

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Produksi dan Operasi

Menurut Handoko (2010:3), mendefinisikan manajemen produksi dan operasi sebagai usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya (atau sering juga disebut dengan faktor-faktor produksi), tenaga kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah dan sebagainya dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa. Para manajer produksi dan operasi mengarahkan berbagai masukan (*input*) agar dapat memproduksi berbagai keluaran (*output*) dalam jumlah, kualitas, harga, waktu dan tempat tertentu sesuai dengan permintaan konsumen.

Sedangkan menurut Assuari (2016:1), pada dasarnya manajemen operasi produksi adalah manajemen dari bagian suatu organisasi yang bertanggung jawab untuk kegiatan produksi barang dan/ atau jasa. Peran manajemen operasi produksi merupakan fungsi inti dari suatu organisasi yang harus dimanaje. Fungsi ini menggunakan upaya dalam menjalankan manajemen sistem atau proses untuk menciptakan barang dan/ atau memberikan jasa.

2.2 Jenis-Jenis Proses Produksi

Proses produksi adalah cara/metode/teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan dana) yang ada. Menurut Yamit (2011:125), jenis proses produksi dari berbagai industri dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Proses produksi terus-menerus atau kontinu

Proses produksi terus-menerus adalah proses produksi barang atau jasa dasar aliran produk dari satu operasi ke operasi berikutnya tanpa penumpukan disuatu titik dalam proses. Pada umumnya industri yang cocok dengan tipe proses produksi terus-menerus ini adalah yang memiliki karakteristik (1) output yang direncanakan dalam jumlah besar, (2) variasi atau jenis produk yang dihasilkan rendah, (3) produk bersifat standar.

2. Proses produksi intermeten

Proses produksi intermeten lebih banyak diterapkan pada perusahaan yang membuat produk dengan variasi atau jenis yang lebih banyak. Setiap jenis produk memerlukan garis-garis proses yang berlainan, dalam keadaan seperti ini sebaiknya dilakukan standarisasi dari komponen yang dapat digunakan banyak produk dan setiap jenis produk yang dihasilkan diperlukan pengawasan sendiri-sendiri.

3. Proses produksi campuran. Penggabungan seperti ini dimungkinkan berdasarkan kenyataan bahwa setiap perusahaan berusaha untuk memanfaatkan kapasitas secara penuh.

2.3 Break-Even Point

2.3.1 Pengertian *Break-Even Point*

Menurut Harahap (2018:358), *break-even point* berarti suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan. Total Biaya (Tetap dan Variabel) sama dengan Total Penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi.

Hansen dan Mowen (dalam Ponomban, 2013:1252), menyatakan “*Break-even point* adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol”.

Sedangkan Garrison, dkk. (2014:224), menyatakan “*Break-even point* (titik impas) sebagai tingkat penjualan yang dihasilkan ketika laba perusahaan adalah nol.

Menurut Herjanto (2004:71), analisis *break-even point* adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik, dalam unit dan rupiah yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan.

Sementara menurut Sigit (dikutip Choiriyah dkk., 2016:199), mengemukakan “Analisis *break even point* atau titik impas merupakan suatu cara yang digunakan oleh manajer perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian”.

2.3.2 Manfaat Analisis *Break-Even Point*

Menurut Kasmir (2016:334), terdapat beberapa manfaat di dalam analisis *break-even point* bagi manajemen perusahaan diantaranya yaitu:

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual per satuan
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan laba yang diinginkan
6. Tujuan lainnya

Sementara menurut Purwanto (2006:196), Manfaat analisis *break-even point* yaitu:

1. Dapat dijadikan dasar atau landasan dalam merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencari laba tertentu (*profit planning*)
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan, seperti menentukan besarnya harga jual untuk mencapai laba yang diharapkan (*policy formulating*)
3. Sebagai bahan pertimbangan manajemen dalam mengambil keputusan tentang volume produksi, harga jual serta laba yang ditargetkan (*decision making*)
4. Dapat juga digunakan sebagai kerangka umum untuk mempelajari pengaruh ekspansi terhadap tingkat kegiatan operasi
5. Dalam menganalisis program modernisasi dan otomatisasi, dimana perusahaan akan beroperasi secara lebih otomatis dan lebih banyak mesin sehingga banyak biaya variabel yang berubah menjadi biaya tetap, analisis *break-even point* akan membantu menganalisis akibat dari perubahan biaya variabel menjadi biaya tetap. Faktor kunci yang menentukan adalah dampak perubahan volume terhadap profitabilitas jika perusahaan mempunyai hubungan yang berbeda antara biaya tetap dengan biaya variabel.

2.3.3 Asumsi Dasar Analisis *Break-Even Point*

Menurut Mulyadi (dikutip Choiriyah dkk., 2016:200), asumsi-asumsi yang mendasari analisis *break-even point* adalah sebagai berikut:

1. Variabilitas biaya dianggap mendekati pola perilaku yang diramalkan
2. Harga jual produk tidak berubah-ubah pada berbagai tingkat volume penjualan
3. Kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan
4. Harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah
5. Efisiensi produksi dianggap tidak berubah
6. Perubahan jumlah persediaan awal dan persediaan akhir tidak berpengaruh
7. Komposisi produk yang dijual tidak berubah
8. Satu-satunya faktor yang mempengaruhi biaya yaitu volume.

Sedangkan menurut Munawir (2007:1197), asumsi dasar yang digunakan dalam analisis *break-even point* adalah sebagai berikut:

1. Bahwa biaya harus dapat dipisahkan atau diklarifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel dan prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat.
2. Bahwa biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh. Biaya tetap adalah merupakan biaya yang selalu akan terjadi walaupun perusahaan berhenti beroperasi.

3. Bahwa biaya variabel akan berubah secara proporsional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan.
4. Harga jual persatuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
5. Bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualannya (*sales mix*) akan tetap konstan.

2.3.4 Metode Perhitungan *Break-Even Point*

Menurut Handoko (2010:309), untuk menghitung titik *break-even point*, perlu ditentukan terlebih dahulu biaya-biaya tetap variabel untuk berbagai volume penjualan. Ini dapat dilakukan untuk operasi keseluruhan atau proyek-proyek individual. Titik *break-even* merupakan titik dimana penghasilan total sama dengan biaya total. Atau dalam bentuk rumusan menjadi:

$$\begin{aligned} \mathbf{TR} &= \mathbf{TC} \\ \mathbf{P \times Q} &= \mathbf{FC + VC} \\ \mathbf{P \times Q} &= \mathbf{FC + (V \times Q)} \end{aligned}$$

Dengan keterangan:

- P = harga per unit
 Q = kuantitas yang dihasilkan
 FC = biaya tetap total
 V = biaya variabel per unit
 TR = Total Revenue (Pendapatan Total)
 TC = Total Cost (Biaya Total)

Karena Q kuantitas, adalah tidak diketahui padahal yang kita cari, kita dapat menggunakan aljabar untuk merumuskan kembali persamaan-persamaan ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \mathbf{P \times Q} &= \mathbf{FC + (V \times Q)} \\ \mathbf{FC} &= \mathbf{(P - V) Q} \end{aligned}$$

Dengan demikian, maka:

$$\mathbf{Q = \frac{FC}{P - V}}$$

Menentukan BEP dalam unit:

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

Menentukan BEP dalam rupiah:

$$\begin{aligned} \mathbf{BEP (Rp) &= BEP (Q) \times P} \\ &= \frac{FC \times P}{P-V} \\ &= \frac{FC}{1-V/P} \end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned} \pi &= TR - TC \\ &= PQ - (F + VQ) \\ &= (P - V)(Q - F) \end{aligned}$$

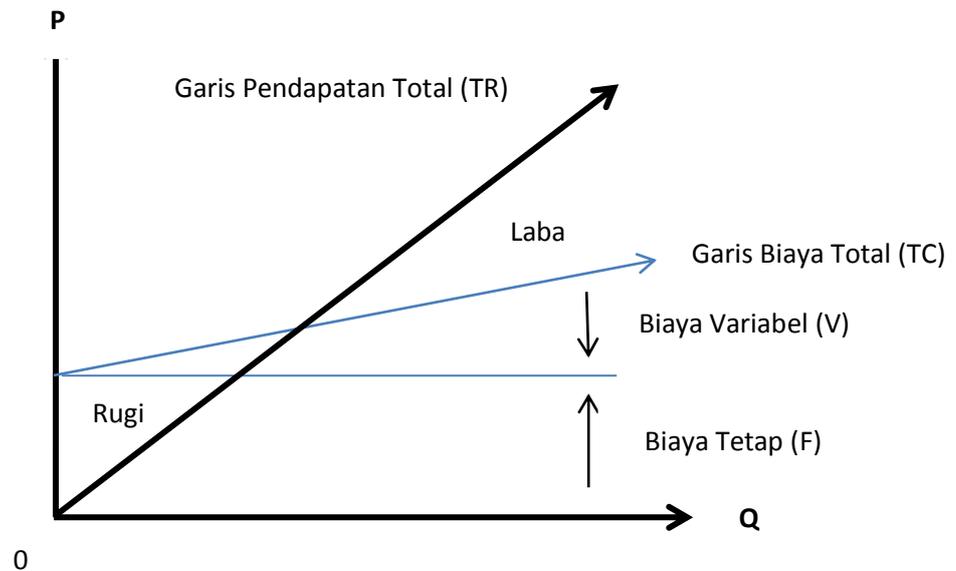
$$\mathbf{Q = \frac{FC + \pi}{P - V}}$$

Atau

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

Keterangan	:
BEP (Q)	: Break Even Point (BEP) dalam unit
BEP (Rp)	: Break Even Point (BEP) dalam rupiah
FC	: Fixed Cost (Biaya Tetap)
P	: Price (Harga Jual Per unit)
V	: Variable Cost (Biaya Variabel)
Q	: Quantity (Jumlah barang yang diproduksi)
TR	: Total Revenue (Pendapatan Total)
TC	: Total Cost (Biaya Total)
π	: Laba atau Keuntungan

Sedangkan perhitungan *Break-Even Point* (BEP) secara grafis dapat dijelaskan pada gambar berikut ini:



Gambar 2.1
Kurva *Break-Even Point* (BEP)
Sumber: Herjanto (2008:152)

Keterangan:

- (Q) Jumlah Unit yang Dijual
- (F) Biaya Tetap
- (V) Biaya Variabel
- (P) Harga Jual
- (TR) Total Pendapatan
- (TC) Total Biaya

2.3.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Break Even-Point*

Menurut Syamsuddin (dalam Ariyanti dkk., 2014:4), faktor-faktor yang mempengaruhi *break-even point* adalah sebagai berikut:

1. Perubahan Biaya Variabel
Meningkatnya *variable cost* per unit akan meninggikan tingkat *Break-Even Point*, sedangkan penurunan *variable cost* per unit akan mempunyai pengaruh yang sebaliknya.
2. Perubahan Biaya Tetap
Suatu perusahaan apabila meningkatkan *fixed operating cost*, maka tingkat *Break-Even Point* akan meningkat pula, demikian juga halnya bila *fixed operating cost* diturunkan, maka tingkat *Break-Even Point* pun akan bergerak turun ke titik yang lebih rendah.

3. Perubahan Harga Jual

Kenaikan harga jual per unit akan menurunkan tingkat *Break-Even Point* dan sebaliknya penurunan tingkat harga jual per unit akan membawa pengaruh terhadap menurunnya *Break-Even Point*.

2.4 Biaya

2.4.1 Pengertian Biaya

Menurut Hansen dan Mowen (dalam Jannah, 2018:89), Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagi organisasi.

2.4.2 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilaku Biaya

Menurut Riwayadi (2016:19), berikut ini tiga klasifikasi biaya berdasarkan perilakunya:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang totalnya tetap tanpa dipengaruhi oleh perubahan *output driver* aktivitas dalam batas relevan tertentu, sedangkan biaya per unit berubah berbanding terbalik dengan perubahan *output driver* aktivitas.

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsional terhadap perubahan *output driver* aktivitas, sedangkan biaya per unitnya tetap dalam batas relevan tertentu.

3. Biaya Semivariabel (*Semivariable Cost*)

Biaya semivariabel adalah biaya yang totalnya berubah secara tidak proporsional seiring dengan perubahan *output driver* aktivitas dan biaya per unitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan *output driver* aktivitas.

2.5 Perencanaan

Menurut Assauri (2016:308), Perencanaan merupakan aktivitas awal dan penting dalam kegiatan manajemen. Kegiatan perencanaan selalu diikuti dengan kegiatan pengorganisasian dan penyusunan staf, serta pengarahan dan pengawasan atau pengendalian. Pada dasarnya, perencanaan adalah kegiatan menetapkan tujuan dan sasaran organisasi, yang diharapkan akan dicapai, dan langkah-langkah kegiatan yang diharapkan akan dicapai.

2.5.1 Perencanaan Laba

Menurut Carter (dalam Ariyanti dkk., 2014:4), Perencanaan laba (profit planning) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan.

2.5.2 Manfaat Perencanaan Laba

Menurut Carter (dalam Ariyanti dkk., 2014:4), manfaat perencanaan laba adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah. Hal ini memungkinkan adanya peluang untuk menilai kembali setiap segi operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program.
2. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal ini dilakukan untuk menyelaraskan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita.
3. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama dari semua tingkatan manajemen.

2.5.3 Jenis Perencanaan Laba

Menurut Carter (dalam Ariyanti dkk., 2014:4), Jenis perencanaan laba yaitu:

1. Rencana Laba Strategik (Jangka Panjang) Rencana laba strategik jangka panjang merupakan suatu perencanaan perusahaan untuk jangka waktu yang relatif lama, yakni lebih dari satu tahun atau bahkan lebih dari lima tahun.
2. Rencana Laba Taktis (Jangka Pendek) Rencana laba taktis merupakan perencanaanperencanaan kegiatan tahunan suatu perusahaan.