

ABSTRAK

Analisis *break even point* sangat berguna untuk menjelaskan kepada manajemen perusahaan mengenai hubungan yang saling mempengaruhi antara biaya, volume produksi, dan harga jual sebagai faktor-faktor yang menentukan harga jual. Jenis data dalam penelitian ini adalah data deskriptif yaitu penelitian yang menjelaskan kondisi dari objek penelitian berdasarkan pada keadaan yang sebenarnya dilapangan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara langsung. Dari data dan perhitungan, walau perusahaan melakukan penjualan melebihi *break even point* namun perusahaan belum dapat mengetahui berapa jumlah produksi yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Kata Kunci : Analisis *Break Even Point*, Penetapan Harga Jual

ABSTRACT

Break even point analysis is very useful to explain to company management the interplay between costs, production volume, and selling price as factors that determine the selling price. The type of data in this research is descriptive data, namely research that explains the condition of the research object based on the actual conditions in the field. The type of data used in this study is primary data, namely data obtained through direct interviews. From data and calculations, even though the company sells more than the break even point, the company is not yet able to know how much production must be maintained so that the company does not experience losses.

Keywords: Break Even Point Analysis, Selling Price

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT PERSETUJUAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
Latar Belakang Masalah	1
Identifikasi dan Batasan Masalah.....	8
Identifikasi Masalah.....	8
Batasan Masalah	9
Rumusan Masalah	9
Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
Tujuan Penelitian	9
Manfaat Penelitian	9
Keaslian Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
Landasan Teoritis	12
Prilaku Biaya	12
Break Even Point	24
Penetapan Harga Jual	38
Penelitian Sebelumnya	48
Kerangka Konseptual	50
BAB III METODE PENELITIAN	
Pendekatan Penelitian.....	52
Lokasi dan Waktu Penelitian	52
Lokasi Penelitian	52
Waktu Penelitian.....	53
Populasi dan Sampel/Jenis dan Sumber Data	53

Populasi dan Sampel	53
Jenis dan Sumber Data.....	54
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	54
Variabel Penelitian.....	54
Definisi Operasional	54
Teknik Pengumpulan Data.....	56
Teknik Analisis Data	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian	60
Sejarah Perusahaan	60
Visi Dan Misi	61
Struktur Organisasi	61
Pelaksanaan Kegiatan Operasi Perusahaan	61
Pembahasan.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan	91
Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Modal Awal Investasi Dan Belanja Peralatan Produk	5
Tabel 1.2 Data Barang Produksi.....	6
Tabel 1.3 Data Penjualan	7
Tabel 2.1 Perhitungan Biaya Variabel	17
Tabel 2.2 Perhitungan Biaya Tetap.....	21
Tabel 2.3 Mapping Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	53
Tabel 3.2 Definisi Operasional	56
Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku	72
Tabel 4.2 Biaya Bahan Penolong.....	72
Tabel 4.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung	73
Tabel 4.4 Biaya Overhead Pabrik	73
Tabel 4.5 Tenaga Kerja Tidak Langsung	74
Tabel 4.6 Biaya Penyusutan	75
Tabel 4.7 Biaya Pemeliharaan	75
Tabel 4.8 Laporan Laba Rugi.....	77
Tabel 4.9 Laporan Harga Pokok Produksi	78
Tabel 4.10 Rekapitulasi Biaya-biaya Variabel.....	78
Tabel 4.11 Rekapitulasi Biaya-biaya Tetap	79
Tabel 4.12 Perhitungan Margin Kontribusi.....	81
Tabel 4.13 Komposisi Presentase Biaya Variabel.....	82
Tabel 4.14 Komposisi Anggaran Penjualan 2019 Sebelum Ada Perubahan	84
Tabel 4.15 Anggaran Penjualan Air AMDK.....	85

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Grafik Biaya Variabel	16
Gambar 2.1 Grafik Contoh Soal Biaya Variabel.....	17
Gambar 2.3 Biaya Tetap dan Rentang Waktu	19
Gambar 2.4 Grafik Biaya Semi Variabel	22
Gambar 2.5 Grafik Biaya Semi Tetap.....	23
Gambar 2.6 Perhitungan BEP Menggunakan Grafik.....	35
Gambar 2.7 Kerangka Konseptual.....	50
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	61

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan rasa syukur yang sangat besar kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini yang disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Adapun judul yang penulis ajukan adalah “ **Analisis Perhitungan *Brek Even Point* untuk Penetapan Harga Jual pada UD. Air Barakah di Pesantren Kwala madu**”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, penulis menyadari dalam proses penyusunan skripsi ini memungkinkan adanya kekurangan, karena itu penulis berusaha sebaik mungkin untuk mengadakan penelitian dengan sungguh-sungguh. Dalam hal ini penulis hanyalah insan biasa yang tak terlepas dari kesalahan-kesalahan dan kekurangannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang dapat membangun skripsi ini sehingga dapat lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

Disini juga penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak ikut berperan serta membantu, membimbing, mengarahkan dan mengajari penulis serta memberikan motivasi ,dorongan ,moral dan materi dalam penyusunan skripsi ini yaitu kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, SE., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Dr. Bambang Widjanarko, SE.,M.M. selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

3. Ibu Dr. Rahima Br. Purba., SE.M.,Si.,Ak.,CA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Aulia, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Suwarno, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar membimbing penulis dan telah memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini
6. Ayahanda saya Aprianto (Alm), Anzarman dan ibunda tercinta Marlina beserta keluarga besar saya yang selalu memberi semangat, doa, motivasi dan membantu penelitian ini dari segi moril dan materil sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan ibu dosen Universitas Pembangunan Panca Budi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama proses belajar dan menimba ilmu di program studi akuntansi UNPAB.
8. Bapak Firmali selaku pengelola UD. Air Barakah Pesantren Kwala Madu dan segenap karyawan yang telah memberi fasilitas dan kemudahan dalam penelitian skripsi ini
9. Para Sahabat, Rekan dan Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini terutama untuk cemara dan squad teacher .

Akhir kata penulis sampaikan terima kasih bagi semua pihak secara langsung terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu - persatu. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis dan khususnya bagi semua pada umumnya.

Medan, Juli 2020

Penulis,

Dahlia Novianita

NPM : 1615100093

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah usaha dagang yang ingin mengembangkan produk usahanya harus mampu bersaing dalam memasarkan produknya di pasaran. Dunia perdagangan yang semakin luas dan terbuka mengakibatkan persaingan yang sangat ketat dalam dunia bisnis. Manajemen suatu usaha perlu membuat kebijakan demi kelangsungan hidup usahanya yang mengacu pada terciptanya efisiensi dan efektivitas kerja. Kebijakan tersebut dapat berupa menetapkan harga jual yang tepat sehingga dapat memperoleh keuntungan dari hasil penjualan produk, dengan cara menekan atau meminimalisir biaya-biaya produksi yang dikeluarkan serendah mungkin namun tetap menjaga kualitas dari barang atau produk yang dihasilkan dan harga jualnya pun tercangkau atau terbilang lebih murah di bandingkan dengan usaha lainnya yang produknya sejenis tetapi tetap memperoleh keuntungan yang besar.

Hal ini juga tidak terlepas dari tujuan utama suatu usaha didirikan yaitu agar modal yang ditanamkan dapat terus berkembang atau dengan kata lain mendapatkan laba yang semaksimal mungkin. Kesalahan dalam memperhitungkan harga pokok produksi dapat mengakibatkan penentuan harga jual pada suatu perusahaan menjadi terlalu tinggi atau rendah. Kedua kemungkinan tersebut dapat mengakibatkan keadaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Karena harga jual yang tinggi dapat mengakibatkan penjualan menjadi rendah atau menurun hal ini

mengakibatkan keadaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan, karena dengan harga jual yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan akan sulit bersaing dengan produk sejenis yang ada di pasar, sebaliknya jika harga penjualan terlalu rendah mungkin penjualan akan meningkat namun dapat mengakibatkan laba yang diperoleh oleh suatu usaha menjadi rendah, sehingga suatu usaha perlu menetapkan harga jual yang tepat. Untuk menentukan harga jual yang tepat dapat dilakukan dengan metode *break even point* atau titik impas yang diartikan sebagai suatu titik atau keadaan dimana suatu usaha didalam operasinya tidak memperoleh keuntungan atau kerugian (*defisit*). Dengan kata lain, suatu usaha itu dalam keadaan keuntungan (*surplus*) atau kerugian (*defisit*) sama dengan nol.

Salah satu manfaat dari analisis *break even point* yaitu untuk merencanakan harga jual, setelah diketahui besarnya hasil titik impas yang dicapai, maka suatu usaha dapat mengambil kebijakan berapa harga jual yang tepat untuk pemasaran produk usahannya. Menurut Kasmir (2011:332) menyatakan bahwa: “Analisis titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Hal ini berarti dimana kondisi suatu usaha jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Menurut Bambang Riyanto (2011:359) menyatakan bahwa: “Analisis *break even point* adalah suatu teknik analisa untuk mengetahui hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan”.

Untuk menentukan analisis *break even point* (BEP) atau titik impas, biaya yang terjadi harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relevan tertentu, tetapi secara per-unit berubah, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan, tetapi secara per-unit tetap. Apabila suatu usaha hanya memiliki biaya variabel, maka tidak akan muncul masalah *break even point* dalam usaha tersebut. Masalah *break even point* baru muncul apabila suatu usaha disamping mempunyai biaya variabel juga harus mempunyai biaya tetap.

Analisis *break even point* juga memberi pedoman tentang berapa jumlah produk minimal yang harus diproduksi atau dijual. Tujuannya adalah agar perusahaan mampu memperoleh laba yang maksimal. Artinya, dengan memproduksi sejumlah barang dengan kapasitas produksi yang dimilikinya, perusahaan akan tahu batas mana minimal yang harus dijual dan keuntungan maksimal yang diperoleh apabila diproduksi secara penuh.

Penetapan harga jual dengan menggunakan analisis *break even point* merupakan solusi yang tepat agar suatu usaha dapat mengoptimalkan laba usahanya tanpa harus membebankan terlalu banyak kepada konsumen. Namun dengan menggunakan analisis *break even point* perusahaan dapat menetapkan batas minimal keseluruhan produk yang harus dijual, dari kegiatan tersebut tentunya perusahaan dapat menekan biaya operasi yang sedang berjalan dan meraih target laba.

Kebanyakan perilaku usaha dagang menetapkan harga jual dari produk mereka dengan didasari atas presentase keuntungan yang diinginkan dari modal mereka yang mereka keluarkan untuk produk tersebut atau penetapan harga dilakukan hanya mengikuti nilai pasar yang ada. Jika pemilik usaha ingin menetapkan harga yang tepat, maka pemilik bisnis harus memahami dan mengetahui besarnya biaya untuk memasarkan dan mendistribusikan produk mereka. Penetapan harga yang mempertimbangkan biaya-biaya yang terjadi dalam operasi usaha dapat dilakukan dengan analisis *break even point*.

UD. air Barakah merupakan air dalam kemasan yang berdiri di Pesantren Modern Muhammadiyah Kwala Madu yang bergerak dibidang manufaktur. usaha dagang ini merupakan milik Pesantren Modern Muhammadiyah Kwala Madu yang digunakan untuk mendongkrak atau untuk meningkatkan perekonomian dan kemandirian perekonomian Pesantren tersebut.

Air Kemasan *Reserve Osmosis* (RO) yang dimiliki UD. Air Barakah Pesantren Kwala Madu dikemas dalam ukuran *cup*, dan sumber airnya berasal dari air sumur bor. Biaya yang dikeluarkan untuk pengeboran air sebesar Rp 150.000.000, dimana biaya ini digunakan untuk pengeboran air dengan kedalaman \pm 100 meter hingga mencapai air yang jernih dan langsung dapat diminum, mampu menghasilkan debit air yang digunakan sebagai bahan baku adalah sebesar 1,15 liter/detik dengan mutu air masuk dalam kategori Baku Mutu A.

Data kebutuhan modal awal investasi peralatan UD. Air Barakah Pesantren Kwala Madu adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Modal Awal Investasi Dan Belanja Peralatan Produk
UD. Air Barakah Kwala Madu

No	Item	Volume	Satuan	Harga Satuan
Modal Investasi Peralatan dan Operasional				
1	Kendaraan Operasional	2	Unit	30.000.000
2	Peralatan & Perlengkapan Kantor	1	Paket	15.500.000
3	Umum dan Operasional	1	Bulan	10.000.000
3	Galon	19L	Galon	40.000
Modal Belanja Produk				
4	Refil Galon	750	Galon	8.350
5	150 ml	2000	Dus	15.500
6	240 ml	4000	Dus	20.300
7	330 ml	3500	Dus	23.800

Sumber : UD Air Barokah (2020)

Air minum adalah semua air baik yang masih bersifat alami maupun yang telah mengalami proses tertentu, misalnya desalinasi pada air laut dan memenuhi standar air minum yang telah ditetapkan. Standar air minum dibedakan menjadi air minum biasa, air mineral (*mineral water*), air mineral alami dan air minum dalam kemasan.

Dalam melakukan penjualan air minum dilakukan melalui perseorangan berupa air isi ulang atau pembeli melakukan pemesanan secara langsung kemudian UD. Air Barakah akan melakukan pengiriman sesuai pemesanan. UD. Air Barakah juga berkerja sama dengan beberapa Instansi pendidikan, kesehatan, perkantoran, kontraktor, serta perumahan warga sehingga dapat dengan mudah masuk dalam pasar. Usaha memproduksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK), dengan merek dagang Air Minum

Barakah, maka air dikemas dalam beberapa bentuk, dapat dilihat pada Tabel 1.2 yaitu:

Tabel 1.2
Data Barang Produksi UD Air Barakah Kwala Madu

Nama Barang	Satuan		Jenis	Harga Jual /Unit	Harga Jual/Dus
	Jual	Produksi			
Cup 150 ML	Dus	48	Cup	500	17.500
Cup 240 ML	Dus	48	Cup	1.000	36.800
Botol 330 ML	Dus	24	Botol	2.000	42.200
Air Galon	19 L	1	Galon	3.000	3000

Sumber : UD Air Barokah (2020)

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 menjelaskan tentang beberapa barang produksi dari UD Air Barakah yang dipasarkan. Kebutuhan air minum saat ini mampu menarik masyarakat Kota Binjai khususnya menjadi pelanggan lokal, namun seiring dengan tingkat kebutuhan air minum dalam kemasan yang terus berkembang UD Air Barakah menjual ke daerah Langkat, Deliserdang hingga ke daerah Kota Medan. Beragam jenis barang produksi UD Air Barakah yakni berbentuk galon, cup maupun botol dengan berbagai ukuran bertujuan untuk memudahkan pelanggan mengonsumsi air minum, misalnya menggunakan air galon untuk kebutuhan sehari-hari di rumah, kosan dan di tempat lain, botol dan cup juga sering digunakan untuk kebutuhan instansi kesehatan, pekantoran, pendidikan dan lainnya.

Air yang dijual UD Air Barakah memiliki beberapa keunggulan, antara lain: (1) kualitas air terjamin, (2) kontrol kualitasnya ketat, sehingga kemungkinan terkontaminasi bakteri yang merugikan relatif minim, (3) mudah didapat. Tetapi ada juga beberapa kelemahan, antara lain: (1) relatif

mahal bagi kalangan masyarakat tertentu, (2) dalam kasus tertentu terjadi kontaminasi bakteri merugikan karena proses distribusi yang tidak baik.

Penjualan Air Minum merek Barakah mengalami fluktuatif tiap bulannya, hal ini dapat dilihat dari data penjualan air periode tahun 2018-2019, dapat dilihat pada Tabel 1.3 yaitu:

Tabel 1.3
Data Penjualan Air UD. Air Barakah Tahun 2018-2019

No	Bulan	Penjualan 2018		Penjualan 2019	
		Dus	Galon	Dus	Galon
1	Januari	7.200	6.000	7.500	5.650
2	Februari	6.950	5.500	7.350	5.450
3	Maret	7.180	5.800	7.300	6.500
4	April	7.000	5.200	7.500	5.600
5	Mei	6.900	5.500	7.190	6.100
6	Juni	7.500	7.200	7.350	6.000
7	Juli	7.150	5.500	7.450	6.350
8	Agustus	7.200	5.600	6.850	5.900
9	September	7.400	5.100	6.900	5.930
10	Oktober	6.800	5.550	7.100	5.820
11	Nopember	6.950	5.400	7.250	6.180
12	Desember	7.000	5.000	7.380	5.900

Sumber : UD Air Barakah (2020)

Untuk memenuhi target pencapaian laba yang maksimal UD. Air Barakah mengadakan kebijakan dalam penetapan harga jual produk berdasarkan harga jual yang ada dipasaran. Kondisi ekonomi masyarakat juga menjadi salah satu pertimbangan harga jual. UD. Air Barakah Pesantren Kwala Madu setiap tahunnya selalu merancang laba yang mereka inginkan dimasa yang akan datang, tetapi perencanaan laba yang mereka rencanakan sering kali tidak sesuai dengan keinginan dikarenakan penentuan harga jual mereka kurang tepat dan mereka belum mengetahui berapa penjualan mereka lakukan untuk mencapai titik impas penjualan produk.

Ada tiga faktor yang berpengaruh dalam perolehan laba perusahaan, yaitu volume penjualan, harga jual per unit yang ditetapkan, dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai laba yang diinginkan, harga jual mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan mempengaruhi volume produksi, sedangkan volume produksi akan mempengaruhi biaya dan laba. Oleh karena itu perencanaan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam penetapan harga jual memiliki peranan yang sangat penting di dalam perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian disalah satu UKM didaerah Kwala Begunit Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat dengan judul “Analisis Perhitungan *Break Even Point* untuk Penetapan Harga Jual Pada UD. Air Barakah di Pesantren Kwala Madu”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Seperti yang diuraikan pada latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah bahwa analisis perhitungan *break even point* belum digunakan untuk menentukan harga jual pada UD. Air Barakah Pesantren Kwala Madu.

1.2.2 Batasan Masalah

Agar permasalahan didalam penelitian ini tidak melebar kemana-mana peneliti membatasi masalah hanya pada 2 (dua) variabel saja yaitu *Break Even Poin* (BEP) (X), dan Harga Jual (Y).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, penulis mengambil perumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimanakah analisis perhitungan *break even point* digunakan dalam menentukan harga jual pada UD. Air Barakah di Pesantren Kwala Madu?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan didalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis *break even point* digunakan dalam menentukan harga jual pada UD. Air Barakah di Pesantren Kwala Madu.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menembangkan atau menambah ilmu pengetahuan, memperluas wawasan serta meningkatkan pemahaman penulis mengenai analisis perhitungan BEP untuk menentukan harga jual. Untuk mengetahui pengaruh harga jual

di pabrik air dalam kemasan di Pesantren Kuala Madu apakah dapat mempengaruhi volume penjualan.

2. Bagi perusahaan : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil suatu keputusan yang menyangkut dengan harga jual produk sehingga perusahaan dapat memperoleh laba maksimum.
3. Bagi pihak-pihak lain : Hasil penelitian ini diharap dapat menjadi bahan referensi untuk mahasiswa/mahasiswi lain yang melakukan penelitian tentang analisis perhitungan BEP untuk menentukan harga jual dengan mengembangkan penelitian yang serupa melalui variabel penelitian lainnya.

1.5 Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Tri Dessy Ratna Sari (2018), Fakultas Sosial dan Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, yang berjudul “Analisis *Break Even Point* dalam perhitungan uang sekolah pada SMK YPI Amir Hamzah”. Sedangkan penelitian ini berjudul ”Analisis Perhitungan *Break Even Point* Untuk Penetapan Harga Jual Pada UD Air Barakah di Pesantren Kawala Madu”.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada:

1. Variabel Penelitian : Penelitian terdahulu menggunakan dua variabel independen yaitu *break even point* serta variabel dependen yaitu jumlah sumber penerimaan uang sekolah dan total biaya operasional, sedangkan

penelitian ini menggunakan satu variabel independen yaitu *break even point* serta satu variabel dependen yaitu penetapan harga jual .

2. Jumlah Observasi/Sampel (n):Penelitian terdahulu menggunakan data realisasi penerimaan dan belanja serta rekapitulasi penerimaan bukan pajak, sedangkan penelitian ini menggunakan data laporan produksi dan data laporan penjualan.
3. Waktu Penelitian :penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2016 dan 2017, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020.
4. Lokasi Penelitian :lokasi penelitian terdahulu dilakukan pada SMK YPI Amir Hamzah Medan yang terletak di Jalan Meranti No. 1 Sekip, Kecamatan Medan Petisah, sedangkan penelitian ini dilakukan UD. Air Barakah di Pesantren Kwala Madu.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Prilaku Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.

b. Objek Biaya

Objek biaya atau tujuan biaya adalah tempat dimana biaya atau aktivitas diakumulasi atau diukur. Unsur aktivitas-aktivitas yang dapat dijadikan sebagai objek biaya adalah:

- | | |
|---------------------------------|----------------------|
| a. Produk | f. Lini produk |
| b. Produksi | g. Kontrak |
| c. Departemen | h. Pesanan pelanggan |
| d. Divisi | i. Proyek |
| e. Batch dari unit-unit sejenis | j. Proses |
| | k. Tujuan strategis |

Objek biaya tersebut dapat digunakan untuk menelusuri biaya dan menentukan seberapa objektif, biaya tersebut dapat diandalkan dan seberapa artinya ukuran biaya yang dihasilkan.

c. **Klasifikasi Biaya**

1. Biaya dalam hubungan dengan produk.

Biaya dalam hubungan dengan produk dapat dikelompokkan menjadi biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi dan biaya non produksi dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Biaya produksi

Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

1. Biaya bahan baku langsung

Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

Contoh :

- a. Kayu dalam pembuatan meubel
- b. Kain dalam pembuatan pakaian
- c. Karet dalam pembuatan ban
- d. Minyak mentah dalam pembuatan bensin
- e. Kulit dalam pembuatan sepatu
- f. Tepung dalam pembuatan kue

2. Tenaga kerja langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merupakan atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produkselesai atau jadi.

Contoh :

- a. Upah koki kue
- b. Upah tukang serut dan potong kayu dalam pembuatan meubel
- c. Tukang jahit, bordir, pembuatan pola, dalam pembuatan pakaian
- d. Tukang linting rokok dalam pabrik rokok
- e. Operator mesin jika menggunakan mesin

3. Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai.

b. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non produksi ini disebut dengan biaya komersial atau biaya operasi. Biaya komersial atau operasi ini juga digolongkan sebagai biaya periode yaitu biaya-biaya yang dihubungkan dengan interval waktu.

2. Biaya dalam hubungan dengan volume produksi.

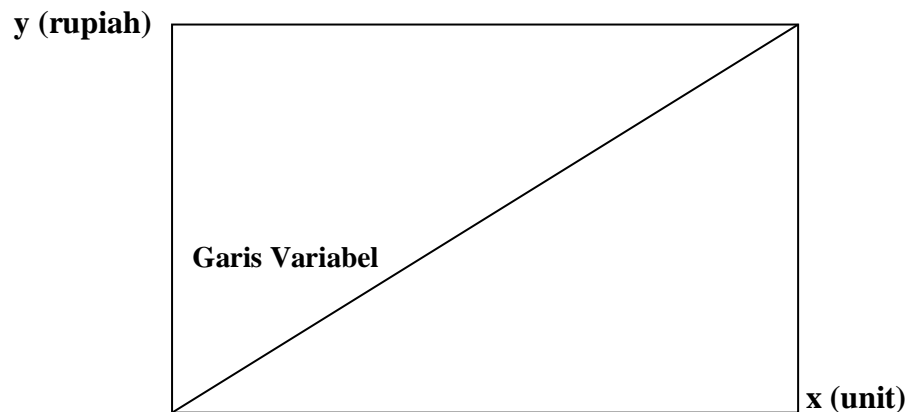
Biaya dalam hubungan dengan volume biaya atau perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi elemen:

a. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan, tetapi secara per-unit tetap. Artinya asumsi kita biaya variabel berubah-ubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Dalam hal ini sulit terjadi dalam praktiknya karena dalam penjualan jumlah besar akan ada potongan-potongan tertentu, baik yang diterima maupun diberikan perusahaan. Contohnya perlengkapan, bahan bakar, peralatan kecil, kerusakan bahan, sisa dan beban reklamasi, biaya pengiriman barang, royalti, biaya komunikasi, upah lembur, biaya pengangkutan dalam pabrik, biaya sumber tenaga, penanganan bahan baku, dan lain-lain sebagainya.

Dalam perusahaan dagang, semua biaya produksi dan beberapa biaya pemasaran dan administrasi merupakan biaya variabel, tetapi pada perusahaan manufaktur tidak semua biaya produksi pabrikasi adalah biaya variabel, sebahagian dari biaya produksi adalah bersifat tetap. Sedangkan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, biaya variabel adalah tenaga kerja, bahan yang digunakan untuk melaksanakan jasa dan beberapa bagian *overhead*.

Gambar 2.1
Grafik Biaya variabel



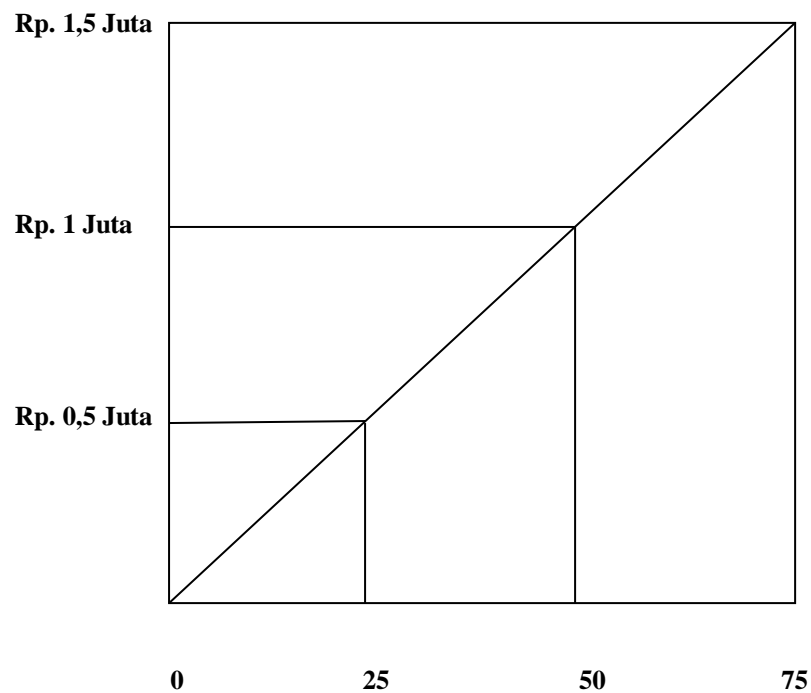
Contoh: PT. Jepara memproduksi kursi jati, setiap kursi membutuhkan kayu jati, harga pokok kayu jati yang dibutuhkan per satuan kursi sebesar Rp. 20.000. Berapakah total biaya kayu jati yang dikeluarkan apabila perusahaan memproduksi 25 unit, 50 unit dan 75 unit.

Penyelesaian: Dari contoh diatas dapat terlihat bahwa jika perusahaan memproduksi kursi jati sebesar 25 unit maka total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 500.000, memproduksi sebesar 50 unit total biaya dikeluarkan sebesar Rp. 1.000.000, sedangkan jika memproduksi sebesar 75 unit maka total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 1.500.000. Uraian diatas memperlihatkan bahwa jika unit berubah maka total biaya juga berubah, dimana perubahan total biaya tersebut sebanding dengan perubahan aktivitas atau volume. Biaya per-unit tidak mengalami perubahan dan bersifat tetap yaitu sebesar harga pokok kayu jati. hal ini akan ditunjukkan dibawah ini:

Tabel 2.1
Perhitungan Biaya Variabel

Volume	Harga Pokok/Unit	Total Biaya
25 unit	Rp. 20.000	Rp. 500.000
50 unit	Rp. 20.000	Rp. 1.000.000
75 unit	Rp. 20.000	Rp. 1.500.000

Gambar 2.2
Grafik Contoh Soal Biaya Variabel



b. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relevan tertentu, tetapi secara per-unit berubah. Dalam jangka

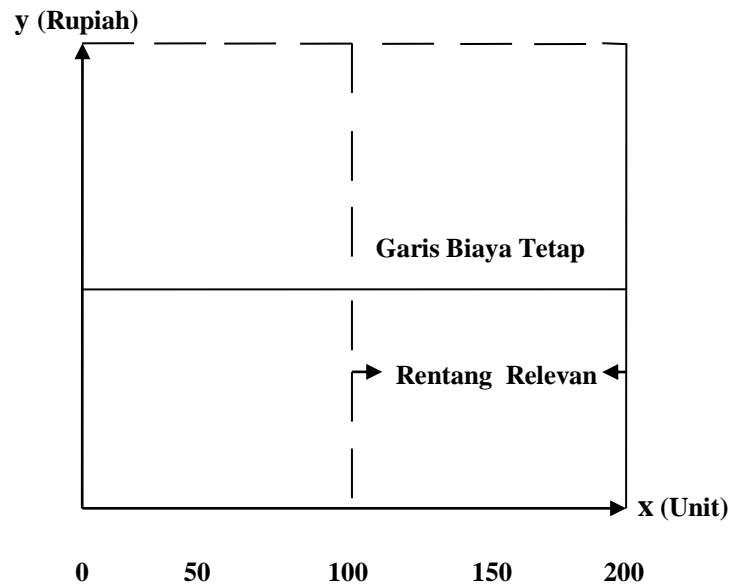
panjang sebenarnya semua biaya bersifat variabel meskipun beberapa jenis biaya tampak sebagai biaya tetap.

Jika diharapkan aktivitas meningkat melebihi aktivitas sekarang maka biaya tetap harus dinaikkan untuk menangani kenaikan volume yang diinginkan.

Misalnya manajemen merencanakan untuk menambah produksi melebihi aktivitas sekarang maka akibat penambahan tersebut memerlukan tambahan terhadap biaya tetap seperti, tambahan pabrik, peralatan, mesin, tenaga kerja tidak langsung, dan mungkin saja terjadi penambahan terhadap supervisi yang akan mengawasi jalannya proses pembuatan produk tersebut. Hal diatas dapat dinyatakan bahwa sebagian dari biaya akan bersifat tetap dalam rentang waktu terbatas, sedangkan diluar rentang waktu terbatas biaya tetap akan berubah.

Contoh biaya tetap, gaji eksekutif produksi, penyusutan jika menggunakan metode garis lurus, pajak properti, amortisasi paten, gaji supervisor, asuransi properti dan kewajiban, gaji satpam dan pegawai kebersihan, pemeliharaan dan perbaikan gedung dan bangunan, sewa, dan lain-lain sebagainya. Gambaran dan rentang waktu biaya tetap dapat kita lihat seperti gambar dibawah ini:

Gambar 2.3
Biaya Tetap dan Rentang Waktu



Rentang relevan merupakan tingkat kegiatan dimana biaya tetap tertentu tidak akan diubah meskipun volume berubah. Biaya tetap lebih mempunyai hubungan yang tepat dengan waktu dari pada tingkat kegiatan atau volume, jika dibandingkan dengan biaya variabel yang lebih berhubungan dengan tingkat kegiatan atau volume. Untuk tujuan perencanaan biaya tetap dapat dipandang sebagai beban tetap *deskresioner* (*discretionary fixed costs*) dan biaya tetap terikat (*Committed fixed costs*).

Beban tetap *deskresioner* merupakan pengeluaran biaya yang timbul karena kebijakan manajemen. Contoh biaya *deskresioner* adalah, iklan, penelitian, program pengembangan manajemen, sumbangan sosial.

Biaya tetap terikat merupakan pengeluaran biaya yang membutuhkan suatu seri pembayaran dalam jangka waktu yang panjang atau lama. Biaya ini biasanya berhubungan dengan investasi dalam pabrik, *equipment*, dan struktur organisasi perusahaan. Contoh biaya tetap terikat adalah penyusutan pabrik, dan bangunan jika menggunakan metode garis lurus, pajak bumi dan bangunan, asuransi, gaji manajemen dan karyawan, utang jangka panjang, beban bunga.

Contoh soal, PT. Klaten pada tahun 2003 memproduksi 100 unit kursi jati. pada tahun 2004 memproduksi sebesar 125 unit. Perusahaan membayar sewa tempat per tahun sebesar Rp. 2.500.000. Kapasitas maksimum sebesar 150 unit. Tahun 2005 perusahaan menerima pesanan dari pelanggan sebesar 50 unit. Jika perusahaan menerima pesanan tersebut, maka perusahaan harus menambah mesin.

Akibat menambah mesin tersebut biaya tetap meningkat sebesar Rp. 1.175.000. Pada tahun 2005 karena peningkatan inflasi yang tinggi, manajemen perusahaan membuat suatu kebijakan untuk menaikkan gaji karyawan. Penyesuaian kenaikan gaji karyawan tersebut sebesar 10% dari total biaya tetap. Hitunglah total biaya tetap dan biaya tetap per unit sebelum dan sesudah kenaikan.

Penyelesaian :

Tabel 2.2
Perhitungan Biaya Tetap

Keterangan	2006	2007	2008	2009
Unit	100	125	175	175
Total biaya tetap	Rp2.500.000	Rp2.500.000	Rp3.675.000	Rp4.042.500
Biaya tetap per unit	Rp 25.000	Rp 20.000	Rp 21.000	Rp 23.100

Dari penyelesaian diatas terlihat bahwa biaya tetap pada periode waktu tertentu akan tetap, tetapi pada periode waktu tertentu juga bisa berubah. Perubahan terjadi pada tahun 2005, ketika perusahaan menerima pesanan dari luar sebesar 50 unit sehingga produksi pesanan perusahaan yang semula sebesar 125 unit menjadi 175. Apabila perusahaan menerima pesanan tersebut terjadi peningkatan terhadap produksi sebesar 25 unit, peningkatan tersebut melebihi aktivitas maksimum. Karena perusahaan memproduksi melebihi aktivitas maksimum, tentu biaya tetap akan bertambah. Misal, perusahaan harus menambah mesin, akibat penambahan mesin biaya tetap juga bertambah seperti, penyusutan mesin, biaya perawatan mesin dan bahkan mungkin saja perusahaan perlu menambah karyawan *supervisor* bila dimungkinkan.

Total biaya tetap setelah menerima pesanan sebesar Rp. 3.675.000 (2.500.000 + 1.175.000). Pada tahun 2008 manajemen melakukan kebijakan untuk menaikkan gaji karyawan sebesar 10% dari total biaya

tetap, maka total biaya tetap sekarang meningkat menjadi Rp. 4.042.500 ($10\% \times 3.675.000$). Selain memperlihatkan perubahan biaya tetap pada periode waktu tertentu maka tampak bahwa biaya tetap secara per-unit berubah.

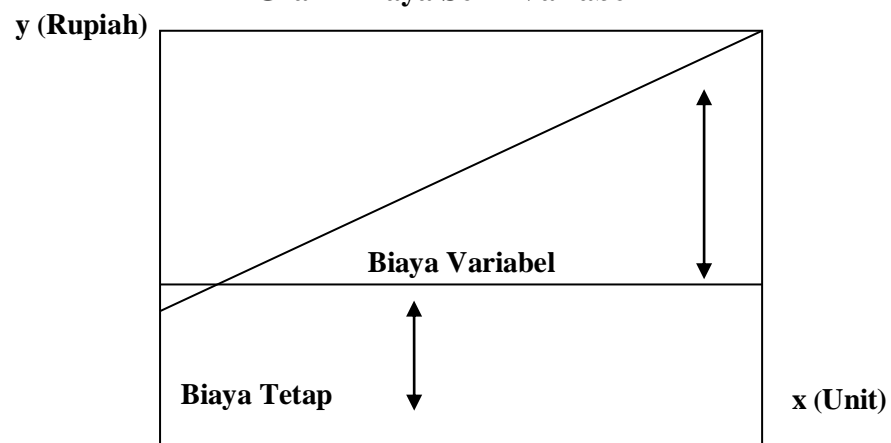
c. Biaya campuran (*Mixed Costs*)

Biaya campuran adalah biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel. Biaya campuran disebut juga dengan biaya semi variabel. Biaya semi variabel adalah biaya yang pada aktivitas tertentu memperlihatkan karakteristik biaya tetap amupun biaya variabel.

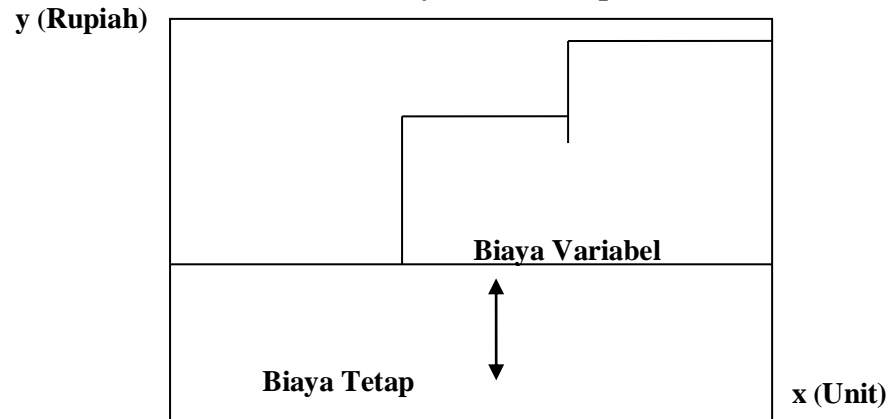
Sebagai contoh dari biaya campuran ini adalah biaya listrik, telepon, air, gas, bensin, perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, biaya pensiun, pajak penghasilan, asuransi jiwa kelompok karyawan, biaya perjalanan dinas, biaya hiburan dan pemeliharaan.

Biaya bertahap disebut juga dengan biaya semi tetap, biaya semi tetap adalah biaya yang berubah dengan volume secara bertahap.

Gambar 2.4
Grafik Biaya Semi Variabel



Gambar 2.5
Grafik Biaya Semi Tetap



d. Pemisahan Biaya Tetap Dengan Biaya Variabel

Pemisahan biaya tetap dengan biaya variabel merupakan hal yang penting, terutama dalam perencanaan, pengendalian biaya pada tingkat aktivitas yang berbeda.

Pemisahan biaya variabel dan biaya tetap diperlukan untuk tujuan sebagai berikut:

1. Perhitungan tarif biaya *overhead* pabrik predeterminasi dan analisis varians.
2. Perhitungan biaya langsung dan analisis varians.
3. Analisis titik impas dan analisis biaya volume dan laba.
4. Analisis biaya differensial dan komparatif.
5. Analisis maksimisasi laba dan minimisasi biaya jangka pendek.
6. Analisis anggaran modal.
7. Analisis profitabilitas pemasaran.

2.1.2 Break Even Point

a. Pengertian Analisa Break Even Point

Dalam rangka memproduksi atau menghasilkan suatu produk, baik barang maupun jasa, perusahaan terkadang perlu terlebih dahulu merencanakan berapa besar laba yang ingin diperoleh. Artinya, dalam hal ini besar laba merupakan prioritas yang harus dicapai perusahaan, disamping hal-hal lainnya. Agar perolehan laba mudah ditentukan, salah satu caranya adalah perusahaan harus mengetahui terlebih dulu titik impas. Artinya, perusahaan beroperasi pada jumlah produksi atau penjualan tertentu sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian ataupun keuntungan.

Analisis titik impas atau analisis pulang pokok atau dikenal dengan nama analisis *Break Even Point* (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis titik impas sering disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*). Analisis ini biasanya lebih sering digunakan apabila perusahaan ingin mengeluarkan produk baru. Artinya, dalam memproduksi produk baru tentu berkaitan dengan masalah biaya yang harus dikeluarkan, kemudian penentuan harga jual serta jumlah barang dan jasa yang akan diproduksi atau dijual kekonsumen.

Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya. Atau perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak rugi, atau laba sama dengan nol. Melalui

analisis titik impas, kita dapat mengetahui bagaimana hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan (penjualan atau produksi). Oleh karena itu, analisis titik impas sering disebut dengan nama *cost profit volume analysis*.

Analisis titik impas juga memberi pedoman tentang berapa jumlah produk minimal yang harus diproduksi atau dijual. Tujuannya adalah agar perusahaan mampu memperoleh laba yang maksimal. Artinya, dengan memproduksi sejumlah barang dengan kapasitas produksi yang dimilikinya, perusahaan akan tahu batas mana minimal yang harus dijual dan keuntungan maksimal yang diperoleh apabila diproduksi secara penuh.

Jumlah produk yang akan dijual akan berkaitan erat dengan biaya yang dikeluarkan. Pada akhirnya, biaya-biaya ini menjadi penentu terhadap harga jual perusahaan. Besar kecilnya biaya sangat berpengaruh terhadap harga jual, demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, salah satu kegunaan analisis titik impas adalah untuk menentukan biaya-biaya yang dikeluarkan dan jumlah produksi. Dengan demikian, akan dapat diketahui berapa jumlah yang layak untuk dijalankan.

Manfaat lain dari analisis titik impas adalah untuk membantu manajer mengambil keputusan dalam hal aliran kas, jumlah permintaan (produksi), dan penentuan harga suatu produk tertentu. Intinya, kegunaan analisis ini adalah untuk menentukan jumlah keuntungan pada berbagai tingkat penjualan.

Dalam rangka menentukan titik impas ini, perlu diketahui beberapa hal yang penting, agar titik impas dapat ditentukan dengan tepat, yaitu:

1. Tingkat keuntungan (laba) yang ingin dicapai dalam suatu periode.
2. Besar kapasitas produksi yang tersedia atau yang mungkin dapat ditingkatkan.
3. Jumlah biaya yang harus dikeluarkan, baik biaya tetap maupun biaya variabel.

b. Tujuan Analisis Titik Impas

Penggunaan analisis titik impas bagi perusahaan memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan, dan produksi. Penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Mendesain spesifikasi produk

Dalam mendesain suatu produk, diperlukan suatu pedoman yang memberi arah bagi manajemen untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga. Analisis titik impas memberi perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan. Hal ini disebabkan biaya sangat besar pengaruhnya terhadap harga. Dengan analisis titik impas, kita dapat menguji terlebih dulu kelayakan suatu produk.

2. Menentukan harga jual persatuan

Penentuan harga persatuan, sangat penting agar harga jual dapat diterima pelanggan. Di samping pertimbangan biaya yang akan dikeluarkan,

harga jual juga terkait dengan pihak pesaing yang memiliki produk yang sejenis. Jika menentukan harga jual yang tidak realistis, perusahaan tidak akan mampu menutupi semua atau sebagian biaya yang akan dikeluarkan. Demikian pula jika melebihi harga jual dari pesaing dan tidak diimbangi dengan kualitas dan pelayanan, perusahaan juga tidak akan mampu memaksimalkan penjualan seperti yang telah ditentukan.

3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.

Maksud penentuan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian adalah agar perusahaan mampu menentukan batas jumlah produksi dalam kondisi tidak rugi dan tidak laba dari kapasitas produksi yang dimilikinya. Dengan demikian, akan memudahkan perusahaan untuk mempertimbangkan apakah harga jual sudah layak jika dikaitkan dengan biaya yang dikeluarkan dan kapasitas produksi yang dimiliki.

4. Memaksimalkan jumlah produksi

Artinya memaksimalkan jumlah produksi adalah dengan analisis titik impas, kita akan atau tahu, apakah jumlah produksi sudah maksimal atau belum. Tujuannya adalah agar jangan sampai ada kapasitas produksi yang menganggur. Kemudian perusahaan juga mampu menjaga agar berproduksi secara efisien.

Arti memaksimalkan jumlah produksi adalah dengan analisis titik impas, kita akan atau tahu, apakah jumlah produksi sudah maksimal atau belum. Tujuannya adalah agar jangan sampai ada

5. Merencanakan laba yang diinginkan

Manajemen mampu merencanakan laba yang diinginkan dengan kapasitas produksi yang dimiliki tentunya. Besarnya laba dapat kita ukur dari batas minimal produk atau dari total rupiah yang diproduksi. Kemudian mampu merencanakan atau menentukan jumlah keuntungan setiap unit produksi penjualan.

c. Kelemahan Analisis Titik Impas

Disamping memiliki tujuan dan mampu memberikan manfaat yang cukup banyak bagi pimpinan perusahaan, analisis titik impas juga memiliki beberapa kelemahan. Kelemahan analisis titik impas mau tidak mau pasti ada dan tidak dapat dihindari. Berikut ini beberapa kelemahan dari analisis titik impas:

1. Perlu asumsi

Artinya titik impas membutuhkan banyak asumsi, terutama mengenai hubungan antara biaya dengan pendapatan. Padahal terkadang asumsi yang digunakan sudah tidak sesuai dengan realita yang terjadi ke depan.

2. Bersifat statis

Artinya analisis ini hanya digunakan pada titik tertentu, bukan pada suatu periode tertentu.

3. Tidak digunakan untuk mengambil keputusan akhir

Artinya analisis titik impas hanya baik digunakan jika ada penentuan kegiatan lanjutan yang dapat dilakukan.

4. Tidak menyediakan pengujian aliran kas yang baik

Artinya, jika kas telah ditentukan melebihi kas yang harus dikeluarkan, proyek dapat diterima dan hal-hal lainnya dianggap sama.

5. Hubungan penjualan dan biaya

Hubungan penjualan dan biaya adalah dalam hal biaya, jika penjualan dilakukan dalam kapasitas penuh, tetapi memerlukan tambahan penjualan, akan ada tambahan biaya tenaga kerja atau upah yang mengakibatkan naiknya biaya variabel dan jika diperlukan tambahan peralatan atau pabrik. Maka, biaya tetap juga akan meningkat.

6. Kurang mempertimbangkan risiko-risiko yang terjadi selama masa penjualan

Artinya, selama masa penjualan begitu banyak risiko yang mungkin dihadapi, misalnya kenaikan harga bahan baku, yang akan berpengaruh terhadap harga jual dan pada akhirnya akan berpengaruh kepada jumlah penjualan secara keseluruhan, baik unit maupun rupiah.

7. Pengukuran kemungkinan penjualan

Artinya, jika hendak membuat grafik pada pokok yang didasarkan kepada harga penjualan yang konstan, untuk melihat kemungkinan laba pada berbagai tingkat harga harus dibuatkan semua seri grafik untuk tiap tingkat harga.

Namun, meskipun analisis titik impas memiliki banyak kelemahan, manajemen masih dapat menggunakannya sebagai salah satu alat perencanaan keuangan, terutama perencanaan laba, produksi, maupun perencanaan penjualan ke depan. Hanya saja bagaimana perusahaan dapat

melihat kelemahan diatas sebagai bahan koreksi atau pertimbangan lain dalam menentukan kebijakannya.

d. Asumsi dan Keterbatasan Analisis Titik Impas

Seperti yang telah diuraikan di atas bahwa satu kelemahan analisis titik impas adalah karena banyaknya asumsi yang mendasari analisis ini. Akan tetapi, asumsi-asumsi ini memang harus dilakukan jika mau analisis ini dapat dilakukan secara tepat. Kemudian, dengan asumsi-asumsi ini, analisis titik impas dapat dilakukan secara tepat dan akurat. Hanya saja asumsi-asumsi yang dilakukan terkadang terlalu memaksa dan pertanggungjawabannya sering diimbangkan. Oleh karena itu para manajer menganggap bahwa asumsi ini harus tepat dilakukan dan ini merupakan salah satu keterbatasan analisis titik impas bila kita mau menggunakannya.

Adapun asumsi-asumsi dan keterbatasan analisis titik impas adalah sebagai berikut:

1. Biaya

Dalam analisis titik impas, hanya dua macam biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Oleh karena itu, kita harus memisahkan dulu komponen antar biaya tetap dan biaya variabel. Artinya, mengelompokkan biaya tetap di satu sisi dan mengelompokkan biaya variabel disisi lainnya. Dalam hal ini secara umum untuk memisahkan kedua biaya ini relatif sulit karena ada biaya yang tergolong semi variabel dan tetap.

Untuk memisahkan biaya ini dapat dilakukan melalui dua pendekatan sebagai berikut:

- a. Pendekatan analitis, yaitu kita harus meneliti setiap jenis dan unsur biaya yang terkandung per satu dari biaya yang ada beserta sifat-sifat biaya tersebut.
- b. Pendekatan historis, dalam hal ini yang harus dilakukan adalah memisahkan biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan angka-angka dan biaya masa lampau.

2. Biaya tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batas tertentu). Artinya, kita menganggap biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu saja, biasanya kapasitas produksi yang dimiliki. Namun, untuk kapasitas produksi bertambah, biaya tetap juga menjadi lain.

3. Biaya variabel (*variabel cost*)

Biaya variabel merupakan biaya secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Artinya, asumsi kita biaya variabel berubah-ubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Dalam hal ini sulit terjadi dalam praktiknya karena dalam penjualan jumlah besar akan ada potongan-potongan tertentu, baik yang diterima maupun diberikan perusahaan.

4. Harga jual

Harga jual maksudnya dalam analisis ini hanya digunakan untuk satu macam harga jual atau harga barang yang dijual atau diproduksi.

5. Tidak ada perubahan harga jual

Artinya, diasumsikan harga jual per satuan tidak dapat berubah selama periode analisis. Hal ini bertentangan dengan kondisi yang sesungguhnya, dimana harga jual dalam suatu periode dapat berubah-ubah seiring dengan perubahan biaya-biaya lainnya yang berhubungan langsung dengan produk maupun tidak.

e. Rumusan Yang Digunakan

Untuk mencari titik impas dapat kita gunakan beberapa model rumus. Pemakaian rumus dapat dilakukan sesuai dengan keinginan dan tujuan pemakai. Hanya saja masing-masing rumus memiliki keuntungan atau kelebihan masing-masing. Misalnya rumus matematika dengan grafik tentu memberikan informasi berbeda dalam arti luas, seperti lengkap tidaknya informasi yang diberikan dan kemudahan dalam menggunakan. Sebagai contoh, dengan menggunakan model matematik, kita dapat dengan mudah mencari dan mengetahui titik impas suatu produk. sebaliknya, penggunaan model grafik memberikan informasi yang diberikan cukup luas dan dapat dibuatkan grafik dengan mudah pula.

Berikut ini beberapa model rumus yang dapat digunakan dalam analisis titik impas:

1. Dengan rumus matematik

a. Analisis titik impas dalam unit

$$\mathbf{BEP = \frac{FC}{P-VC/Unit}}$$

Keterangan:

BEP = Analisis titik impas (*Break Even Point*)

FC = Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

VC = Biaya variabel persatuan (*Variabel Cost*)

P = Harga jual persatuan (*Price*)

S = Jumlah penjualan (*Sales Volume*)

b. Analisis titik impas dalam rupiah

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

Contoh Kasus:

PT. ABC memiliki usaha di bidang alat perkakas gergaji dengan data sebagai berikut:

1. Kapasitas produksi yang mampu dipakai adalah 100.000 unit mesin gergaji.
2. Harga jual persatuan diperkirakan Rp. 5.000,00/unit
3. Total biaya tetap sebesar Rp. 150.000.000,00 dan total biaya variabel sebesar Rp. 250.000.000,00

Perincian masing-masing biaya adalah sebagai berikut:

1. Biaya tetap (*fixed cost*)

Overhead pabrik	Rp. 60.000.000
Biaya distribusi	Rp. 65.000.000
Biaya adm dan umum	<u>Rp. 25.000.000</u>
Total biaya tetap	Rp. 150.000.000

2. Biaya variabel (*variabel cost*)

Biaya bahan langsung	Rp. 70.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 85.000.000
Overhead pabrik	Rp. 20.000.000
Biaya distribusi	Rp. 45.000.000
Biaya adm dan umum	<u>Rp. 30.000.000</u>
Total biaya variabel	Rp. 250.000.000

Dari perincian data diatas carilah titik impas baik dalam unit maupun rupiah.

Kapasitas produksi 100.000 unit

Harga jual per unit Rp. 5000

Total penjualan 100.000 unit X Rp. 5000 = Rp. 500.000.000

Biaya tetap unit = $\frac{\text{Rp.150.000.000}}{100.000} = \text{Rp. 1.500/unit}$

Biaya variabel unit = $\frac{\text{Rp.250.000.000}}{100.000} = \text{Rp. 2.500/unit}$

Ringkasan bujet laba adalah sebagai berikut:

Total penjualan 100.000 unit X

Rp. 5.000 = Rp 500.000.000 (100%)

Total biaya variabel = Rp 250.000.000 (50%)

Margin income = Rp 250.000.000 (50%)

Total biaya tetap = Rp 150.000.000 (30%)

Laba = Rp 100.000.000 (20%)

Untuk mencari BEP dalam unit adalah sebagai berikut:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp.150.000.000}}{\text{Rp5.000}-\text{Rp2.500}} = 60.000 \text{ unit}$$

Kemudian untuk mencari BEP dalam rupiah adalah sebagai berikut:

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Rp. 150.000.000}}{1 - \frac{\text{Rp.250.000.000}}{\text{Rp.500.000}}} = \text{Rp 300.000.000}$$

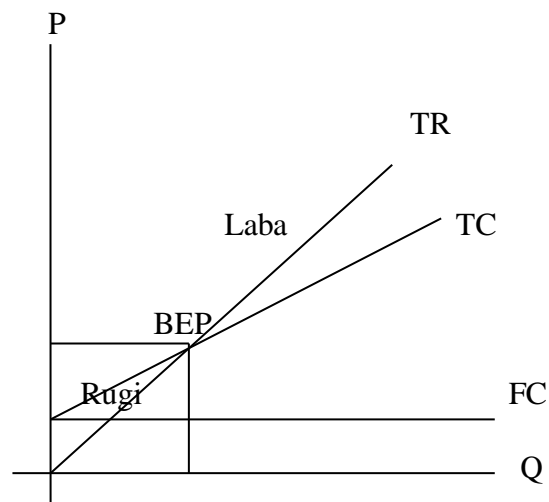
Cara lain dapat dilakukan untuk membuktikan kedua hasil tersebut dengan :

$$\text{BEP} = \text{Unit BEP} \times \text{harga jual unit}$$

$$\text{BEP} = 60.000 \times \text{Rp } 5.000 = \text{Rp } 300.000.000$$

2. Dengan grafik

Gambar 2.6
Perhitungan BEP Menggunakan Grafik



Keterangan:

TR = Total Revenue (Pendapatan Total)

TC = Total Cost (Biaya Total)

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

VC = *Variabel Cost* (Biaya Variabel)

Q = *Quantity* (Jumlah Produk Penjualan)

P = *Price* (Harga Jual Barang per unit)

f. Tingkat Keamanan (*Margin of Safety*)

Tingkat keamanan *margin of safety* (MoS) merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada

titik impas. Batas aman digunakan untuk mengetahui berapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian.

Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan atau MoS adalah sebagai berikut:

1. Penjualan yang direncanakan

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan per bujet}}{\text{Penjualan per titik impas}} \times 100\%$$

2. Penjualan MOS

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan per bujet} - \text{Penjualan per titik impas}}{\text{Penjualan per bujet}} \times 100\%$$

g. BEP Dengan Perubahan

Dalam praktiknya perolehan titik impas akan berubah-ubah seiring dengan terjadinya berbagai perubahan kondisi lingkungan atau kebijakan. Artinya pihak manajemen harus selalu mengantisipasi apabila terjadi perubahan-perubahan yang akan menyebabkan perubahan perolehan titik impas. Berikut ini adalah berbagai sebab yang mengakibatkan perubahan titik impas:

1. Pengaruh perubahan harga jual per unit

Sebagai contoh dari kasus sebelumnya, apabila terjadi kenaikan harga jual per unit dari Rp 5.000 menjadi Rp 6.000 (kenaikkan 20%). Pengaruh kenaikan harga jual ini akan berdampak terhadap

BEP yang akan berubah menjadi lebih kecil baik dalam rupiah maupun unit.

2. Pengaruh perubahan jumlah biaya tetap

Seperti diketahui dalam analisis BEP, biaya tetap secara total diasumsikan tetap (konstan). Jadi, apabila perubahan biaya tetap, otomatis BEP-nya juga berubah. Dalam praktiknya, apabila biaya tetap turun, BEP akan turun. Demikian pula sebaliknya apabila biaya tetap turun, BEP akan turun. Perubahan biaya tetap biasanya diakibatkan karena adanya tambahan kapasitas produksi atau kenaikan atau penurunan (efisien).

3. Pengaruh perubahan jumlah biaya variabel

BEP akan juga ikut berubah apabila terjadi perubahan, baik terhadap peningkatan maupun penurunan biaya variabel.

4. Pengaruh perubahan penjualan campuran

Penjualan campuran (*sales mix*) merupakan gambaran pertimbangan penjualan antara beberapa macam produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Oleh karena itu, pengaruh ini berlaku apabila perusahaan memiliki dua macam produk atau lebih. Dalam asumsi dikatakan bahwa tidak ada perubahan dalam penjualan campuran *sales mix*-nya.

5. Penentuan harga jual minimal

Suatu perusahaan pasti selalu menetapkan keuntungan yang diinginkan atau *profit margin* lebih dahulu sebelum kegiatan dijalankan. Oleh karena itu, sebelumnya perlu ditetapkan penjualan

minimal yang harus dicapai sehingga keuntungan yang telah ditargetkan dapat tercapai. Bila tidak, kita sulit untuk melihat berapa penjualan yang dicapai.

2.1.3 Penetapan Harga Jual

Pengertian harga sangat beragam menurut para ahli. Menurut Tjiptono (2015: 289), “Harga memainkan peran strategis dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran atau bahkan *customer value* menjadi rendah. Sebaliknya, jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba”. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 324), “ Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Menurut Mahmud Machfoed (2010: 69), “Harga merupakan jumlah uang yang dikenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa”.

Berdasarkan uraian diatas maka, harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa, harga juga bisa menjadi senjata strategik untuk bersaing dengan perusahaan lain secara efektif. Harga dapat diubah atau disesuaikan secara dramatis, tergantung tujuan apa yang

ingin dicapai. Penentuan harga yang tepat merupakan salah satu faktor yang penting dalam menentukan kesuksesan dan tujuan perusahaan yang ingin dicapai baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga jual di pasaran sebagai bagian dari manajemen harga di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan

Faktor pertama yang mempengaruhi manajemen harga adalah soal strategi pemasaran. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, akan memungkinkan pihak perusahaan untuk menyajikan tawaran harga yang lebih ramah kepada konsumen. Laba akan tertutupi dari kemampuan dan strategi pemasaran kreatif yang dijalankan oleh pihak perusahaan. Kreativitas merupakan modal untuk mampu bersaing lebih baik di tengah pasar. Namun apabila pemasaran yang dilakukan tidak maksimal dan tidak menggunakan cara-cara baru, langka yang dilakukan adalah dengan upaya peningkatan harga jual.

2. Kualitas dan inovasi produk

Di dalam manajemen harga, faktor kualitas dan inovasi produk perusahaan menjadi salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi kebijakan dalam menentukan harga jual. Apabila perusahaan yakin bahwa kualitas produknya diatas rata-rata dengan tawaran inovasi yang cukup baik, maka perusahaan bisa menetapkan harga jual yang lebih tinggi dari harga pasar. Hal tersebut tentunya juga bertujuan untuk menutupi biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan sebuah produk berkualitas.

3. Harga pesaing

Faktor yang mempengaruhi manajemen harga jual yang selanjutnya adalah harga dari produk pesaing. Semakin tinggi tingkat persaingan harga, maka akan semakin sulit bagi perusahaan menetapkan harga yang menguntungkan bagi perusahaan. Akibatnya perusahaan dituntut lebih kreatif untuk mencari pasar atau area penjualan baru dengan tingkat pesaing yang masih rendah. Harga pesaing jika tidak diperhatikan maka akan berdampak pada tidak lakunya produk pasaran.

4. Ketersediaan serta jumlah harga dari produk pengganti

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam manajemen harga penjualan adalah ketersediaan serta jumlah harga pokok pengganti yang ada. Produk pengganti ini adalah pesaing. Semakin banyak tingkat ketersediaan jumlah barang pengganti serta harganya yang juga terjangkau oleh konsumen, artinya perusahaan harus semakin bisa menekan harga jual agar mampu bersaing dengan produk-produk dipasaran.

Pada umumnya harga jual produk atau jasa ditentukan berdasarkan penjumlahan semua biaya baik bersifat produksi maupun nonproduksi. Menurut Aurora (2013), "Biaya produksi digunakan sebagai dasar pelaporan dimana biaya persediaan akhir akan dimasukkan dalam laporan posisi keuangan dan biaya pokok penjualan pada laba rugi".

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.

Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal.

Mulyadi (2012: 78) “menyatakan bahwa pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up*”. Menurut Horngren, et al (2015: 516), “Harga merupakan cerminan pemahaman yang mendalam pihak perusahaan mengenai konsumen , kompetitor dan biaya perusahaan itu sendiri. Menurut Lasena (2013), “ Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase 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”.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan atau harga jual sama dengan biaya peroduksi ditambah *mark-up*, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan, perusahaan harus menentukan harga jual yang tepat untuk produk yang dijualnya. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga juga merupakan cerminan mendalam pihak perusahaan terhadap konsumennya.

Kemampuan untuk menentukan harga jual yang tepat akan sangat menentukan nasib penjualan produk dipasaran. Upaya menentukan harga jual di pasaran sebagai salah satu bagian dari manajemen harga perlu dilakukan dengan memperhatikan banyak faktor. Hal tersebut tentunya untuk mencegah tidak lakunya barang produksi dipasaran.

b. Tujuan Penentuan Harga

Penjual barang dalam menetapkan harga dapat mempunyai tujuan yang berbeda satu sama lain antar penjual meupun antar barang yang satu dengan yang lain. Tujuan penetapan harga menurut Tjiptono (2015:291) adalah sebagai berikut:

1. Tujuan berorientasi pada laba

asumsi teori ekonomi klasik menyatakan setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba terbesar. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu.

2. Tujuan berorientasi pada volume

penetapan harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*.

Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat tercapai target volume penjualan, nilai penjualan, dan pangsa pasar.

3. Tujuan berorientasi pada citra

citra (*image*) sebuah perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga mahal untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu, harga murah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*).

4. Tujuan stabilisasi harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila sebuah perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Tujuan seperti ini yang mendasari terbentuknya stabilisasi harga. Tujuan stabilisasi harga dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga sebuah perusahaan dan harga pemimpin industri (*industry leader*).

5. Tujuan-tujuan lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, mendapatkan aliran kas secepatnya, atau menghindari campur tangan pemerintah.

Tujuan penetapan harga menurut Rahman (2010: 79) terbagi menjadi tiga orientasi, yaitu:

1. Pendapatan

Hampir sebagian besar bisnis berorientasi pada pendapatan, hanya perusahaan nirlaba atau pelayanan jasa publik yang biasanya berfokus pada titik impas.

2. Kapasitas

Beberapa sektor bisnis biasanya menyelaraskan antara permintaan dan penawaran dan memanfaatkan kapasitas produksi maksimal.

3. Pelanggan

Biasanya penetapan harga yang diberikan cukup representatif dengan mengakomodasi segala tipe pelanggan, segmen pasar, dan perbedaan daya beli. Bisa dengan menggunakan sistem diskon, bonus, dan lain-lain.

c. Peranan Harga

Menurut Tjiptono (2015: 291) secara garis besar, peranan harga dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Harga yang dipilih berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan menentukan tingkat aktivitas. Harga yang terlampau murah atau sebaliknya terlalu murah berpotensi menghambat pengembangan produk. Oleh sebab itu, pengukuran sensitivitas harga amat penting dilakukan.

2. Harga jual secara langsung menentukan profitabilitas operasi.
3. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan mempengaruhi persepsi umum terhadap produk atau merek dan berkontribusi pada *positioning* merek dalam *evoked* set konsumen potensial. Konsumen sering kali menjadikan harga sebagai indikator kualitas, khususnya dalam pasar produk konsumsi.
4. Harga merupakan alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan antar produk atau merek yang saling bersaing.
5. Strategi penetapan harga harus selaras dengan komponen bauran pemasaran lainnya. Harga harus dapat menutup biaya pengembangan, promosi, dan distribusi produk.
6. Akselerasi perkembangan teknologi dan semakin singkatnya siklus hidup produk menuntut penetapan harga yang akurat sejak awal.
7. Proliferasi merek dan produk yang sering kali tanpa dibarengi diferensiasi memadai berimplikasi pada pentingnya *positioning* harga yang tepat.
8. Peraturan pemerintah, etika, dan pertimbangan sosial (seperti pengendalian harga, penetapan margin laba maksimum, otoritas kenaikan harga, dan seterusnya) membatasi otonomi dan fleksibilitas perusahaan dalam menetapkan harga.
9. Berkurangnya daya beli di sejumlah dunia berdampak pada semakin tingginya sensitivitas harga, yang pada gilirannya memperkuat peran harga sebagai instrumen pendorong penjualan dan pangsa pasar.

d. Metode Penentuan Harga Jual

Ada empat metode yang dapat digunakan untuk penentuan harga jual, yaitu :

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal pricing*)

Penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus*, yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract (Cost-type Contract Pricing)*. *Cost-type Contract* adalah kontrak pembuatan

produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.

3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan.

4. Penentuan Harga Jual Produk yang dihasilkan perusahaan yang

diatur dengan peraturan pemerintah. Penentuan harga jual berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

Sebagai Contoh:

Manajer pemasaran PT. ABC sedang mempertimbangkan penentuan harga jual produk EPSON untuk tahun anggaran yang akan datang. Menurut anggaran, perusahaan direncanakan akan beroperasi pada kapasitas normal sebanyak 1.000.000 Unit dengan taksiran biaya penuh untuk tahun anggaran yang akan datang sebagai berikut:

Biaya Variabel :

Biaya produksi variabel	Rp. 4.000.000.000
Biaya adm & umum variabel	Rp. 100.000.000
Biaya pemasaran variabel	<u>Rp. 100.000.000</u> +
Total biaya variabel	Rp. 4.200.000.000

Biaya Tetap :

Biaya produksi tetap	Rp. 2.000.000.000
Biaya adm & umum tetap	Rp. 300.000.000
Biaya pemasaran tetap	<u>Rp. 500.000.000</u> +
Total biaya tetap	<u>Rp. 2.800.000.000</u> +
Total biaya penuh	Rp. 7.000.000.000

Total aktiva yang diperkirakan pada awal tahun anggaran Rp.8.000.000.000 dan laba yang diharapkan dinyatakan dalam tarif kembalian investasi (ROI)

25% unsur biaya:

Biaya produksi variabel	Rp. 4.000.000.000
Biaya produksi tetap	<u>Rp. 2.000.000.000</u> +
	Rp. 6.000.000.000

Unsur *mark-up* :

Biaya non produksi variabel	Rp. 200.000.000
Biaya non produksi tetap	Rp. 800.000.000
Ekspektasi laba 25% X Rp.8.000.000.000	<u>Rp. 2.000.000.000</u>
Total unsur <i>Mark-up</i>	Rp. 3.000.000.000

$$\text{Persentase Mark-up} = \frac{\text{Rp.3.000.000.000}}{\text{Rp.6.000.000.000}} \times 100\% = 50\%$$

Perhitungan harga jualnya :

Biaya produksi	Rp. 6.000.000.000
Mark-up 50% X Rp. 6.000.000.000	<u>Rp. 3.000.000.000</u> +
Total harga jual	Rp. 9.000.000.000

Volume Produksi 1.000.000 kg	$\frac{\text{Rp.9.000.000.000}}{1.000.000 \text{ kg}}$:
------------------------------	--

Harga jual produk / kg Rp. 4.500,-

2.2 Penelitian Sebelumnya

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini, diantaranya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2.3
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel X	Variabel Y	Hasil Penelitian
1	Ramadhani (2016)	Analisis <i>Break Even Point</i> dan penggunaannya dalam perencanaan laba pada CV. Arsa Desain	1. Analisis <i>Break even point</i> 2. Penggunaan	Perencanaan laba	Analisis <i>Break Even Point</i> dan penggunaannya berdampak positif atau signifikan dalam perencanaan laba
2	Siti Mahrani (2018)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar	Harga pokok produksi	Penetapan harga jual	Analisis HPP berdampak positif atau signifikan terhadap penetapan harga jual

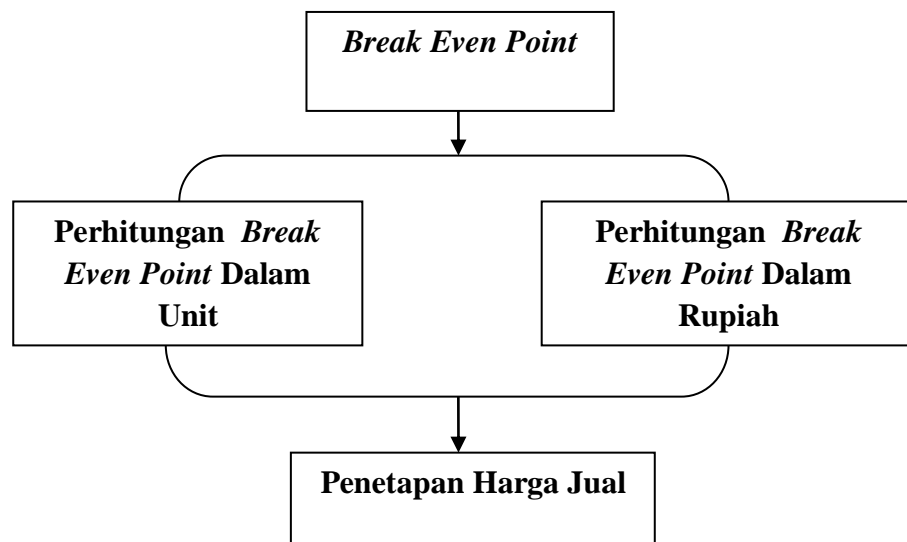
		Penetapan Harga Jual Produksi Studi Kasus Pada Pabrik Sepatu Ferradini Mencirim			
3	Tri Dessy Ratna Sari (2018)	Analisis <i>Break Even Point</i> dalam perhitungan uang sekolah pada YPI Amir Hamzah	Analisis <i>Break Even Point</i>	1. Jumlah penerimaan uang sekolah 2. Realisasi belanja	Analisis <i>Break Even Point</i> berdampak positif bagi sekolah dalam memperhitungkan uang sekolah
4	Sunanto,S.E.,MM.,Ak.,CA (2016)	Analisis <i>break even pont</i> dalam penentuan harga sewa kamar pada Hotel Ranggonang Sekayu	Analisis <i>Break even point</i>	Dalam penentuan harga sewa	1. Tahun 2013 perusahaan telah mencapai BEP 2. Tahun 2014 dan 2015 perusahaan tidak mencapai 3. Berdasarkan hasil pengujian hubungan BEP dengan penentuan harga sewa diperoleh hasil hubungan positif signifikan
5	Nurzuliani dan Fazli Syam BZ	Analisis <i>break even point</i> sebagai	Analisis <i>break even point</i>	penetapan harga jual	Berdasarkan hasil uji korelasi yang dilakukan untuk

	(2017)	dasar pengambilan keputusan penetapan harga jual pada UKM di Banda Aceh			melihat hubungan antara BEP dengan harga jual, diperoleh hasil hubungan positif signifikan.
--	--------	---	--	--	---

2.3 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini kerangka konseptual dirancang dengan tujuan untuk memperjelas arah dari penelitian, serta memahami hubungan antara variabel analisis perhitungan *break even point* terhadap penentuan harga jual pada UD Air Barakah di Pesantren Kawala Madu.

Kerangka konseptual pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.7 Kerangka Konseptual

Analisis titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Hal ini berarti dimana kondisi suatu usaha jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya. Atau perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak rugi, atau laba sama dengan nol. Melalui analisis titik impas, kita dapat mengetahui bagaimana hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan (penjualan atau produksi). Oleh karena itu, analisis titik impas sering disebut dengan nama *cost profit volume analysis*.

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Menurut Nurul (2013), jenis penelitian yang penulis gunakan didalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menetapkan harga jual. Pabrik ini memproduksi air dalam kemasan, pabrik ini bergerak dalam bidang manufaktur yang mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi atau siap pakai sehingga pabrik ini cocok untuk dijadikan tempat penelitian karena sesuai dengan judul yang ingin diteliti oleh penulis, yang berkaitan dengan perhitungan BEP dalam menentukan harga jual. Dimana dalam perhitungan BEP memerlukan perhitungan biaya variabel dan biaya tetap.

Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012:8) yaitu “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/satistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.2. Lokasi Penelitian dan Rencana Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UD. Air Barakah di Pesantren Muhammadiyah Kwala Madu

3.2.2 Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan pada UD. Air Barakah Pesantren Kwala Madu. Penelitian dimulai dari bulan Januari sampai dengan Juni 2020. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari uraian tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2020															
		Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli										
1	Pengajuan Judul	■															
2	Penyusunan Proposal	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	Bimbingan Proposal																
4	Seminar Proposal																
5	Perbaikan /Acc Proposal																
6	Pengolahan Data																
7	Penyusunan Skripsi																
8	Bimbingan Skripsi																
9	Sidang Mejah Hijau																

3.3. Populasi dan Sampel/Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Populasi dan Sampel

Menurut Rusiadi,dkk (2014:30) mengemukakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. “Populasi dalam penelitian ini adalah laporan penjualan dan laporan produksi UD (Usaha Dagang).

Menurut rusiadi, dkk (2014:31) “Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam penelitian ini

sampel yang digunakan adalah laporan penjualan dan laporan produksi UD.Air Barakah Pesantren Kwala Madu”.

3.3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dapat diperoleh melalui wawancara langsung dari sumbernya atau dengan pengisian kuesioner (daftar pertanyaan) yang dijawab atau diisi oleh objek penelitian.

3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Didalam penelitian ini terdapat 1 (satu) variabel independen yaitu Analisis Perhitungan *Break Even Point* (X) serta variabel dependen yaitu Untuk Penetapan Harga Jual (Y).

3.4.2 Definisi Operasional

a. Analisis Perhitungan *Break Even Point*

Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya. Atau perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak rugi, atau laba sama dengan nol. Melalui analisis titik impas, kita dapat mengetahui bagaimana hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan (penjualan atau produksi). Oleh karena itu, analisis titik impas sering disebut dengan nama *cost profit volume analysis*.

Analisis titik impas juga memberi pedoman tentang berapa jumlah produk minimal yang harus diproduksi atau dijual. Tujuannya adalah agar perusahaan mampu memperoleh laba yang maksimal. Artinya, dengan memproduksi sejumlah barang dengan kapasitas produksi yang dimilikinya, perusahaan akan tahu batas mana minimal yang harus dijual dan keuntungan maksimal yang diperoleh apabila diproduksi secara penuh.

b. Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal.

Menurut Horngren, et al (2015: 516), “Harga merupakan cerminan pemahaman yang mendalam pihak perusahaan mengenai konsumen , kompetitor dan biaya perusahaan itu sendiri.

Dari definisi diatas 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 dijual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Deskripsi	Indikator
Analisis Perhitungan BEP	BEP adalah suatu keadaan didalam operasinya perusahaan tidak memperoleh laba namun juga tidak menderita rugi. BEP juga disebut dengan titik impas yang berarti jumlah pendapatan yang diperoleh yang diperoleh sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan (Kasmir:2012)	Menghitung posisi BEP: $TR = TC$ $TR = P.Q$ $TC = VC+FC$
Harga Jual	Harga jual adalah nilai yang melekat pada suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang. (Kasmir:2012)	Persamaan yang digunakan dalam perhitungan harga: $P.Q = a+bQ$ $(P.Q) - bQ = a$ $Q(P - b) = a$ $P - b = \frac{a}{Q}$ $P = \left(\frac{a}{Q}\right) + b$

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara tertentu untuk mengumpulkan keterangan-keterangan yang diteliti oleh peneliti secara

efisien menurut prosedur-prosedur ilmiah untuk memudahkan suatu masalah pemecahan masalah yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan ada 3 (tiga) yaitu:

a. Teknik Observasi

Teknik yang dilakukan sebelum melaksanakan riset penelitian, teknik ini dilakukan untuk mengetahui laporan penjualan dan laporan produksi dan bagaimana usaha dagang air barakah dalam menentukan harganya.

b. Wawancara

Wawancara digunakan untuk memperkuat hasil penelitian dari seluruh data penelitian yang telah terkumpul yang merupakan hasil dari masalah yang akan diteliti.

c. Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan sebagai teknik pengumpulan data yang dibutuhkan didalam suatu penelitian guna memenuhi syarat suatu masalah yang akan diteliti.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menentukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah tentang penelitian. Analisis data juga bisa diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah

hasil dari sebuah penelitian menjadi informasi yang akan nantinya bisa digunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis titik impas (*break even point*) dengan pendekatan secara matematis dan menggunakan metode kuadrat terkecil.

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu penelitian yang menjelaskan kondisi dari objek penelitian berdasarkan pada keadaan yang sebenarnya dilapangan. Tujuan dari studi deskriptif adalah memberikan sebuah riwayat kepada peneliti atau untuk aspek-aspek yang relevan dengan menggambarkan fenomena dari perspektif seseorang, organisasi, industri, atau lainnya.

Menurut Sugiono (2012: 13) penelitian deskriptif yaitu “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain”.

b. Analisis Penentuan Tingkat Titik Impas (*break even point*)

seperti yang telah dikemukakan pada Bab II sebelumnya, analisis *break even point* berdasarkan analisisnya pada pemisahan biaya menurut tingkat variabilitasnya. Umumnya biaya dikelompokkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, sehingga persamaan BEP ditulis sebagai berikut:

$$\text{Pendapatan penjualan} = \text{biaya tetap} + \text{biaya}$$

sedangkan persamaan *break even point* matematis adalah sebagai berikut:

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

c. Analisis dan Evaluasi *Margin of Safety*

Tingkat keamanan merupakan selisih antara pendapatan yang direncanakan dengan tingkat pendapatan pada BEP. Tingkat keamanan juga menggambarkan jarak dimana kalau berkurangnya pendapatan dari tingkat BEP maka perusahaan mengalami kerugian. *Margin of Safety* dihitung dengan membagi selisih antara total penjualan. *Margin of Safety* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Pendapatan yang direncanakan} - \text{pendapatan pada BEP}}{\text{Pendapatan yang direncanakan}} \times 100\%$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah Perusahaan

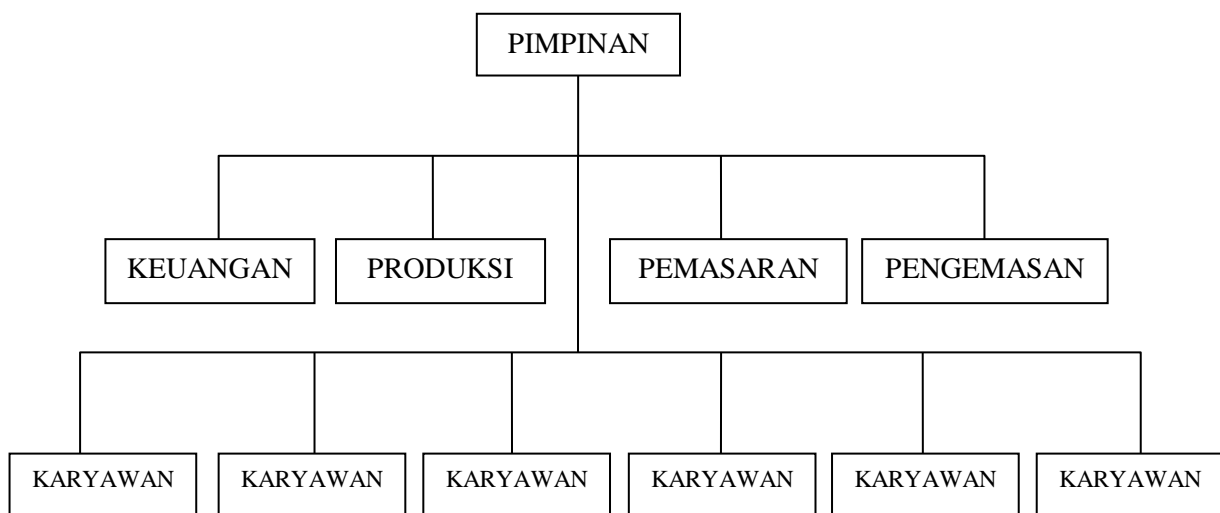
UD. Air Barakah berlokasi di jalan Tanjung Pura No. 32 Kwala Begumit Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat lebih tepatnya di Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Kwala Madu didirikan oleh Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Kwala Madu dan dalam pengawasan Bapak Firmali sebagai salah satu petinggi di Pondok Pesantren tersebut. UD. Air Barakah didirikan pada tahun 2010 yang digunakan untuk mendongkrak atau untuk meningkatkan perekonomian dan kemandirian perekonomian Pondok Pesantren.

Air Kemasan *Reverse Osmosis* (RO) yang dimiliki UD. Air Barakah Pesantren Kwala Madu dikemas dalam ukuran *cup*, dan sumber airnya berasal dari air sumur bor. Biaya yang dikeluarkan untuk pengeboran air sebesar Rp 150.000.000, dimana biaya ini digunakan untuk pengeboran air dengan kedalaman \pm 100 meter hingga mencapai air yang jernih dan langsung dapat diminum, mampu menghasilkan debit air yang digunakan sebagai bahan baku adalah sebesar 1,15 liter/detik dengan mutu air masuk dalam kategori Baku Mutu A.

4.1.2. Visi Dan Misi

- Visi dari perusahaan adalah menjadi penyedia kebutuhan air minum dalam kemasan yang terbaik bagi masyarakat sekitar dan seluruh rakyat Indonesia.
- Misi dari perusahaan adalah dapat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, meningkatkan loyalitas konsumen, meningkatkan penjualan produk dan pendapatan setiap tahunnya.

4.1.3. Struktur Organisasi



Gambar 4.1 : Struktur Organisasi

4.1.4. Pelaksanaan Kegiatan Operasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan adalah suatu rangka yang menunjukkan setiap tugas didalam organisasi sehingga jelas batas, hubungan, wewenang, dan tanggung jawab dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Organisasi dan manajemen yang baik akan

memberikan keseimbangan pada tugas pendelegasian, kekuasaan, kesatuan perintah, tanggung jawab serta wewenang, hal ini memberikan efek positif pada perusahaan dimana perusahaan akan menemukan kelancaran dalam menjalani aktifitas-aktifitasnya.

Jumlah tenaga kerja pada UD Air Barakah Pesantren Kwala Madu adalah sebanyak 15 karyawan, yang bertugas untuk melayani konsumen baik yang membeli secara langsung maupun yang diantar atau memesan lewat telepon. UD Air Barakah Pesantren Kwala Madu menginginkan karyawannya bekerja dengan nyaman, sehingga menghasilkan produktivitas yang baik dan meningkatkan penjualan serta meningkatkan pendapatan perusahaan. Untuk itu beberapa usaha dilakukan untuk mewujudkannya seperti dengan memberikan gaji pokok serta perusahaan juga menyediakan dana bantuan yang berupa tunjangan hari raya (THR).

Cara mensterilisasi air minum yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pemasakan atau Pendidihan Air

Pemasakan atau pendidihan air adalah sistem sterilisasi air minum dengan cara memanaskan air sampai mendekati suhu 100°C, dengan cara pemanasan ini diharapkan bakteri-bakteri, virus dan protozoa akan mati karena pengaruh suhu yang tinggi.

2. Filter Keramik

Filter keramik bekerja setelah air mengalir melalui suatu keramik yang memiliki celah-celah yang sangat kecil untuk menyaring kontaminan besar.

Keistimewaannya:

- a. Menyaring partikel-partikel besar
- b. Kadar bakteri berkurang dalam waktu singkat
- c. Filter keramik dapat dipakai ulang

Kekurangannya:

- a. Tidak efektif dalam menghilangkan kontaminan organik atau sebagian besar kontaminan non organik
- b. Tidak mampu membunuh virus atau segala jenis bakteri
- c. Harus sering dibersihkan dan dilap dengan obat disinfektan

3. Pot Mineral

Air yang dituangkan ke dalam bejana yang berisi tumpukan batu karang dan batu kapur untuk menambah mineral dalam kandungan air. Sistem ini tidak mampu menghilangkan atau mematikan kontaminan kimiawi, bakteri maupun virus.

Keistimewaannya:

- a. Tidak perlu memasang alat
- b. Menambah unsur magnesium dan kalsium dalam air

Kekurangannya:

- a. Tidak efektif menghilangkan mikroorganisme, kontaminan organik maupun non organik
- b. Arus air yang mengandalkan gravitasi terlalu lambat dan tidak efektif.

4. *Filter Hollow Fiber*

Sistem pengolahan dengan teknologi fiber berlubang menggunakan

pembuluh-pembuluh fiber dengan lubang berukuran 0,1 hingga 0,2 mikron untuk menyaring butir-butir pasir, sendimen dan kontaminan lain. Fiber yang baru dan bersih juga mampu menyaring bakteri.

Keistimewaannya:

- a. Efektif menyaring partikel-partikel kecil
- b. Kadar bakteri berkurang dalam waktu singkat

Kekurangannya:

- a. Tidak efektif menghilangkan bakteri yang berdaya tahan tinggi
- b. Tidak efektif menghilangkan virus, kontaminan organik, dan sebagian besar kontaminan kimiawi non organik
- c. Mudah tersumbat

5. Generator Alkaline

Alkaline Water Generators menggunakan aliran listrik untuk menghasilkan air asam atau air alkaline. Pemasaran sistem ini pada umumnya menyatakan air alkaline dapat diminum, dengan berdalil bahwa air seperti itu lebih mudah diserap sel tubuh dan bahwa air asam dapat digunakan untuk membersihkan kulit. pada kenyataannya, hal itu belum terbukti secara klinis, khususnya tentang khasiat air asam dan alkaline untuk tujuan seperti itu.

Keistimewaannya adalah air yang diklaim lebih mudah diserap sel tubuh.

Kekurangannya:

- a. Tidak melenyapkan bakteri, zat-zat kimiawi organik maupun non organik, partikel-partikel kecil, bakteri maupun virus.
- b. Pada umumnya kurang didukung dengan pembuktian yang kuat.

6. Penyulingan Distilasi

Dalam metode ini, dipanaskan hingga menguap sekaligus membunuh bakteri dan virus serta memisahkannya dari kontaminan-kontaminan berat. Uap dikondensasikan menjadi air kembali, lalu dikeluarkan dari sistem tersebut ke dalam suatu penampungan.

Keistimewaannya:

- a. Mengurangi *chlorine*
- b. Mengurangi kontaminan non organik
- c. Mengurangi bakteri dan virus
- d. Mengurangi kontaminan organik bermolekul besar

Kekurangannya:

- a. Menghilangkan mineral yang bermanfaat
- b. Harus menghasilkan tenaga panas yang tinggi
- c. Berpotensi mengakibatkan air terasa hambar
- d. Terasa lamban, kurang praktis dan mahal tidak mampu menghilangkan beberapa senyawa organik tertentu yang memiliki tingkat rebus yang rendah misalnya : *Choroform*

7. Reverse Osmosis (R.O)

Air ditekan mengalir melalui membran atau film tembus air yang sangat tipis sehingga mampu menyaring molekul berukuran tertentu, tetapi molekul yang sangat kecil tetap dapat menembusnya. Air yang telah melalui pengolahan awal ini dikumpulkan kedalam sebuah tangki penampungan yang pada umumnya dihubungkan dengan sebuah kran terpisah di samping kran airnya.

Keistimewaannya:

- a. Mengurangi senyawa non organik
- b. Dapat mengurangi beberapa senyawa organik tertentu
- c. Mengurangi parasit

Kekurangannya:

- a. Memerlukan tekanan air tinggi
- b. Menghilangkan mineral yang bermanfaat
- c. Tidak terjamin efektifitasnya dalam menghilangkan bakteri dan virus
- d. Lamban dan boros air
- e. Tidak terjamin efektifitasnya dalam menghilangkan beberapa senyawa organik tertentu

8. Filter Granular activated Charcoal (G.A.C)

Dalam sistem ini, partikel-partikel karbon aktif yang longgar berfungsi sebagai penyaring dari kontaminan yang ada sebagai penyerap bagi kontaminan lainnya.

Keistimewaannya:

- a. Mengurangi *chlorine*
- b. Tidak menghilangkan mineral yang bermanfaat

Kekurangannya:

- a. Karena longgar, karbon justru menjadi jalan masuk air yang belum terolah
- b. Tidak terjamin efektifitasnya dalam menghilangkan kontaminan organik
- c. Tidak membunuh bakteri ataupun virus

9. Pengolahan dengan Karbon /Perak

Perak dicampur dengan serbuk karbon aktif untuk mempertahankan keistimewaan filtrasi karbon dan mengendalikan bakteri dengan perak.

Keistimewaannya:

- a. Efektif menghilangkan sebagian bakteri yang berbahaya dalam jumlah sangat terbatas
- b. Mengurangi *chlorine*

Kekurangannya:

- a. Air tercampur perak
- b. Tidak efektif terhadap sebagian besar mikroorganisme
- c. Menyebabkan masuknya kontaminan

10. Pertukaran Kation (Pelunakan Air)

Air mengalir melalui suatu jalur yang dinamakan resin bed. Kation dalam air diserap ketika ion lawan jenisnya, misalnya sodium dilepaskan ke dalam air.

Keistimewaannya adalah dapat mengurangi kekerasan air yang disebabkan oleh magnesium dan kalsium yang berlebihan.

Kekurangannya:

- a. Tidak mengurangi partikel-partikel kecil, senyawa organik maupun non organik bakteri maupun virus
- b. Air tercampur dengan sodium
- c. Mineral yang bermanfaat justru hilang karenanya

11. Pertukaran Anion

Air mengalir melalui resin bed. Anion dalam air diserap saat ion lawan

jenisnya, misalnya chlorine dilepaskan ke dalam air. Keistimewaannya adalah dapat mengurangi nitrat dan sulfat.

Kekurangannya adalah tidak dapat mengurangi partikel-partikel kecil maupun senyawa organik, bakteri ataupun virus.

12. *Pitcher-Type/ Pour-Through Filters*

Resin atau serbuk karbon aktif menangkap kontaminan dalam air yang mengalir filter tersebut. Keistimewaannya adalah dapat menetralkan rasa dan meningkatkan kejernihan air.

Kekurangannya:

- a. Sebagian besar bukan dirancang untuk mengurangi kontaminan organik maupun non organic
- b. Pitchers hanya mampu mengolah air di dalam volume kecil
- c. Umur filter tidak tahan lama, biasanya sekitar 1 bulan atau kurang.

Sebagian besar dari metode pengolahan air ini memiliki potensi untuk meningkatkan mutu air. Akan tetapi, perlu diperhatikan bahwa tak satupun dari teknologi atau metode tersebut mampu membasmi segala macam kontaminan yang terkandung dalam air ataupun efisien dari segi jumlah air siap minum yang dihasilkan dibandingkan dengan waktu atau biaya perawatannya.

Air yang layak dikonsumsi haruslah bebas dari cemaran mikroba dan senyawa kimia. Oleh karena itu dengan menggunakan water treatment mampu menghilangkan 99% mikroba berbahaya yang tidak hilang pada pemasakan atau sistem pengolahan yang lainnya dan mampu meminimalisir senyawa kimia berbahaya.

Beberapa produk unggulan dari water treatment adalah sebagai berikut:

1. *Sand Filter*

Berfungsi membuat air jernih, memberi kesegaran pada air serta dapat menyaring kotoran yang berukuran besar.

2. GAC Filter (*Granulated Active Carbon*)

Berfungsi untuk menyerap senyawa kimia beracun dalam air, membantu pembunuhan lumut dan algae dalam air, menghilangkan kontaminan organik serta menghilangkan warna, bau tidak sedap dan rasa pada air.

3. *CTO Carbon Blok*

Berfungsi menghilangkan bau tidak sedap, warna, rasa air dan zat-zat beracun serta seperti klorin, trihalomethane, menyerap beberapa kontaminan organik pada air.

4. *Sediment Filter*

Berfungsi menghilangkan zat padat terlarut dalam air sehingga yang berukuran 0,1. Selain zat pada larutan, bakteri-bakteri berukuran besar (> 0,1 mikron) akan disaring.

5. Lampu Ultraviolet

Berfungsi membunuh bakteri, virus, protozoa dan algae. 99% dari mikroba ini dapat dibunuh serta semua jenis mikroba baik yang tidak dapat membentuk kista maupun yang dapat membentuk kista akan mati. Teknologi sterilisasi dengan lampu ultraviolet ini adalah teknologi baru

yang ditemukan pertama kali tahun 1996 oleh seorang ilmuwan yang bernama Ashok Gadgil di Lawrence Berkley National Laboratory.

6. *Generator Ozone*

Ozone adalah oksigen unik yang digunakan untuk mengendalikan bakteri dan virus. Ozone dapat dihasilkan dengan percikkan listrik atau sinar ultraviolet khusus dan pada dasarnya ozone mempunyai fungsi yang sama dengan Ultraviolet hanya cara kerjanya yang berbeda. cara kerja ozone adalah dengan sistem gas oksigen harus dicampurkan dengan air sedangkan ultraviolet bekerja dengan sistem radiasi.

4.2. Pembahasan Data Hasil Penelitian

Break Even Point (BEP) adalah suatu keadaan dimana jumlah penerimaan sama dengan jumlah biaya, yaitu saat perusahaan tidak memperoleh keuntungan namun juga tidak mengalami kerugian. Pada penelitian ini digunakan konsep *contribution margin*. Menurut Riyanto (2013:34), apabila menggunakan konsep *contribution margin*, BEP akan tercapai pada volume penjualan dimana *contribution margin*-nya tepat sama besarnya dengan biaya tetapnya. Jadi, apabila *contribution margin* lebih besar daripada biaya tetap, berarti penerimaan perusahaan lebih besar dari biaya total.

4.2.1. Komponen Biaya Produksi

Pada bab ini penulis ingin menguraikan dan menghitung *break even point* berdasarkan satuan rupiah dan satuan unit. Dalam

menghasilkan/memproduksi barang, harus mengetahui seluruh biaya yang dikeluarkan selama jangka waktu tertentu, biaya tersebut tergantung pada penggunaan faktor-faktor yang diikuti sertakan dalam proses produksi.

Sebagaimana kita mengetahui bahwa dalam analisis *break even point*, biaya harus di klasifikasikan sesuai dengan sifat biaya tersebut bila dihubungkan dengan volume kegiatan perusahaan. Jika apabila kita melihat sifat biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, maka unsur biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume. Yang tergolong biaya variabel dalam memproduksi air minuman dalam kemasan dengan merek Barakah ini adalah sebagai berikut :

- a. Biaya bahan baku
- b. Biaya bahan penolong
- c. Biaya tenaga kerja langsung
- d. Biaya overhead pabrik

Adapun penjelasan biaya variabel adalah sebagai berikut:

1). Biaya Bahan Penolong

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian integral produk jadi. Bahan baku yang digunakan dalam memproduksi air minuman dalam kemasan, dibeli dari perusahaan-perusahaan yang khusus menjual dan mesuplai bahan minuman dan makanan.

Adapun biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku air minum dalam kemasan UD. Air Barakah per harinya adalah sebagai berikut:

Tabel 4,1
Biaya Bahan Baku /Hari

Jenis Bahan Baku	Jumlah
Air Sumur Bor sebesar 1,15 liter/detik	Rp. 3.250
TOTAL	Rp. 3.250

Sumber UD. air Barakah (2020)

2). Biaya Bahan Penolong

Bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian utama produk namun mempunyai fungsi melengkapi dan menyelesaikan menjadi produk jadi yang siap dipasarkan. Bahan penolong yang digunakan adalah botol, piceng, label, dan tali rafia. Adapun biaya yang dikeluarkan dari bahan penolong tersebut oleh perusahaan perharinya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Biaya Bahan Penolong / Hari

Jenis Bahan Penolong	Jumlah
Refil Galon	Rp. 8.350
Cup 150 MI	15.500
Cup 240 MI	20.300
Cup 330 MI	23.800
TOTAL	Rp. 71.950

Sumber UD. air Barakah (2020)

3). Biaya Tenaga Kerja Langsung

Merupakan biaya yang dikeluarkan kepada tenaga kerja yang langsung menangani jalannya proses produksi yaitu pengelolaan bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Perusahaan minuman ini

menggunakan tenaga kerja sebanyak 15 orang dengan menggunakan sistem upah harian. Adapun biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja langsung ini oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Biaya Tenaga Kerja Langsung / Hari

Tenaga Kerja Langsung	Jumlah	Total
12 Orang	Rp. 96.800	Rp. 36.300.000
3 Orang	Rp. 72.000	Rp. 1.800.000

Sumber UD. air Barakah (2020)

4). Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan biaya yang dikeluarkan selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, yang merupakan fasilitas tersedia dipabrik. Dalam hal ini fasilitas tersebut adalah telepon dan listrik. Adapun biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan perbulannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4,4
Biaya Overhead Pabrik / Bulan

Jenis Biaya Overhead Pabrik	Jumlah
Telepon	Rp. 208.333,33
Listrik	416.666,67
Bahan Bakar Minyak	2.347.083,33
Total	Rp.2.972.054.43

Sumber UD. air Barakah (2020)

2. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak terpengaruhi adanya perubahan volume kegiatan. Yang termasuk biaya

tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan setiap bulannya terdiri dari :

- a. Biaya tenaga kerja tidak langsung
- b. Biaya penyusutan
- c. Biaya pemeliharaan
- d. Biaya asuransi
- e. Biaya overhead pabrik

1) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan kepada karyawan yang tidak terlibat langsung dalam proses produksi, namun membantu lancarnya kegiatan perusahaan. Adapun biaya tersebut adalah:

Tabel 4,5
Tenaga Kerja Tidak Langsung / Bulan

Tenaga Kerja Tidak Langsung	Jumlah	Total
3 Orang	Rp. 72.000	Rp. 1,800.000

Sumber UD. air Barakah (2020)

2). Biaya Penyusutan

Merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap penggunaan aktiva tetap yang ada dalam perusahaan dengan memperhitungkan penyusutan yang terjadi berdasarkan perkiraan umur aktiva secara garis lurus.

Adapun biaya penyusutan yang ditetapkan oleh perusahaan dalam sebulannya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Biaya Penyusutan / Bulan

Jenis Biaya Penyusutan	Jumlah
Bangunan	Rp. 245.850
Kendaraan	513.350
Mesin pengisian gas	160.700
Alat pres penutup botol	300.000
Alat pencampuran	41.600
Alat perkantoran	26.000
TOTAL	Rp. 1.237.500

Sumber UD. air Barakah (2020)

3). Biaya Pemeliharaan

Merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan pemeliharaan yang besarnya ditetapkan setiap bulannya. Adapun biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel4.7
Biaya Pemeliharaan / Bulan

Jenis Biaya Pemeliharaan	Jumlah
Bangunan	Rp. 1.850.000
Kendaraan	2.200.000
Mesin dan alat-alat produksi	850.000
Alat perkantoran	100.000
Total	Rp. 5.000.000

3. Analisis *Break Even Point*

Analisis *break even point* adalah suatu cara untuk mengetahui berapa volume penjualan minimum, agar supaya perusahaan tidak menderita kerugian tapi juga belum memperoleh keuntungan. Dengan kata lain.

Suatu usaha dikatakan *break even point* apabila jumlah penghasilan sama dengan jumlah total biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan perusahaan.

Dalam analisis *break even point* ini, biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan diperhitungkan perbulannya dimana biaya variabelnya yang dikeluarkan perharinya sebagai patokan untuk perbulannya dengan masa kerja 26 hari dengan asumsi tidak terjadi perubahan yang sangat berarti selama itu.

Berdasarkan data di atas untuk volume penjualan diperhitungkan atas kapasitas yang ada yaitu pada kapasitas produksi dalam keadaan normal untuk perharinya adalah untuk Air minum Cup 240 MI dengan total penjualan pada tahun 2018 sebanyak 33.500 dus maka rata-rata penjualan per bulannya yaitu 1117 dus atau 91.78 dus ukuran Cup 240 MI minuman air dalam kemasan. Jadi untuk sebulannya, maka : $91.78 \times 12 \times 26 = 286.36$ dus cup minuman air dalam kemasan. Sementara untuk harga jual perbotolnya adalah Rp. 1.000/cup. Berdasarkan pada keterangan dan data tersebut maka dapatlah dihitung dan ditentukan suatu *break even point* perbulannya dengan menggunakan salah satu pendekatan, yaitu pendekatan matematis yang dihitung dalam satuan rupiah dan satuan unit.

Dalam menganalisis data perusahaan maka disajikan laporan keuangan yang telah diperoleh mengenai laporan laba rugi dan harga pokok penjualan UD. air Barakah sebagai berikut:

4.2.2. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah laporan keuangan yang melaporkan kinerja keuangan perusahaan dalam periode waktu tertentu. Laporan laba rugi meringkas jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan selama beroperasi serta keuntungan yang diperoleh perusahaan selama menjalankan usaha. Berikut merupakan tabel laporan laba rugi tahunan perusahaan, sebagai berikut:

Tabel 4.8
Laporan Laba Rugi UD. Air Barakah Tahun 2018-2019

Keterangan	2018	2019
Pendapatan Usaha		
Pendapatan Bersih	331.246.000.00	358.523.950.00
Harga Pokok Penjualan	90.460.500.00	121.408.000.00
Laba Kotor	40.785.500.00	37.115.950.00
Beban Usaha		
Beban Gaji	41.700.000	41.700.000.00
Beban BBM	2.485.050.00	28.165.000.00
Beban Listrik dan Telepon	6.750.000.00	7.500.000.00
Beban Bahan Kimia	11.509.500.00	12.285.500.00
Beban Peny. Amortisasi	6.240.000.00	6.240.000.00
Beban Pemeliharaan	5.000.000.00	5.000.000.00
Beban Operasional Lainnya	9.248.000.00	11.000.000.00
Laba Operasional	135.487.500.00	125.225.450.00
Pendapatan di Luar Usaha	35.000.000.00	40.180.000.00
Laba sebelum Pajak	165.141.000.00	162.905.450.00
Laba Bersih	165.141.000.00	162.905.450.00

Sumber : Data Primer Diolah, (2020)

4.2.3. Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah laporan yang menggambarkan tentang biaya langsung yang timbul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan bisnis. Ini termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* dan tidak termasuk periode (operasi) biaya seperti penjualan,

iklan atau riset dan pengembangan.

Berikut merupakan tabel dari laporan harga pokok penjualan tahunan perusahaan, sebagai berikut:

Tabel 4.9
Harga Pokok Penjualan UD. Air Barakah Tahun 2018-2019

Keterangan	2018	2019
Persediaan Awal	19.504.000.00	28.450.000.00
Harga Pokok Produksi	74.919.050.00	91.648.050.00
Persediaan Akhir	25.578.000.00	24.040.000.00
Harga Pokok Penjualan	63,690,050.00	98,184,050.00

Sumber : Data Primer Diolah, (2020)

4.2.4. Biaya

Biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan yaitu, biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel. Biaya tetap adalah biaya-biaya yang secara total tetap tidak dapat berubah dengan adanya perubahan tingkat kegiatan atau volume dalam batas-batas dari tingkat kegiatan yang relevan atau dalam periode waktu tertentu. Biaya Variabel adalah biaya-biaya yang dalam total berubah secara langsung dengan adanya perubahan tingkat kegiatan atau volume, volume produksi ataupun, volume penjualan. Berikut tabel yang mengklasifikasi kelompok biaya variabel dan biaya tetap.

Tabel 4.10
Rekapitulasi Biaya-Biaya Variabel UD. Air Barakah Tahun 2018-2019

Keterangan	2018	2019
Beban Bahan Kimia	11.509.500.00	12.285.050.00
Beban Peny dan Amortisasi	6.240.000.00	6.240.000.00
Beban Pemeliharaan	5.000.000.00	5.000.000.00
Beban Operasi Lainnya	9.248.000.00	11.000.000.00
Jumlah Biaya Variabel	31.997.500.00	34.525.050.00

Sumber : Data Primer Diolah, (2020)

Tabel 4.11
Rekapitulasi Biaya-Biaya Tetap UD. Air Barakah Tahun 2018-2019

Keterangan	2018	2019
BebanGaji	41.700.000.00	41.700.000.00
Beban BBM	24.850.500.00	28.165.000.00
Beban Listrik dan Telepon	6.750.000.00	7.500.500.00
Jumlah Biaya Tetap	73.300.500.00	77.365.500.00

Sumber : Data Primer Diolah, (2020)

4.2.5. Perhitungan Break Even Point (BEP)

Break Even Point (BEP) adalah suatu keadaan dimana jumlah penerimaan sama dengan jumlah biaya, yaitu saat perusahaan tidak memperoleh keuntungan namun juga tidak menderita kerugian. Berikut adalah data komposisi *break even point* yang terdiri penerimaan total, biaya tetap, biaya variabel, BEP (rupiah). Langkah selanjutnya menghitung BEP baik dalam rupiah maupun unit. *break even point* atau sering disebut dengan impas atau pulang pokok merupakan suatu keadaan perusahaan dimana besarnya jumlah total penghasilan sama dengan jumlah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau rugi labanya = nol. UD. air Barakah selama ini memproduksi lebih dari satu macam produk, maka perhitungan BEP selama tahun 2018- 2019. sebagai berikut:

1. *Break Even Point* (BEP) Dalam Rupiah

Adapun rumus untuk menghitung Break Even Point (BEP) dalam rupiah adalah :

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{s}}$$

Dan *break even point* atas dasar unit adalah:

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

a. Perhitungan *Break Even Point* (Rupiah) Untuk Tahun 2018

Pada tahun 2018, jumlah biaya pada UD. Air Barakah terdiri dari biaya variabel Rp.31.997.500 dan biaya tetap Rp.73.300.500, sedangkan penjualan tahun 2018 sebesar Rp.331.246.000. Adapun perhitungan BEP tahun 2018 berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{2018} \text{ (Rupiah)} &= \frac{73.300.500}{1 - \frac{31.997.000}{331.246.000}} \\
 &= \frac{73.300.500}{1 - 0,096595883} \\
 &= \frac{73.300.500}{0,903404117} \\
 &= \mathbf{Rp. 81.138.107,14.}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka untuk mencapai keadaan break even, perusahaan harus melakukan nilai penjualan minimal senilai Rp. 81.138.107,14..

b. Perhitungan Break Even Point (Rupiah) Untuk Tahun 2019

Pada tahun 2019, jumlah biaya pada UD. Air Barakah terdiri dari biaya variabel Rp.34.525.050 dan biaya tetap Rp..77.365.500, sedangkan penjualan tahun 2018 sebesar Rp.358.523.950. Adapun perhitungan BEP tahun 2019 berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{2019} \text{ (Rupiah)} &= \frac{77.365,500}{1 - \frac{34.525.050}{358.523.950}} \\
 &= \frac{77.365,500}{1 - 0,096242524} \\
 &= \frac{77.365,500}{0,9903757476} \\
 &= \mathbf{Rp. 85.604.271.15.}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka untuk mencapai keadaan *break even point*, perusahaan harus melakukan nilai penjualan minimal senilai Rp. 85.604.271.15. Selanjutnya hasil perhitungan break even tadi, maka biaya variabel yang dikeluarkan dalam keadaan *break even point* adalah dengan melihat komposisi presentase (%) biaya variabel dalam laporan laba rugi berikut ini :

Sebelum menghitung BEP dalam unit, maka perlu untuk diketahui mengenai margin kontribusi. Margin kontribusi adalah perbedaan harga jual per unit dan biaya variabel per unit atau juga disebut total *contribution margin* yang merupakan perbedaan antara jumlah penjualan dan jumlah biaya variabel. Margin contribution merupakan jumlah yang tersisa untuk menutup biaya tetap dan memberikan laba.

Adapun perhitungan margin kontribusi UD. Air Barakah periode Tahun 2018-2019 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Perhitungan Margin Kontribusi UD. Air Barakah Tahun 2018-2019

Keterangan	Ukuran	2018	2019
Penjualan Bersih	Cup 220 MI	44.400.000	44.480.000
	Cup 240 MI	33.500.000	34.498.000
	Botol 330 MI	13.700.000	14.838.000
	Galon	198.450.000	211,980.000
Total Penjualan		290.130.000	305.736.000
Biaya Variabel		31.997.500 (11.03%)	34.525.050 (11.20%)
Margin Kontribusi		258.132.500 (88.97%)	271.211.000 (88.71%)
Biaya Tetap		73.300.500	77.365.500
Laba Operasi		184.832.000	198.845.500
Rasio Laba Operasi		63.71	63.40

Sumber : Data Primer Diolah, (2020)

Berdasarkan pada hasil perhitungan *break even point* tadi, maka biaya variabel yang dikeluarkan dalam keadaan *break even point* adalah dengan melihat komposisi presentase (%) biaya variabel dalam laporan laba rugi berikut ini :

Tabel 4.13
Komposisi presentase (%) biaya variabel

Keterangan	2018	2019
Penjualan Bersih	290.130.000.00	305.736.050.00
Biaya Variabel	31.997.500.00	34.525.050.00
Margin Kontribusi/Selesih	88.97%	88.71%
Rasio Laba Operasi	63.71	63.40

Sumber : Data Primer Diolah, (2020)

2. *Break Even Point* (BEP) dalam Unit

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{FC}{P-VC} \quad \text{atau}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{FC}{MC/\text{Unit}}$$

a. Perhitungan *Break Even Point* (Unit) tahun 2018

Untuk menghitung BEP (unit) diperlukan margin kontribusi/unit atau sama dengan penjualan bersih dikurang biaya variabel dibagi dengan total unit/volume penjualan. Besarnya nilai Margin kontribusi untuk tahun 2018 sebesar Rp. 258.132.500 dan volume penjualan 84.830 unit.

$$\begin{aligned} \text{BEP}_{2018}(\text{Unit}) &= \frac{FC}{MC/\text{Unit}} \\ &= \frac{73.300.500.00}{258.132.500/84830} \\ &= \frac{73.300.500.00}{3.042.94} \\ &= 24.088.719 \text{ Unit} \end{aligned}$$

b. Perhitungan Break Even Point (unit) tahun 2019

Untuk menghitung BEP (unit) diperlukan margin kontribusi/unit atau sama dengan penjualan bersih dikurang biaya variabel dibagi dengan total unit/volume penjualan. Besarnya nilai Margin kontribusi untuk tahun 2019 sebesar Rp.271.211.000 dan volume penjualan 86397 unit.

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{2019}(\text{Unit}) &= \frac{FC}{MC/\text{Unit}} \\
 &= \frac{77.365.500.00}{271.211.000/86397} \\
 &= \frac{77.365.500.00}{3.193.13} \\
 &= 24.645.560 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan Break Even Point diatas baik dalam rupiah atau pun unit maka dapat bahwa diketahui penjualan yang dilakukan perusahaan dari tahun 2018 sampai 2019 berada diatas titik impas atau Break Even Point.

3. Perhitungan *Break Even Point* sebagai dasar Penetapan harga Jual

Setelah diketahui laba yang diinginkan, berikut penjualan yang harus dicapai agar perusahaan dapat mencapai harga yang sesuai. Harga Penjualan (rupiah) pada yang direncanakan :

$$\text{Harga Jual}_{2019} \text{ (Rupiah)} = \frac{FC + \text{Harga Jual yang direncanakan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual}_{2019} \text{ (Rupiah)} &= \frac{77.365,500 + 85.604.271,15}{1 - \frac{34.525.050}{358.5233.950}} \\
 &= \frac{162.969.771,15}{1 - 0,096242524} \\
 &= \frac{162.969.771,15}{0,9903757476} \\
 &= \text{Rp. 1.645,53475}
 \end{aligned}$$

Maka untuk harga penjualan yang dihitung dalam unit dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual}_{2019} \text{ (Unit)} &= \frac{FC + \text{Harga Jual yang direncanakan}}{MC/Unit} \\
 &= \frac{77.365.500,00 + 324.913.547,00}{271.211.000/86397} \\
 &= \frac{162.969.771,15}{3.193.13} \\
 &= \text{510,376249 unit}
 \end{aligned}$$

4.2.6. Efek Perubahan Perhitungan Break Even Poin

- a. Perubahan komposisi penjualan produk (*sales mix*)

Tabel 4.14.
Komposisi Anggaran Penjualan 2019 Sebelum Ada Perubahan

Produk AMDK	Penjualan	Komposisi
Cup 150 Ml	44.480	28.32%
Cup 240 Ml	34.498	21.96%
Cup 330 Ml	7.419	4.72%
Galon	70.660	44.99%
Total	157.057	100.00%

Sumber : Data Primer Diolah, (2020)

Jika jumlah produk AMDK Cup 150 MI bertambah 63.40% sedangkan produk AMDK Cup 240 MI dan 330 MI tetap maka perhitungan BEP adalah berikut:

Tabel 4.15.
Anggaran Penjualan Air AMDK Bertambah 63.40% sedangkan produk AMDK Cup 240 MI dan 330 MI tetap Tahun 2019

	Cup 150 MI	Cup 240 MI	Cup 330 MI	Galon	Total
Unit yang terjual	72,680.32	34498	7419	70660	185,257.32
Harga Jual	Rp. 500	Rp. 1000	Rp. 2000	Rp. 3000	
Penjualan	72.680.320	34.498.000	14.838.000	211.980.000	261.316.000
Biaya Variabel	21.888.881.7	34.525.050			56413.931.7
Kontribusi Margin	171.947.774	271211000			443.158.774
Biaya Tetap	49.049.727	77.365.500			126.415.227
Laba Bersih	193.836.624	305.736.000			499.572.624

4.2.7. Perhitungan *Break Even Point* sebagai dasar Perencanaan Laba

Pada tahun 2018, perusahaan merencanakan kenaikan laba, maka dasar pada perencanaan ini adalah analisis 2017 yang dilanjutkan dengan menentukan besar laba yang diinginkan pada tahun 2018. Besaran target laba mengacu pada Rasio Laba Operasi pada tahun 2018 sebesar 63.71%.

Laba Operasi tahun 2018 = Rp. 184.832.000.

Kenaikan laba yang direncanakan = Rp.184.832.000 x 63.71%
= Rp.117.756.467,20

sehingga Laba yang direncanakan 2019 = laba operasi 2018 + kenaikan 63.71%

= Rp. 184.832.000 + 117.756.467,20

= Rp.302.588.467,20.

Selanjutnya bila dilihat dari hasil penelitian besarnya laba yang diperoleh perusahaan untuk tahun 2018 adalah sebesar Rp.165.141.000.000, sehingga dapat dikatakan target pencapaian laba untuk periode 2018 tidak dapat tercapai.

Selanjutnya pada tahun 2019, perusahaan merencanakan kenaikan laba, maka dasar pada perencanaan ini adalah analisis 2018 yang dilanjutkan dengan menentukan besar laba yang diinginkan pada tahun 2019. Besaran target laba mengacu pada Rasio Laba Operasi pada tahun 2019 sebesar 63.40% lebih kecil dari rasio laba tahun 2018 sebesar 63.71%.

Laba Operasi tahun 2019 = Rp.198.845.500.

Kenaikan laba yang direncanakan = Rp.198.845.500x 63.40%
= Rp.126.068.047,00

Sehingga Laba yang direncanakan 2019 = laba operasi 2018 + kenaikan 63.40%

= Rp. 198.845.500+ .126.068.047,00

=Rp.324.913.547,00.

Selanjutnya Bila dilihat dari hasil penelitian besarnya laba yang diperoleh perusahaan untuk tahun 2018 adalah sebesar Rp.162.905.450.000, sehingga dapat dikatakan target pencapaian laba untuk periode 2018 tidak dapat tercapai. Setelah diketahui laba yang diinginkan, berikut penjualan yang harus dicapai agar perusahaan dapat mencapai laba yang direncanakan.

Penjualan (rupiah) pada laba ang direncanakan :

$$\text{Penjualan}_{2019} \text{ (Rupiah)} = \frac{FC + \text{Laba yang direncanakan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan}_{2019} \text{ (Rupiah)} &= \frac{77.365,500+324.913.547,00}{1-\frac{34.525.050}{358.5233.950}} \\
 &= \frac{402.279.047.00}{1-0,096242524} \\
 &= \frac{402.279.047.00}{0,9903757476} \\
 &= \mathbf{Rp. 406.188.305.78}
 \end{aligned}$$

Maka untuk penjualan yang dihitung dalam unit dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan}_{2019} \text{ (Unit)} &= \frac{FC+Laba \text{ yang direncanakan}}{MC/Unit} \\
 &= \frac{77.365.500.00+ 324.913.547,00}{271.211.000/86397} \\
 &= \frac{402.279.047.00}{3.193.13} \\
 &= \mathbf{125.982, 6712 \text{ unit}}
 \end{aligned}$$

Dalam perusahaan proses penetapan perencanaan merupakan suatu proses untuk memperkirakan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang dengan mempersiapkan bagaimana langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Begitu pula pada UD. Air Barakah yang juga melakukan perencanaan, terutama perencanaan untuk memperoleh laba. Dimana perencanaan tersebut dijadikan dasar bagi manajemen perusahaan untuk mengontrol dan mengendalikan arah kegiatan yang sudah terealisasi maupun yang masih dalam perencanaan.

Menurut Sigit (2011), metode *Break Even Point* merupakan suatu cara yang digunakan oleh manajer perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian. Analisis menggunakan metode break even point dalam melakukan perencanaan laba dilihat dari seberapa besar penjualan, biaya yang dikeluarkan serta laba yang dihasilkan. Dimana analisis *break even point* memberikan informasi mengenai berapa jumlah penjualan yang harus dicapai agar memperoleh laba, atau pada jumlah penjualan berapa yang harus dicapai agar mencapai titik impas dan pada jumlah penjualan berapa perusahaan akan menderita kerugian.

Sedangkan berdasarkan estimasi jumlah unit produksi yang digunakan UD. Air Barakah dalam perencanaan harga jual, analisis dilakukan berdasarkan pada jumlah produksi yang dihasilkan dari proses produksi yang didasarkan pada besarnya pencapaian produksi tahun lalu. Dan perusahaan biasanya menetapkan perencanaan besarnya harga sekitar 10% dari penentuan harga tahun lalu. Perencanaan ini dilakukan untuk menetapkan berapa jumlah produksi yang harus di jual agar menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi dan menghasilkan laba yang lebih tinggi. Namun analisis estimasi jumlah unit produksi tidak menggambarkan berapa jumlah yang harus terjual agar memperoleh laba atau mengalami pulang pokok serta jumlah agar tidak mengalami kerugian.

Menurut Tampubolon (2012) Perencanaan laba merupakan hal penting bagi perusahaan untuk proses merencanakan keuangan, maka berdasarkan perencanaan ini manajer keuangan dapat menentukan aktivitas perusahaan untuk mencapai laba yang ditentukan. Dan melalui perencanaan laba berdasarkan estimasi jumlah unit produksi yang dilakukan UD. Air Barakah, manejer juga merencanakan adanya kenaikan laba setiap tahunnya.

Berdasarkan informasi diatas di ketahui bahwa UD. Air Barakah tidak menggunakan analisis *Break Even Point* (BEP) dalam melakukan perencanaan laba. Perusahaan melakukan perencanaan laba berdasarkan estimasi jumlah unit produksi. Dimana analisis menggunakan metode ini tidak menunjukkan berapa besar jumlah produksi yang harus terjual agar perusahaan memperoleh laba atau berada pada pulang pokok dan tidak menderita kerugian

Semakin rendah nilai BEP berarti bahwa semakin cepat perusahaan mencapai BEP atau menutup biaya yang dikeluarkan, sehingga semakin cepat pula perusahaan memperoleh keuntungan. Analisis BEP memungkinkan perusahaan mengetahui apakah mereka beroperasi dekat atau jauh dari BEP. Jika operasi perusahaan pada tingkat keluaran dekat dengan BEP, maka perubahan sekecil apapun dalam aktivitas perusahaan akan dapat menentukan hidup dan matinya perusahaan. Jika perusahaan beroperasi jauh dari BEP, maka margin pengaman penjualan tinggi. Perusahaan akan mengetahui bahwa mereka memiliki margin yang relatif besar untuk melakukan manuver bisnis. Analisis BEP yang telah dilakukan

akan dapat membantu perusahaan dalam memasok informasi untuk perencanaan dan pengambilan keputusan manajerial. Perusahaan akan dapat menghitung volume penjualan yang dibutuhkan, serta pertimbangan dalam menentukan harga jual untuk mencapai laba tertentu. Perusahaan juga dapat menentukan bagaimana perubahan-perubahan harga, volume penjualan, dan biaya produksi mempengaruhi laba operasi perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang penulis telah kemukakan di atas yaitu mengenai analisis break even dengan objek penelitian perusahaan minuman cream soda UD. air Barakah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagaiberikut:

1. Analisis *break even point* sangat berguna untuk menjelaskan kepada manajemen perusahaan mengenai hubungan yang saling mempengaruhi antara biaya, volume produksi, dan harga jual sebagai faktor-faktor yang menentukan harga jual.
2. Analisis *break even point* dapat dijadikan landasan / dasar didalam merencanakan kegiatan operasional perusahaan untuk mencapai keuntungan tertentu, serta dapat merupakan alat pengawasan bagi manajemen karena bisa diketahui keadaan yang mungkin dapat merugikan atau menguntungkan dari adanya perubahan dalam pengeluaran dan penjualan
3. Dari data dan perhitungan, walau perusahaan melakukan penjualan melebihi *break even point* namun perusahaan belum dapat mengetahui berapa jumlah produksi yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

5.2. Saran

Dari kesimpulan diatas, penulis akan memberikan beberapa saran yang mungkin bisa bermanfaat yaitu :

1. Hendaknya perusahaan agar lebih bijak dalam menentukan harga jual karena harga jual yang tepat dapat memaksimalkan laba yang di peroleh. Dan penulis berharap penelitian dan perhitungan yang dilakukan oleh penulis yang menentukan harga jual dengan metode BEP dapat berguna untuk manajerial dalam mengambil suatu keputusan agar laba yang di peroleh oleh perusahaan maksimal.
2. Perusahaan sebaiknya menggunakan analisis BEP sebagai suatu strategi atau alternatif dalam menentukan harga jual yang tepat di bandingkan menentukan harga jual dengan mengikuti nilai pasar atau analisis estimasi jumlah unit produksi, karena analisis estimasi jumlah unit produksi tidak menggambarkan berapa jumlah yang harus terjual agar memperoleh laba atau mengalami pulang pokok serta jumlah agar tidak mengalami kerugian.
3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya para peneliti-peneliti lainnya dapat melanjutkan penelitian terhadap variabel-variabel lain untuk membantu perusahaan dalam menentukan harga jual yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Carter, William K. 2009. Akuntansi Biaya. Cost Accounting. Jakarta: Salemba Empat
- Firdaus Ahmad Dunia, dan Wasilah Abdullah. (2012). *Akuntansi Biaya Edisi 3*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kasmir. (2012), *Analisis Laporan Keuangan*, Penerbit Rajawali Grafindo Persada, Jakarta.
- Pirmatua Sirait,S.E.,M.Si. (2017). *Akuntansi Biaya;Pencatatan dan Kelola Biaya*,Penerbit Expert, Yogyakarta.
- Rahman, Arif,(2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Mrontokkan Pesaing*. Cetakan Pertama, Penerbit Trans Media Pustaka, Jakarta.
- Riyanto, Bambang, 2011. Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan, edisi empat, Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Sigit, Soehardi. 2002. Analisa Break Even Ancangan Linear Secara Ringkas dan Pasti. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE
- Surjadi Lukman, S.E.,M.M. (2013). *Akuntansi Biaya*, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Tampubolon, Manahan P. 2012. Manajemen Keuangan (Finance Management): Konseptual, Problem & Studi Kasus. Bogor: Ghalia Indonesia
- Wiwik Lestari, M.Si, dan Dhyika Bagus Permana, S.E.,M.M. (2017). *Akuntansi Biaya Dalam Perspektif Manajerial*, Penerbit Rajawali Grafindo Persada, Depok.

JURNAL :

- Adil, E., Nasution, M. D. T. P., Samrin, S., & Rossanty, Y. (2017). *Efforts to Prevent the Conflict in the Succession of the Family Business Using the Strategic Collaboration Model*. Business and Management Horizons, 5(2), 49-59
- Andika, R. (2019). *Pengaruh Motivasi Kerja dan Persaingan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Pada Pegawai Universitas Pembangunan Panca Budi Medan*. JUMANT, 11(1), 189-206.
- Ardian, N. (2019). *Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai UNPAB*. JEpa, 4(2), 119-132.

- Aspan, H., Fadlan, dan E.A. Chikita. (2019). “*Perjanjian Pengangkutan Barang Loose Cargo Pada Perusahaan Kapal Bongkar Muat*”. *Jurnal Soumatera Law Review*, Volume 2 No. 2, pp. 322-334.
- Daulay, M. T. (2019). *Effect of Diversification of Business and Economic Value on Poverty in Batubara Regency*. *KnE Social Sciences*, 388-401.
- Dian Purnama, (2017). *Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Pricing Dengan Pendekatan Full Costing (Studi Kasus Pada PT. Prima Istiqamah Sejahtera Di Makassar)*. *Skripsi*
- Febrina, A. (2019). *Motif Orang Tua Mengunggah Foto Anak Di Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua di Jabodetabek)*. *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(1), 55-65.
- Hidayat, R. (2018). *Kemampuan Panel Auto Regressiv Distributed Lag Dalam Memprediksi Fluktuasi Saham Property And Real Estate Indonesia*. *JEpa*, 3(2), 133-149.
- Indit Kusetyanti, IKM Dwipayana, dan Susanti Prasetyaningtyas,(2016). *Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Dalam Mengoptimalkan Profitabilitas (Studi Kasus CV. Sehat Sejahtera Bersama Jember)*.
- Indrawan, M. I., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Indira, S. S., Nita, S., Siregar, M., ... & Tarigan, A. S. P. (2019, March). *UNPAB Lecturer Assessment and Performance Model based on Indonesia Science and Technology Index*. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012268). IOP Publishing.
- Malikhah, I. (2019). *Pengaruh Mutu Pelayanan, Pemahaman Sistem Operasional Prosedur Dan Sarana Pendukung Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi*. *Jumant*, 11(1), 67-80.
- Nasution, M. D. T. P., & Rossanty, Y. (2018). *Country of origin as a moderator of halal label and purchase behaviour*. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2).
- Nuzuliani dan Fazli Syam BZ,(2017). *Analisis Break Even Point Sebagai Pengambilan Keputusan Penetapan Harga Jual Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Banda Aceh*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*. Vol.2.No.4 Hlm. 17-30.
- Pramono, C. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Harga Obligasi Perusahaan Keuangan Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 8(1), 62-78.
- Ramdhani, (2016). *Analisis Break Even Point dan penggunaannya dalam perencanaan laba(Studi Kasus CV. Arsa Desain)*. *Skripsi*.

- Ritonga, H. M., Hasibuan, H. A., & Siahaan, A. P. U. (2017). *Credit Assessment in Determining The Feasibility of Debtors Using Profile Matching*. International Journal of Business and Management Invention, 6(1), 73079.
- Sari, M. M. (2019). *Faktor-Faktor Profitabilitas Di Sektor Perusahaan Industri Manufaktur Indonesia (Studi Kasus: Sub Sektor Rokok)*. Juman, 11(2), 61-68.
- Siregar, N. (2018). *Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoenng Deli Medan*. JUMANT, 8(2), 87-96.
- Siti Mahrani, (2018). *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produksi (Studi Kasus Pada Pabrik Sepatu Ferradini Mencirim)*. Skripsi.
- Sunanto, S.E., M.M., Ak., CA,(2016). *Analisis Break Even Point Dalam Penentuan Harga Sewa Kamar (Studi Kasus Hotel Ranggonang Sekayu)*. Jurnal Akuntansi Politeknik Sekayu (ACSY). Vol.5 No.2 Hlm 50-62
- Tri Dessy Ratna Sari, (2018). *Analisis Break Even Point dalam perhitungan uang sekolah (StudiKasus YPI Amir Hamzah)*. Skripsi.
- Yanti, E. D., & Sanny, A. *The Influence of Motivation, Organizational Commitment, and Organizational Culture to the Performance of Employee Universitas Pembangunan Panca Budi*.