

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 *Break Even Point*

2.1.1 Pengertian *Break Even Point*

Menurut Kasmir (2012:333), analisis pulang pokok (*break even point*) adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan atau laba dan tidak pula menderita kerugian. Artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Lebih lanjut analisis ini digunakan untuk menentukan berapa unit yang harus dijual agar kita memperoleh keuntungan, baik dalam volume penjualan dalam unit maupun rupiah.

Menurut Rudianto (2013: 30) “Titik impas adalah volume penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian tetapi juga tidak memperoleh laba sama sekali”.

Menurut Wiwik Lestari, dkk (2017:136), titik impas atau *break even point* adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya atau titik dimana laba sama dengan nol atau *break even*.

Menurut Henry Simamora (1999:7) titik impas atau *break even point* adalah volume penjualan dimana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak terdapat laba maupun rugi bersih. Laba bersih dapat diperoleh bilamana volume penjualan berada di atas titik impas, sedangkan rugi bersih akan diderita seandainya volume penjualan berposisi dibawah titik impas.

Dapat disimpulkan bahwa *break event point* adalah volume penjualan yang dicapai perusahaan agar tidak mengalami kerugian dan suatu keadaan perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian.

2.1.2 Tujuan Mencari BEP

Menurut Wiwik Lestari, dkk (2017:136), tujuan mencari titik impas adalah:

- a. Mencari tingkat aktivitas di mana pendapatan sama dengan biaya.
- b. Menunjukkan suatu sasaran volume penjualan minimal harus diraih oleh perusahaan.
- c. Mengawasi kebijakan penentuan harga
- d. Memungkinkan perusahaan mengetahui apakah mereka beroperasi dekat atau jauh dari titik impas.

Menurut Kuswadi (2008:196), kegunaan analisis *break even point* dalam manajemen meliputi hal-hal berikut:

- a. Keputusan investasi
- b. Keputusan menutup usaha
- a. Keputusan investasi

Hasil dari analisis *break even point*, disamping memberikan gambaran tentang hubungan antara biaya, volume, dan laba akan dapat membantu untuk memberikan informasi kepada manajemen dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya. Misal masalah penambah atau pengganti fasilitas pabrik atau investasi dalam aktiva tetap lainnya, apakah penambahan atau penggantian aktiva itu memungkinkan ditinjau dari segi ekonomi, atau apakah dengan penambahan atau penggantian aktiva tetap ini akan menguntungkan bagi perusahaan.

- b. Keputusan menutup usaha

Kegunaan lain analisis *break even point* bagi manajemen adalah bantuannya dalam pengambilan keputusan menutup usaha atau tidak (dapat memberikan informasi kapan sebaiknya usaha tersebut dihentikan). Untuk menjawab permasalahan tersebut dapat dilakukan dengan analisis *break even point*. Pada keadaan *break even point*, perusahaan tidak memperoleh keuntungan karena

jumlah biaya, tetapi perusahaan yang selalu mengalami keadaan *break even point* tidak harus ditutup karena dalam keadaan tersebut perusahaan dapat sisa uang (jumlah penerimaan lebih besar daripada pengeluarannya). Hal ini dapat terjadi karena biaya yang terjadi dalam satu periode terdiri dari biaya tunai, yaitu biaya yang memerlukan uang tunai, misalnya kerugian piutang, dan pengeluaran-pengeluaran yang dilakukan pada masa lalu yang manfaatnya masih dinikmati sampai sekarang. Selain itu, analisis *break even point* dapat juga digunakan pada rencana operasional, pengendalian berdasarkan anggaran, dan juga menganalisis hasil yang dicapai.

Sigit (2010:2) menyatakan bahwa analisis *break even point* dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan. Manfaat atau kegunaan analisa *break even point* antara lain adalah :

- a. Sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu. Jadi dapat digunakan untuk perencanaan laba
- b. Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan operasi yang sedang berjalan, yaitu untuk alat pencocokan antara realisasi dengan angka-angka dalam perhitungan *break even point*
- c. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual, yaitu setelah diketahui hasil-hasil perhitungannya menurut analisis *break even point* dan laba yang ditargetkan.
- d. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang harus dilakukan oleh seorang manajer.

Menurut Roni (2009:357), analisis *break even point* sangat bermanfaat bagi manajemen dalam menjelaskan beberapa keputusan operasional yang penting dalam 3 cara yang berbeda namun tetap berkaitan, yaitu :

1. Pertimbangan tentang produk baru dalam menentukan beberapa tingkat penjualan yang harus dicapai perusahaan agar perusahaan memperoleh laba.
2. Sebagai kerangka dasar pengertian pengaruh ekspansi terhadap tingkat operasional
3. Membantu manajemen dalam menganalisis konsekuensi penggeseran biaya variabel menjadi biaya tetap karena otomatisasi mekanisme kerja dengan perhatian yang cangguh.

Menurut Rangkuti (2009:187), ada banyak kegunaan analistik titik impas yang dapat dimanfaatkan oleh manajemen. Beberapa diantaranya yang cukup penting diiktisarkan adalah sebagai berikut :

1. Membantu pengendalian melalui anggaran, membantu menunjukkan perubahan, bila ada, yang diperlukan untuk menjadikan biaya selaras dengan pendapatan.
2. Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan
3. Menganalisis dampak volume penjualan
4. Menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya. Menunjukkan pengaruh yang mungkin terjadi atas laba akibat perubahan harga jual yang disertai perubahan lainnya
5. Merundingkan upah
6. Menganalisis bauran produk. Memungkinkan dilakukannya pengujian kritis atas bauran produk, merupakan bantuan berharga dalam menentukan produk, merupakan bantuan berharga dalam menentukan produk mana yang harus ditingkatkan dari produk mana yang harus dihapus
7. Menilai keputusan-keputusan kapitalisasi dari ekspansi lanjutan, memberikan saran guna menilai terlebih dahulu usulan belanja barang modal yang dapat mengubah struktur biaya perusahaan
8. Menganalisis margin pengaman. Berperan seperti cadangan margin pengaman dan cara untuk mempengaruhi perbuatan.

Menurut Kasmir (2012:334) penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual per saham
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan laba yang diinginkan

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

Penentuan harga jual per satuan, 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 penentuan 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.

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.

Arti memaksimalkan jumlah produksi adalah dengan analisis titik impas, maka dapat diketahui, apakah 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 menentukan perencanaan laba yang diinginkan adalah manajemen mampu merencanakan laba yang diinginkan dengan kapasitas produksi yang dimiliki tentunya. Besarnya laba dapat diukur dari batas minimal produk atau dari total rupiah yang diproduksi. Kemudian mampu merencanakan atau menentukan jumlah keuntungan setiap unit produksi yang dijual.

2.1.3 Macam-Macam Biaya Dalam BEP

Dalam analisis BEP, hanya digunakan dua macam biaya, yaitu *fixed cost* dan *variable cost*. Oleh karena itu, harus dipisahkan terlebih dahulu komponen antara biaya tetap dan biaya variabel. Artinya mengelompokkan biaya tetap disatu sisi dan biaya variabel disisi lain. 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: *Fixed Cost* (Biaya tetap) merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batas tertentu). Artinya dapat dianggap biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu saja, biasanya kapasitas produksi yang dimiliki. Namun, untuk kapasitas produksi bertambah, biaya tetap juga menjadi bertambah. Contoh biaya tetap adalah gaji, penyusutan aktiva tetap, bunga, sewa atau biaya kantor dan biaya tetap lainnya. *Variable Cost* (Biaya variabel) merupakan biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Artinya dapat diasumsikan bahwa 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. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, upah buruh langsung, dan komisi penjualan, biaya variabel lainnya.

Break Even Point dalam Unit

$$BEP = FCP - VC$$

Break Even Point dalam Rupiah

$$BEP = FCP - VCS$$

Keterangan: = *Break Even Point*

= *Fixed Cost*

= *Variable Cost*

= *Price per Unit*

= *Sales Volume*

2.1.4 Asumsi dalam Analisis *Break Even Point*

Menurut Kuswadi (2008:197), analisis *break even point* berguna apabila beberapa asumsi dipenuhi. Asumsi-asumsi tersebut adalah :

1. Bahwa biaya dari berbagai tingkatan kegiatan dapat diperkirakan jumlahnya secara tepat. Dengan demikian perubahan tingkat produksi dapat dijabarkan pada tingkat biaya
2. Biaya yang dapat diperkirakan itu dapat dipisahkan mana yang bersifat variabel, mana yang bersifat beban tetap, analisa *break even point* hanya dapat dihitung bilamana sebagian biaya merupakan beban tetap
3. Tingkat penjualan sama dengan tingkat produksi, artinya apa yang diproduksi dianggap terjual habis, sehingga tingkat persediaan barang jadi tidak mengalami perubahan, atau perubahan tidak menyediakan stok barang jadi.
4. Harga jual produk perusahaan pada berbagai tingkat penjualan tidak mengalami perubahan, ini berarti pasarnya demikian sempurna atau *share* pemasaran sedemikian rupa kecilnya, sehingga tidak mampu mengubah harga pasar yang terjadi
5. Efisiensi perusahaan pada berbagai tingkat kegiatan juga tidak berubah, sehingga biaya variabel setiap unit produk sama dengan untuk berbagai volume produksi
6. Tidak terdapat perubahan pada berbagai kebijakan pimpinan yang secara langsung berpengaruh terhadap beban tetap keseluruhan, dengan demikian biaya tetap keseluruhan juga tidak berubah.
7. Perusahaan dianggap hanya menjual satu macam produk akhir, bilamana dalam kenyataannya produk yang dibuat lebih dari satu macam, maka *sales mix* dipertahankan tetap sama.

Dalam kenyataannya yang sebenarnya lebih banyak asumsi yang tidak dapat dipenuhi, namun demikian perubahan asumsi ini tidak mengurangi validitas dan analisis *break even point* sebagai alat bantu pengambilan keputusan, hanya saja diperlukan modifikasi tertentu dalam penggunaannya. Walaupun demikian, dalam kenyataannya tidak ada biaya tetap, keadaan asumsi tersebut berubah. Tentunya *break even point* berubah pula, dalam upaya menghadapi asumsi perubahan tersebut, analisis *break even point* masih dapat dilakukan, dengan menganalisis kembali faktor biaya, harga jual, tingkat efisiensi untuk disusun kembali *break even point* yang baru, sesuai dengan perubahan.

Menurut Munawir (2012:185), *break even point* harus disesuaikan perubahan hal tersebut, yaitu :

1. Perubahan harga jual per unit, akibat perubahan turun atau naiknya harga jual
2. Perubahan biaya tetap dan biaya variabel per unit, baik biaya langsung maupun biaya tidak langsung
3. Perubahan komposisi barang atau jasa yang dijual atau diproduksi, dalam hal ini perusahaan menjual dan memproduksi beberapa jenis produk.

Menurut Prawirosontono (2009:119), singkatnya analisis *break even point* hanya tinjau setiap saat, untuk mengantisipasi berbagai factor yang mempengaruhi *break even point*. Dengan demikian, *break even point* dapat digunakan sebagai kebijakan demi menggambarkan keadaan perusahaan yang sebenarnya sehingga pengambilan keputusannya lebih tepat.

Asumsi – asumsi yang diperlukan supaya dapat menganalisis *break even point* adalah :

1. Bahwa biaya – biaya yang ada harus dapat diidentifikasi atau ditetapkan sebagai biaya tetap dan biaya variabel. Biaya yang meragukan apakah sebagai biaya variabel atau sebagai biaya tetap harus tegas – tegas dimasukkan kedalam salah satu variabel atau tetap. Biaya semi variabel

dimasukkan ke biaya variabel, biaya semi tetap dimasukkan kedalam biaya tetap.

2. Bahwa yang ditetapkan sebagai biaya tetap itu akan tetap konstan, tidak mengalami perubahan meskipun volume produksi atau volume kegiatan berubah selama batas-batas tertentu.
3. Biaya variabel per unit konstan, berapapun jumlah barang yang diproduksi. Jika kegiatan produksi berubah, biaya variabel itu berubah proporsional dalam jumlah seluruhnya, sehingga biaya per unitnya akan tetap sama. Tetapi, dalam kenyataannya biaya variabel itu tidak harus proporsional dengan volume kegiatan.

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah jenis – jenis biaya yang selama satu periode kerja adalah tetap jumlahnya dan tidak mengalami perubahan. Satu periode kerja bisa berupa 1 minggu, 1 bulan, atau 1 tahun. Biaya tetap biasanya dikaitkan dengan waktu atau dengan perjanjian.

Oleh karena itu biaya tetap biasanya dikaitkan pengeluarannya dengan periode maka kadang – kadang ada yang menyebutnya sebagai biaya periode atau *period cost*. Biaya ini merupakan *time cost* karena biaya ini dapat berubah dengan adanya perubahan waktu sehingga jumlah biaya tetap harus dihubungkan dengan suatu periode waktu tertentu. Perubahan-perubahan biaya tetap dapat terjadi apabila didalam suatu organisasi terjadi, misalnya perubahan struktur dasar, perubahan metode operasi dan perubahan kebijaksanaan manajemen.

Biaya tetap memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Biaya tetap jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.
2. Tingkat kekonstanan total biaya tetap terbatas dalam jarak kapasitas yang dinamakan jarak relevan (*relevant range*).
3. Biaya tetap per satuan (*unit cost*) berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan yaitu, semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan dan semakin rendah volume kegiatan akan semakin tinggi biaya satuan.
4. Alokasi ke bagian-bagian sering dilakukan berdasarkan keputusan pimpinan atau berdasarkan suatu metode alokasi.
5. Pengawasan atas terjadinya biaya terletak pada pimpinan eksekutif dan bukan pada pimpinan operasional.

Macam-macam biaya tetap :

1. *Committed Fixed Cost* adalah biaya-biaya dalam perusahaan dan pabrik yang timbul secara terus menerus dan tidak dapat dikurangi karena ini menyangkut tujuan jangka panjang perusahaan.

Contohnya : penetapan luas bangunan pabrik apakah 100m², 5000m² atau lebih besar lagi, jadi menyangkut keputusan jangka panjang. Untuk lebih mengerti *fixed cost* maka dapat dilihat dengan cara mengasumsikan volume kegiatannya adalah nol dan organisasi mengharapkan untuk mencapai kapasitas normal.

2. *Discretionary Fixed Cost* adalah umumnya disebut dengan *fixed cost* yang terkendali (*managed*) timbul sebagai akibat dari hasil keputusan manajer dengan periode relatif satu tahun.

Contohnya adalah biaya iklan, biaya penelitian dan pengembangan, serta program pengembangan manajemen. Faktor kunci dari *discretionary fixed cost* adalah manajemen tidak terpaku pada keputusan yang telah dibuat yang menyangkut biaya pada suatu *budget* dalam satu periode saja tetapi juga dalam periode-periode lainnya, dimana dalam setiap periode keputusan atas *discretionary fixed cost* selalu dievaluasi oleh manajer.

Perbedaan antara *committed fixed cost* dan *discretionary fixed cost* adalah :

1. *Discretionary* bersifat relatif jangka pendek (biasanya satu tahun) dari segi perencanaannya.
2. Pada keadaan tertentu maka biaya *discretionary fixed cost* dapat dikurangi, pengurangan ini tentu akan mempengaruhi keadaan organisasi dalam jangka panjang, misalnya karena jumlah murid yang sedikit, maka besarnya biaya untuk gaji guru bisa dikurangi.

Besarnya biaya tetap yang sudah direncanakan akan tergantung pada kegiatan organisasi secara keseluruhan. Apabila terdapat kegiatan operasional yang meningkat maka program dan rencana akan diperluas sehingga dapat mencakup berbagai bidang yang tidak mungkin dicakup pada pola tingkat kegiatan yang rendah. Sebagai contoh, jika organisasi atau perusahaan menginginkan peningkatan penjualan maka dana *advertising* yang dibutuhkan

akan jauh lebih besar dibandingkan jika perusahaan tidak menetapkan peningkatan penjualan seperti yang direncanakan. Jadi biaya tetap akan meningkat seperti anak tangga apabila tingkat kegiatan perusahaan meningkat.

Biaya Variabel

Biaya variabel ialah jenis biaya yang berubah berdasarkan volume kegiatan, jika volume kegiatan bertambah maka bertambahlah biaya variabel, jika volume kegiatan turun maka turunlah biaya variabel. Asumsi yang digunakan dalam analisis *break even* adalah naik turunnya biaya variabel proporsional dengan volume kegiatan. Dalam kenyataannya biaya variabel itu tidak harus proporsional dengan volume kegiatan, dapat degresif dapat pula progresif. Dikatakan degresif apabila volume produksi naik, naik pula biaya variabel akan tetapi kenaikannya dibawah proporsional dengan kenaikan volume kegiatan. Sebaliknya, biaya variabel dikatakan progresif apabila kenaikannya diatas proporsionalnya.

Biaya variabel memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Biaya variabel jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin besar pula jumlah total biaya variabel, dan semakin rendah volume kegiatan semakin rendah pula jumlah total biaya variabel.
2. Biaya variabel per satuan (*unit cost*) tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.
3. Dapat dengan mudah dialokasikan pada bagian-bagian operasional.

4. Pemakaian dan pengawasannya dapat dilimpahkan pada bagian yang bersangkutan.

2.1.5 Keterbatasan Analisis *Break Even Point*

Menurut Mulyadi (2016:90) dalam analisis *break even point* yang digunakan beberapa asumsi-asumsi yang membuat metode ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan karena asumsi tersebut terkadang tidak sesuai dengan kenyataan. Untuk memudahkan pemahaman di bawah ini diuraikan dengan tabel :

No	Asumsi dalam analisis <i>break even point</i>	Keterbatasan
1	Biaya harus dipisahkan antara biaya tetap dengan biaya variabel	Ada biaya yang sulit untuk dipisahkan
2	Biaya tetap secara total selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh	Pada perusahaan besar umumnya dapat bekerja lebih efisien sehingga akan menekan biaya termasuk biaya tetap.
3	Biaya variabel akan berubah secara proporsional dengan perubahan volume penjualan dan ada sinkronisasi antara produksi dan penjualan	Dalam praktek perubahan biaya variabel sangat jarang berubah secara proporsional. Misalnya bahan baku yang dibeli dalam jumlah besar akan menjadi lebih murah sehingga perubahan biaya variabel tidak proporsional dengan volume penjualan.
4	Harga jual per unit barang tidak akan berubah berapapun jumlah unit yang terjual	Dalam kenyataannya, kondisi tersebut sangat sulit ditemukan
5	Hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau jika lebih dari satu macam maka komposisi penjualannya akan tetap konstan.	Dalam kenyataan kondisi tersebut sangat jarang ditemui

Tabel 2.1 Keterbatasan Analisis *Break Even Point*

Menurut Munawir (2012:228), adapun asumsi-asumsi dan keterbatasan analisis titik impas adalah sebagai berikut :

1. Biaya
2. Biaya tetap (*fixed cost*)
3. Biaya variabel (*variable cost*)
4. Harga jual
5. Tidak ada perubahan harga jual

Biaya, dalam analisis titik impas, hanya digunakan dua macam biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Oleh karena itu, harus dipisahkan terlebih dahulu

komponen antara biaya tetap dan biaya variabel. Artinya mengelompokkan biaya tetap di satu sisi dan mengelompokkan biaya variabel di sisi lain. Dalam hal ini secara umum untuk memisahkan kedua biaya ini relatif sulit karena ada biaya yang tergolong semi variabel dan semi tetap.

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

- a. Pendekatan analitis, yaitu harus meneliti setiap jenis dan unsur biaya yang terkandung satu 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 variabel berdasarkan angka-angka dan data biaya masa lampau.

Biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan dalam batas tertentu. Artinya dapat dianggap biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu saja, biasanya kapasitas produksi yang dimilikinya. Namun, untuk kapasitas produksi bertambah, biaya tetap juga menjadi lain. Contoh biaya tetap adalah gaji, penyusutan aktiva tetap, bunga, sewa atau biaya kantor.

Biaya variabel merupakan biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Artinya dalam asumsi bahwa biaya variabel berubah-ubah secara sebanding 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. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, upah buruh langsung, dan komisi penjualan variabel lainnya.

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

Artinya dari tidak ada perubahan harga jual adalah 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.

2.1.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Break Even Point*

Aspek yang penting dalam analisis *breakeven point*, bahwa adanya perubahan dalam satu faktor atau lebih, yang mempengaruhi hasil analisis dapat dinilai atau dievaluasi, efek ini sangat penting bagi manajemen dalam proses penyusunan atau perencanaan. Karena hal ini memungkinkan adanya perubahan atau kebijakan untuk menentukan adanya perubahan berbagai faktor atau mempertimbangkan beberapa alternatif.

Menurut Munawir (2012:201) faktor-faktor yang dapat mengubah analisis *break even point* adalah biaya tetap, biaya variabel, harga jual, komposisi penjualan, dan lain sebagainya dalam bauran penjualan. Perubahan sebagian faktor tertentu atau faktor yang dapat mengakibatkan tingkat *break even point* mungkin tidak mempengaruhi atau mengakibatkan perubahan pada faktor-faktor yang lain. Misalnya perubahan yang terjadi hanya pada biaya tetap, sedangkan biaya variabel, harga jual, volume penjualan tetap. Tetapi kemungkinan bisa terjadi perubahan dalam sebagian faktor atau akan mengakibatkan perubahan pada faktor lainnya. Misalnya perubahan volume penjualan bisa berakibat pada perubahan biaya variabel dan sebagainya.

Menurut Rayburn (2009:17) menyatakan bahwa perubahan nilai *input* atau faktor-faktor yang mempengaruhi *break even point* membawa perubahan pada hasil akhir.

Menurut Fuad (2010:194), faktor-faktor yang mempengaruhi *break even point* adalah :

1. Perubahan jumlah biaya tetap yang akan ada dalam suatu perusahaan, akan berakibat langsung terhadap perubahan biaya total pada berbagai tingkat penjualan.
2. Biaya variabel yang ada dalam perusahaan ini merupakan unsur biaya total disamping biaya tetap dalam perusahaan yang bersangkutan
3. Perubahan harga jual mempunyai pengaruh yang sama seperti biaya variabel
4. Perusahaan yang memproduksi atau menjual lebih dari satu jenis akan mendapatkan komposisi atas kontribusi yang berbeda, yang disebabkan oleh komposisi penjualan yang berbeda.

Maka dapat disimpulkan, bahwa :

1. Perubahan biaya tetap yang ada dalam suatu perusahaan akan berakibat langsung terhadap perubahan adanya biaya total pada berbagai tingkat penjualan. Biaya tetap sebagai unsur biaya apabila bertambah besar maka biaya total yang ada didalam perusahaan akan bertambah juga.
2. Biaya variabel yang ada dalam perusahaan ini merupakan unsur biaya total disamping biaya tetap disamping perusahaan yang bersangkutan, oleh karena itu perubahan biaya variabel juga akan mempengaruhi biaya total yang ada dalam perusahaan yang bersangkutan, sehingga *break even point* dalam perusahaan tersebut juga akan berubah. Jika terjadi kenaikan biaya variabel per unit maka untuk memproduksi unit tertentu akan terjadi kenaikan dalam jumlah biaya variabel yang akan berakibat terhadap kenaikan jumlah biaya total yang ada dalam perusahaan tersebut. Dengan

naiknya jumlah biaya total ini, maka tingkat *break even point* akan menjadi naik pula, dan berlaku sebaliknya dalam hal penurunan.

3. Perubahan harga jual memiliki pengaruh yang sama seperti biaya variabel. Perubahan harga jual produk mempengaruhi secara langsung terhadap penerimaan pendapatan perusahaan. Oleh karenanya, penerimaan pendapatan merupakan unsur terpenting, maka *break even point* dalam perusahaan yang bersangkutan ini akan berubah sejalan dengan perubahan harga jual perusahaan. Namun demikian pengaruh harga jual produk tidak dapat berdiri sendiri dalam menentukan penerimaan pendapatan, karena adanya kenaikan atau penurunan harga jual dapat berakibat terhadap volume penjualan yang juga berpengaruh langsung terhadap perubahan *break even point*. Kedua variabel tersebut akan bersama-sama dalam menentukan pendapatan dalam penerimaan baik peningkatan atau penurunan biaya total.
4. Perusahaan yang memproduksi atau tidak menjual produk lebih dari satu jenis akan mendapatkan komposisi batas kontribusi yang berbeda, hal ini disebabkan oleh komposisi penjualan yang berbeda. Hal ini menyebabkan *break even point* total berbeda pada komposisi penjualan yang berbeda dengan komposisi yang lain. Untuk maksud tersebut maka komposisi antar barang-barang tersebut harus tetap sama naik dari komposisi produksinya maupun penjualannya. *Break even point* dalam keseluruhan atau total tidak berarti bahwa masing-masing produk harus bersifat *break even point*.

2.1.7 Pendekatan dalam Menghitung *Break Even Point*

Menurut Fuad (2010:184) tersedia tiga pendekatan dalam menghitung titik impas atau *break even point*, yaitu :

1. Pendekatan persamaan
2. Pendekatan *margin* kontribusi
3. Pendekatan grafik

1. Pendekatan persamaan

Pada pendekatan persamaan digunakan rumus $Y = cx - bx - a$

Dalam hal ini:

Y = laba

C = harga jual per unit

X = jumlah produk yang dijual

B = biaya variabel per satuan

A = biaya tetap total

Cx = hasil penjualan

Bc = biaya variabel total

Titik impas akan terjadi pada $Y=0$, sehingga

$$0 = cx - bx - a$$

$$A = cx - bx$$

$$D \text{ sa} = x (c - b)$$

$$x \text{ bep dalam unit} = \frac{a}{c - b}$$

$$(c) x = c \frac{a}{c - b}$$

$$(c) x = \frac{ca}{c - b}$$

$$\text{Maka BEP dalam rupiah adalah} = \frac{a}{\frac{b}{c}}$$

2. Pendekatan margin kontribusi

Untuk metode ini terlebih dahulu dihitung margin kontribusi, dengan cara :

- a. mengurangkan nilai penjualan *total revenue* (TR) dengan biaya variabel total (*total variabel cost* = TVC)
- b. mengurangkan harga jual per unit dengan biaya variabel per unit guna menghitung margin kontribusi per unit.

3. Pendekatan grafis

Dalam pendekatan grafis, titik pulang pokok digambarkan sebagai titik perpotongan antara garis penjualan dengan garis biaya total (biaya total = biaya tetap total + biaya variabel total)

Menurut Kuswadi (2008:197), beberapa anggapan dasar yang digunakan untuk melakukan perhitungan *break even point* dengan pendekatan garis lurus ini antara lain sebagai berikut :

- a. Pendapatan perusahaan dapat digambarkan sebagai garis lurus
 - b. Seluruh biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel
 - c. Jumlah produk yang akan diproduksi adalah sama dengan jumlah produk yang akan dijual
 - d. Produk yang diproduksi dan dijual perusahaan adalah produk tunggal, atau perusahaan hanya memproduksi dan menjual satu macam produk saja
 - e. Selama analisis dilakukan tidak terdapat perubahan harga jual, biaya tetap maupun biaya variabel di dalam perusahaan.
- a. Pendapatan perusahaan dapat digambarkan sebagai garis lurus. Artinya fungsi penerimaan pendapatan ini merupakan fungsi linear. Demikian pula dengan biaya yang ditanggung oleh perusahaan dapat pula digambarkan dalam garis lurus, atau dapat dijadikan di dalam unsur linear
 - b. Seluruh biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, baik biaya tersebut merupakan

biaya produksi maupun biaya operasional, seluruhnya akan dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel

- c. Jumlah produk yang akan diproduksi adalah sama dengan jumlah produk yang akan dijual. Dengan kata lain dapat disebutkan bahwa seluruh produk yang diproduksi akan habis terjual
- d. Produk yang diproduksi dan dijual perusahaan adalah produk tunggal, atau perusahaan hanya memproduksi dan menjual satu macam produk saja. Dapat pula produk perusahaan lebih dari satu, tetapi perhitungan pulang pokok akan dilakukan terhadap setiap produk perusahaan satu persatu secara terpisah.
- e. Selama analisis dilakukan tidak terdapat perubahan harga jual, biaya tetap maupun biaya variabel di dalam perusahaan.

Menurut Kuswadi (2008:199), perhitungan *break even point* dengan menggunakan rumus aljabar dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

1. atas dasar unit
2. atas dasar *sales* dalam satuan mata uang

Perhitungan *break even point* atas dasar unit dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$BEP = FC : (P - VC)$$

Dimana : P = Harga jual per unit

FC = *fixed cost*

VC = *Variable cost*

Perhitungan *break even point* atas dasar satuan mata uang dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$BEP = FC : (1 - VC/S)$$

Dimana : FC = *Fixed cost*

VC = *Variable cost*

S = Volume Penjualan

Menurut Kasmir (2012:340), beberapa model rumus yang dapat digunakan dalam analisis titik impas :

1. Dengan rumus matematik

a. Analisis titik impas dalam unit :

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

b. analisis titik impas dalam rupiah :

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

Dimana :

BEP = Analisis Titik Impas (*break even point*)

FC = Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

VC = Biaya Variabel persatuan (*variable cost*)

P = Harga jual persatuan (*price*)

S = Jumlah Penjualan (*Sales Volume*)

2. Dengan coba-coba

Artinya kita mencoba memasukkan angka-angka yang kita inginkan sehingga akan terlihat batas laba atau rugi untuk setiap penjualan.

3. Dengan grafik

Dari grafik akan terlihat bahwa untuk tiap-tiap masing unit penjualan terdapat informasi yang lengkap seperti setiap rupiah penjualan, biaya tetap, biaya variabel, total biaya maupun laba atau rugi.

Dapat disimpulkan dalam menghitung titik impas terdapat beberapa pendekatan yaitu:

1. Pendekatan Persamaan
2. Pendekatan marjin kontribusi
3. Pendekatan grafis

2.1.8 Kelemahan *Break Even Point*

Menurut Kasmir (2012:336), beberapa kelemahan dari analisis titik impas adalah :

1. perlu asumsi
2. bersifat statis
3. tidak digunakan untuk mengambil keputusan akhir
4. tidak menyediakan pengujian aliran kas yang baik
5. hubungan penjualan dan biaya
6. kurang mempertimbangkan risiko-risiko yang terjadi selama masa penjualan
7. pengukuran kemungkinan penjualan

Asumsi artinya analisis 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.

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

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

Tidak menyediakan pengujian aliran kas yang baik, artinya jika aliran kas telah ditentukan melebihi aliran kas yang harus dikeluarkan, proyek dapat diterima dan hal-hal lainnya dianggap sama.

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.

Kurang mempertimbangkan risiko-risiko, artinya masa penjualan begitu banyak risiko yang mungkin dihadapi, misalnya kenaikan harga bahan baku, yang

akan mempengaruhi terhadap harga jual dan pada akhirnya akan berpengaruh kepada jumlah penjualan secara keseluruhan, baik unit maupun rupiah.

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

2.1.9 *Payback Period*

Menurut Catur Sasongko (2010:87) metode *payback period* adalah mengukur lamanya waktu yang dibutuhkan oleh seluruh kegiatan untuk menutupi pengeluaran investasi awalnya atau kembali modal.

Selama kegiatan berlangsung, perusahaan akan memperoleh arus kas masuk bersih. Kemudian, arus kas bersih yang diperoleh setiap tahun dijumlahkan. Jika jumlah arus kas masuk bersih telah sama dengan pengeluaran investasi awalnya, maka perusahaan dianggap sudah kembali modalnya.

Menurut Dian Wijayanto (2012: 65) *payback period* sebagai periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi.

Menurut Bambang Riyanto (2004 : 32) *payback period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas netto.

Dapat disimpulkan bahwa *payback period* adalah jangka waktu yang diperlukan agar dana investasi yang masuk kedalam suatu kegiatan investasi dapat diperoleh kembali secara penuh atau seluruhnya. Metode analisis *payback*

period ini bertujuan untuk mengetahui berapa lama (periode) investasi yang akan dapat dikembalikan saat terjadinya kondisi *break even point* atau titik impas.

Sedangkan hal yang perlu diperhatikan dalam *payback period* oleh para pelaku usaha atau investor, antara lain sebagai berikut:

- a. berapa lama harus membiayai proyek
- b. kapan manfaat akan diperoleh

Beberapa kelemahan metode *payback period* sebagai berikut:

1. Mengabaikan penerimaan investasi yang didapat setelah *payback period* tercapai
2. Mengabaikan nilai waktu uang
3. Tidak memberikan informasi mengenai tambahan *value* untuk perusahaan
4. Mengabaikan tingkat likuiditas perusahaan secara keseluruhan
5. *Payback period* digunakan untuk mengukur kecepatan kembalinya dana, dan tidak mengukur keuntungan proyek pembangunan yang telah direncanakan
6. Metode ini tidak membedakan antara proyek yang membutuhkan investasi kas yang berbeda
7. Metode ini mengabaikan biaya yang digunakan untuk mendukung investasi, bahkan selama *payback period*
8. Tidak memperhitungkan nilai sisa dari investasi

Beberapa kelebihan metode *payback period* sebagai berikut :

1. Digunakan untuk mengetahui jangka waktu yang diperlukan untuk pengembalian investasi dengan resiko yang besar dan sulit

2. Dapat digunakan untuk menilai dua proyek investasi yang mempunyai *rate of return* dan resiko yang sama, sehingga dapat dipilih investasi yang jangka waktu pengembaliannya cepat
3. Metode cukup sederhana untuk memilih beberapa alternatif investasi
4. Mudah dan sederhana bisa dihitung untuk menentukan pengembalian dana yang diinvestasikan akan kembali
5. Memberikan informasi mengenai lamanya *break even point*
6. Sebagai alat pertimbangan resiko karena semakin pendek *payback period* maka semakin pendek pula resiko kerugiannya.

Indikator *payback period*:

1. Jika periode pengembalian lebih cepat dari waktu yang ditentukan, maka layak atau diterima untuk melakukan investasi
2. Jika periode pengembalian lebih lama atau melebihi waktu yang telah ditentukan, maka tidak layak atau ditolak untuk melakukan investasi
3. Jika alternatif proyek investasi lebih dari satu, akan periode pengembalian yang diambil adalah yang lebih cepat

Cara menghitung *payback period* :

Payback period dapat dihitung dengan cara membagikan nilai investasi dengan aliran kas bersih yang masuk per tahun.

$$\textit{payback period} = \frac{\textit{investasi}}{\textit{laba setelah pajak + depresiasi}}$$

2.2 Sewa

2.2.1 Pengertian Sewa

Menurut Anastasia Diana dan Lilis Setiawati (2017:399), sewa (*leasing*) adalah perjanjian kontrak antara *lessor* (yang meminjamkan aset) dan *lessee* (peminjam), dimana *lessor* memberikan hak kepada *lessee* untuk menggunakan aset tertentu milik *lessor* selama periode yang disepakati. Sebagai imbalannya *lessee* melakukan pembayaran sewa kepada *lessor*. Aset yang banyak disewa biasanya berupa peralatan teknologi informasi, alat transportasi, alat konstruksi, dan alat pertanian.

Sewa adalah perjanjian antara dua orang atau lebih untuk melakukan kontrak antara yang meminjamkan aset dengan pihak peminjam.

2.2.2 Klasifikasi sewa

Menurut Anastasia Diana dan Lilis Setiawati (2017:399), sewa diklasifikasi menjadi dua, yakni sewa pembiayaan dan sewa operasi. Klasifikasi sewa tersebut didasarkan pada sejauh mana resiko dan manfaat yang terkait dengan kepemilikan aset sewaan berada pada *lessor* atau *lessee*. Sewa diklasifikasikan sebagai sewa pembiayaan jika mengalihkan secara substansi seluruh resiko dan manfaat yang terkait dengan kepemilikan aset kepada *lessee*. Selain itu, suatu sewa dicatat sebagai sewa pembiayaan jika sewa tersebut tidak dapat dibatalkan. Berikut ini 4 kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah seluruh resiko dan manfaat yang terkait dengan kepemilikan aset dialihkan secara substansial :

- a. Sewa mengalihkan kepemilikan aset kepada *lessee* pada akhir masa sewa
- b. *Lessee* memiliki opsi untuk membeli aset pada harga yang diperkirakan cukup rendah dibandingkan nilai wajar pada tanggal opsi mulai dapat dilaksanakan, sehingga pada awal sewa dapat dipastikan bahwa opsi tersebut akan dilaksanakan.
- c. Masa sewa mencakup sebagian besar umur ekonomi aset meskipun hak milik tidak dialihkan. Dalam praktik, 75% dipakai sebagai batas untuk menentukan apakah suatu kontrak sewa mencakup sebagian besar umur ekonomi aset.
- d. Pada awal sewa, *present value* atau nilai kini dari pembayaran sewa minimum secara substansial mendekati nilai wajar aset sewa. Apabila suatu sewa memenuhi salah satu dari keempat kriteria diatas, maka sewa tersebut diklasifikasikan sebagai sewa pembiayaan. Sedangkan, jika suatu sewa tidak memenuhi satupun dari keempat kriteria tersebut maka sewa tersebut diklasifikasikan sebagai sewa operasi.

Dapat disimpulkan bahwa sewa dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu :

1. Sewa pembiayaan
2. Sewa operasi

2.2.3 Aset Sewaan Sebagai Properti Investasi

Menurut Anastasia Diana dan Lilis Setiawati (2017:403), sesuai PSAK 13 mengenai properti investasi, *lessee* dimungkinkan untuk mengklasifikasikan hak atas properti yang diperoleh melalui sewa operasi sebagai properti investasi. Jika hal tersebut dilakukan, maka hak atas properti tersebut diperlakukan seperti sewa pembiayaan dan model nilai wajar digunakan untuk pengakuan aset. *Lessee* mencatat sewa tersebut sewa pembiayaan, bahkan jika peristiwa setelahnya mengubah hak atas properti milik *lessee* sehingga tidak lagi diklasifikasikan sebagai properti investasi. Hal ini terjadi jika, *lessee*:

- a. Menempatkan properti tersebut, properti diubah peruntukannya menjadi properti yang digunakan sendiri dengan biaya perolehan bawaan yang sama dengan nilai wajarnya pada tanggal perubahan pemakaian, atau:
- b. Melakukan sewa lanjut yang mengalihkan sewa substansial seluruh resiko dan manfaat hak kepemilikan kepada pihak ketiga yang tidak berelasi. Sewa lanjut demikian dicatat oleh *lessee* sebagai sewa pembiayaan kepada pihak ketiga, walaupun hal ini mungkin dicatat sebagai sewa operasi oleh pihak ketiga.

Dalam mengklasifikasi aset sewaan sebagai properti investasi, peminjam maka diklasifikasikan terlebih dahulu hak atas properti yang diperoleh melalui sewa operasi sebagai properti investasi.

2.3 Harga Jual

2.3.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Kotler dan amstrong (2008:439) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Krismiaji dan Anni (2011:326) harga jual adalah upaya untuk menyeimbangkan upaya untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari

perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan ke konsumen terlalu mahal.

Maka harga jual adalah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa yang ditukar kepada konsumen untuk memiliki produk atau jasa tersebut.

2.3.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut Philip Kotler (2008:638) suatu perusahaan dapat mengejar enam tujuan melalui penetapan harga jual :

- a. Kelangsungan hidup
Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat, atau perubahan keinginan konsumen yang berbeda. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan. Tetapi kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek. Dalam jangka panjang, perusahaan harus dapat meningkatkan nilainya.
- b. Laba sekarang maksimum
Banyak perusahaan menetapkan harga yang memaksimalkan labanya sekarang. Mereka memperkirakan bahwa permintaan dan biaya sehubungan sebagai alternative harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau pengembalian investasi yang maksimum.
- c. Pendapatan sekarang maksimum
Banyak perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Maksimalisasi pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak menajer percaya bahwa maksimalisasi pendapatan akan menghasilkan maksimalisasi laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.
- d. Pertumbuhan penjualan maksimum
Perusahaan lainnya ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit lebih rendah dan laba jangka panjang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah dengan mengasumsikan bahwa pasar sensitive terhadap harga. Ini disebut penetapan harga penetrasi pasar.
- e. *Skimming* pasar maksimum
Skimming pasar hanya mungkin dalam kondisi adanya sejumlah pembeli yang memiliki permintaan tinggi, biaya per unit untuk memproduksi volume kecil tidaklah sedemikian tinggi, sehingga dapat mengurangi keuntungan penetapan harga maksimal yang dapat diserap pasar, harga

yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing, harga tinggi menyatakan citra produk superior.

f. Kepemimpinan mutu produk

Perusahaan mungkin mengarahkan untuk menjadi pemimpin dalam hal mutu produk dipasar, dengan membuat produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaingnya. Mutu dan harga yang lebih tinggi akan menetapkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari rata-rata industrinya.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penetapan harga jual tidak hanya berdasarkan pada tingkat keuntungan perusahaan, tetapi terdapat tujuan lain yang memberikan arah dan keselarasan pada kebijakan yang diambil perusahaan.

2.4 Penelitian Terdahulu

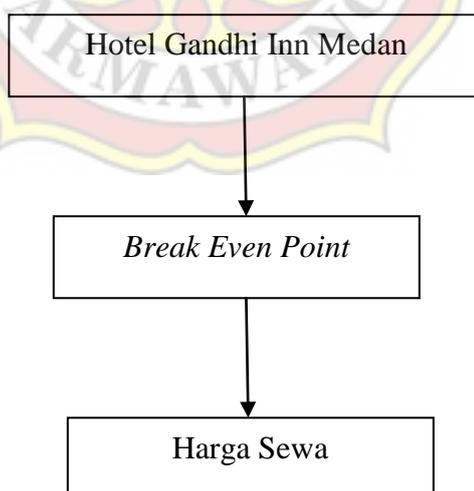
Dalam penelitian ini, penulis mengambil referensi dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu peneliti Frans Lionardo Sihotang tahun 2018 mahasiswa Universitas Dharmawangsa Medan menganalisis Analisis *Break Even point* sebagai perencanaan laba pada PT.Pilar Sejahtera. Letak persamaan penelitian dengan peneliti sebelumnya adalah sama-sama meneliti analisis *break even point*. Letak perbedaan pada penelitian ini adalah peneliti sebelumnya berfokus pada *break even point* sebagai perencanaan laba sedangkan peneliti meneliti *break even point* dalam menentukan harga sewa kamar, letak perbedaan kedua adalah peneliti sebelumnya meneliti pada PT Pilar Sejahtera sedangkan penelitian melakukan penelitian pada hotel Gandhi Inn Medan. Hasil penelitian pada peneliti sebelumnya adalah analisis *break even point* bermanfaat dalam perencanaan laba namun faktor-faktor yang mempengaruhi *break even point* seperti harga jual unit dapat mempengaruhi titik *break even point* tersebut.

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu unsur pokok dalam melakukan penelitian untuk kesamaan pendapat terhadap hal-hal yang berhubungan dengan judul penelitian ini. Untuk memahami maksud dari penelitian ini, maka penulis membuat kerangka konseptual mengenai *break even point* dan penentuan harga sewa .

Hotel Gandhi Inn Medan dalam mengukur laba harus memperhitungkan harga sewa, sehingga penulis tertarik untuk mengukur nilai *break even point* dalam penentuan harga sewa kamar pada hotel Gandhi Inn Medan. Hasil dari pengukuran *break even point* dapat memberikan penilaian kinerja pada hotel Gandhi Inn Medan.

Untuk lebih jelas, penulis membuat kerangka konseptual dengan bagan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual