

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berbicara tentang perekonomian dunia yang saat ini sedang mengalami penurunan, ternyata ekonomi Indonesia masih mampu tumbuh walaupun kenaikan harga BBM yang fenomenal mempengaruhi daya beli masyarakat yang tinggi. Fenomena tersebut tidak cukup mempengaruhi daya beli masyarakat dikarenakan kebutuhan masyarakat yang semakin lama semakin meningkat dengan berbagai keinginan dan keadaan sosial, politik, budaya dan informasi saat ini.

Dilihat dari perkembangan ekonomi saat ini, Indonesia merupakan negara yang menempatkan sektor pariwisata sebagai sektor andalan untuk pemasukan devisa negara sekaligus peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia. Keragaman etnik dan keunikan budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia menjadi perhatian dan daya tarik wisatawan mancanegara (wisman) maupun wisatawan nusantara (winus). Berdasarkan fenomena diatas didukung oleh bukti yang tertera pada berita surat kabar liputan6.com sebagai berikut:

Prestasi membanggakan yang berhasil diraih Indonesia pada sektor ini. Pasalnya jumlah wisman ke Indonesia pada Pebruari 2015 mencapai 768.653, atau mengalami pertumbuhan 11,95% dibanding Pebruari 2014 yang berjumlah 702.666 wisman. Pencapaian wisman pada Pebruari 2015 tercatat sebagai rekor tertinggi dalam 10 tahun terakhir. Data BPS dan Pusdatin Kementerian Pariwisata (Kemenpar) menyebutkan, kunjungan wisman secara kumulatif pada Januari hingga Pebruari sebesar 1.509.692 wisman atau tumbuh 3,71% dibandingkan periode tahun lalu (www.liputan6.com, 2015).

Badan Pusat Statistik menyebutkan ada sebelas provinsi di Indonesia sebagai destinasi wisata yang paling sering dikunjungi oleh para turis antara lain adalah Bali, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, dan Banten (www.informasitoday.com, 2015). Jawa Barat merupakan wilayah Indonesia yang banyak diminati oleh wisman maupun winus untuk dikunjungi. Saat ini Bandung terpilih sebagai salah satu destinasi wisata favorit di kawasan Asia dan menempati posisi ke

empat setelah Bangkok, Seoul, dan Mumbai. Hasil tersebut didapatkan dari survei independen yang dilakukan terhadap wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara di situs jejaring sosial yaitu *facebook*. Kepala dinas pariwisata dan kebudayaan Jawa Barat, Nunung Sobari, mengatakan bahwa saat ini Bandung menempati urutan pertama sebagai kota favorit ASEAN (www.cnnindonesia.com, 2015). Tabel 1.1 merupakan rekapitulasi data kunjungan wisatawan yang datang ke Bandung pada tahun 2010 hingga 2014.

**Tabel.1.1**  
**Rekapitulasi Data Kunjungan Wisatawan Yang Datang Ke Bandung**  
**Pada Tahun 2010-2014**

No	Keterangan	2010	2011	2012	2013	2014
I	Jumlah kendaraan yang masuk via gerbang tol (Pasteur, Pasirkoja, Kopo, M.Toha, Buah Batu)	28.686.824	30.533.812	32.587.385	33.731.385	35.002.815
II	1. Jumlah pengunjung melalui gerbang tol.	65.442.916	69.674.507	73.976.993	76.765.354	79.164.501
	2. Jumlah pengunjung melalui (Bandara, Stasiun, Terminal)	7.990.407	6.388.447	6.524.071	7.703.615	7.038.837
	Jumlah	73.433.323	76.062.954	80.501.064	83.838.979	85.202.888
III	Wisatawan yang melalui pintu gerbang kedatangan					
	a. Wisman	228.449	225.585	176.855	176.432	180.143
	b. Wisnus	4.951.439	6.487.239	5.080.584	5.388.292	5.627.471
	Jumlah	5.179.888	6.712.824	5.257.439	5.564.724	5.807.564
IV	Wisatawan menginap					
	a. Wisman	180.603	194.062	158.848	170.502	176.487
	b. Wisnus	3.024.666	3.882.010	3.354.857	3.726.447	4.242.294
	Jumlah tamu menginap	3.205.269	4.076.072	3.513.705	3.897.429	4.418.781

Sumber : BPS kota Bandung, 2014

Berdasarkan bukti data di atas alasan wisatawan berkunjung ke kota Bandung adalah karena daya tarik wisata yang dimiliki. Hal tersebut didukung oleh UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menyebutkan bahwa:

Keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatnya taraf hidup masyarakat dan memperluas kesempatan kerja, mengingat semakin banyaknya pengangguran saat ini, meningkatnya kepedulian terhadap lingkungan serta melestarikan alam dan kebudayaan setempat.

Kegiatan pariwisata tidak lepas dari usaha-usaha di bidang pariwisata tersebut yang mendukung perkembangan pariwisata. Adapun Undang-Undang Kepariwisataan tahun 2009, pasal 14 mengenai usaha pariwisata yaitu meliputi daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi pariwisata, jasa perjalanan pariwisata jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi serta penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran.

Daya tarik wisata antara lain wisata budaya, wisata kesehatan, wisata olahraga, wisata industri, wisata sosial, wisata cagar alam, wisata kuliner, dan masih banyak lagi yang dikembangkan oleh masyarakat lokal. Salah satu daya tarik wisata yang cukup terkenal di Bandung antara lain wisata kuliner. Wisata kuliner adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan daya tarik makanan atau masakan, termasuk proses pembuatan dan budaya yang menyertainya atau gerak kegiatan wisata (Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataan Provinsi Jawa Barat, 2007, hlm. 397). Hal tersebut dijadikan peluang besar bagi masyarakat dan pemerintah daerah untuk mendukung industri di bidang ini salah satunya pengembangan pada industri restoran.

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Menurut Marsum (2005, hlm. 7) menyatakan bahwa “restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minum”. Restoran yang banyak menyediakan berbagai macam jenis makanan salah satunya adalah mie ayam baso yang cukup di gemari dari dulu

hingga kini termasuk di daerah Bandung. Salah satu restoran yang mengelola dan menjual mie ayam baso adalah Baso Bintang Avon. Baso Bintang Avon (BBA) adalah perusahaan perseorangan (*Sole Proprietorship*) dimana perusahaan perseorangan adalah suatu bisnis yang dimiliki dan dikelola oleh seorang individu, dimana orang tersebut menjalankan usahanya untuk mendapatkan keuntungan dari aktifitas bisnisnya (Sutarno, 2012, hlm. 6). BBA adalah salah satu *specialities restaurant* yang memproduksi mie ayam baso dengan varian isi seperti siomay, pangsit, dan tahu. Restoran ini sudah berdiri sejak tahun 1991 oleh bapak H. Maryono yang saat ini memiliki restoran di Jl.Ahmad Yani No.29A Bandung dan memiliki cabang restoran di Jl. Buah Batu No.1B Bandung. Perusahaan menjalankan kedua usahanya yang sudah berjalan satu tahun lamanya. Namun saat perusahaan menjalankan kedua restoran tersebut, terjadi penurunan pendapatan yang di hitung per empat bulan atau per kuartal yang di lihat dari bulan Agustus 2014 sampai dengan bulan Juli 2015 pada kedua tempat tersebut. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 dapat dilihat pendapatan pada periode 2014 hingga 2015.

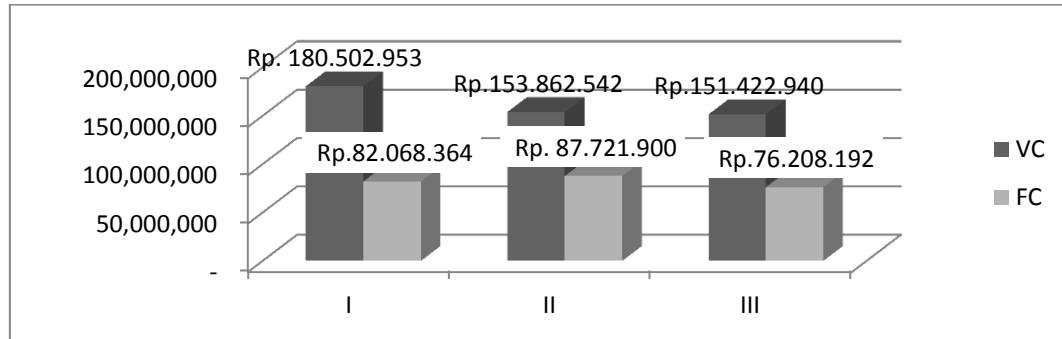
**Tabel 1.2**  
**Pendapatan Makanan BBA per-Kuartal**  
**Agustus 2014-Juli 2015**

Kuartal	Jumlah
I	Rp. 344.656.000
II	Rp.323.050.000
III	Rp.291.018.000

*Sumber : Baso Bintang Avon, 2015*

Dapat dilihat penurunan pada kuartal I dan II yaitu sebesar 6,27% dan pada kuartal II dan III mengalami penurunan sebesar 9,92%. Jika pendapatan menurun sudah sangat jelas pula laba perusahaan menurun, selain itu fenomena ekonomi nasional yang terjadi saat ini memberi dampak yang cukup berarti dialami oleh perusahaan secara internal maupun eksternal. Kenaikan harga BBM yang mempengaruhi kenaikan harga pada bahan baku, listrik, dan gas menjadi faktor eksternal yang paling menonjol membuat perusahaan harus merencanakan anggaran biaya rutin untuk operasional secara cermat dan bijaksana. Selain itu pengaruh

pendapatan yang menurun menjadi salah satu faktor internal, dimana perusahaan harus membayar biaya tetap untuk kelangsungan hidup perusahaan. Dapat dilihat pada grafik 1.1 merupakan rekapitulasi seluruh biaya operasional yang mengalami kenaikan.



**Gambar 1.3**  
**Grafik Pertumbuhan Biaya Operasional Agustus 2014-Juli 2015**

*Sumber : Baso Bintang Avon 2015*

Pada gambar 1.1 dapat di lihat perusahaan memiliki biaya tetap yang keadaannya tidak dapat di ubah yang terlihat semakin meningkat pada kuartal II sebesar 6,89% dan menurun kembali sebesar 13,13%. Hal tersebut berpengaruh bagi perusahaan untuk tetap mengalokasikan dana untuk biaya tetap tersebut. Biaya variabel adalah biaya yang dapat berubah sesuai dengan kebijakan perusahaan . Dapat dilihat pada kuartal II sebesar 14,76% dan menurun kembali pada kuartal III sebesar 1,59%. Apabila biaya variabel mengalami penurunan yang menandakan perusahaan mengalami penurunan pada volume produksi maupun penjualan. Dengan adanya penurunan volume produksi ataupun volume penjualan maka otomatis akan berpengaruh terhadap biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan. Alternatif penghematan biaya yang bisa dilakukan salah satunya adalah menekan biaya variabel misalnya bahan baku.

Perusahaan tentunya memiliki tujuan yang selalu mengarah pada tingkat penerimaan laba dengan penekanan biaya serendah-rendahnya agar dapat digunakan sebagai sumber dana untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam memenuhi kebutuhan perusahaan. Pencapaian laba tersebut dapat terealisasi apabila perusahaan

juga melakukan perencanaan terhadap target penjualan dan laba. Perusahaan harus dapat membuat perencanaan secara terpadu atas semua aktivitas yang dilakukan dalam upaya mencapai laba yang diharapkan oleh manajemen dan perusahaan.

Salah satu perencanaan yang harus dibuat oleh perusahaan adalah menyusun perencanaan target laba. Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan (Carter, 2009, hlm. 4). Perencanaan laba merupakan hal penting bagi korporasi untuk proses merencanakan keuangan, operasional produksi, dan menentukan volume produksi.

Dalam perencanaan maupun realisasinya manajer dapat memperbesar laba melalui langkah-langkah seperti menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada, menentukan harga jual produk sesuai laba yang diinginkan perusahaan yang dikehendaki dan meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin. Langkah-langkah tersebut tidak dapat dilakukan secara terpisah sebab seluruhnya mempunyai hubungan yang erat bahkan saling berkaitan.

Perencanaan laba memerlukan alat bantu berupa analisis biaya, volume, dan laba. Salah satu teknik analisis biaya, volume, dan laba adalah analisis *break even*. Analisis titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dengan kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian (Kasmir, 2010, hlm. 185). Melalui analisis ini, dapat diketahui kondisi industri yang mampu menjual produknya dengan jumlah tertentu, sehingga tidak menderita kerugian tetapi juga tidak memperoleh laba atau impas. Selain itu *Break even Point* (BEP) juga dapat digunakan untuk melihat seberapa jauhkah berkurangnya penjualan yang masih dapat ditoleransi agar perusahaan tidak menderita rugi dan juga untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh (Jumingan, 2008, hlm. 184).

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut, sangat penting bagi manajemen untuk mengetahui BEP perusahaannya. Dengan mengetahui titik impas) manajer perusahaan juga dapat menargetkan atau merencanakan jumlah penjualan

produk agar memperoleh keuntungan tertentu. Dari informasi yang diperoleh BBA belum menerapkan analisis BEP pada perusahaannya. Mengingat pentingnya analisis BEP bagi perusahaan sebagai salah satu alat bantu perencanaan penjualan dan laba. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Metode Break Even Point Terhadap Perencanaan Penjualan Dan Target Laba Pada Penjualan Restoran Baso Bintang Avon Di Kota Bandung**” dengan bertujuan perusahaan dapat mencapai keseimbangan antara perencanaan volume penjualan dan laba yang baik untuk periode yang akan datang dengan menggunakan analisis BEP.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah:

1. Bagaimanakah biaya operasional penjualan di Baso Bintang Avon kota Bandung?
2. Bagaimanakah BEP di Baso Bintang Avon kota Bandung?
3. Bagaimanakah penggunaan BEP terhadap pengambilan keputusan penjualan dan target laba di Baso Bintang Avon kota Bandung?

## **1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis biaya operasional penjualan di Baso Bintang Avon di kota Bandung.
2. Menganalisis BEP di Baso Bintang Avon di kota Bandung.
3. Menganalisis penggunaan BEP terhadap keputusan penjualan dan target laba di Baso Bintang Avon kota Bandung.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Penulisan penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat kegunaan teoritis maupun praktis sebagai berikut :

#### 1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini bisa berguna untuk pengembangan pengetahuan tentang analisis BEP terhadap perencanaan penjualan dan target laba pada sebuah perusahaan.

#### 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan tentang analisis BEP terhadap perencanaan penjualan dan laba di Baso Bintang Avon di kota Bandung.

#### 3. Kegunaan bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam menentukan kebijakan dan perhitungan yang tepat yang tepat dalam meningkatkan penjualan dan target laba dengan menggunakan analisis BEP.