik *break even* (BEP). Sebelah kiri BEP menunjukkan daerah kerugian, sedangkan sebelah kanan BEP menunjukkan daerah keuntungan. Model ini memiliki asumsi dasar bahwa biaya per unit ataupun harga jual per unit dianggap tetap/konstan, tidak tergantung dari jumlah unit yang terjual. Meskipun dalam kenyataannya, biaya tetap dan biaya variabel per unit tidak selamanya konstan. Misalnya, dengan semakin bertambahnya volume produksi maka perusahaan harus menambah mesin dan ruangan sehingga jumlah biaya tetap bertambah. Demikian pula, dengan meningkatnya upah akan mengakibatkan perubahan variabel per unit.



Gambar 2.1 Model Dasar Analisis Break Even
Sumber: *Manajemen Operasi* (Herjanto, 2008: 152)

2.5.2 Rumus Break Even Point (BEP)

Menurut Herjanto (2008: 152) untuk memudahkan analisis, dipergunakan notasi sebagai berikut.

- BEP (rp) = titik pulang pokok (dalam rupiah)
- BEP (Q) = titik pulang pokok (dalam unit)
- Q = jumlah unit yang dijual
- F = biaya tetap
- V = biaya variabel per unit
- P = harga jual netto per unit
- TR = total pendapatan
- TC = total biaya

π = laba atau keuntungan
 t = pajak keuntungan

Dengan menggunakan pendekatan pendapatan sama dengan biaya, rumus BEP dapat diperoleh, sebagai berikut.

$$\begin{aligned} TR &= TC \\ P \cdot Q &= F + V \cdot Q \end{aligned}$$

dapat diperoleh:

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

$$\begin{aligned} BEP(rp) &= BEP(Q) \cdot P \\ &= \frac{F}{P - V} \cdot P \end{aligned}$$

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

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

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

Apabila unsur pajak terhadap keuntungna (t) dimasukkan dalam analisis, rumus di atas berubah menjadi sebagai berikut:

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

2.5.3 Rumus *Break Even Point* (BEP) Multiproduk

Menurut Herjanto (2008: 151), analisis pulang pokok dibedakan antara penggunaan untuk produk tunggal dan penggunaan untuk beberapa produk sekaligus (multiproduk). Kebanyakan perusahaan membuat atau menjual lebih dari satu produk dengan menggunakan fasilitas yang sama. Menghitung titik pulang pokok untuk setiap produk sukar meskipun biaya variabel dan harga jual setiap jenis produk diketahui. Hal ini disebabkan sukarnya menghitung biaya tetap untuk masing-masing jenis produk.

Untuk mengetahui posisi pulang pokok, biasanya dilakukan bukan untuk per jenis produk tetapi untuk keseluruhan produk yang dibuat/dijual perusahaan. Rumus BEP untuk produk tunggal tidak dapat langsung digunakan untuk multiproduk karena biaya variabel dan harga jual setiap jenis produk berbeda. Oleh karena itu, rumus tersebut harus dimodifikasi dengan mempertimbangkan kontribusi penjualan dari setiap produk.

Rumus titik pulang pokok untuk multiproduk, sebagai berikut.

$$\text{BEP}_{(Rp)} = \frac{F}{\sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{V_i}{P_i}\right) W_i}$$

Dimana:

- F = biaya tetap per periode
- V_i = biaya variabel per unit
- P_i = harga jual per unit
- W_i = persentase penjualan produk i terhadap total rupiah penjualan
($1 - V_i/P_i$). W_i = kontribusi tertimbang
- n = jumlah produk

$$\text{BEP}_{(Rp)} = \frac{F}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}}$$

Dimana:

- TVC = biaya variabel total
- TR = total pendapatan

Untuk menghitung BEP digunakan bantuan Tabel 1. Tabel ini bertujuan mencari nilai pembagi (nominator) dalam rumus BEP multiproduk atau merupakan jumlah kontribusi tertimbang semua tipe produk yang dijual.

Dalam kasus ini estimasi penjualan dinyatakan dalam unit, padahal harga setiap tipe produk berbeda satu sama lain. Untuk itu, harus dicari lebih dulu estimasi penjualan dalam rupiah (kolom 7), yaitu dengan mengalikan harga jual dengan jumlah unit terjual. Selanjutnya, dapat dihitung proporsi penjualan setiap tipe produk terhadap total penjualan (kolom 8) dan kontribusi setiap tipe produk terhadap total penjualan (kolom 9).

Tabel 2.1. Analisis Pulang Pokok untuk Multiproduk

Jenis Produk	Biaya Variabel (Rp/unit)	Harga Jual (Rp/unit)			Estimasi Penjualan (Unit/th)	Estimasi Penjualan (Rp/th)	Proporsi thd. Total penjualan	Kontribusi tertimbang
	V	P	V/P	1-V/P	S	R	W	(1-V/P).W
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)

Sumber: *Manajemen Operasi (Herjanto, 2008: 157)*

Keterangan:

- W = Persentase penjualan produk terhadap total penjualan
V = Biaya variabel per unit
P = Harga jual per unit
S = Penjualan/tahun
R = P x S

Untuk mengetahui berapa unit yang harus terjual untuk masing-masing produk dalam rangka mencapai BEP dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$BEP_{(Rp)} \text{ per jenis produk} = W \times BEP_{(Rp)} \text{ multiproduk}$$

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

2.5.4 Kegunaan Analisis Break Even Point (BEP)

Menurut Kasmir dalam Choiriyah, dkk (2016), terdapat beberapa manfaat didalam analisis *break even point* (BEP) bagi manajemen perusahaan, diantaranya sebagai berikut:

1. Mendesain spesifikasi produk.
2. Menentukan harga jual persatuan.
3. Menentukan target penjualan dan penjualan minimal.
4. Memaksimalkan jumlah produksi dan penjualan.
5. Merencanakan laba yang diinginkan serta tujuan lainnya.

2.5.5 Keterbatasan Analisis Break Even Point (BEP)

Ada beberapa keterbatasan yang perlu untuk diketahui dalam analisis *break even point* menurut Keown, dkk dalam Choiriyah, dkk (2016), adalah sebagai berikut:

1. Hubungan biaya, volume, laba diasumsikan meningkat secara linier.

2. Kurva total pendapatan (kurva penjualan) diasumsikan meningkat secara linear sesuai dengan volume *output*.
3. Diasumsikan perpaduan antara produksi dan penjualan relatif tetap.
4. Diagram *break even* dan perhitungan *break even* merupakan bentuk analisis statis.

2.6 Contribution Margin (CM)

Margin kontribusi atau laba merupakan jumlah yang tersisa dari hasil penjualan yang tersedia setelah dikurangi dengan biaya variabel (Carter dan Usry dalam Choiriyah, dkk: 2016).

Berikut adalah persamaan dari rumus *contribution margin*:

$$\text{Contribution Margin} = \text{Pendapatan penjualan} - \text{Biaya variabel}$$

Sumber: Mulyadi dalam Choiriyah, dkk (2016)

Rumus yang digunakan untuk Marjin Kontribusi per unit adalah sebagai berikut:

$$\text{Marjin Kontribusi}_{(\text{Unit})} = \text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}$$

Sumber: Carter dalam Choiriyah, dkk (2016)

2.7 Perencanaan Penjualan

Suatu perusahaan dapat merencanakan tingkat penjualan minimal yang hendak dicapai agar memperoleh suatu keuntungan setelah perusahaan tersebut menetapkan besarnya keuntungan yang diharapkan.

Perhitungan dalam merencanakan tingkat penjualan dalam unit dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Penjualan}_{(\text{Unit})} = \frac{(\text{Biaya tetap} + \text{target laba})}{\text{Marjin kontribusi per unit}}$$

Sumber: Horngreen, dkk dalam Choiriyah, dkk (2016)

Rumus untuk mengetahui tingkat penjualan dalam rupiah adalah sebagai berikut:

$$\text{Penjualan}_{(\text{Rp})} = \frac{(\text{Biaya tetap} + \text{target laba})}{\text{Marjin kontribusi per unit}}$$

Sumber: Horngreen, dkk dalam Choiriyah, dkk (2016)

2.8 Perencanaan Laba

Menurut Carter dalam Choiriyah, dkk (2016), menyatakan bahwa “perencanaan laba (profit planning) adalah tahapan pengembangan dari suatu rencana operasi guna untuk mencapai tujuan dari perusahaan.”

Perencanaan laba dapat dapat dijadikan pedoman manajemen untuk mengontrol dan mengendalikan arah kegiatan yang sudah terealisasi maupun yang masih dalam perencanaan. Manajemen perusahaan akan dipermudah untuk mengevaluasi hasil dari kegiatan-kegiatan secara tepat dalam pengembalian suatu kebijakan, oleh karena itu tingkat kinerja dari manajemen perusahaan dapat dinilai dari kemampuan salah satu fungsi dasarnya untuk merencanakan laba (Choiriyah, dkk: 2016).

Menurut Putra dalam Noviani (2017) perencanaan laba adalah salah satu bagian hal yang sangat penting dalam manajemen suatu perusahaan. Dalam menciptakan nilai tambah ekonomis tersebut, pimpinan perusahaan harus mampu menggunakan, memanfaatkan, dan memaksimalkan sumber daya perusahaan (output) yang diperoleh dari sumber daya yang terbaik (input).

2.9 Hubungan antara *Break Even Point* dengan Tingkat Penjualan dan Laba

Menurut Choiriyah, dkk (2016), analisis *break even point* sangat bermanfaat untuk merencanakan penjualan dan laba perusahaan, dengan mengetahui besarnya *break even point* maka dapat menentukan berapa jumlah minimal produk yang harus dijual dan harga jualnya untuk meningkatkan laba perusahaan. Penerapan analisis *break even point* merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk menetapkan harga dengan cara menentukan biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan tingkat laba yang diharapkan.