

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dunia usaha, banyak perusahaan yang bermunculan baik dalam skala kecil, menengah, atau besar dalam segala lini. Dari semua perusahaan yang ada, semua ingin mendapatkan keuntungan dari prosesnya. Dan jenis perusahaan bisa berbentuk PT, Firma, CV, atau perusahaan dipegang oleh satu orang. Selain itu, terdapat pula asosiasi bersifat nonprofit dengan tujuan sosial, seperti mengurangi pengangguran menawarkan beberapa jenis bantuan kepada kalangan tertentu dengan biaya yang terjangkau. Perusahaan yang lebih memiliki tujuan sosial ini disebut yayasan atau lembaga kemasyarakatan.

Bagaimanapun, dengan kondisi Indonesia dalam dunia bisnis sangat ketat. Bukan banyak perusahaan yang berkembang, tumbuh, dan besar dengan pesat. Namun ada juga yang mengalami penurunan penjualan hingga bangkrut. Dari sekian banyak perusahaan, banyak isu yang muncul dalam dunia bisnis. Salah satunya yang sering menerpa perusahaan adalah yaitu dengan mengendalikan aktivitas operasionalnya secara tepat. Karena jika terjadi kekeliruan dalam menentukan pengambilan keputusan, maka akan membawa kepada ketidakmampuan perusahaan untuk mengikuti persaingan bisnis yang ketat, serta pada akhirnya gagal dan mengalami kebangkrutan.

Bagi perusahaan yang memiliki aktivitas operasionalnya secara kompleks, mereka harus terus-menerus dihadapkan dengan tantangan manajemen agar dapat menjadi lebih efektif dan produktif. Agar dapat mengatasi

masalah tersebut seorang pimpinan wajib dituntut lebih professional dan siap melaksanakan dengan lebih teliti lagi

Ketidakstabilan perekonomian akhir-akhir ini telah menyebabkan fluktuasi ketidak seimbangan biaya bahan baku yang secara tidak langsung mengakibatkan daya beli konsumen tidak stabil pula dan cenderung mengalami penurunan. Secara tidak langsung memberi pengaruh bagi perseroan dalam menentukan harga pokok suatu produk dan volume produksinya. Dengan demikian peran manajemen sangatlah penting dalam penentuan suatu keputusan tepat untuk mensejajarkan persaingan bisnis dengan kompetitor lain, dan di harapkan dapat mencapai pendapatan yang lebih optimal. Hal tersebut dapat dicapai ketika pendapatan melebihi biaya absolut atau biaya produksi.

Untuk memperoleh target provit pendapatan, perusahaan harus memperluas tingkat kuantitas produksinya, dengan demikian perusahaan harus merancangnya terlebih dahulu, dan rancangan strategi tersebut digunakan sebagai konsep pedoman melakukan penjualan.

Dalam mengakumulasi konsep strategi pemasaran, manajemen membutuhkan data tentang pada tingkat strategi pemasaran apa yang harus dicapai perusahaan untuk menciptakan keuntungan (*provit*) atau dengan kata lain strategi apa yang harus dilakukan oleh perseroan untuk mencapai titik impas, atau pada kondisi apa perusahaan mengalami kerugian serta keuntungan. Pada situasi ini, salah satu konsep data yang dapat diaplikasikan dalam ilmu manajemen adalah dengan Analisa titik impas suatu produk (*break even point*). dengan konsep ini perusahaan diharapkan mengetahui titik dimana tidak akan mendapatkan provit keuntungan ataupun tidak mengalami kerugian. Selain itu,

pada konsep ini, Manajemen juga mengetahui, dan ingin menentukan, jumlah target penjualan yang harus dipenuhi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan. Oleh karena itu, analisis titik impas dapat mempengaruhi upaya pertumbuhan penjualan.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengarahkan penelitiannya tentang “PEMANFAATAN PENENTUAN TITIK IMPAS SEBAGAI UPAYA UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO). TBK”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan di atas, analisis menggambarkan definisi masalah yang digambarkan dalam ulasan ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana PT. Semen Indonesia menentukan titik impas (Break even point) sehingga bisa meningkatkan penjualan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Survey penelitian ini berkoordinasi langsung dengan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk Dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah hanya menggunakan penentuan titik impas sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk Penelitian ini pada dasarnya hanya mengkonfirmasi untuk memastikan pertumbuhan omset tahunan perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Untuk Peneliti

Menambah pemahaman dan informasi khususnya di bidang keuangan dan sebagai salah satu prasyarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi

B. Untuk Pengembangan ilmu

Berharap bahwa hasil dari tinjauan ini dapat memberikan kontribusi gagasan bagi manajemen dalam menyelesaikan Analisa titik impas yang mempengaruhi keuntungan perusahaan dimasa depan dengan memeriksa perolehan kembali titik impas pada periode yang lalu. Diharapkan dapat memperluas informasi tentang keuntungan yang akan diperoleh dengan pengaplikasian titik impas yang diaplikasikan pada PT. Semen Indonesia (*Persero*) Tbk.

C. Manfaat Secara Praktis

Hasil survei berikut diharapkan dapat menjadi tambahan acuan dalam penyusunan laporan penelitian berikutnya.