

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perkembangan dunia usaha semakin berkembang dengan sangat cepat yang diikuti dengan adanya kemajuan teknologi, arus informasi maupun pengetahuan, dimana hal ini sangat dibutuhkan dalam lingkungan bisnis. Persaingan di dunia usaha yang semakin kompetitif menjadi tantangan bagi suatu perusahaan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Dalam menghadapi situasi yang demikian maka perusahaan dituntut untuk dapat bekerja lebih efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Suatu perusahaan dalam memproduksi maupun menjual suatu produk mengharapkan adanya suatu keuntungan. Karena itu tidak ada alasan perusahaan untuk menyatakan bahwa perusahaan tidak memerlukan keuntungan usaha, karena perusahaan membutuhkan berbagai jenis maupun jumlah pembiayaan untuk memenuhi kegiatan operasionalnya. Namun dalam realitanya walaupun perusahaan tidak menginginkan adanya kerugian akan tetapi bagi perusahaan yang baru berdiri untuk jangka waktu tertentu mungkin saja belum mendapatkan keuntungan karena besarnya biaya yang dikeluarkan belum dapat ditutupi oleh penerimaan yang dihasilkan. Untuk mengetahui kondisi suatu perusahaan yang tidak mengalami keuntungan maupun kerugian maka dilakukan analisis *break even point*. Kamaludin dan Indriani (2011:90) berpendapat bahwa analisis

break even point merupakan “analisis yang menunjukkan hubungan antara biaya dan volume produksi atau penjualan untuk mendapatkan suatu tingkat profitabilitas”.

Agar suatu perusahaan dapat mencapai *break even point* maka perusahaan harus dapat memproduksi suatu unit produk dalam jumlah tertentu, sehingga jumlah unit yang terjual dapat menutupi biaya tetap maupun variabel terkait dalam menghasilkan suatu volume penjualan. Analisis *break even point* ini juga digunakan oleh perusahaan sebagai dasar perencanaan penjualan untuk dapat menentukan target, atau seberapa banyak hasil produksi untuk dapat dijual. Dalam melakukan perencanaan penjualan tentu perusahaan harus mempertimbangkan kemampuan hasil produksi dan jumlah permintaan yang ada dipasar.

PT Trison Jaya Paperindo adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri kertas. Dalam perkembangannya PT Trison Jaya Paperindo memerlukan alat analisis yang akurat dan tepat terutama dalam merencanakan penjualan di masa yang akan datang. Selama ini perusahaan dalam melakukan perencanaan penjualan belum melakukan analisis *break even point* sehingga hasil yang diperoleh tidak sesuai yang diharapkan. Sehingga harapan perusahaan dengan menggunakan analisis *break even point* sebagai dasar untuk perencanaan penjualan dapat memperoleh perhitungan yang tepat dan akurat.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul “**Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan Pada PT Trison Jaya Paperindo Kediri.**”

B. Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan analisis *break even point* sebagai dasar perencanaan penjualan pada PT Trison Jaya Paperindo Kediri?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penerapan analisis *break even point* sebagai dasar perencanaan penjualan pada PT Trison Jaya Paperindo Kediri

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

- 1) Dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk melakukan analisis *break even point* sebagai dasar perencanaan penjualan.
- 2) Sebagai informasi bagi perusahaan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan suatu kebijakan perusahaan terhadap rencana – rencana yang sudah diambil.

b. Bagi Peneliti

- 1) Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai analisis *Break even Point* sebagai dasar perencanaan penjualan perusahaan pada praktik yang sesungguhnya.
- 2) Untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi perusahaan khususnya yang berhubungan dengan *Break Even Point* sebagai dasar perencanaan penjualan Untuk mengaplikasikan teori yang telah diterima selama kuliah mengenai analisis

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Break Even Point untuk membantu dalam menentukan perencanaan penjualan.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini digunakan sebagai referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama

