

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen pelaku usaha yang mempunyai sumbangan cukup besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan (Badan Pusat Statistik 2017). Oleh sebab itu keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat dibutuhkan masyarakat khususnya masyarakat dengan kemampuan ekonomi dan keterampilan terbatas. Peranan penting UMKM dalam kehidupan masyarakat adalah sebagai tempat mendapatkan penghasilan dan mengembangkan potensi atau keterampilan yang mereka miliki (Maryati, 2014).

Sektor UMKM juga memberikan kontribusi yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia ketika terjadi krisis, dimana UMKM memiliki daya tahan menghadapi krisis ekonomi yang terjadi karena UMKM tidak banyak memiliki ketergantungan pada faktor eksternal seperti hutang dalam valuta asing, dan bahan baku impor dalam melakukan kegiatan operasionalnya (Malik dalam Maryati 2014).

UMKM dipilih sebagai titik perhatian Pemerintah dalam upaya pengentasan kemiskinan karena UMKM mempunyai karakteristik yang unik. Karakteristik UMKM menurut (Indriyatni, 2013) adalah:

1. Perputaran usaha (*turn over*) cukup tinggi.
2. Tidak sensitif terhadap suku bunga.
3. Tetap berkembang walaupun dalam situasi krisis ekonomi dan moneter.

4. Pada umumnya berkarakter jujur, ulet, lugu dan dapat menerima bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Hal yang dilakukan oleh pemerintah dalam memberikan ruang gerak pada usaha kecil adalah memberikan proporsional sekaligus memberdayakannya, hal ini disebabkan pengalaman pemerintah pada masa lalu yakni sektor reel yang dikuasai oleh perusahaan konglomerasi yang tidak didukung oleh kinerja yang baik, dan akibatnya perusahaan tersebut bangkrut akibat krisis yang terjadi, yang selanjutnya dalam skala yang lebih luas menjadikan rakyat Negara Indonesia menjadi terpuruk karena jumlah mereka yang sedikit ternyata sebagian besar perekonomian nasional. Di sisi lain, usaha kecil dan menengah yang jumlahnya sangat banyak mampu bertahan dalam situasi krisis tetapi mempunyai porsi peranan yang kecil dalam perekonomian nasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketahanan perekonomian nasional Indonesia sesungguhnya berada pada usaha kecil menengah yang secara masal merupakan skala ekonomi kerakyatan. Oleh sebab itu, pada usaha kecil dan menengah harus memiliki strategi agar produk yang dihasilkan lebih baik, berkualitas, selalu melakukan inovasi serta memperluas jaringan pemasaran (Arianty, 2017).

Permasalahan yang selalu dihadapi oleh usaha kecil dan menengah biasanya berkaitan dengan sulitnya mendapatkan bahan baku yang berkualitas tetapi harga yang tidak terjangkau, ketidakmampuan untuk memenuhi kewajiban finansial yaitu adanya keterbasan modal, kurang terampil dan kurangnya ketersediaan sumber daya manusia, pengelolaan pemasaran hasil produksi yang kurang profesional yaitu produk yang dihasilkan kurang inovatif serta promosi

yang dilakukan kurang menarik. Hal ini disebabkan pengetahuan yang dimiliki usaha kecil dan menengah sangat kurang dan terbatas (Arianty, 2017).

Dari hasil penelitian Djuaini (2009) bahwa strategi produksi adalah diversifikasi produk dalam hal bentuk maupun jenis, dalam bidang keuangan dengan menggunakan modal sendiri dan dari pinjaman bank serta tanpa pencatatan, dalam manajemen sumber daya manusia terdiri antara 10 – 25 orang pekerja, dalam pemasaran lebih pada kualitas produk dan kemasan. Penelitian lain menyatakan adanya hubungan antara kompetensi sumber daya manusia dengan kinerja usaha kecil menengah menunjukkan bahwa kompetensi sumber daya manusia yang terdiri dari pengetahuan (*knowledge*), ketrampilan (*skill*) dan kemampuan (*ability*) mempunyai pengaruh yang signifikan pada kinerja usaha kecil menengah. (Ardiana 2010).

Pemerintah Indonesia melalui berbagai kebijakan ekonomi telah berusaha mengembangkan dan memberdayakan usaha kecil dan menengah sebagai penopang bagi perekonomian nasional, baik sebagai penyedia lapangan kerja, lapangan usaha, maupun penghasil devisa Negara. Sebagaimana dikatakan dalam penelitian terdahulu Rahmana (2009) menyatakan usaha industri kecil dan menengah telah menunjukkan peranannya dalam penciptaan kesempatan kerja dan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto.

Jumlah pelaku usaha industri UMKM di Kota Poso terus mengalami pertumbuhan. Bahkan, beberapa tahun belakangan, populasi penduduk dengan usia produktif lebih banyak daripada jumlah lapangan kerja yang tersedia. Hal ini memicu khususnya para pemuda untuk menciptakan peluangnya sendiri dengan

membuka bisnis. Sebagian besar tergolong sebagai pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Pabrik Tahu Vira merupakan salah satu industri kecil dan menengah pembuatan tahu yang ada di kota Poso. Usaha pembuatan tahu masih dilakukan secara tradisional yang umumnya masih industri rumah tangga dengan tenaga kerja yang terlibat berasal dari dalam keluarga yang berjumlah 4 orang. Usaha pembuatan tahu yang dikelola oleh Pabrik Tahu Vira yang sebagian besar langsung dijual ke pasar terdekat yaitu pasar Sentral Poso. Usaha pengolahan tahu di Pabrik Tahu Vira adalah usaha yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan atau laba yang ditentukan oleh penggunaan biaya produksi, jumlah output yang dihasilkan dan harga jual.

Permasalahan yang terjadi pada usaha pembuatan tahu di Pabrik Tahu Vira adalah kurangnya pengetahuan pengusaha mengenai pengelolaan dan penggunaan modalnya, sehingga pengusaha kurang mengetahui apakah mendapatkan keuntungan atau mengalami kerugian. Keadaan mengetahui usaha mendapat keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian (titik balik modal) disebut dengan analisis pulang pokok (*Break Even Point*).

Ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Sedangkan laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga jual produk, Biaya, dan volume penjualan (Mulyadi, 2005). Jumlah pengeluaran biaya akan berpengaruh langsung terhadap penentuan besar kecilnya harga jual, penerapan harga jual akan mempengaruhi besar kecilnya volume penjualan, sedangkan volume penjualan akan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi akan

mempengaruhi besar kecilnya biaya. Tiga faktor itu saling berkaitan satu sama lain.

Dalam rangka memproduksi atau menghasilkan suatu produk baik barang maupun jasa, perusahaan terkadang terlebih dahulu merencanakan berapa besar laba yang ingin diperoleh. Artinya dalam hal ini besar laba merupakan prioritas yang harus dicapai industri, disamping hal-hal lainnya. Agar perolehan laba mudah ditentukan, salah satu caranya adalah industri harus mengetahui terlebih dahulu berapa titik impasnya artinya industri beroperasi pada jumlah produksi atau penjualan tertentu sehingga industri tidak mengalami kerugian ataupun keuntungan, (Kasmir 2011).

Pada umumnya suatu usaha dalam operasinya terlebih dahulu melakukan penjualan yang akan dicapai dalam tahun anggaran. Disamping itu, dalam pencapaian target penjualan tersebut, manajemen memerlukan informasi berupa volume penjualan minimum agar kegiatan usaha perusahaan tidak lagi mengalami kerugian, atau kalau misalnya volume penjualan yang ditargetkan tidak tercapai, seberapa banyak turunnya target penjualan tersebut yang tidak mengakibatkan timbulnya kerugian dalam usaha perusahaan. Dalam hal ini salah satu alat bantu yang digunakan manajemen adalah analisis *break event point*, yang merupakan bagian dari analisis biaya-volume-laba. Menurut Sigit (2002) yang diikuti oleh Wijayanti, dkk., analisis *break even point* adalah suatu alat atau teknik yang digunakan oleh manajemen untuk mengetahui tingkat penjualan tertentu perusahaan sehingga tidak mengalami laba dan tidak pula mengalami kerugian.

Analisis impas atau analisis hubungan biaya, volume, dan laba merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasikan dan menafsirkan data produksi

untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan. Impas diartikan keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dapat pula dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika pendapatan sama dengan jumlah biaya. Dengan demikian analisis impas (*break even*) adalah suatu alat yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan. Dengan diketahuinya titik impas tersebut dapat direncanakan tingkat-tingkat volume produksi atau volume penjualan yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Agar terhindar dari kerugian perusahaan harus dapat mengusahakan jumlah penjualan pada titik impas. Apabila volume penjualan tidak mencapai titik impas berarti perusahaan akan menderita rugi. Dengan demikian, analisis *break even point* dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi seorang manajer dalam membuat keputusan sehubungan dengan kegiatan penjualan atau produksi, (Suharto, 2015).

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin mengkaji lebih jauh lagi dalam suatu karya ilmiah dengan judul “Analisis *Break Even Point* (BEP) Pada Pabrik Tahu Vira di Poso.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan yaitu:

- 1.2.1. Berapa besar *Break Even Point* dalam unit dan rupiah pada Pabrik Tahu Vira di Poso
- 1.2.2. Berapa besar *Margin Of Safety* pada Pabrik Tahu Vira di Poso

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1.3.1. Besarnya *Break Even Point* dalam unit dan rupiah pada Pabrik Tahu Vira di Poso

1.3.2. Besarnya *Margin Of Safety* (batas penurunan penjualan pada Pabrik Tahu Vira di Poso)

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi Pabrik:

Sebagai salah satu bahan evaluasi bagi pabrik tahu Vira, sehingga dapat dipakai pertimbangan untuk rencana pengembangan usaha.

b. Bagi pihak lain:

Sebagai landasan atau bahan informasi untuk penulisan-penulisan yang selanjutnya.

c. Bagi peneliti:

Sebagai salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso Kabupaten Poso.

