

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Palembang adalah salah satu kota di Indonesia yang memiliki banyak keragaman budaya. Tidak hanya makanan adatnya saja yang terkenal hingga mancanegara seperti pempek, tekwan, model, kerupuk, kemplang, dan sebagainya. Kota Palembang juga memiliki salah satu karya budaya yang ditetapkan sebagai warisan budaya tak benda Indonesia yaitu songket Palembang. Kain khas Palembang ini dibuat menggunakan alat yang disebut “dayan” untuk menenunnya. Pada umumnya, songket Palembang ini dipakai sebagai pakaian adat oleh masyarakat Palembang untuk mengadiri ritual adat seperti acara perkawinan atau upacara adat lainnya. Songket ini juga sering kali dipakai oleh penari Gending Sriwijaya sebagai busana tari.

Berdasarkan informasi yang dibaca oleh penulis dari internet bahwa Kota Palembang memiliki banyak industri pakaian adat songket Palembang. Hal tersebut tentunya akan menjadikan peluang bagi para pedagang untuk mendapatkan keuntungan. Pabrik kecil-kecilan yang didirikan untuk memproduksi kain songket banyak dilakukan karena kain songket sudah terkenal sampai ke tingkat nasional maupun internasional.

Sebuah penelitian yang dibaca dari hasil studi pustaka melalui media elektronik mengatakan bahwa keuntungan yang diinginkan oleh setiap badan usaha tentunya keuntungan yang maksimal yang diperoleh melalui penjualan barang hasil produksi. Keuntungan itu akan didapat apabila suatu produk yang dijual dapat terjual habis dipasaran. Jika laba yang dihasilkan oleh suatu usaha cukup besar dan mencapai laba maksimal, maka usaha tersebut dapat dikatakan telah berhasil melakukan dan merencanakan proses produksi suatu barang atau jasa dengan sangat baik.

Pada penelitian ini penulis tertarik untuk memilih pabrik songket yang ada di Palembang sebagai objek penelitian yaitu Pabrik songket Fikri Koleksi yang bertempat di Jalan Kiranggo Wiro Sentiko No 500, 30 Ilir, Palembang ini telah

berdiri sejak tahun 1997, dimana jenis produk yang diproduksi adalah sarung songket, jumputan, dan kain tanjung.

Salah satu perencanaan yang dibuat dalam manajemen adalah perencanaan laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya. Dalam perencanaan laba hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi laba.

Dalam perencanaan laba memerlukan alat bantu berupa analisis biaya-volume-laba. Salah satu teknik analisis biaya-volume-laba adalah analisis *break even point*. Impas sendiri diartikan keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya. Dengan melakukan analisis *break even point*, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimal yang harus dicapai, agar tidak mengalami kerugian. Dari analisis tersebut, juga dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Analisis *break even* menyajikan informasi hubungan biaya, volume dan laba kepada manajemen. Sehingga memudahkan dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi pencapaian laba perusahaan dimasa yang akan datang.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan Songket Fikri Koleksi
Tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah Penjualan (pasang)	Total Penjualan
2020	457	Rp 1.169.076.000
2019	1.079	Rp 2.905.025.001
2018	2.159	Rp 3.178.305.004
2017	2.498	Rp 3.804.133.750
2016	3.028	Rp 5.205.618.000
Rata-Rata	1844,2	Rp 3.252.431.551

Sumber: Fikri Koleksi, 2016-2020

Dilihat dari data penjualan lima tahun ini mengalami penurunan jumlah dan hasil penjualan pada tahun 2020 yaitu sebanyak 457 pasang songket. Sedangkan pada tahun 2016 penjualan songket pada Fikri Koleksi dapat mencapai hingga 3.028 pasang songket. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan pemilik Fikri Koleksi, penurunan penjualan di tahun 2020 diakibatkan oleh pandemi covid-19 yang menyebabkan berkurangnya wisatawan Palembang dan konsumen songket. Hal ini disebabkan oleh, pembatasan jumlah kerumunan di tempat umum, seperti tempat wisata, acara pernikahan, acara adat, dan lain-lain.

Dalam *Break Even Point* terdapat beberapa aspek penentu, yaitu penjualan, biaya variable, dan biaya tetap. Sedangkan penurunan penjualan di Fikri Koleksi mengalami ketidakstabilan. Dari sisi lain juga, pandemic covid-19 menyebabkan berkurangnya pengunjung atau konsumen yang membeli produk songket. Namun, biaya-biaya tetap seperti biaya sewa bangunan, biaya listrik, komisi, dan biaya tetap lainnya terus berjalan. Sehingga hal tersebut akan mempengaruhi hasil penjualan serta laba yang didapatkan.

Ditinjau dari hal tersebut, aspek penjualan dan aspek variable tetap tersebut mengalami ketidakstabilan sehingga penulis ingin melakukan analisis perhitungan *Break Even Point* untuk menghitung laba yang diharapkan untuk penjualan songket di Fikri Koleksi. Sehingga penulis merasa penting menarik permasalahan ini menjadi bahan penelitian di bidang Manajemen Produksi dan Operasi dengan judul

“Analisis *Break Even Point* Dalam Membantu Perencanaan Laba Pada Fikri Koleksi”.

1.2 Rumusasn Masalah

1. Bagaimana analisis *Break Even Point* dalam membantu perencanaan laba pada Fikri Koleksi?
2. Berapa jumlah penjualan yang harus ditargetkan untuk mencapai laba yang telah ditetapkan?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menghitung besar titik impas pada produksi produk di Fikri Koleksi
2. Untuk mengetahui penjualan yang harus ditargetkan untuk mencapai laba agar tidak mengalami kerugian

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan proposal ini sebagai berikut:

a. Bagi Produsen atau Penjual

Penelitian ini dapat dijadikan masukan yang positif untuk pemilik Pabrik songket fikri koleksi Palembang agar dapat mengetahui dan menerapkan berapa jumlah produk dan penentuan harga yang sebaiknya dihasilkan agar keuntungan yang direncanakan dapat tercapai.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis sebagai penambah wawasan mengenai teori manajemen produksi dan operasi serta menambah tingkat pemahaman penulis dalam metode perhitungan secara matematis khususnya perhitungan *Break Even Point* untuk mengetahui bagaimana cara menganalisis perhitungan titik impas produk guna mencapai keuntungan yang direncanakan oleh suatu usaha atau perusahaan.

c. Bagi Pembaca

Hasil Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi pembaca yang ingin menambah wawasannya mengenai Mata kuliah manajemen produksi dan operasi. Dan juga dapat dijadikan contoh atau bahan acuan penelitian bagi mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya jurusan Administrasi niaga.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Analisa penelitian yang tepat dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka perlu adanya ruang lingkup pembahasan guna membatasi peneliti dalam melakukan pengambilan data. Peneliti melakukan penelitian di Pabrik Songket Fikri Koleksi dan objek penelitian ini adalah produk yang dihasilkan oleh Fikri Koleksi.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder seperti pada penjelasan dibawah ini:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2019:109). Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung oleh penulis dari hasil wawancara langsung dengan pemilik pabrik songket Fikri Koleksi.

2. Data Sekunder

Data primer adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Yusi dan Idris, 2019:109). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan dan data yang didapat langsung dari pihak Fikri Koleksi seperti sejarah singkat perusahaan, tujuan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, data produksi dan penjualan.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam penulisan laporan ini untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan ini yaitu:

a. Riset Lapangan

Riset Lapangan yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan dan menemukan informasi melalui penelitian secara langsung. Cara pengumpulan data yang diperlukan yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari pihak yang diwawancarai. (Yusi dan Idris, 2019:114).

Melakukan komunikasi tatap muka dengan pemilik Fikri Koleksi Palembang dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan guna memperoleh data yang dibutuhkan.

2. Dokumentasi

Melampirkan data-data sekunder yang diperoleh dari Fikri Koleksi Palembang. Sebagai pendukung, penulis juga melampirkan foto-foto tempat penelitian, proses pembuatan produk, bahan dan alat apa saja yang dibutuhkan, Karyawan-karyawan yang membantu proses pembuatan, serta objek-objek penting lainnya.

b. Studi Pustaka

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah (Sugiyono, 2017 : 291).

Pengumpulan data yang diperoleh dari mencari, membaca, dan mempelajari materi-materi yang berhubungan dengan apa yang akan dibahas pada penelitian ini khususnya mengenai Manajemen Produksi dan Operasi tentang analisis *break even point*. Teori dan informasi dapat diperoleh dari buku-buku, jurnal, majalah dan referensi lainnya.

1.5.4 Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif.

1. Metode Analisis Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (Yusi dan Idris, 2019: 108). Data Kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Dalam hal ini yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum objek penelitian, meliputi: Sejarah singkat berdirinya, letak geografis objek, visi dan misi, struktur organisasi

2. Metode Analisis Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. (Sugiyono, 2017:8). Jadi, data kuantitatif, yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Dalam penelitian ini, lebih banyak menggunakan analisis data kuantitatif, Adapun data yang diperlukan adalah: Biaya Variabel, dan Biaya Tetap. Analisis data dilakukan dengan mengevaluasi hasil perhitungan penentu harga jual oleh perusahaan, dan hasil perhitungan yang dilakukan penuli yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Menghitung Laba

- 1) Menentukan data biaya berupa biaya tetap dan biaya variable
- 2) Menghitung masing-masing tingkat biaya

b. Menghitung *Break Even Point*

Untuk menghitung *break even point* unsur-unsur yang diperlukan adalah:

- 1) Penggunaan Bahan Baku
- 2) Volume Penjualan
- 3) Harga Jual
- 4) Biaya Variabel
- 5) Biaya Tetap

Sedangkan rumus yang digunakan untuk *break even point* adalah :

a. Atas dalam rupiah

$$\text{BEP (dalam rupiah penjualan)} = \frac{\text{Total Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Total Biaya variabel}}{\text{Total harga Jual}}}$$

b. Atas dalam unit

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

Konsep Marjin Kontribusi dan Rasio Marjin Kontribusi adalah sebagai berikut:

1) Marjin Kontribusi (CM)

Marjin kontribusi adalah perbedaan arga jual per unit dan biaya variabel per unit atau juga disebut total *contribution margin* yang merupakan perbedaan antara jumlah penjualan dan jumlah biaya variabel. *Margin contribution* merupakan jumlah yang tersisa untuk menutup biaya tetap dan memberikan laba.

2) Rasio Marjin Kontribusi (RCM) Rasio marjin kontribusi adalah perbandingan antara marjin kontribusi (total penghasilan dikurangi

biaya variabel) dengan total penghasilan/penjualan. Rumus rasio margin kontribusi adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

Rasio margin kontribusi berfungsi dalam menetapkan kebijakan bisnis. Apabila rasio margin kontribusi perusahaan besar dan tingkat produksinya dibawah kapasitas maksimal maka dapat diprediksi adanya kenaikan laba operasi dari suatu kenaikan volume penjualan, sehingga perusahaan bisa mengambil kebijakan dengan lebih mempromosikan barang karena perubahan pada laba operasi akan dihasilkan dari perubahan volume penjualan. Sebaliknya apabila dalam usaha perusahaan mempunyai margin kontribusi yang kecil maka perusahaan bisa mengambil kebijakan dengan mengurangi biaya dan beban usahanya.

Efek perubahan *sales mix* terhadap BEP dimana salah satu asumsi dasar dalam analisis BEP bagi suatu perusahaan yang menghasilkan dua macam produk atau lebih ialah tidak adanya perubahan dalam *sales mix*. *Sales mix* menggambarkan pertimbangan *sales revenue* antara beberapa macam produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Apabila ada perubahan *sales mix*, maka BEP secara total akan berubah.