

# ANALISIS TITIK IMPAS (BREAK EVEN POINT) PADA UKM PRODUKSI TAHU KECAMATAN TEMBILAHAN HULU

Oleh :

Ahmad Resky Rahmadi<sup>1</sup>  
SM Guntur<sup>2</sup>

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Islam Indragiri, Jl. Soebrantas Tembilaan Hilir,  
Tembilaan, kabupaten Indragiri Hilir 29281*

email: <sup>1</sup>[ahmad.resky22@gmail.com](mailto:ahmad.resky22@gmail.com)  
<sup>2</sup>[guntur.al.qudshy@gmail.com](mailto:guntur.al.qudshy@gmail.com)

## **Abstrak**

*Biaya adalah merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan/industri sebagai akibat digunakan jasa-jasa ekonomi dalam hubungannya dengan tujuan perusahaan yakni untuk memperoleh penghasilan. Penjualan adalah pendapatan yang diterima dari hasil pertukaran barang atau jasa dan dicatat untuk satu periode akuntansi tertentu, baik berdasarkan kas (sebagaimana diterima) atau berdasarkan akrual (sebagaimana diperoleh). Break even point adalah suatu cara atau alat yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) dimana volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi.*

*Objek penelitian yang dipilih oleh penulis adalah industri yang bergerak dibidang memproduksi tahu, yang berlokasi di jalan Ahmad Yani Tembilaan Hulu Kabupaten Indragiri Hilir, Riau. Adapun pemilihan industri ini sebagai objek penelitian dikarenakan industri tersebut terdapat unit pengamatan yang relevan untuk penulisan kripsi ini. Variabel-variabel untuk menghitung break even point terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, serta penjualan/pendapatan industri tahu.*

*Dari hasil perhitungan diketahui bahwa penjualan minimum dalam unit yang harus diproduksi agar usaha tidak mengalami kerugian secara berturut-turut dari tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut tahun 2016 sebanyak 621.333 unit, tahun 2017 sebanyak 632.402 unit, tahun 2018 sebanyak 626.000 unit, tahun 2019 sebanyak 653.333 unit, tahun 2020 sebanyak 633.000 unit. Dan penjualan minimum dalam rupiah yang harus dicapai agar dapat memperoleh laba adalah tahun 2016 sebesar Rp. 151.053.484,6 ,tahun 2017 sebesar Rp. 154.244.552,8 ,tahun 2018 sebesar Rp. 155.721.393 ,tahun 2019 sebesar Rp. 162.251.655,6 ,tahun 2020 sebesar Rp. 155.147.058,8. Tingkat pendapatan dan jumlah penjualan produksi tahu ini dari tahun 2016-2020 melewati break even point sehingga usaha memperoleh keuntungan.*

**Kata Kunci : Break Even Point, Pendapatan.**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia kata bisnis sudah tidak asing lagi, bahkan memiliki peranan penting bagi pendapatan negara. Bisnis merupakan kegiatan dalam menjual produk atau jasa agar memberikan keuntungan bagi pemiliknya. G. Sampath

menyatakan pula bahwa bisnis adalah kegiatan ekonomi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan.

Faktanya bisnis tidak selalu berkaitan dengan perusahaan yang besar tetapi juga berkaitan dengan usaha-usaha yang tergolong kecil dan tidak memiliki aset yang besar seperti usaha kecil dan menengah (UKM). Usaha kecil dan

menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta usaha yang berdiri sendiri. Menurut keputusan presiden RI No.99 tahun 1998 pengertian usaha kecil dan menengah adalah “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”.

Di Indonesia, UKM adalah tulang punggung ekonomi Indonesia. Jumlah UKM hingga tahun 2019 sekitar 59,2 juta. UKM sangat penting bagi ekonomi di Indonesia karena menyumbang 60% dari produk domestik bruto (PDB), menampung 97% tenaga kerja sehingga mengurangi angka pengangguran yang ada di Indonesia.

Akses ke lembaga keuangan sangat terbatas sehingga baru 25% atau 13 juta yang mendapatkan akses ke lembaga keuangan. Pemerintah Indonesia melalui dinas koperasi dan UKM membantu pembinaan pengembangan usaha di masing-masing Provinsi atau Kabupaten serta di daerah-daerah yang berpotensi dalam usaha tersebut.

Kabupaten Indragiri Hilir mengalami pertumbuhan UKM yang sangat pesat terdapat lebih dari 800 UKM yang ada di Inhil dengan aktivitas perdagangan barang dan jasa. Karena itu Inhil sangat memiliki potensi perdagangan yang cukup besar baik perdagangan dalam negeri maupun perdagangan luar negeri, semua itu dapat dilihat dari meningkatnya aktivitas pasar dan komoditas yang diperdagangkan dengan nilai-nilai yang cukup besar. Sehingga mampu memberikan kontribusi bagi peningkatan pendapatan daerah dan devisa negara.

Produksi tahu di parit 10 adalah salah satu usaha kecil dan menengah yang berada di wilayah Indragiri Hilir tepatnya di kota Tembilahan yang bergerak

dibidang produksi tahu. Adapun dalam menjalankan usahanya pemilik produksi tahu memerlukan tempat usaha, karyawan, alat produksi dan bahan baku. Usaha produksi tahu ini mulai beroperasi pada tahun 2006 dengan memiliki 2 cabang dan menampung sekitar 17 tenaga kerja dan lokasinya berada di jalan Ahmad Yani Tembilahan Hulu dan di daerah Pulau Palas.

Analisis Break Even Point (BEP) atau titik impas yang merupakan teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya total, laba yang diharapkan dan volume penjualan. Dalam menganalisa Break Even Point sangat penting untuk mengetahui tingkat produksi dan berapa jumlah volume penjualan. Apabila usaha tahu tersebut mampu meningkatkan penjualannya, kemungkinan mampu meningkatkan jumlah keuntungan yang lebih besar.

Dalam menentukan analisis Break Even Point (BEP) biaya yang ada harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan tidak bertambah dengan adanya perubahan volume penjualan, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Masalah Break Even Point baru muncul apabila suatu usaha disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap.

Selanjutnya dapat dilihat biaya yang dikeluarkan, hasil penjualan dan pendapatan usaha produksi tahu pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1 Hasil Penjualan Usaha Produksi Tahu Tahun 2016-2020**

Tahun	Biaya (Rp)		Jumlah Penjualan (Potong)	Ukuran Tahu	Harga Tahu (Potong)	Hasil Penjualan (RP)
	Tetap	Variabel				
2016	93.200.000	127.300.000	830.000	3x5 cm 3x7 cm	400	332.000.000
2017	94.860.400	146.000.000	948.000			379.200.000
2018	93.900.000	143.000.000	900.000			360.000.000
2019	98.000.000	153.880.000	972.000			388.800.000
2020	94.950.000	147.350.000	950.000			380.000.000

Sumber : Usaha Produksi Tahu

Berdasarkan dari tabel diatas, menunjukkan bahwa jumlah hasil penjualan usaha produksi tahu ini cenderung mengalami fluktuasi atau naik turun setiap tahunnya dalam kurun waktu lima tahun terakhir, namun tidak terlalu signifikan, ada beberapa faktor yang menyebabkan fluktuasi produksi tahu adalah terdapatnya pesaing, persediaan bahan baku dan jumlah permintaan pasar. Dari hasil diatas juga dapat disimpulkan bahwa usaha produksi tahu sebagai salah satu usaha yang tetapeksis dalam perkembangan ekonomi di Tembilahan, dengan nilai jual yang selalu mengalami naik turun sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan data-data di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk penulisan dengan judul **“ANALISIS TITIK IMPAS (BREAK EVEN POINT) PADA UKM PRODUKSI TAHU KECAMATAN TEMBILAHAN HULU”**.

### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat dikemukakan

bahwa rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

“ Apakah titik impas (Break Even Point) pada UKM produksi tahu Kecamatan Tembilahan Hulu sudah tercapai? ”

### C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

- Untuk menganalisis break even point pada usaha produksi tahu Tembilahan Hulu periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2020.
- Untuk mengetahui sejauh mana kegunaan dan manfaat break even point pada usaha produksi tahu Tembilahan Hulu.

## LANDASAN TEORI

### A. Pengertian Perencanaan

Perencanaan merupakan langkah awal dalam menjalankan suatu usaha sebelum menentukan dalam pengambilan keputusan. Baik buruknya atau berhasil tidaknya keputusan dalam usaha tergantung dari matangnya rencana tersebut. Perencanaan merupakan fungsi

dari manajemen dalam suatu organisasi atau lembaga yang tujuannya kearah jangka panjang atau ke masa depan.

Perencanaan merupakan suatu pondasi bagi jalannya serta keberhasilan usaha. Dengan adanya perencanaan maka pihak manajemen akan lebih mudah menjalankan aktivitasnya. Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang sangat penting, dalam fungsi-fungsi ini ditentukan sasaran yang akan dicapai, dan fungsi tersebut membantu dalam mengidentifikasi peluang-peluang maupun ancaman di masa mendatang, dengan perencanaan para karyawan diharapkan dapat bekerja ke arah tujuan yang sama, sehingga dapat terhindar dari kekeliruan yang tidak diinginkan. Dengan terhindar kesalahan-kesalahan tersebut maka efisiensi dan efektivitas dapat berjalan dengan lancar. Efisiensi dan efektivitas menyebabkan biaya dalam usaha dapat ditekan seminimum mungkin sehingga tujuan usaha dapat dicapai dengan baik.

Fungsi perencanaan berkaitan dengan penetapan tujuan dan sasaran organisasi, serta penentuan strategi dan kebijaksanaan untuk mencapai tujuan yang dimaksud yang diimplementasikan dalam bentuk rencana kegiatan (program atau proyek) serta rencana penggunaan sumber-sumber ekonomi yang dinyatakan dalam satuan moneter (anggaran) dalam jangka pendek dan jangka panjang.

## **B. Biaya**

Biaya adalah merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan/industri sebagai akibat digunakan jasa-jasa ekonomi dalam hubungannya dengan tujuan perusahaan yakni untuk memperoleh penghasilan.

Menurut Mulyadi (2003 : 85) biaya adalah satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual. Biaya dapat digolongkan menurut : (1) Objek pengeluaran, (2) Fungsi pokok dalam

perusahaan. (3) Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai, (4) Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatandan (5) Jangka waktu manfaatnya

Menurut Subiyanto dan Suropto (2003 : 3) biaya adalah nilai yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diukur dengan nilai mata uang, penurunan aktiva atau kenaikan kewajiban, sedangkan beban adalah biaya yang bermanfaat dan telah dikorbankan.

Masiyah Kholmi dan Yuningsih mengemukakan bahwa secara terminologi biaya dapat dibedakan antara biaya (cost) dengan beban (expenses). Cost atau unexpired cost merupakan pengorbanan sumber ekonomi perusahaan yang digunakan untuk barang dan jasa. Sedangkan expenses atau expired cost adalah pengorbanan sumber ekonomi perusahaan yang digunakan untuk mengerahkan penghasilan.

Dalam hal ini Estes (2002 : 32) juga mengemukakan bahwa cost merupakan pengorbanan semua yang dapat dibebankan terhadap pendapatan segera atau ditetapkan sebagai aktiva (assets) untuk satu periode tertentu. Sedangkan expenses (beban) adalah harga perolehan barang, jasa dan fasilitas yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan periode berjalan.

Pada umumnya pola perilaku biaya yang diartikan sebagai hubungan antara biaya total dengan perubahan volume kegiatan. Berdasarkan perlakuannya dalam hubungan dengan volume kegiatan, menurut Mulyadi (2003 : 507) dapat menjadi tiga golongan yaitu :

### **a. Biaya Tetap**

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan tidak bertambah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya tetap atau biaya kapasitas merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu.

Jika dalam semua aktivitas bisnis menurun sampai ke titik nol, perusahaan akan melikuidasi dan menghindari semua biaya. Untuk meningkatkan di atas kapasitas, biaya tetap harus dinaikkan untuk meningkatkan volume. Biaya tetap dan biaya kapasitas merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu. Besar biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen. Biaya tetap dibagi menjadi 2 macam yaitu : (1) Biaya tetap diskresioner (*discretionary fixed cost*) dan (2) Biaya tetap terikat (*committed fixed cost*)

b. **Biaya Variabel**

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Bahan baku merupakan contoh biaya variabel yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi.

c. **Biaya Semi Variabel**

Biaya semi variabel adalah biaya yang sifatnya sebagian tetap dan sebagian lagi variabel. Biaya semi variabel ini berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan, misalnya biaya pemeliharaan mesin atau instalasi.

**1. Unsur-Unsur Biaya Produksi**

Biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan proses pembuatan sesuatu barang atau penyediaan jasa, yang mana biaya-biaya ini adalah sebagai dasar untuk menentukan harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya pabrik tidak langsung (*overhead pabrik*).

a. **Biaya Bahan Baku Langsung**

Biaya bahan baku langsung merupakan semua biaya bahan sebagai bagian integral dari barang jadi dan dapat langsung dibebankan kepada harga pokok dari yang diproduksi. Dengan kata lain

biaya bahan baku adalah perolehan dari bahan yang dipakai dalam pengelolaan proses produksi.

Menurut Niswonger (2001 : 235) semua biaya yang terjadi untuk memperoleh bahan baku dan menempatkannya dalam keadaan yang siap diolah merupakan harga pokok bahan yang dibeli, tidak hanya berupa harga yang tercantum dalam faktur saja, melainkan biaya menurut faktur ditambah transportasi masuk dikurangi retur dan potongan yang diterima dari penjual.

Dengan demikian biaya bahan baku tidak langsung termasuk biaya transportasi dan potongan yang diberikan kepada penjual. Pada umumnya biaya bahan baku langsung merupakan biaya yang paling besar dibandingkan dengan biaya-biaya lainnya dalam operasi perusahaan sehingga penggunaan bahan secara efektif dan efisien merupakan faktor penting menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan ditinjau dari sudut finansial.

b. **Biaya Tenaga Kerja Langsung**

Biaya tenaga kerja langsung menggambarkan kontribusi sumber daya manusia yaitu karyawan perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Meskipun zaman sudah modern tetapi tenaga manusia masih dibutuhkan, balas jasa yang mereka berikan kepada perusahaan para karyawan menerima imbalan yang disebut gaji atau upah.

Menurut Supriyono (2002 : 83) mengemukakan bahwa tenaga kerja langsung dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.

Kemudian menurut Kholmi dan Yuningsih (2004 : 16) tenaga kerja langsung adalah karyawan mengubah bahan baku menjadi produk atau menjadikan jasa kepada pelanggan.

Menurut Kholmi dan Yuningsih, tenaga kerja dapat ditelusuri pada barang atau jasa yang sedang diproduksi, pengamatan fisik dapat digunakan dalam mengukur kuantitas karyawan yang digerakan dalam memproduksi suatu produk atau jasa. Pada umumnya biaya tenaga kerja langsung terdiri dari :

- 1) Gaji pokok, yaitu upah yang harus dibayarkan kepada setiap karyawan sesuai dengan kontrak kerja, yang dapat dibayarkan secara harian, mingguan atau bulanan.
- 2) Upah lembur, yaitu upah tambahan yang diberikan kepada pekerja atau karyawan yang melaksanakan pekerjaan melebihi jam kerja yang ditentukan.
- 3) Bonus, yaitu upah tambahan yang diberikan kepada pekerja atau karyawan yang menunjukkan prestasi melebihi batas yang ditentukan.

#### c. Biaya Pabrik Tidak Langsung

Biaya pabrik tidak langsung merupakan biaya bahan tidak langsung, pekerja tidak langsung dan semua biaya pabrikasi lainnya tidak dapat dibebankan langsung ke pabrik tertentu. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya overhead adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada departemen produksi selain biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Adapun yang termasuk biaya tidak langsung ialah :

- 1) Biaya bahan penolong  
Biaya bahan penolong bahan yang bersifat sebagai bahan pembantu untuk proses pembuatan barang jadi, nilainya relatif kecil dibanding biaya produksi.
- 2) Biaya tenaga kerja tidak langsung  
Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya yang menangani produksi secara tidak langsung dan tidak dapat diidentifikasi

dengan produk selesai. Biaya ini tidak dikeluarkan secara langsung dalam produksi barang atau jasa tertentu.

- 3) Biaya reparasi dan pemeliharaan  
Biaya reparasi dan pemeliharaan adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka untuk menjaga bangunan pabrik dan mesin-mesin agar selalu siap untuk digunakan dalam proses produksi. Contoh biaya ini adalah suku cadang, pelumas, dan perlengkapan pabrik lainnya untuk menjaga pabrik dan peralatannya agar dalam kondisi siap pakai.
- 4) Biaya yang timbul atas penilaian aktiva tetap  
Biaya ini sering disebut juga dengan penyusutan. Contohnya biaya ini adalah penyusutan mesin dan penyusutan kendaraan.
- 5) Biaya yang timbul akibat berlalunya waktu  
Biaya yang timbul akibat berlalunya waktu adalah biaya yang diperhitungkan pada akhir periode. Contohnya biaya ini adalah biaya asuransi bangunan pabrik, biaya asuransi mesin dan biaya lain-lain.
- 6) Biaya yang memerlukan pengeluaran tunai lainnya  
Biaya overhead pabrik yang masuk dalam biaya ini adalah biaya listrik, biaya air dan biaya telepon.

Secara umum biaya overhead dibedakan atas :

- a) Biaya overhead tetap yaitu biaya overhead pabrik yang jumlahnya tetap walaupun volume produksinya bervariasi.
- b) Biaya overhead variabel yaitu biaya overhead pabrik yang jumlahnya berubah secara proporsional sesuai dengan perubahan volume produksi.

## 2. Tujuan Penggunaan Data Biaya

Manajer perusahaan menggunakan data biaya untuk pengambilan keputusan, mengevaluasi kinerja dan dalam mengendalikan operasi perusahaan. Kegiatan tersebut merupakan hal penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, perlu pemahaman lebih lanjut mengenai penggunaan biaya, apakah sudah digunakan dengan baik atau belum. Data biaya dapat digunakan untuk tujuan tertentu, antara lain :

### a. Perencanaan

Perusahaan menggunakan data biaya untuk memilih metode atau program pencapaian tujuanyang terbaik untuk masa yang akan datang. Perusahaan juga menggunakan data biaya untuk pembuatan anggaran yang digunakan untuk memperkirakan bahan baku, tenaga kerja dan teknologi. Hal di atas tersebut dapat dilakukan dalam tahapan perencanaan. Perencanaan tersebut berorientasi ke masa yang akan datang dan dapat berbentuk perencanaan jangka pendek dan jangka panjang.

### b. Pengawasan

Pengawasan diperlukan untuk membandingkan dan mengevaluasi, apakah anggaran atau program yang dibuat sudah dilaksanakan dengan benar sesuai dengan fungsi perencanaan. Tahapan ini adalah merupakan tahapan pemantauan terhadap pelaksanaan dari rencana yang sudah dibuat, baik yang berhubungan dengan pencapaian harga pokok standar digariskan pada anggaran, tetapi juga masalah- masalah penyusunan terhadap anggaran. Membandingkan anggaran dan standar dengan aktual dapat digunakan untuk pengendalian sehingga kinerja masing-masing divisi atau departemen dapat dinilai.

### c. Penetapan Harga

Pertimbangan yang diperlukan dalam penetapan biaya selain permintaan dan penawaran adalah biaya. Oleh karena itu, pertimbangan yang baik seorang manajemen dalam keputusan penetapan harga yaitu dengan memastikan pemulihan atas semua biaya dalam mencapai laba.

### d. Menentukan Laba

Akuntansi biaya dimulai dari proses produksi sehingga terbentuknya output atau produk yang dihasilkan. Pada akhirnya produk yang dihasilkan tersebut ditujukan untuk dapat menghasilkan laba. Laba yang dihasilkan dapat ditentukan dengan mengumpulkan seluruh biaya yang dikeluarkan yang kemudian akan dibandingkan dengan biaya-biaya lain. Penentuan laba tersebut tidak hanya dapat digunakan untuk keseluruhan perusahaan saja, tetapi juga dapat digunakan untuk pelaporan segmen dan lini produk.

### e. Pengambilan Keputusan

Akuntansi biaya dapat digunakan untuk memilih berbagai macam alternatif dalam pengambilan keputusan. Misalnya keputusan apakah suatu perusahaan akan menghentikan atau meneruskan suatu segmen yang secara terus menerus mengalami kerugian. Membuat atau membeli suku cadang, memproses suatu lini produk atau diproses lebih lanjut, perencanaan laba, memasuki pasar, mengembangkan suatu produk baru, membeli mesin baru. Berdasarkan informasi biaya maka perusahaan dapat mengambil keputusan baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang.

## C. Penjualan

Menurut Syahrul dan Muhammad Afdi Nizar (2000 : 716) penjualan adalah pendapatan yang diterima dari hasil pertukaran barang atau jasa dan dicatat

untuk satu periode akuntansi tertentu, baik berdasarkan kas (sebagaimana diterima) atau berdasarkan akrual (sebagaimana diperoleh).

Break even point sangat bermanfaat bagi manajemen dalam perencanaan penjualan. Dengan adanya break even point di dalam perencanaan penjualan pihak manajemen akan mengetahui berapa tingkat penjualan yang boleh turun agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Pada umumnya setiap perusahaan terdapat suatu bagian yang bertugas khusus dalam menangani penjualan yang biasa disebut departemen penjualan. Kinerja bagian ini diukur berdasarkan realisasi penjualan dibandingkan dengan budget penjualan. Di dalam menyusun budget penjualan banyak informasi yang sangat dibutuhkan, salah satunya adalah informasi break even point.

### 1. Perencanaan Penjualan

Agar penjualan yang dilakukan perusahaan terlaksana dengan baik, salah satunya yang harus dilakukan perusahaan adalah merencanakannya dengan seksama. Kegunaan perencanaan penjualan menurut Munandar (2000 : 50) adalah sebagai berikut :

#### a. Secara Umum

Semua budget, termasuk budget penjualan mempunyai tiga kegunaan pokok yaitu :

- a. Sebagai pedoman
- b. Sebagai alat pengkoordinasian kerja
- c. Sebagai alat pengawasan kerja yang membantu manajemen dalam memimpin jalannya perusahaan.

#### b. Secara Khusus

Budget penjualan berguna sebagai dasar penyusunan semua budget-budget dalam perusahaan, sebab bagi perusahaan yang menghadapi pasar yang bersaing budget penjualan harus disusun paling awal dari pada semua budget yang lain.

## 2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah :

### a. Faktor Internal

Faktor internal yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam perusahaan. Faktor ini dapat dikendalikan perusahaan, yang termasuk didalamnya adalah :

- a. Penjualan tahun-tahun yang meliputi kuantitas, kualitas, harga dan daerah penjualan.
- b. Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penjualan, antara lain penentuan laba yang diinginkan, penentuan BEP, margin of safety.
- c. Kapasitas produksi dan kemungkinan perluasnya.
- d. Tenaga kerja yang dimiliki.
- e. Modal.

### b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yaitu faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan, antara lain

- a. Keadaan persaingan pasar
- b. Posisi perusahaan dalam persaingan
- c. Tingkat pertumbuhan penduduk
- d. Elastisitas permintaan terhadap barang yang dihasilkan
- e. Budaya masyarakat
- f. Kebijakan pemerintah
- g. Keadaan perekonomian nasional atau internasional
- h. Kemajuan teknologi

## D. Harga Jual

### 1. Pengertian Harga Jual

Hansen dan Mowen (2001:633) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Menurut Mulyadi (2001:78) “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan

laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

## 2. Sasaran Penetapan Harga Jual

Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Menurut Boone dan Kurtz (2002:70) “ada empat kategori dasar atau sasaran penetapan harga, yaitu:

### a. Sasaran profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Para pemasar mengerti bahwa laba diperoleh dari selisih pendapatan dan beban. Dan juga pendapatan merupakan harga jual dikalikan dengan jumlah yang terjual. Berbagai teori ekonomi mendasari prinsip maksimalisasi keuntungan (profit maximization). Akan tetapi pada kenyatannya prinsip ini masih sulit diterapkan. Maka banyak perusahaan beralih pada sasaran profitabilitas yang lebih sederhana, yaitu Target Return Goal, dimana perusahaan menetapkan harga dengan tingkat profitabilitas yang diinginkan sebagai pengembalian finansial atas penjualan ataupun investasi.

### b. Sasaran volume

Pendekatan yang lain dalam strategi penetapan harga disebut maksimalisasi penjualan (sales maximization), para manajer menetapkan tingkat minimum profitabilitas yang dapat diterima dan kemudian menetapkan harga yang akan menghasilkan volume penjualan tertinggi tanpa menyebabkan laba turun dibawah level itu. Strategi ini memandang ekspansi penjualan sebagai suatu prioritas yang lebih penting bagi posisi persaingan jangka panjang perusahaan dari pada laba jangka pendek.

### c. Tingkat Kompetisi

Sasaran penetapan harga ini hanyalah untuk menyamakan harga dengan pesaing. Jadi perusahaan berusaha untuk menghindari perang harga dengan tidak menekankan elemen harga dari bauran pemasaran dan memfokuskan usaha persaingannya pada variabel selain harga seperti menambah nilai, meningkatkan kualitas, mendidik konsumen, dan menciptakan hubungan sasaran prestise. Pengaruh harga pada prestise membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan dan menjaga sebuah citra dari kualitas dan eksklusivitas. Para pemasar menetapkan sasaran tersebut karena mereka mengakui peran harga dalam mengkomunikasikan citra suatu perusahaan dan produk-produknya.

## 3. Strategi Penentuan Harga Jual

Harga yang ditentukan untuk sebuah produk akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan pada akhirnya tingkat laba. Perusahaan menentukan harga jual produknya dengan tiga dasar pertimbangan yaitu biaya produksi, suplai persediaan, dan harga persaingan.

### a. Penentuan harga berdasarkan biaya produksi

Pada strategi ini, perusahaan menentukan harga untuk sebuah produk dengan mengestimasi biaya per unit untuk memproduksi produk tersebut dan menambahkan suatu kenaikan. Jika metode ini digunakan, perusahaan harus mencatat semua biaya yang melengkapi

produksi sebuah produk dan diupayakan agar harga tersebut dapat menutupi semua biaya tersebut. Sebuah strategi harga harus menghitung skala ekonomis. Bagi produk atau jasa yang berada di dalam skala ekonomis, harga harus cukup rendah agar dapat mencapai volume tingkat penjualan yang tinggi sehingga biaya produksi mengalami penurunan.

**b.** Penentuan harga berdasarkan suplai persediaan

Pada umumnya perusahaan cenderung menurunkan harga jika mereka harus mengurangi persediaan.

**c.** Penentuan harga berdasarkan harga pesaing

Penentuan harga berdasarkan harga pesaing dibagi atas tiga yaitu:

- 1) Penentuan harga penetrasi, dimana perusahaan menentukan harga yang lebih rendah dari harga pesaing agar dapat menembus pasar. Keberhasilan penentuan harga penetrasi tergantung pada seberapa besar tanggapan konsumen terhadap penurunan harga dan juga perusahaan tidak perlu menggunakan strategi ini bila produknya tidak elastis terhadap harga karena kebanyakan konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing untuk mengambil keuntungan dari harga yang lebih rendah.
- 2) Penentuan harga defensive, dimana perusahaan menurunkan harga produk untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Selain itu beberapa perusahaan juga menurunkan harga untuk menyerang pesaing baru yang masuk ke dalam pasar, disebut dengan biaya predatori.
- 3) Penentuan harga prestise, harga prestise ditentukan dengan tujuan untuk memberikan kesan lini terbaik bagi produk

perusahaan. Perusahaan yang memiliki diversifikasi bauran produk akan menggunakan strategi penetrasi harga pada beberapa produk dan penentuan harga prestise untuk produk lainnya.

#### **4. Alternatif Strategi Penetapan Harga**

Banyak strategi-strategi khusus yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga barang dan jasa, yang berasal dari strategi pemasaran yang mereka rumuskan untuk mencapai keseluruhan sasaran organisasi. Menurut Sukirno (2006 : 226) ada enam strategi

Penetapan harga :

- 1) Penetapan Harga Kompetitif  
Hal ini berlaku pada pasar dimana terdapat produsen atau penjual. Dalam pasar seperti ini untuk menjual barangnya, perusahaan harus menetapkan harga pada tingkat yang bersamaan dengan barang yang sejenis yang dipasarkan.
- 2) Menentukan Harga Terobosan  
Cara ini sering dipakai ketika meluncurkan barang baru, yang menetapkan harga pada tingkat yang rendah atau murah dengan harapan dapat memaksimalkan volume penjualan.
- 3) Menetapkan Harga berdasarkan Permintaan  
Penentuan harga barang ini terutama dipraktekkan oleh perusahaan jasa seperti pengangkutan Kereta Api, Jasa Penerbangan, Restoran dan Bioskop. Perusahaan Kereta Api misalnya, menawarkan tiket murah untuk orang yang selalu berpergian bagi pelajar dan orang tua yang sudah pensiun.
- 4) Kepemimpinan Harga Penentuan harga seperti ini berlakun dalam pasar barang yang bersifat oligopoli yang merupakan struktur pasar,

- dimana terdapat perusahaan yang dominan yang mempunyai persaingan yang lebih kukuh dari pada perusahaan lainya.
- 5) Menjual Barang berkualitas dengan Harga Rendah  
Kebijakan ini dapat dilakukan oleh perusahaan industri Manufaktur atau Hypermarket seperti Makro dan Carrefour. Strategi penentuan harga mereka lebih menekankan kepada peningkatan volume barang yang terjual dan bukan memperoleh keuntungan yang tinggi.
  - 6) Kebijakan Harga Tinggi Jangka Pendek  
Kebijakan Harga (Price Skimming) adalah cara untuk menetapkan harga tinggi yang bersifat sementara, yaitu pada waktu barang yang dihasilkan mulai dipasarkan. Pada periode itu, perusahaan belum menghadapi persaingan dan akan menetapkan harga yang tinggi supaya pengembalian modal dapat dipercepat.

Sedangkan menurut Boone dan Kurtz (2002:78), "secara umum, perusahaan dapat memilih dari tiga alternatif strategi penetapan harga: skimming, penetrasi, dan penetapan harga kompetitif".

- a. Strategi penetapan harga skimming, strategi ini sengaja menetapkan harga relatif lebih tinggi dibandingkan dengan harga produk-produk pesaing.
- b. Strategi penetapan harga penetrasi, menetapkan suatu harga rendah sebagai senjata utama pemasaran. Penetapan harga penetrasi mengasumsikan bahwa menetapkan harga di bawah harga pasar akan menarik para pembeli dan menggeser sebuah merek pendatang.

- c. Strategi penetapan harga kompetitif, organisasi-organisasi mencoba mengurangi tekanan persaingan harga dengan menyamakan harga dengan perusahaan lain dan mengkonsentrasikan usaha pemasaran mereka pada elemen produk, distribusi, dan unsur-unsur promosi.

## 5. Metode Penetapan Harga

Menurut Herman (2006:175) ada beberapa metode penetapan harga (methods of price determination) yang dapat dilakukan budgeter dalam perusahaan, yaitu:

- a. Metode taksiran (judgemental method)
- b. Metode berbasis pasar (market-based pricing)
  - 1) Harga pasar saat ini (current market price)
  - 2) Harga pesaing (competitor price)
  - 3) Harga pasar yang disesuaikan (adjusted current marker price)
- c. Metode berbasis biaya (cost-based pricing)

## E. Laba

Laba biasanya dinyatakan dalam satuan uang. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat pada tingkat laba yang diperoleh perusahaan itu sendiri karena tujuan utama perusahaan pada dasarnya adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dan laba merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaan.

### a. Jenis-jenis Laba

Adapun laba yang dapat dibedakan dari jenis-jenis yang digolongkan dalam penetapan pengukuran laba pada suatu laporan keuangan.

1. Laba kotor atas penjualan, merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan, laba ini dinamakan laba kotor hasil

penjualan bersih karena belum dikurangi dengan beban operasi lainnya untuk periode tertentu.

2. Laba bersih operasi yaitu laba kotor dikurangi dengan sejumlah biaya penjualan, biaya administrasi dan umum.
3. Laba bersih sebelum potongan pajak adalah pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan, yaitu perolehan apabila laba operasi dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya lain-lain.
4. Laba bersih sesudah potongan pajak adalah laba bersih setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dan biaya non operasi dan dikurangi dengan pajak perseroan.

#### **b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Laba**

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba terkadang bisa menjadi kendala atau keuntungan pada perusahaan dalam mendapatkan keuntungan pada suatu perusahaan.

##### **1. Biaya**

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa yang akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

##### **2. Harga Jual**

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

##### **3. Volume Penjualan dan Produksi**

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

#### **c. Perencanaan Laba**

Tujuan semua perusahaan adalah memperoleh laba. Oleh karena itu, laba

harus direncanakan dengan baik agar perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal. Perencanaan laba berdasarkan jangka waktunya dibedakan atas :

1. Perencanaan Laba Jangka Pendek  
Perencanaan laba jangka pendek adalah suatu perencanaan yang sangat terinci dan mencakup waktu selama satu tahun, atau ke tahun yang akan datang.
2. Perencanaan Laba Jangka Panjang  
Perencanaan laba jangka panjang adalah suatu perencanaan yang umum dan luas, biasanya laba mencakup periode dua atau tiga tahun ke depan.

#### **d. Manfaat Perencanaan Laba**

Laba sangat penting karena merupakan tujuan utama semua perusahaan. Oleh karena itu, laba harus direncanakan dengan baik karena mempunyai banyak manfaat. Adapun keuntungan dan manfaat perencanaan laba adalah :

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atau identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama dari semua tingkatan manajemen.
5. Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

## F. Break Even Point

### 1. Pengertian Break Even Point

Break Even Point atau titik impas sampai saat ini belum bisa diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia secara pasti. Hal ini dikarenakan belum adanya kesepakatan tentang pengertian break even point oleh pakar. Masih adanya perbedaan-perbedaan tentang pengertian break even point ini.

Berikut ini beberapa definisi break even point menurut pakar-pakar ekonomi dalam literaturinya. Menurut L.M Samryn (2001 : 168), break even point adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya atau dimana titik sebagai total margin kontribusi sama dengan total biaya tetap.

Menurut Charles T. Horngren, Srikant M Datar, dan George Foster (2003 : 75), break even point adalah volume penjualan dimana pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak terdapat laba maupun rugi.

Menurut Hansen dan Mowen (2005 : 274), break even point adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol.

Beberapa uraian tentang break even point diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa break even point adalah suatu cara atau teknik yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) dimana volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi. Dengan mengetahui titik impas (break even point) manajer suatu perusahaan dapat mengidentifikasi tingkat penjualan yang disyaratkan akan terhindar dari kerugian, dan diharapkan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk masa yang akan mendatang. Dengan mengetahui titik impas ini, manajer juga dapat mengetahui sasaran volume penjualan minimal harus diraih oleh perusahaan yang dipimpinnya.

Rumus untuk menghitung Break Even Point atau titik impas

- a. Dalam bentuk rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

- b. Dalam bentuk unit

$$\text{BEP (Q)} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$$

Keterangan :

BEP (Rp) = Jumlah produksi yang dihasilkan impas dalam rupiah

BEP (Q) = Jumlah produksi yang dihasilkan impas dalam unit

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

P = Harga jual

S = Penjualan/pendapatan

### 2. Dasar Asumsi Analisa Break Even Point

Analisis break even point mempunyai beberapa asumsi yang tercermin dalam anggaran perusahaan masa yang akan datang. Dasar asumsi yang mendasari analisis break even point menurut Abdul Halim dan Bambang Supomo (2005 : 58) sebagai berikut :

- a. Harga jual per unit tidak berubah-ubah pada berbagai volume penjualan.
- b. Perusahaan memproduksi pada jarak kapasitas yang secara relatif konstan.
- c. Biaya dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap jumlahnya tidak berubah dalam jarak kapasitas tertentu, sedangkan biaya variabel berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan.
- d. Jumlah perubahan persediaan awal dan persediaan akhir tidak berhenti.
- e. Jika perusahaan menjual lebih dari satu macam produk, komposisi produk yang dijual dianggap tidak berubah.

### 3. Analisa Break Even Point

Analisa break even point atau titik impas adalah cara mengetahui volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita rugi juga belum memperoleh keuntungan (dengan kata lain = 0) (Soehardi Sigit 2002 : 26). Oleh sebab itu pihak perusahaan harus berusaha bagaimana cara meningkatkan laba untuk memperoleh laba yang maksimum dengan melihat volume penjualannya. Menurut Syafaruddin Alwi (2001 : 127-128) bahwa analisa BEP dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan antara lain :

- a. Jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
- c. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
- d. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang akan diperoleh.

Analisis break even point dapat memberikan pedoman dalam pembuatan keputusan dan membantu manajemen dalam :

- a. Pembuatan produk  
Analisis break even point dapat membantu menentukan banyak sedikitnya penjualan produk baru yang harus diraih agar perusahaan memperoleh laba.
- b. Mempelajari pengaruh ekspansi  
Ekspansi akan mengakibatkan peningkatan biaya-biaya tetap dan variabel, tetapi juga akan meningkatkan penjualan yang diharapkan.
- c. Proyek modernisasi dan otomatisasi

Apabila terjadi peningkatan investasi peralatan yang mampu menekan biaya variabel khususnya biaya tenaga kerja langsung. Analisis break even point dapat digunakan untuk menganalisis kosekuensi proyek tersebut.

Industri pada dasarnya mencari laba selain itu juga mempunyai tujuan untuk pengembangan industri, industri berusaha semaksimal mungkin menghindari kebangkrutan atau industri berusaha untuk tidak rugi walaupun tidak mendapat keuntungan, dalam keadaan Break Even Point.

### 4. Perubahan-Perubahan yang Mempengaruhi Break Even Point

Salah satu aspek yang penting dalam analisis biaya, volume dan laba adalah perubahan dalam satu faktor atau lebih yang mempengaruhi laba. Faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisis hubungan biaya, volume dan laba antara lain biaya tetap, biaya variabel, harga jual maupun komposisi penjualan.

- a. Perubahan total biaya tetap  
Perubahan total biaya tetap mempengaruhi total biaya dan laba juga secara langsung akan mempengaruhi jumlah break even point karena biaya tetap merupakan jumlah yang harus ditutupi oleh kelebihan penjualan atas biaya variabel.
- b. Perubahan biaya variabel per unit  
Perubahan biaya variabel per unit akan mempengaruhi total biaya dan laba perusahaan. Perubahan biaya variabel per unit ini berpengaruh juga terhadap contribution margin dan break even point. Biaya variabel akan berubah-ubah mengikuti jumlah produk yang akan diproduksi.

- c. Perubahan harga jual per unit  
Perubahan ini mempunyai pengaruh langsung terhadap penerimaan pendapatan perusahaan. Penerimaan pendapatan merupakan unsur pembentukan break even point, jika besarnya break even point akan berubah maka jumlah laba akan berubah. Perubahan harga jual juga akan mempengaruhi volume penjualan.
- d. Perubahan volume penjualan  
Perubahan volume penjualan pada umumnya akan mempengaruhi total biaya dan laba perusahaan. Volume penjualan harus berdasar pada seberapa besar kapasitas produksi yang mampu dihasilkan oleh perusahaan. Volume produksi yang melebihi kapasitas produksi akan memberi kerugian bagi perusahaan, karena biaya yang dikeluarkan semakin besar.
- e. Perubahan komposisi penjualan  
Perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam barang maka analisis break even point dapat diterapkan untuk seluruh barang/produk yang diproduksi dan dijual. Apabila komposisi barang yang dijual berubah maka break even point secara total akan berubah juga. Perusahaan yang menjual dan memproduksi lebih dari satu jenis akan mendapatkan komposisi margin kontribusi berbeda disebabkan komposisi penjualan yang berbeda.

## 5. Analisis Break Even Point Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan Penjualan

Analisis Break Even Point dapat diterapkan oleh perusahaan, maka perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi beberapa syarat yang antara lain:

- a. Dilakukan perhitungan break even point secara memadai dengan langkah-langkah sebagai berikut : 1). Penggolongan biaya  
Penggolongan biaya yang dilakukan adalah penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.
- 2). Mengumpulkan informasi atau data yang meliputi :  
a). Penentuan biaya tetap b). Penentuan biaya variabel c). Penentuan harga jual d). Penentuan volume penjualan
- b. Break Even Point dihitung dengan memperhatikan asumsi-asumsi sebagai berikut  
1). Seluruh biaya yang ada harus dipisahkan ke kelompok biaya variabel dan biaya tetap saja.  
2). Analisa ini berasumsi bahwa harga jual, biaya tetap total dan biaya variabel per unit dapat diketahui dengan pasti dan sifatnya konstan dalam satu periode.
- c. Break Even Point digunakan untuk perencanaan penjualan  
Break Even Point merupakan salah satu alat bantu manajemen didalam perencanaan penjualan. Dengan adanya Break Even Point, maka manajemen suatu perusahaan mendapatkan informasi yang sangat berguna untuk merencanakan penjualan.
- Sedangkan hal-hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan didalam merencanakan penjualan dalam satu periode ke depan adalah sebagai berikut :
- 1). Penentuan Break Even Point  
Penentuan Break Even Point akan sangat berpengaruh bagi manajemen didalam merencanakan penjualan satu

- periode ke depan. Semakin rendah break even point berarti semakin besar kemungkinan perusahaan memperoleh laba yang besar.
- 2). Penentuan margin of safety  
Margin of safety atau tingkat keamanan memberikan informasi bagi manajemen yaitu berapa tingkat penjualan boleh turun agar perusahaan tidak memperoleh rugi didalam merencanakan penjualan.

- 3). Penentuan laba yang diinginkan  
Dengan adanya laba yang diinginkan oleh suatu perusahaan, maka pihak manajemen akan mengetahui berapa tingkat penjualan yang harus dicapai agar memperoleh laba tersebut. Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis Break Even Point sangat bermanfaat bagi manajemen dalam perencanaan penjualan

### G. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2009), Kerangka Pemikiran adalah penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Kriteria utama agar suatu kerangka pemikiran bisa menyakinkan ilmuwan, adalah alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu pemikiran yang membuahakan kesimpulan yang berupa hipotesis.

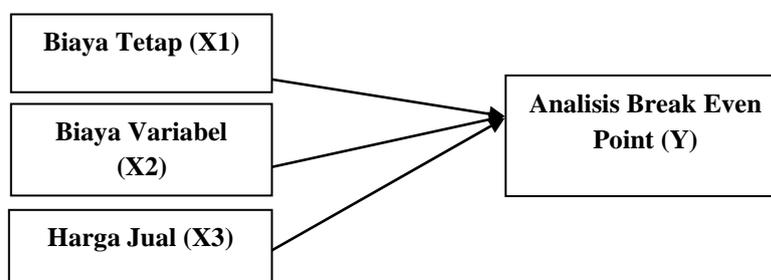
Selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antara variabel penelitian. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis. Kerangka berpikir yang baik akan

menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel dependen dan independen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya tetap, biaya variabel dan harga jual terhadap Break Even Point pada produksi tahu parit 10 Tembilahan Hulu Kecamatan Tembilahan Hulu tahun 2016-2020.

Variabel Independen (X) adalah Biaya Tetap (X1), Biaya Variabel (X2) dan Harga Jual (X3), sedangkan variabel dependennya adalah Analisis Break Even Point (Y) sehingga dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian ini adalah :

**Gambar 1 : Kerangka Pemikiran**



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Produksi Tahu Parit 10 dikarenakan variabel dependen pada penelitian ini yaitu *Break Even Point* pada produksi tahu parit 10 Tembilahan Hulu Kecamatan Tembilahan Hulu, waktu penelitian dimulai bulan November 2020

– Februari 2021.

Penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif deskriptif, dengan menggambarkan data dan informasi berdasarkan fakta yang diperoleh dilapangan. penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dari data-data penggunaan bahan baku, volume penjualan, harga jual, biaya tetap, dan biaya variabel pada produksi tahu parit

10 Tembilahan Hulu Kecamatan Tembilahan Hulu. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sampel penelitian yaitu pemilik usaha produksi dengan populasi dalam penelitian ini adalah usaha produksi tahu parit 10 Tembilahan Hulu Kecamatan Tembilahan Hulu.

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dengan menggunakan teknik sebagai berikut : (a) Studi Lapangan (*Field Research*), (b) Studi Kepustakaan (*Library Research*), (c) Penulisan mendapatkan beberapa sumber data yang berasal dari referensi penelitian sebelumnya. (d) *Web Searching* yaitu usaha penulisan untuk mengumpul artikel-artikel, jurnal dokumentasi dan lain-lain yang ada hubungannya dengan materi penulisan ilmiah ini di internet.

Metode yang digunakan dengan menggunakan metode analisis kuantitatif yaitu menyajikan rangkuman data atau nilai yang dihitung berdasarkan data yang tersedia atau data yang

dikumpulkan kemudian disajikan dalam bentuk instrumen analisis tabel, yang selanjutnya akan dilakukan penjumlahan dan persentase yang kemudian akan disimpulkan

Analisis data dilakukan dengan mengevaluasi hasil perhitungan penentuan harga jual oleh perusahaan, dan hasil perhitungan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Produksi tahu ini merupakan industri rumahan yang beralamatkan di jalan Ahmad Yani, Kelurahan Tembilahan Hulu, Kecamatan Tembilahan Hulu, Indragiri Hilir. Produksi tahu ini didirikan pada tahun 2006 oleh bapak Saiful yang bertindak langsung sebagai pimpinan perusahaan. Modal awal yang digunakan oleh produksi tahu ini sebesar Rp. 15.000.000, dimana modal awal tersebut dipergunakan untuk pengadaan peralatan dan perlengkapan proses produksi, serta pembelian bahan baku.

Pada awalnya produksi tahu ini memproduksi tahu hanya beberapa ember saja, dan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan pada awalnya berdiri sebanyak 4 orang. Produksi tahu ini mengalami peningkatan dalam memproduksi tahu setiap harinya dan memiliki karyawan sebanyak 17 orang. Produksi tahu ini didirikan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, meningkatkan kesejahteraan pemilik serta para karyawan, dan tujuan ekonomi utamanya adalah untuk memperoleh laba.

Berikut adalah tabel total biaya produksi tahu dari tahun 2016-2020

terdiri dari biaya tetap yaitu, biaya gaji karyawan, biaya penyusutan mesin, dan biaya listrik, air dan telepon sedangkan biaya variabel yaitu, biaya bahan baku kedelai, biaya bahan bakar kayu, dan biaya pengemasan.

**Tabel 2 Biaya-biaya dari tahun 2016-2020**

Keterangan	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Biaya Tetap (Fixed Cost)</b>					
Gaji karyawan	84.000.000	85.000.000	84.500.000	87.000.000	85.000.000
Penyusutan mesin	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Listrik, air dan telepon	7.200.000	7.860.400	7.400.000	9.000.000	7.950.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	93.200.000	94.860.400	93.900.000	98.000.000	94.950.000
<b>Biaya Variabel (Variable Cost)</b>					
Bahan baku kedelai	71.600.000	87.000.000	86.000.000	91.250.000	87.500.000
Bahan bakar kayu	44.700.000	46.000.000	45.000.000	47.860.000	46.500.000
Pengemasan	11.000.000	13.000.000	12.000.000	14.770.000	13.350.000
<b>Total Biaya Variabel</b>	127.300.000	146.000.000	143.000.000	153.880.000	147.350.000
<b>Total Biaya (Tetap+Variabel)</b>	220.500.000	240.860.400	236.900.000	251.880.000	242.300.000

Sumber : Usaha Produksi Tahu

## B. Hasil Penelitian

### 1. Analisis Break Even Point

Analisa break even point atau titik impas adalah cara mengetahui volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita rugi juga belum memperoleh keuntungan (dengan kata lain = 0) (Soehardi Sigit 2002 : 26). Oleh sebab itu pihak perusahaan harus berusaha bagaimana cara meningkatkan laba untuk memperoleh laba yang maksimum dengan melihat volume penjualannya. Menurut Syafaruddin Alwi (2001 : 127-128).

Rumus untuk menghitung Break Even Point atau titik impas adalah sebagai berikut :

- a. Dalam bentuk rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

b. Dalam bentuk unit

$$\text{BEP (Q)} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$$

Keterangan :

BEP (Rp) = Jumlah produksi yang dihasilkan impas dalam rupiah

BEP (Q) = Jumlah produksi yang dihasilkan impas dalam unit

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

P = Harga jual

S = Penjualan/pendapatan

### Perhitungan Break Even Point Dalam Rupiah :

**Tahun 2016 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

$$\frac{93.200.000}{0,617}$$

$$\text{BEP} = \frac{93.200.000}{1 - \frac{127.300.000}{332.000.000}}$$

$$\text{BEP} = \text{Rp. } 151.053.484,6$$

$$\text{BEP} = \frac{93.200.000}{1 - 0,383}$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, maka usaha produksi tahu pada tahun 2016 berada dititik impas pada Rp. 151.053.484,6.

**Tahun 2017 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

$$\frac{94.860.400}{0,615}$$

$$\text{BEP} = \frac{94.860.400}{1 - \frac{146.000.000}{379.200.000}}$$

$$\text{BEP} = \text{Rp. } 154.244.552,8$$

$$\text{BEP} = \frac{94.860.400}{1 - 0,385}$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, maka usaha produksi tahu pada tahun 2017 berada dititik impas pada Rp. 154.244.552,8.

**Tahun 2018 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

$$\frac{94.860.400}{0,603}$$

$$\text{BEP} = \frac{93.900.000}{1 - \frac{143.000.000}{360.000.000}}$$

$$\text{BEP} =$$

$$\text{BEP} = \frac{93.900.000}{1 - 0,397}$$

$$\text{Rp. } 155.721.393$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, maka usaha produksi tahu pada tahun 2018 berada dititik impas pada Rp. 155.721.393.

**Tahun 2019 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

$$\text{BEP} = \frac{98.000.000}{1 - \frac{153.880.000}{388.800.000}}$$

$$\text{BEP} = \frac{98.000.000}{1 - 0,396}$$

$$\text{BEP} = \frac{98.000.000}{0,604}$$

$$\text{BEP} = \text{Rp. 162.251.655,6}$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, maka usaha produksi tahu pada tahun 2019 berada dititik impas pada Rp. 162.251.655,6.

**Tahun 2020 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

$$\text{BEP} = \frac{94.950.000}{1 - \frac{147.350.000}{380.000.000}}$$

$$\text{BEP} = \frac{94.950.000}{1 - 0,388}$$

$$\text{BEP} = \frac{94.950.000}{0,612}$$

$$\text{BEP} = \text{Rp. 155.147.058,8}$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, maka usaha produksi tahu pada tahun 2020 berada dititik impas pada Rp. 155.147.058,8.

**Perhitungan Break Even Point Dalam Unit :**

**Tahun 2016 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$$

$$\text{BEP} = \frac{93.200.000}{400 - 250}$$

$$\text{BEP} = \frac{93.200.000}{150}$$

$$\text{BEP} = 621.333 \text{ Unit}$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, usaha produksi tahu pada tahun 2016 harus melakukan penjualan tahu agar mencapai titik impas sebanyak 621.333 potong tahu.

**Tahun 2017 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$$

$$\text{BEP} = \frac{94.860.400}{400 - 250}$$

$$\text{BEP} = \frac{94.860.400}{150}$$

$$\text{BEP} = 632.402 \text{ Unit}$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, usaha produksi tahu pada tahun 2017 harus melakukan penjualan tahu agar mencapai titik impas sebanyak 632.402 potong tahu.

**Tahun 2018 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$$

$$\text{BEP} = \frac{93.900.000}{400 - 250}$$

$$\text{BEP} = \frac{93.900.000}{150}$$

$$\text{BEP} = 626.000 \text{ Unit}$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, usaha produksi tahu pada tahun 2018 harus melakukan penjualan tahu agar mencapai titik impas sebanyak 626.000 potong tahu.

**Tahun 2019 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{VC}}$$

$$\text{BEP} = \frac{98.000.000}{400-250}$$

$$\text{BEP} = \frac{98.000.000}{150}$$

$$\text{BEP} = 653.333 \text{ Unit}$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, usaha produksi tahu pada tahun 2019 harus melakukan penjualan tahu agar mencapai titik impas sebanyak 653.333 potong tahu.

**Tahun 2020 :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{VC}}$$

$$\text{BEP} = \frac{94.950.000}{400-250}$$

$$\text{BEP} = \frac{94.950.000}{150}$$

$$\text{BEP} = 633.000 \text{ Unit}$$

Berdasarkan perhitungan break even point diatas, usaha produksi tahu pada tahun 2020 harus melakukan penjualan tahu agar mencapai titik impas sebanyak 633.000 potong tahu.

Berikut dapat dilihat tabel perhitungan break even point sebagai berikut :

**Tabel 3 Perhitungan Break Even Point**

Tahun	Biaya Tetap (FC)	Biaya Variabel (VC)	Penjualan (S)	BEP (Rp)	BE P (Q)
2016	93.200.000	127.300.000	332.000.000	151.053.484,6	621.333
2017	94.860.400	146.000.000	379.200.000	154.244.552,8	632.402
2018	93.900.000	143.000.000	360.000.000	155.721.393	626.000
2019	98.000.000	153.880.000	388.800.000	162.251.655,6	653.333
2020	94.950.000	147.350.000	380.000.000	155.147.058,8	633.000

Sumber : Usaha Produksi Tahu

### C. Hasil Pembahasan

Berdasarkan dari uraian-uraian data dan perhitungan yang telah dikemukakan diatas, maka sebaiknya pemilik usaha produksi tahu harus melakukan perhitungan titik impas (Break Even Point) agar bisa melakukan pengawasan yang lebih efektif dan efisien atau untuk mengetahui dimana usahanya berada dititik impas. Sehingga

apa yang menjadi harapan usaha, agar usaha mendapatkan keuntungan/laba yang maksimal dan proses produksi tidak terganggu dapat terwujud.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. KESIMPULAN**

Analisis Break Even Point merupakan analisis perhitungan dimana perusahaan mengetahui titik impas dimana perusahaan tidak mengalami laba ataupun rugi melalui hasil BEP dalam rupiah maupun BEP dalam unit atau volume penjualan yang harus dicapai. Dengan menggunakan data biaya operasional dan penjualan selama satu tahun terhitung dari 2016-2020, maka dapat kita hitung nilai BEP dalam rupiah dan dalam unit pada masing-masing tahun. Selain itu akan didapat juga berapa besar laba atau rugi yang dicapai oleh perusahaan selama kurun waktu tersebut. Hasil perhitungan tersebut dapat digunakan dalam menilai seberapa besar keberhasilan perusahaan dalam mencapai target penjualan atau laba melalui analisis BEP tersebut. Dari penelitian dan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa penjualan minimum dalam unit yang harus diproduksi agar usaha tidak mengalami kerugian secara berturut-turut dari tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut tahun 2016 sebanyak 621.333 unit, tahun 2017 sebanyak 632.402 unit, tahun 2018 sebanyak 626.000 unit, tahun 2019 sebanyak 653.333 unit, tahun 2020 sebanyak 633.000 unit. Dan penjualan minimum dalam rupiah yang harus dicapai agar dapat memperoleh laba adalah tahun 2016 sebesar Rp. 151.053.484,6 ,tahun 2017 sebesar Rp. 154.244.552,8 ,tahun 2018 sebesar Rp. 155.721.393 ,tahun 2019 sebesar Rp. 162.251.655,6 ,tahun 2020 sebesar Rp. 155.147.058,8. Tingkat pendapatan dan jumlah penjualan produksi tahu ini dari tahun 2016-2020 melewati break even point sehingga usaha memperoleh keuntungan/laba

### **B. SARAN**

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk merencanakan laba dengan analisis Break Even Point, perusahaan atau industri hendaknya memisahkan biaya semi variable menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
2. Perusahaan atau industri harus bisa menerapkan dengan tepat biaya variabel dan biaya tetap dalam melakukan analisis BEP. Selain itu pemilik usaha dapat meningkatkan kinerjanya pada tahun berikutnya agar target penjualan dan laba tercapai secara optimal atau melebihi yang ditargetkan melalui penggunaan biaya secara optimal.
3. Pemilik usaha hendaknya menerapkan analisis break even point pada usahanya sehingga dapat diketahui titik impas dari hasil penjualan dan dapat meningkatkan laba/keuntungan usaha pada tahun berikutnya.
4. Pemilik usaha hendaknya memberikan merek pada tahu, sehingga memudahkan konsumen atau masyarakat untuk mengetahui tahu yang mereka produksi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Kamaruddin, 2001, *Dasar-dasar konsep biaya dan pengambil keputusan*, PT. Raja Grafindo Perseda, Jakarta.
- Fahmi, Irham, 2016, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung : Alfabeta,CV.
- Fetrishia, Atissha, 2005, *Analisis Break Even Point Pada PT. Serasi Autoraya Cabang Medan*, Medan.
- Ikatan Akuntansi Indonesia, 2004, *Standar Akuntansi Keuangan, Buku Satu, Salemba Empat*, Jakarta.
- Kholmi, Masiyah, dan Yuningsih, 2004 *Akuntansi Biaya, Edisi Keempat*, UMM Press, Malang.
- M. Manulang, 2013, *Dasar-dasar Manajemen*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Manullang, Athur, 2005, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Edisi Revisi, Liberty, Yogyakarta.
- Mardismo, 2001, *Akutansi Biaya Penentuan Harga Pokok Produksi*, Edisi Pertama, Ando Offset, Yogyakarta.
- Mulyadi, 2003, *Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat dan Rekayasa, Edisi Kedua*, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Pradita, Agustina, 2011, *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Industri Kecil Tegal di Kecamatan Pedurung*, Semarang.
- Sigit, Soehardi, 2002, *Analisis Break Even Point, (Edisi Ketiga)*, Yogyakarta : Penerbit BPFE.
- Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Jakarta : Salemba Empat, 2011, Buku 2, h.214.
- Subyanto, Ibnu, dan Suropto, Bambang, 2003, *Akuntansi Biaya*, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Bisnis*, Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung : Alfabeta,CV.
- Sumarni, Murti, dan Suprihanto, Jhon,2005, *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*, Liberty, Yogyakarta.