

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba. Pada umumnya atau sebagian besar perusahaan bertujuan sama yaitu untuk memperoleh laba dari proses produksi yang mereka jalankan. Mendapatkan keuntungan atau laba dan besar kecilnya laba sering menjadi ukuran kesuksesan suatu manajemen.

Aulia Puspita K D (2012) menyatakan bahwa, manajemen memerlukan suatu perencanaan atas semua aktivitas yang sedang maupun akan dilakukan dalam upaya mencapai laba yang diharapkan. Salah satu perencanaan yang dibuat 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 penerimaan, penerimaan dipengaruhi oleh volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi laba.

Pengolahan hasil pertanian merupakan bagian dari agroindustri yang mengolah bahan baku yang bersumber dari tanaman, binatang dan ikan. Pengolahan yang dimaksud meliputi pengolahan berupa proses transformasi dan pengawetan melalui

perubahan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengepakan, dan distribusi. Pengolahan dapat berupa pengolahan sederhana seperti pembersihan, pemilihan (*grading*), pengepakan atau dapat pula berupa pengolahan yang lebih canggih, seperti penggilingan (*milling*), penepungan (*powdering*), ekstraksi dan penyulingan (*extraction*), penggorengan (*roasting*), pemintalan (*spinning*), pengalengan (*canning*) dan proses pabrikasi lainnya. Adapun ciri-ciri pengolahan diantaranya: dapat meningkatkan nilai tambah, menghasilkan produk yang dapat dipasarkan atau digunakan atau dimakan, meningkatkan daya saing dan menambah pendapatan dan keuntungan produsen. (Hidup Marsudi, 2013)

Pengolahan Abon ikan adalah olahan jenis makanan awetan yang terbuat dari ikan yang diberi bumbu, diolah dengan cara pengukusan dan penggorengan. Produk yang dihasilkan mempunyai bentuk lembut, rasa enak, bau khas, dan mempunyai daya simpan yang relatif lama.

Ikan sebagai komoditi utama di sub sektor perikanan merupakan salah satu bahan pangan yang kaya protein. Manusia sangat memerlukan protein ikan karena selain mudah dicerna, pola asam amino protein ikan pun hampir sama dengan pola asam amino yang terdapat dalam tubuh manusia (Afrianto dan Liviawaty, 1989). Disamping itu, kadar lemak ikan yang rendah sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia.

Namun demikian, ikan merupakan komoditi yang cepat mengalami pembusukan (*perishable food*). Pembusukan disebabkan oleh enzim, baik dari ikan itu sendiri maupun mikroba. Kadar air ikan segar yang tinggi mempercepat proses perkembangbiakan mikroorganisme pembusuk yang terdapat di dalamnya. Daya tahan

ikan segar yang tidak lama, menjadi kendala dalam usaha perluasan pemasaran hasil perikanan. Bahkan sering menimbulkan kerugian besar pada saat produksi ikan melimpah. Oleh karena itu, sejak lama masyarakat berusaha melakukan berbagai macam proses pengolahan pascapanen ikan guna meminimalkan kendala tersebut.

Pada dasarnya proses pengolahan pascapanen ikan bertujuan untuk mengurangi kadar air dalam daging ikan. Penurunan kadar air ini bisa menghambat perkembangbiakan mikroorganisme dalam daging ikan sehingga produk olahan ikan akan memiliki daya tahan lebih lama dibandingkan daging ikan segarnya.

Terdapat bermacam-macam cara pengolahan pascapanen ikan, mulai dari cara tradisional sampai modern. Salah satu diantara produk olahan ikan adalah abon ikan. Abon merupakan produk olahan yang sudah cukup dikenal luas oleh masyarakat. Badan Standardisasi Nasional (1995), mendefinisikan abon sebagai suatu jenis makanan kering berbentuk khas yang terbuat dari daging yang direbus, disayat-sayat, dibumbui, digoreng dan dipres. Pembuatan abon menjadi alternatif pengolahan ikan dalam rangka penganeekaragaman produk perikanan dan mengantisipasi melimpahnya tangkapan ikan di masa panen.

Abon ikan merupakan jenis makanan olahan ikan yang diberi bumbu, diolah dengan cara pengukusan dan penggorengan. Produk yang dihasilkan mempunyai bentuk lembut, rasa enak, bau khas dan mempunyai daya awet yang relatif lama. Sementara menurut Karyono dan Wachid (1982), abon ikan adalah produk olahan hasil perikanan yang dibuat dari daging ikan, melalui kombinasi dari proses penggilingan, penggorengan, pengeringan serta penambahan bahan pembantu dan bahan penyedap terhadap daging ikan. Seperti halnya produk abon yang terbuat dari

daging ternak, abon ikan cocok pula dikonsumsi sebagai pelengkap makan roti ataupun sebagai lauk-pauk.

Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan abon ikan pada dasarnya jenis ikan tersebut berdaging tebal dan harus memiliki serat kasar serta tidak mengandung banyak duri supaya mudah untuk dilakukan pengolahan, terutama dalam pengolahan ikan menjadi abon ikan. Ikan tersebut seperti ikan Lele, ikan Patin, ikan Tuna, ikan Cakalang dan lain-lain.

Proses pembuatan abon ikan relatif mudah sehingga bisa langsung dikerjakan oleh anggota keluarga sendiri. Peralatan yang dibutuhkan pun relatif sederhana sehingga untuk memulai usaha ini relatif tidak memerlukan biaya investasi yang besar. Oleh sebab itu, usaha pengolahan abon ikan ini bisa dilakukan dalam skala usaha kecil. Hal ini membuat usaha ini sangat berpotensi untuk dikembangkan di banyak wilayah di Indonesia yang memiliki sumberdaya perikanan yang melimpah.

Pengolahan abon ikan yang ada di Kota Tasikmalaya salah satunya dilakukan oleh Pengolah Ikan Jaya Mandiri yang bergerak dipengolahan ikan seperti Abon ikan lele, Abon ikan patin, Dendeng ikan mujair dan Goreng ikan *baby fish* mujair. Dikarenakan banyaknya produk olahan ikan yang dihasilkannya, maka peneliti memilih fokus ke produk Abon ikan lele dan Abon ikan patin, karena rekomendasi dari Dinas Pertanian Perikanan Kota Tasikmalaya bahwa pengusaha Jaya Mandiri untuk produksi abon ikan lele dan abon ikan patin produksinya konstan. Tetapi sampai saat ini belum melakukan analisis ekonomi untuk keberlanjutan kegiatan usahanya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang

perencanaan laba pada Pengolah Ikan Jaya Mandiri dengan pendekatan *break even point*.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah :

- 1) Berapakah *break even point* nilai penjualan & volume produksi abon ikan lele dan abon ikan patin yang dialami oleh Pengolah Ikan Jaya Mandiri?
- 2) Berapakah *margin of safety* atau batas keamanan abon ikan lele dan abon ikan patin agar jumlah penjualan pada Pengolah Ikan Jaya Mandiri boleh berkurang dari rencana semula sehingga tidak menderita kerugian?
- 3) Berapakah jumlah penjualan minimal abon ikan lele dan abon ikan patin yang harus dicapai untuk mencapai laba yang direncanakan Pengolah Ikan Jaya Mandiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

- 1) *Break even point* nilai penjualan & volume produksi abon ikan lele dan abon ikan patin yang dialami oleh Pengolah Ikan Jaya Mandiri.
- 2) *Margin of safety* atau batas keamanan abon ikan lele dan abon ikan patin agar jumlah penjualan Pengolah Ikan Jaya Mandiri boleh berkurang dari rencana semula sehingga tidak menderita kerugian.
- 3) Jumlah penjualan minimal abon ikan lele dan abon ikan patin yang harus dicapai untuk mencapai laba yang direncanakan pada Pengolah Ikan Jaya Mandiri.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

- 1) Penulis, sebagai pengetahuan dan wawasan serta pemahaman mengenai usaha yang dijalankan pada Pengolah Ikan Jaya Mandiri.
- 2) Pengusaha, sebagai informasi mengenai hasil analisis *break even point* yang dapat digunakan untuk menyusun perencanaan laba yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan laba pada usahanya.
- 3) Pemerintah, adanya kebijakan mengenai pengembangan pada Pengolah Ikan Jaya Mandiri.

1.5 Pendekatan Masalah

Perencanaan merupakan suatu hal yang harus diperhitungkan dan dipertimbangkan secara matang oleh perusahaan, karena dalam penyusunan perencanaan ini adalah langkah awal bagi manajemen untuk mengambil suatu keputusan atau kebijakan yang berhubungan dengan kehidupan operasional perusahaan.

Salah satu tujuan perusahaan adalah mencapai laba atau keuntungan sesuai dengan pertumbuhan perusahaan. Untuk mencapai laba yang semaksimal mungkin dapat dilakukan dengan tiga langkah sebagai berikut, yaitu:

- a. Menekan biaya produksi maupun biaya operasional serendah-rendahnya dengan mempertahankan tingkat harga, kualitas dan kuantitas.
- b. Menentukan harga dengan sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
- c. Meningkatkan volume kegiatan semaksimal mungkin.

Ketiga langkah-langkah tersebut tidak dapat dilakukan secara terpisah-pisah karena tiga faktor tersebut mempunyai hubungan yang erat dan saling berkaitan. Pengaruh salah satu faktor akan membawa akibat terhadap seluruh kegiatan operasi.

Salah satu perencanaan yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan adalah perencanaan laba. Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan (Carter, 2009). Adapun manfaat perencanaan laba menurut Milton F. Usrey and Matz Adolf (1993) meliputi:

- a. Memberikan pendekatan yang terarah dalam memecahkan permasalahan.
- b. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya maksimal.
- c. Mengarahkan penggunaan modal dan daya upaya pada kegiatan yang paling menguntungkan.

Pihak manajemen dengan adanya berbagai manfaat tersebut, merasa tergugah atau berpikir bagaimana agar perencanaan laba tersebut dapat berhasil yang akan berakibat pula pada keberhasilan suatu usaha. Perencanaan laba memerlukan alat bantu berupa analisis biaya, volume dan laba. Salah satu teknik analisis biaya, volume, dan laba adalah analisis *break even point*.

Menilai keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari sudut pandang ekonomis antara lain biaya, pendapatan, kelayakan usaha, dan analisis *Break Event Point* (BEP) (Ken Suratiyah, 2006). Menurut Abdul Halim (1996) “*break even* dapat didefinisikan sebagai titik pada saat pendapatan penjualan cukup untuk menutup semua biaya

produksi dan penjualan tetapi tidak ada laba yang diperoleh”. Menurut Hansen dan Mowen (2006) “Titik impas (*break even point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik di mana laba sama dengan nol”. Perusahaan mendapatkan pendapatan yang sama besarnya dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Menurut Henry Simamora (1999) “Titik impas (*break even point*) adalah volume penjualan dimana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak terdapat laba atau rugi bersih”. Hal tersebut dapat terjadi apabila perusahaan dalam operasinya menggunakan biaya tetap dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel. Analisis *break even point* merupakan salah satu bentuk analisis biaya, volume dan laba yang analisisnya menggunakan biaya variabel dan biaya tetap. Analisis *break even point* digunakan untuk menentukan tingkat penjualan untuk menutup biaya yang telah dikeluarkan perusahaan. Menurut Bambang Riyanto (2001) “Analisis *break even point* adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan”. Menurut Matz, Adolph (1992) “Analisis impas digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan agar semua biaya yang terjadi dalam periode tersebut tertutupi”. Menurut Harahap (2008) “pengertian *break even point* yaitu Suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi ini dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan. Total biaya (biaya tetap dan biaya variabel) sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba tidak ada rugi”. Menurut Bustomi dan Nurlala (2006) “Analisa titik impas adalah Suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang manajer perusahaan untuk mengetahui pada

volume (jumlah) penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian ataupun tidak pula memperoleh keuntungan”.

Beberapa uraian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa analisis *break even point* adalah suatu cara atau alat atau teknik yang digunakan oleh seorang petugas/manager perusahaan untuk mengetahui pada volume penjualan berapakah perusahaan tersebut tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian.

Asumsi-asumsi yang digunakan dalam analisis *break even point* menurut Soehardi Sigit (1990) yaitu :

- a. Bahwa biaya-biaya yang terjadi di dalam perusahaan yang bersangkutan dapat diidentifikasi sebagai biaya tetap dan biaya variabel.
- b. Biaya tetap tersebut akan tetap konstan.
- c. Biaya variabel tersebut akan tetap sama bila dihitung per unit produknya.
- d. Bahwa harga jual per unit akan tetap sama.
- e. Bahwa perusahaan yang bersangkutan menjual atau memproduksi hanya satu jenis barang. Jika ternyata memproduksi/menjual lebih dari satu jenis produk, maka produk-produk itu harus dianggap sebagai satu jenis produk dengan kombinasi (*mix*) yang selalu tetap.
- f. Bahwa produk habis terjual.

Analisis *break even point* memiliki kegunaan-kegunaan antara lain :

- a. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain serta mengetahui laba rugi perusahaan.
- b. Sebagai sarana merencanakan laba.
- c. Sebagai alat pengendalian (*controlling*) kegiatan operasi yang sedang berjalan.

- d. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual.
- e. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kebijakan perusahaan misalnya menentukan usaha yang perlu dihentikan atau yang harus tetap dijalankan ketika perusahaan dalam keadaan tidak mampu menutup biaya-biaya tunai (Kuswandi, 2005).

Grafik pada *break even point* dapat digambarkan sebagai titik perpotongan antara garis penjualan dengan garis biaya total. Adapun langkah-langkah dalam pembuatan grafik *break even point* akan dijabarkan menurut Garrison, Noreen, Brewer (2013) sebagai berikut :

- a. Menggambarkan Grafik *Total Revenue* (TR)

Grafik TR akan dimulai dari titik nol. Berarti pada saat itu perusahaan belum memperoleh pendapatan dan ketika itu pola produksi atau penjualannya sama dengan nol. Grafik ini akan naik dari titik nol ke kanan atas.

- b. Menggambarkan Grafik *Fix Cost* (FC)

Grafik biaya tetap ini sejajar dengan sumbu kuantitas dari kiri ke kanan. Berarti biaya tetap ini menunjukkan biaya yang tidak berubah walaupun produk yang dihasilkan berubah.

- c. Menggambarkan *Variabel Cost* (VC)

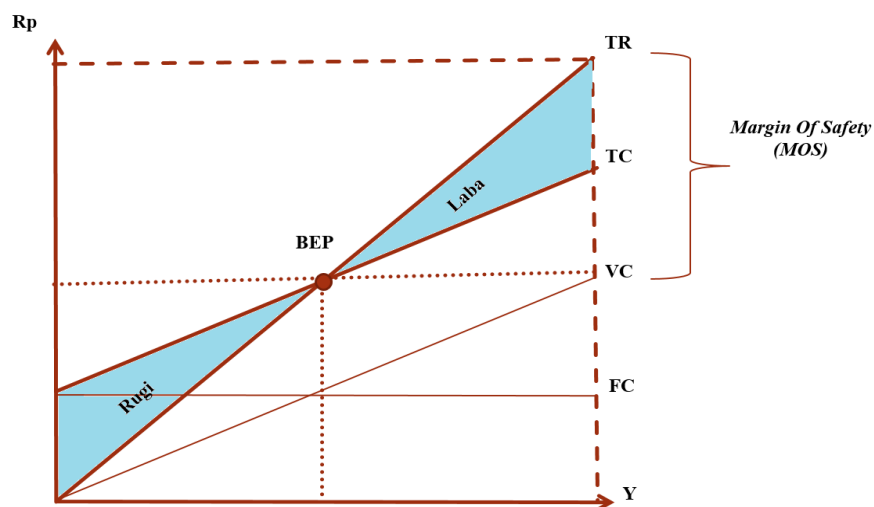
Dalam grafik biaya variabel ini merupakan biaya yang jumlahnya tergantung pada volume produksi yang dihasilkan sehingga biaya variabel ini memiliki karakteristik grafik seperti *total revenue* (TR) yang dimulai dari nol.

d. Menggambarkan *Total Cost* (TC)

Grafik *total cost* (TC) ini dimulai dari titik potong antara grafik FC dengan sumbu vertikal ke kanan atas memotong grafik. Grafik TC dimulai dari grafik FC karena titik TC merupakan penjumlahan antara *fix cost* (FC) dan *variabel cost* (VC). Ketika itu perusahaan belum berproduksi maka biaya total adalah sebesar dengan biaya tetap.

e. Daerah yang berada di bawah atau sebelah kiri *break even point* merupakan daerah dimana perusahaan menderita kerugian.

f. Daerah yang berada di atas atau di sebelah kanan *break even point* merupakan daerah dimana perusahaan memperoleh keuntungan.



Gambar 1. *Break Even Point* dan *Margin Of Safety*

Keterangan :

Y	: Produk
TR	: Penerimaan
FC	: Biaya Tetap
VC	: Biaya Variabel
TC	: Biaya Total
BEP	: Titik Impas (<i>Break Even Point</i>)

Soehardi Sigit (1990), menyatakan bahwa titik BEP adalah titik persilangan antara garis penjualan dan garis biaya total. Dari titik tersebut ke sebelah kiri terlihat segitiga yang menunjukkan daerah rugi (*loss area*), ke sebelah kanan sebuah segitiga yang menunjukkan daerah laba (*profit area*).

Lebih lanjut Soehardi Sigit (1990) menyatakan bahwa, salah satu asumsi dalam menghitung *break even* ialah bahwa perusahaan yang bersangkutan menjual/memproduksi hanya satu jenis barang (produk) saja. Apabila perusahaan itu membuat lebih dari satu jenis barang, maka harus diperlakukan seperti membuat satu jenis saja. Untuk maksud itu jenis dua jenis barang (atau lebih itu) harus selalu dalam perbandingan yang tetap baik perbandingan produksinya maupun perbandingan penjualannya (yang disebut dalam bahasa asing dengan istilah *product mix* dan *sales mix*). Apabila perusahaan itu membuat dua atau lebih jenis barang, maka pertanyaan kita adalah untuk mencapai *break even* perusahaan berapakan produk masing-masing itu dijual sehingga setelah dihitung dua jenis produk yang disatukan rugi-labanya itu menjadi nol. Ada beberapa kemungkinan, misalnya produk A dan produk B:

- a. Produk A memberikan laba, sedangkan produk B menderita kerugian, tetapi laba pada A dan rugi pada B itu sama besarnya.
- b. Kebalikan yang pertama, produk A menderita kerugian sedangkan produk B memberikan laba, yang sama besarnya.
- c. Kedua-duanya sama-sama tidak memperoleh laba, pun tidak menderita kerugian.

Margin of safety (MOS) atau batas keselamatan menurut Bambang Riyanto (2001) adalah angka yang menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan atau

dibudgetkan (*budgeted sales*) dengan penjualan pada *break even*. Dengan demikian maka, *Margin of safety* juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut perusahaan akan menderita kerugian.

Menurut Abdul Halim dan Bambang S (2005) “Margin Keamanan adalah selisih antara rencana penjualan (dalam unit atau satuan uang) dengan impas (dalam unit atau satuan uang) penjualan”. *Margin of safety* memberikan informasi tentang seberapa jauh realisasi penjualan dapat turun dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan maksimum harus sebesar *margin of safety* agar perusahaan tidak menderita kerugian.

Perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang besar lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang rendah, karena *margin of safety* memberikan gambaran kepada manajemen beberapa penurunan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga belum memperoleh laba.

Penjualan minimal dilakukan apabila telah menetapkan keuntungan yang diinginkan. Besarnya keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan, maka dibutuhkan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan tersebut dan begitu sebaliknya.