

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ketahanan pangan adalah keadaan terpenuhi kebutuhan pangan setiap orang yang ada didalam suatu wilayah, baik dalam hal ketersediaan, kemudahan akses, pemanfaatan, maupun stabilitas pangan sepanjang waktu. Secara lebih rinci. didalam konsep ketahanan pangan, terdapat empat pilar utama, yaitu ketersediaan pangan, akses terhadap pangan, pemanfaatan pangan, dan stabilitas pasokan. Dalam konteks Indonesia, salah satu komponen pangan yang berperan signifikan adalah tahu, produk olahan kedelai yang populer dan menjadi sumber protein nabati bagi masyarakat luas.

Tahu merupakan produk makanan yang dikenal oleh hampir seluruh penduduk Indonesia, dikaitkan dengan nilai gizinya dan statusnya sebagai sumber protein yang signifikan yang tersedia dengan titik harga yang dapat diakses di hampir semua segmen masyarakat (Maukar et al., 2019).

Teknologi yang digunakan dalam pengolahan tahu tetap belum sempurna, sebagian besar bergantung pada tenaga kerja manual, dan efisiensi prosesnya kurang optimal. Operasi yang melibatkan pencucian, penggilingan, dan pengepresan dilakukan oleh pekerja manusia (Basir, 2014)

Melihat keterjangkauannya, tahu juga dicirikan oleh kandungan protein yang tinggi, menjadikannya alternatif yang layak untuk sumber protein yang berasal dari hewan, terutama untuk individu dengan kemampuan keuangan terbatas. Sektor manufaktur tahu, yang sebagian besar adalah usaha mikro kecil

dan menengah (UMKM), memainkan peran penting dalam memberikan pilihan makanan yang mudah diakses dan bergizi kepada masyarakat.

Mayoritas fasilitas produksi tahu di Indonesia dioperasikan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Entitas-entitas ini menghadapi banyak tantangan, termasuk kendala yang terkait dengan teknologi, akses terbatas ke sumber daya keuangan, dan volatilitas harga bahan baku. Di bidang ketahanan pangan, sangat penting bahwa inisiatif ini menerima dukungan yang memadai untuk memungkinkan produksi tahu yang efisien dan berkelanjutan. Menyelidiki implikasi ketahanan pangan dalam lingkungan manufaktur tahu juga dapat menekankan kontribusi potensial UMKM terhadap stabilitas produksi pangan nasional.

Meskipun demikian, industri tahu di Indonesia dihadapkan dengan berbagai kendala yang dapat membahayakan ketahanan pangan nasional. Perhatian utama adalah ketergantungan pada bahan baku kedelai impor, karena Indonesia belum mencapai swasembada dalam produksi kedelai untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dalam negeri.

Variasi harga kedelai di pasar global, di samping peraturan perdagangan internasional, dapat secara signifikan mempengaruhi struktur biaya yang terkait dengan produksi tahu domestik. Fluktuasi seperti itu pada akhirnya berdampak pada ketidakstabilan harga tahu di pasar, berpotensi membahayakan ketahanan pangan.

Kemajuan industri tahu di Indonesia terus berkembang sebagai tanggapan terhadap meningkatnya permintaan akan sumber protein nabati yang terjangkau

dan padat nutrisi. Tahu, sebagai produk kedelai olahan, telah menjadi aspek integral dari rejimen diet orang Indonesia. Ketika membangun bisnis, terutama di sektor pengolahan makanan seperti fasilitas manufaktur tahu, penting untuk melakukan analisis keuangan yang komprehensif untuk memahami faktor-faktor penting yang mempengaruhi keberlanjutan perusahaan.

Dari sebagian alat analisis umum yang digunakan dalam konteks ini adalah analisis titik impas atau *Break Even Point (BEP)*, yang mengidentifikasi ambang batas di mana bisnis tidak mengalami kerugian atau menghasilkan keuntungan, sehingga berfungsi sebagai referensi berharga untuk pengambilan keputusan bisnis.

Menurut (Aminus & Sarina, 2022) analisis *Break Even Point*, yang biasa disebut sebagai titik impas, merupakan pendekatan analitis yang digunakan untuk memastikan volume penjualan yang diperlukan dan komposisi produk yang diperlukan untuk mengimbangi total biaya selama jangka waktu tertentu. Titik impas diidentifikasi sebagai titik di mana jumlah biaya yang dikeluarkan sama dengan jumlah pendapatan, sehingga menunjukkan bahwa perusahaan tidak menghasilkan keuntungan atau menimbulkan kerugian.

Analisis *Break Even Point* biasanya digunakan lebih sering ketika perusahaan memperkenalkan suatu produk, karena produksi barang secara melekat terkait dengan pertimbangan biaya yang menginformasikan penentu harga jual dan volume produk atau jasa yang akan dihasilkan atau dipasarkan kepada konsumen (Kasmir, 2019).

Dalam kerangka analisis *Break Even Point (BEP)*, beberapa variabel secara signifikan mempengaruhi perhitungan ambang batas impas, khususnya di mana total biaya (termasuk biaya tetap dan variabel), memastikan bahwa perusahaan tidak menderita kerugian atau merealisasikan keuntungan.

Variabel utama yang terintegrasi ke dalam analisis titik impas terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, harga jual per unit, margin kontribusi per unit, dan volume penjualan. Dengan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel ini, perusahaan lebih siap untuk memastikan volume penjualan minimum yang diperlukan untuk mencapai titik impas, serta untuk menetapkan strategi penetapan harga optimal yang bertujuan memaksimalkan profitabilitas.

Analisis *Break Even Point* untuk menentukan harga jual mencakup pentingnya pemahaman akan hubungan antara biaya, penjualan, dan keuntungan dalam menentukan strategi harga tepat. (*BEP*) menjadi alat penting dalam proses penentuan harga jual, karena membantu perusahaan memahami titik dimana pendapatan total sama dengan biaya total, sehingga tidak ada kerugian.

Break Even Point digunakan untuk mengetahui seberapa harga jual harus ditetapkan agar semua biaya bisa tertutup dan usaha tidak merugi, tanpa *Break Even Point* penentuan harga jual akan cenderung beresiko. Hubungan antara *Break Event Point* dengan harga jual adalah jika harga jual naik, maka selisih antara harga jual dan biaya variabel menjadi lebih besar, sehingga break even point turun (lebih cepet balik modal), sedangkan jika harga jual turun, maka break even point naik sehingga harus menjual lebih banyak agar mencapai titik impas. Dan *Break Even Point* menentukan harga jual minimum agar tidak merugi

Penetapan harga jual adalah salah satu keputusan strategis yang krusial bagi perusahaan, karena harga jual yang tepat akan menentukan sejauh mana produk atau layanan dapat bersaing di pasar, serta mempengaruhi tingkat keuntungan yang dapat diperoleh. Kesalahan dalam penentuan harga dapat menyebabkan kerugian finansial atau hilangnya peluang bisnis. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk struktur biaya, harga jual kompetitor, dan kondisi pasar untuk menentukan harga jual yang optimal.

Penentuan harga optimal untuk menjual produk merupakan upaya multifaset yang memerlukan pertimbangan berbagai variabel untuk mencapai keseimbangan antara profitabilitas perusahaan dan kapasitas pembelian konsumen. Organisasi harus mengevaluasi berbagai faktor termasuk biaya produksi, margin laba target, elastisitas permintaan, strategi penetapan harga pesaing, daya beli konsumen, nilai konsumen yang dirasakan, kondisi pasar yang berlaku, dan peraturan pemerintah yang relevan. Pemahaman dan analisis yang komprehensif dari variabel-variabel ini akan memungkinkan perusahaan untuk membangun struktur harga yang tidak hanya memulihkan biaya tetapi juga memfasilitasi ekspansi bisnis dan keberlanjutan.

Usaha tahu Bu Iin beroperasi di sektor manufaktur, terutama berfokus pada konversi bahan baku menjadi produk akhir atau siap pasar. Usaha produksi tahu ini didirikan pada awal Januari tahun 2019 dan terletak di Desa Ujung Batu V, di Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara. Usaha Bu Iin menggunakan pencatatan konvensional (Manual) dan tidak diatur secara memadai. Pendirian ini telah berkembang menjadi unit bisnis mikro dengan

pencapaian yang cukup baik, dikaitkan dengan volume produksi yang besar. Sebagai salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Ujung Batu V, Bu Iin dilengkapi dengan mesin produksi yang cukup canggih, seperti alat penggilingan kedelai.

Modal awal Bu Iin sebesar Rp. 50.000.000; bahan utama yang digunakan adalah kedelai, membutuhkan 20Kg per hari untuk produksi. Harga satu karung kedelai adalah Rp. 500,000, dengan setiap karung berisi 50 kg, membutuhkan 10 ember cuka, yang dihasilkan dari sisa air tahu fermentasi.

Alat yang digunakan termasuk satu set mesin lengkap seharga Rp 10.000.000, dengan biaya operasi untuk mesin penggiling tahu diproyeksikan sebesar Rp. 150.000 per bulan, menggunakan bahan bakar solar. Pabrik Bu Iin mempekerjakan satu karyawan di bagian produksi dan satu karyawan di bagian penjualan. Tahu yang diproduksi oleh Bu Iin bercirikan tahu putih, dengan harga jual Rp.80.000. Produk ini dipasarkan ke warga lokal dan didistribusikan di pasar publik. Biaya diuraikan lebih lanjut secara lebih rinci sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Biaya Tetap Bulan

Nama Barang	Satuan	Harga
Penyusutan mesin	1 bulan	Rp. 158.000
Penyusutan peralatan	1 bulan	Rp. 49.000
Gaji karyawan dua orang	1 bulan	Rp. 1.000.000
Sewa tempat	1 bulan	Rp. 1.000.000
Listrik	1 bulan	Rp.203.000
TOTAL		Rp 2.410.000

Sumber: Data diambil dari Pabrik Tahu, 2024

Tabel 1. 2 Biaya Variabel Per Bulan

Nama Bahan	Satuan	Harga
Kedelai	400 kg	Rp 4.000.000
Solar	1bulan	Rp150.000
Kayu	1 pick up	Rp 400.000
Total		Rp 4.550.000

Sumber: Data diambil dari Pabrik Tahu, 2024

Penentuan titik impas sangat penting bagi usaha pabrik tahu Bu Iin, karena memfasilitasi pemahaman tentang volume penjualan yang diperlukan untuk mencegah kerugian, berfungsi sebagai instrumen penting untuk perencanaan kebutuhan modal, menginformasikan strategi penetapan harga, dan memungkinkan pengukuran efisiensi operasional dalam mengelola biaya tetap dan variabel.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan titik impas relatif terhadap volume penjualan unit individu dan untuk memastikan harga jual untuk Bu Iin. Selanjutnya, peneliti berusaha mengidentifikasi volume penjualan saat ini yang dicapai Bu Iin, sementara juga menetapkan margin keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya

Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti mengajukan skripsi dengan judul “**Analisis *Break Event-Point* Untuk Menentukan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Bu Iin (Desa Ujung Batu V)**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat penjualan pada usaha pabrik tahu Bu Iin dapat mencapai titik impas (*Break Even Point*) ?
2. Bagaimana *Break Even Point* menetapkan harga jual yang tepat berdasarkan perhitungan titik impas ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui titik impas (*BEP*) pada pabrik tahu Bu Iin di wilayah Desa Ujung Batu V.
2. Untuk mengetahui jual pada pabrik tahu Bu Iin yang terletak di wilayah Desa Ujung Batu V.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk meningkatkan kemampuan menganalisis dan menambah wawasan dibidang manajemen keuangan. Memberikan umpan balik untuk mengevaluasi efektivitas kurikulum di Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian, terutama dibidang manajemen keuangan sehingga dapat dijadikan acuan dalam pengembangan metode pengajaran yang lebih baik di masa mendatang.

2. Praktis

Sebagai bahan penilaian salah satu pabrik tahu milik Bu Iin agar bisa dipakai sebagai pertimbangan dalam rencana pengembangan usaha.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan tugas akhir ini terdiri dari pokok-pokok permasalahan yang dibahas pada masing-masing bab yang diuraikan menjadi beberapa bagian seperti berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang pemilihan judul tugas akhir “Analisis *Break-Even Point* Untuk Menentukan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Bu Iin (Desa Ujung Batu V)”, latar rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori tugas akhir “Analisis *Break-Even Point* Untuk Menentukan Harga Jual Optimal Pada Pabrik Tahu Bu Iin (Desa Ujung Batu V), Jurnal Penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai waktu dan lokasi penelitian tugas akhir “Analisis *Break-Even Point* Untuk Menentukan Harga Jual Optimal Pada Pabrik Tahu Bu Iin (Desa Ujung Batu V), Jenis penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik pengolahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang Sejarah tempat penelitian tugas akhir “Analisis *Break-Even Point* Pada Pabrik Tahu Bu Iin (Desa Ujung

Batu V) menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang telah di peroleh.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang Kesimpulan penelitian ugas akhir “Analisis *Break-Even Point* Pada Pabrik Tahu Bu Iin (Desa Ujung Batu V) dan saran dari penlitian

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, DAN KERANGKA KONSEPTUAL

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian *Break Even Point*

Menurut (Aminius & Sarina, 2022) analisis *Break Even Point*, yang biasa disebut sebagai titik impas, merupakan pendekatan analitis yang digunakan untuk memastikan volume penjualan yang diperlukan dan komposisi produk yang diperlukan untuk mengimbangi total biaya selama jangka waktu tertentu. Titik impas diidentifikasi sebagai titik di mana total biaya sama dengan total pendapatan, sehingga menunjukkan bahwa perusahaan tidak menghasilkan laba atau menimbulkan kerugian.

Interpretasi tambahan untuk memahami dasar titik impas melibatkan langkah-langkah prosedural yang diperlukan untuk memastikan poin ini, yang mencakup membagi biaya barang yang dijual dan biaya operasional menjadi biaya tetap dan variabel. Biaya tetap bergantung pada waktu daripada volume penjualan, dan mereka ditetapkan berdasarkan kontrak, seperti biaya sewa untuk ruang gudang. Sebaliknya, biaya variabel dipengaruhi oleh penjualan, terlepas dari waktu, dicontohkan oleh biaya transportasi yang terkait dengan barang (Rusdiana, 2014)

Analisis titik impas sangat penting bagi kepemimpinan perusahaan, karena memfasilitasi pemahaman tingkat produksi, yang mencakup menentukan jumlah penjualan dan sejauh mana manajer memahami titik impas perusahaan mereka. Kesadaran seperti itu memungkinkan manajer

untuk lebih menghargai keterkaitan antara penjualan, produksi, penetapan harga, biaya, kerugian, dan keuntungan, sehingga merampingkan proses pengambilan keputusan mereka. Secara umum, teknik analisis impas adalah kompetensi mendasar yang dimiliki oleh semua pengusaha, terbukti sangat bermanfaat di beragam lingkungan bisnis, yang mencakup perusahaan kecil dan besar. (Rusdiana, 2014)

Analisis *BEP* digunakan untuk memastikan titik di mana pendapatan penjualan setara dengan total biaya, sehingga menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi dalam kondisi baik laba maupun rugi, dengan laba terdaftar di nol. Melalui identifikasi *BEP*, seseorang dapat menjelaskan hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan, dan volume kegiatan (baik dalam penjualan atau produksi). Akibatnya, pendekatan analitis ini sering disebut sebagai analisis biaya-laba volume. (Pasaribu, 2014)

Selanjutnya, analisis *BEP* menawarkan arahan mengenai jumlah minimum produk yang harus diproduksi atau dijual. Tujuannya adalah untuk memungkinkan perusahaan mencapai profitabilitas maksimum. Ini menyiratkan bahwa dengan memproduksi sejumlah barang tertentu dalam kapasitas produksi yang tersedia, perusahaan dapat menetapkan ambang penjualan minimum dan memastikan keuntungan maksimum yang dapat dicapai pada produksi penuh. (Pasaribu, 2014)

Dapat disimpulkan bahwa analisis titik impas (*BEP*) menggambarkan skenario di mana perusahaan beroperasi tanpa menghasilkan pendapatan (Laba) dan secara bersamaan menghindari kerugian. Dalam kondisi ini, total

pendapatan yang diterima setara dengan total biaya yang dikeluarkan. Penjualan selanjutnya harus dilaksanakan untuk menghasilkan laba, baik dari segi volume penjualan unit maupun nilai rupiah. (Pasaribu, 2014)

2.1.2 Tujuan Analisis Titik Impas (*BEP*)

Menurut (Pasaribu, 2014) Penggunaan analisis *Break Even Point (BEP)* memiliki sejumlah tujuan penting yang ingin dicapai, antara lain

1. Merancang spesifikasi produk.
2. Menentukan harga jual per unit.
3. Menetapkan jumlah produksi atau penjualan minimal untuk mencegah kerugian.
4. Memaksimalkan volume produksi.
5. Merencanakan laba yang diinginkan.

Menurut (Maruta, 2018) Tujuan utama analisis impas adalah untuk menentukan tingkat aktivitas operasional di mana pendapatan dari penjualan setara dengan agregat semua biaya variabel dan tetap. Dalam skenario di mana perusahaan hanya menimbulkan biaya variabel, komplikasi impas tidak muncul dalam kerangka operasional. Sebaliknya, tantangan impas baru muncul ketika perusahaan, selain biaya variabel, juga menimbulkan biaya tetap. Besarnya biaya variabel total berfluktuasi sesuai dengan variasi volume produksi, sedangkan agregat biaya tetap tetap tidak berubah terlepas dari perubahan tingkat produksi.

2.1.3 Manfaat *Break Even Point*

Menurut (Kasmir, 2019) ada banyak manfaat yang terkait dengan analisis titik impas (*BEP*) untuk manajemen perusahaan, termasuk:

1. Merumuskan spesifikasi produk
2. Menetapkan harga jual unit
3. Menentukan penjualan minimum dan target penjualan
4. Mengoptimalkan kuantitas produksi dan penjualan
5. Perencanaan strategis untuk margin keuntungan yang diinginkan dan tujuan tambahan.

Menurut (Maruta, 2018) manfaat dari analisis titik impas sangat banyak, tetapi pada dasarnya berfungsi untuk mengidentifikasi titik pengembalian utama suatu perusahaan. Dengan memastikan titik pengembalian utama, manajemen dilengkapi untuk menentukan jumlah unit yang diperlukan untuk diproduksi atau dijual untuk mencegah kerugian finansial

2.1.4 Fungsi *Break Even Point*

Fungsi menurut (Maruta, 2018) sebagai pendekatan metodologis untuk memastikan volume penjualan minimum yang diperlukan bagi bisnis untuk menghindari kerugian sementara secara bersamaan tidak mewujudkan laba (Pada dasarnya, mencapai margin laba nol).

Pelaksanaan analisis titik impas mengharuskan akuisisi data yang berkaitan dengan penjualan dan pengeluaran yang dikeluarkan. Laba bersih direalisasikan ketika volume penjualan melebihi total pengeluaran yang

dikeluarkan, sedangkan bisnis akan mengalami kerugian finansial jika penjualan hanya cukup untuk menutupi sebagian kecil dari biaya yang dikeluarkan, sehingga memposisikannya di bawah ambang batas impas.

Analisis titik impas tidak hanya menjelaskan status keuangan perusahaan mengenai profitabilitas atau kekurangannya tetapi juga memberikan wawasan penting yang membantu manajemen dalam perencanaan strategis dan proses pengambilan keputusan.

2.1.5 Kelemahan *Break Even Point*

Menurut (Maruta, 2018) Keterbatasan analisis titik impas terletak pada asumsinya tentang jenis barang tunggal yang diproduksi atau dijual. Ketika beberapa varietas ada, komposisi penjualan (bauran penjualan) dianggap tetap konstan. Mengamati dinamika pasar kontemporer, di mana perusahaan berusaha untuk meningkatkan daya saing mereka dengan mendiversifikasi penawaran produk, menghadirkan tantangan yang signifikan; lebih jauh lagi, diasumsikan bahwa tidak akan ada fluktuasi harga jual unit, jumlah barang yang dijual, atau tingkat harga umum.

Menurut (Pasaribu, 2014) analisis ini juga memiliki beberapa kelemahan, yaitu:

1. Sangat penting untuk merumuskan asumsi, terutama mengenai keterkaitan antara pengeluaran dan pendapatan.
2. Analisis dicirikan oleh sifat statisnya, menunjukkan bahwa analisis ini berlaku hanya pada saat yang ditentukan daripada sepanjang durasi yang ditentukan

3. Meskipun tidak dimaksudkan untuk pengambilan keputusan akhir, analisis *Break Even Point (BEP)* bermanfaat terutama ketika ada identifikasi tindakan selanjutnya yang dapat dilakukan
4. Analisis gagal memberikan evaluasi arus kas yang memadai; khususnya, jika arus kas masuk yang diproyeksikan melampaui arus keluar yang diantisipasi, proyek dianggap dapat diterima, dengan asumsi semua faktor lainnya tetap konstan.
5. Ada kecenderungan untuk meremehkan risiko yang mungkin timbul selama interval penjualan, seperti fluktuasi biaya bahan baku.

2.1.6 Asumsi Dan Analisis Keterbatasan (*BEP*)

Seperti yang diartikulasikan sebelumnya, keterbatasan penting dari analisis *Break Even Point (BEP)* muncul dari banyak asumsi yang mendasari proses evaluatif ini. Namun demikian, penetapan asumsi semacam itu sangat penting untuk pelaksanaan analisis ini secara akurat. Akibatnya, dengan asumsi-asumsi ini, analisis *BEP* dapat dilakukan dengan cepat dan presisi. Namun, penting untuk dicatat bahwa asumsi yang dirumuskan kadang-kadang terlalu ketat, dan akuntabilitas terkait sering diabaikan. Akibatnya, perspektif manajerial menunjukkan bahwa asumsi-asumsi ini tetap diperlukan, sehingga menyoroti kendala signifikan yang melekat dalam penerapan analisis *Break Even Point (BEP)* jika seseorang bermaksud untuk memanfaatkannya secara efektif. (Pasaribu, 2014)

Asumsi dan keterbatasan analisis *Break Even Point (BEP)* digambarkan sebagai berikut:

1. Dalam konteks analisis *BEP*, hanya dua kategori biaya yang digunakan, khususnya biaya tetap dan biaya variabel. Akibatnya, sangat penting untuk awalnya menggambarkan komponen yang membedakan biaya tetap dari biaya variabel. Hal ini mengharuskan pemisahan biaya tetap di satu sisi dan biaya variabel di sisi lain. Umumnya tugas membedakan kedua kategori biaya ini relatif kompleks karena adanya biaya yang diklasifikasikan sebagai semi-variabel dan tetap. Pemisahan biaya-biaya ini dapat dicapai melalui dua metodologi sebagai berikut:

- a. pendekatan analitis, di mana penting untuk meneliti setiap jenis dan elemen biaya yang terkandung secara individual sehubungan dengan biaya yang ada di samping karakteristik biaya tersebut.
- b. Pendekatan historis, di mana pemisahan biaya tetap dan variabel didasarkan pada data kuantitatif dan angka biaya historis.

2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang tetap konstan secara total, terlepas dari fluktuasi volume produksi atau penjualan (dalam kisaran tertentu). Ini menyiratkan bahwa kita memposisikan biaya untuk tetap invarian sampai kapasitas tertentu tercapai, biasanya kapasitas produksi yang tersedia. Namun, peningkatan kapasitas produksi menghasilkan pergeseran biaya tetap. Contoh biaya tetap termasuk gaji, penyusutan aset berwujud,

pembayaran bunga, sewa, biaya kantor, dan pengeluaran tetap lainnya.

3. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Biaya variabel diklasifikasikan sebagai pengeluaran yang berfluktuasi secara total sebagai respons terhadap perubahan volume produksi atau penjualan. ini menunjukkan bahwa anggapan kami mengenai biaya variabel adalah bahwa mereka bervariasi secara proporsional dengan perubahan volume produksi atau penjualan. dalam praktiknya, asumsi ini sulit untuk ditegakkan, karena penjualan dalam jumlah besar mungkin melibatkan biaya spesifik tertentu, baik yang dikeluarkan maupun diterima oleh perusahaan. ilustrasi biaya variabel mencakup biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, dan komisi penjualan lainnya yang terkait dengan biaya variabel.

4. Harga Jual

dalam analisis ini, istilah harga jual mengacu secara eksklusif pada bentuk tunggal harga jual atau harga yang terkait dengan barang yang dijual atau diproduksi.

5. Tidak ada perubahan harga jual

ini menunjukkan bahwa diasumsikan bahwa harga jual per unit tetap konstan selama durasi periode analisis. asumsi ini kontras dengan kondisi dunia nyata, di mana harga jual dalam periode tertentu dapat berfluktuasi bersamaan dengan perubahan biaya lain yang terkait langsung dengan produk atau sebaliknya.

Titik impas, biasa disebut sebagai analisis *Break Even Point*, secara signifikan dipengaruhi oleh berbagai prinsip fundamental yang menjadi dasar perhitungannya (Munawir, 2014). Biasanya, konsep atau prinsip dasar yang digunakan dalam analisis titik impas mencakup hal-hal berikut

1. Biaya Biaya harus dikategorikan atau dibedakan menjadi dua klasifikasi yang berbeda, yaitu biaya tetap dan biaya variabel, dan konsep variabilitas biaya harus diimplementasikan dengan presisi.
2. Biaya tetap agregat akan tetap tidak berubah sampai ambang kapasitas maksimum tercapai. Biaya tetap adalah pengeluaran yang akan tetap ada bahkan jika terjadi penghentian operasi perusahaan; dengan demikian, biaya ini akan tetap konstan terlepas dari fluktuasi volume produksi atau tingkat aktivitas.
3. Biaya variabel, sebaliknya, akan berfluktuasi secara proporsional dengan perubahan volume penjualan, dan akan selalu ada keselarasan antara aktivitas produksi dan penjualan. Ini menandakan bahwa biaya variabel akan mempertahankan pengukuran yang konsisten per unit produk, terlepas dari jumlah total unit yang diproduksi.
4. Harga jual satuan barang akan tetap tidak berubah, tidak menunjukkan variabilitas berdasarkan jumlah barang yang dijual, dan tidak akan ada perubahan harga.
5. Perusahaan secara eksklusif terlibat dalam penjualan atau produksi satu jenis barang. Dalam kasus di mana perusahaan memasarkan

lebih dari satu jenis barang, bauran penjualan akan secara konsisten tetap seragam.

2.1.7 Perubahan Titik Impas

Menurut (Rusdiana, 2014) pada dasarnya titik impas didasarkan pada beberapa asumsi yang harus dipenuhi, yaitu, bahwa harga jual per unit tetap tidak berubah selama periode yang dianalisis, bersama dengan biaya variabel per unit dan biaya tetap. Jika asumsi-asumsi ini tidak terpenuhi, titik impas akibatnya akan berubah. Perubahan, di antara faktor-faktor lain, adalah sebagai berikut:

1. **Perubahan Harga Jual Per Unit**

Perubahan harga jual per unit akan secara signifikan mempengaruhi besarnya titik impas peristiwa. Jika harga jual per unit meningkat sementara biaya terkait tetap tidak berubah, itu akan menghasilkan pengurangan titik impas. Sebaliknya, jika harga jual turun, itu akan menyebabkan peningkatan titik impas

2. **Perubahan biaya variabel per unit**

Manifestasi variasi dalam biaya variabel juga akan mengubah posisi titik impas peristiwa; khususnya, peningkatan biaya variabel akan meningkatkan titik impas, sementara penurunan juga akan menurunkan titik impas.

3. **Perubahan Biaya Tetap**

Demikian juga, penyesuaian biaya tetap akan mengakibatkan perubahan posisi titik impas, yang akan berkembang ketika biaya tetap meningkat dan berkontraksi ketika biaya tetap menurun.

4. Perubahan Komposisi *Sales Mix*

Pada dasarnya, asumsi titik impas menyatakan bahwa ketika suatu perusahaan secara eksklusif memproduksi jenis produk tunggal, dan kemudian mendiversifikasi produksinya untuk memasukkan beberapa varian produk, seharusnya tidak ada perubahan dalam komposisi bauran penjualannya. Bauran penjualan memainkan peran penting dalam menunjukkan distribusi penjualan di berbagai jenis produk yang diproduksi. Setiap modifikasi dalam bauran penjualan akibatnya akan menyebabkan pergeseran total titik impas.

2.1.8 *Margin of Safety*

Menurut (Fakhrudin, 2020) Diartikulasikan bahwa *Margin of Safety* merupakan konsep penting dalam ranah perencanaan keuangan. *Margin of Safety* menggambarkan perbedaan antara pendapatan atau penjualan dengan biaya variabel dan biaya tetap. *Margin of Safety* menjelaskan sejauh mana penjualan dapat berkurang sebelum perusahaan mencapai titik impas.

Dalam praktiknya, *Margin of Safety* digunakan untuk mengevaluasi risiko keuangan yang dihadapi perusahaan dan untuk memastikan potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari penjualan tambahan. *Margin of Safety* yang lebih besar berkorelasi dengan peningkatan keamanan terhadap risiko keuangan dan meningkatkan potensi untuk menghasilkan laba. Akibatnya, (Fakhrudin, 2020) merekomendasikan agar perusahaan secara konsisten

memantau *Margin of Safety* dalam perencanaan keuangan dan proses pengambilan keputusan bisnis mereka.

Dalam (Tangeren et al., 2018) berita perihal *Margin Of Safety* ini bisa dinyatakan pada ratio (Presentase) antara penjualan dari budget dengan volume penjualan di tingkat break even, atau pada prosentase (Ratio) berasal selisih antara penjualan yang dibudgetkan serta penjualan pada taraf Break Even Point dengan penjualan yang dibudgetkan itu sendiri. Formulasinya ialah sebagai berikut:

- Penjualan per budget = % Atau Penjualan per break-even
- $\frac{\text{Penjualan per budget} - \text{penjualan per break-even}}{\text{Penjualan per budget}} = \text{.....}\%$

2.1.9 Pengertian Dan Tujuan Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan komponen penting dalam pemasaran suatu produk. Ini mewakili salah satu dari empat elemen bauran pemasaran (4P = Produk, Harga, Tempat dan Promosi). Dalam konteks yang lebih luas, harga berfungsi sebagai nilai tukar untuk suatu produk atau layanan yang diartikulasikan dalam istilah moneter. Dalam hal ini, harga merupakan penentu keberhasilan perusahaan, karena mempengaruhi margin keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan barang dan jasanya (Rusdiana, 2014)

Menurut (Rusdiana, 2014) tujuan dalam penetapan harga digambarkan sebagai berikut.

1. Berorientasi Pada Laba

Setiap bisnis selalu memilih strategi penetapan harga yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Intensitas persaingan membuat tugas menetapkan harga yang menghasilkan keuntungan optimal sangat menantang. Sebagai langkah perbaikan, operator bisnis sering mengadopsi pendekatan target laba, dengan fokus pada pencapaian tingkat laba yang selaras dengan tujuan laba yang telah ditentukan. Harga berorientasi volume dirancang untuk mencapai volume penjualan, nilai penjualan, atau pangsa pasar tertentu.

2. Berorientasi Pada Volume

Strategi penetapan harga berorientasi volume bertujuan untuk menetapkan harga yang kondusif untuk mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar yang ditentukan. Strategi ini umumnya lebih ekonomis daripada yang berfokus pada maksimalisasi keuntungan.

3. Berorientasi pada stabilitas harga

tujuan yang berorientasi pada stabilitas harga berusaha untuk menjaga keseimbangan antara penetapan harga produk perusahaan dan harga yang ditetapkan oleh para pesaingnya. secara umum, pentingnya harga sering diremehkan oleh pemilik bisnis tertentu, terutama mereka yang menganggap harga sebagai elemen pasif. Garis penalaran ini mengarahkan pengusaha untuk memprioritaskan desain produk, strategi

komunikasi, dan metode distribusi sebagai aspek yang paling kritis. perspektif seperti itu dianggap valid karena fungsi harga pada akhirnya mencerminkan kualitas, tingkat layanan, jenis distribusi, dan target demografi konsumen

2.2 Penelitian Jurnal Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

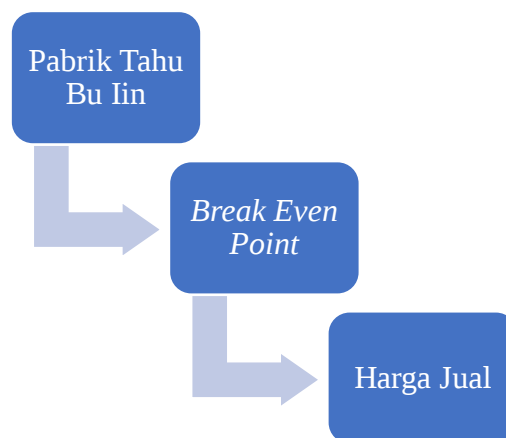
No	Peneliti	Alat Penelitian	Hasil penelitian
1.	(Gina, 2020)	<i>Break Even Point</i>	Menurut penelitian tersebut, analisis <i>Break Even Point</i> yang berkaitan dengan produksi tahu menunjukkan bahwa target produksi yang ditetapkan, diukur pada 10.800 kantong plastik per bulan, belum mencapai ambang batas optimal.
2.	(Guntur & Rahmady, 2021)	<i>Break Even Point</i>	Temuan yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemilik perusahaan produksi harus memiliki ketajaman untuk melakukan analisis titik impas (<i>Break Even Point</i>) untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengawasan mereka atau untuk memastikan kondisi di mana operasi mereka mencapai status impas.
3.	(Abdillah et al., 2023)	<i>Break Even Point</i>	Hasil penyelidikan ini mengungkapkan parameter volume <i>BEP</i> dan harga <i>BEP</i> . volume impas untuk

			produksi dalam sektor tebu dihitung menjadi 531,49 kw/ha. selanjutnya, harga <i>Break Event</i> ditetapkan pada Rp. 31.933/kw.
4.	(Kusumawardani & Alamsyah, 2020)	<i>Break Even Point dan Margin Of Safety</i>	Strategi penjualan untuk Produk Kopi Boeds dirumuskan berdasarkan kondisi yang diperlukan untuk kesiapsiagaan operasional dan promosi produk.
5.	(Yulinda et al., 2022)	<i>Break Even Point</i>	Lonjakan produksi tempe yang diamati pada awal 2022 secara konsekuensinya berdampak pada permintaan sumber daya produksi tambahan, termasuk bahan baku kedelai, plastik kemasan, kantong plastik, kayu bakar, dan ragi.
6.	(Emanauli et al., 2021)	<i>Break Even Point</i>	Tantangan yang berlaku meliputi umur panjang fasilitas manufaktur di samping penurunan ketersediaan bahan baku.
7.	(Rusmayanti, 2021)	<i>Break Even Point (BEP) Ratio Contribution Margin (RCM) Margin of Safety (MOS)</i>	Tingkat <i>Break Even Point (BEP)</i> yang dicapai oleh industri jus jagung menunjukkan bahwa mereka telah berhasil meraih keuntungan diatas rata-rata
8.	(Akbar et al., 2022)	<i>Break-Even Point (BEP) Ratio Contribution Margin (RCM)</i>	Dalam hal ini, analisis <i>Break Even Point</i> dalam Menyusun anggaran penjualan dan perencanaan laba di perusahaan rokok

		<i>Margin of Safety (MOS)</i>	semanggi mas tulangagung masih perlu diperbaiki
9.	(Fauzi et al., 2024)	<i>Break Even Point</i>	Perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor eksternal yang dapat memengaruhi hasil analisis dan perencanaan laba
10.	(Septiarni & Ruzikna, 2024)	<i>Break Even Point (BEP) Margin Of Safety (MOS)</i>	Untuk tahun 2018 hingga 2022, <i>BEP</i> berada dalam kategori yang baik, karena total penjualan telah melebihi titik impas, sehingga perusahaan dapat meraih keuntungan.

Sumber : Data Diolah Penulis 2024

2.3 Kerangka Berpikir



Sumber : Data Diolah, 2024

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

3.1.1 Waktu Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pabrik manufaktur tahu Bu Iin yang terletak di Desa Ujung Batu V, Kabupaten Padang Lawas, Kecamatan Hutaraja Tinggi Provinsi Sumatera Utara. Ruang lingkup temporal penelitian berlangsung dari Oktober 2024 hingga Februari 2025. Pendirian produksi tahu ini diresmikan oleh Bu Iin pada Januari 2019. Alasan untuk memilih lokasi penelitian khusus ini dikaitkan dengan kemajuan cepat pabrik, serta niat untuk memeriksa pengelolaan inventaris bahan baku yang dilakukan di dalamnya untuk memfasilitasi keberhasilan penelitian.

Tabel 3. 1 Time Table

Detail Kegiatan	November	Desember	Januari	Februari
Pra research				
BAB I				
BAB II				
BAB II				
BAB IV				
BAB V				

Sumber: Data Diolah Penulis, 2024

3.1.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian deskriptif kuantitatif yang ditandai dengan desain studi kasus. Secara khusus, studi kasus yang diteliti menggunakan model titik impas atau *Break Even Point* seperti yang diterapkan pada pabrik manufaktur Bu Iin. Studi ini memasukkan data

keuangan komprehensif yang berkaitan dengan bahan baku, terutama kedelai dan cuka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan solusi untuk masalah tertentu menggunakan metodologi yang disebut sebagai metode penelitian. Metode penelitian menunjukkan prosedur atau teknik sistematis yang digunakan untuk memperoleh data untuk tujuan yang ditentukan (Sugiyono, 2017). metodologi penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif dicirikan sebagai pendekatan investigasi yang bertujuan menjelaskan nilai-nilai variabel independen tanpa penjabaran dengan variabel lain (Agung & Yuesti, 2019)

3.2 Informan Penelitian

Menurut (Moleong & Lexy, 2021) informan didefinisikan sebagai individu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang diselidiki, informan sengaja dipilih dan mampu menawarkan wawasan substansif mengenai fenomena yang sedang diperiksa. Dalam konteks penelitian ini, informan terdiri dari pemilik fasilitas produksi tahu, Bersama dengan karyawan (2 orang) yang terkait dengan perusahaan Bu Iin.

Dalam penelitian ini, informan diidentifikasi sebagai pemilik bisnis pabrik, yang memiliki pengetahuan komprehensif tentang Bu Iin sebagai penjaga informasi utama. Penelitian kualitatif tidak menetapkan ukuran sampel minimum, dan informan biasanya direkrut dalam jumlah terbatas; dalam kasus tertentu, informan tunggal mungkin cukup. (Martha & Kresno, 2017)

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data Yang Digunakan

Klasifikasi data yang diperoleh melalui penelitian lapangan dikategorikan menjadi dua jenis yang berbeda, yaitu:

1. Seperti yang dikemukakan oleh (Luh Titi Handayani, 2023), data kualitatif, diartikulasikan dalam bentuk verbal dan naratif, terdiri dari data kualitatif yang dikumpulkan melalui kelompok fokus, wawancara, kuesioner terbuka, dan konteks lain yang relatif tidak terstruktur. Data kualitatif umumnya objektif, sehingga interpretasi yang bervariasi dapat muncul di antara pembaca yang berbeda.
2. Menurut (Luh Titi Handayani, 2023), data kuantitatif mengacu pada informasi yang direpresentasikan dalam bentuk numerik, di mana nilai numerik dapat berkisar dari besar hingga kecil. Nilai numerik tersebut mungkin sesuai dengan kategori atau sebutan tertentu. Data kuantitatif dapat diperoleh melalui administrasi survei, menghasilkan tanggapan definitif dalam format numerik

3.3.2 Sumber Data Yang Digunakan

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua kategori, khususnya:

1. Data Primer, yang diperoleh melalui keterlibatan penelitian langsung dengan subjek penelitian, yaitu pabrik tahu Bu Iin.
2. Data Sekunder, yang terdiri dari agregasi data yang bersifat sekunder, bersumber dari literatur yang berkaitan dengan penelitian ini, dan juga menggabungkan laporan bulanan yang

disebarluaskan oleh perusahaan, terutama yang terkait dengan laporan keuangan.

3.4 Teknik Pengambilan Data

3.4.1 Wawancara

Metode ini melibatkan pengumpulan informasi melalui penyelidikan langsung yang diarahkan pada pemangku kepentingan terkait, memungkinkan perolehan data kualitatif dan kuantitatif. Wawancara dilakukan dengan manajer dan personel pabrik tempe yang dioperasikan oleh pabrik tahu Bu Iin Desa Ujung Batu V. Serta pihak-pihak terkait lainnya yang terlibat dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data primer

3.4.2 Observasi

Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap subjek penelitian, diikuti dengan dokumentasi informasi yang diperoleh selama proses pengamatan di pabrik tahu Bu Iin Desa Ujung Batu V.

3.5 Definisi Operasional

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

NO	Variabel	Definisi	Pengukuran
1	<i>Break Even Point</i> (BEP)	<i>Break Even Point</i> (BEP) merupakan keadaan di mana perusahaan tidak mengalami untung atau rugi. Dengan memastikan <i>BEP</i> , perusahaan dapat meningkatkan penjualan di luar ambang batas ini untuk	- Analisis titik <i>BEP</i> dalam unit $BEP = \frac{FC}{P - VC}$ - Analisis titik <i>BEP</i> dalam rupiah $BEP = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$

		merealisasikan keuntungan, sementara secara bersamaan menghindari penjualan yang jatuh di bawah titik ini, karena penjualan tersebut akan mengakibatkan kerugian finansial.(Armila, 2006)	Keterangan: BEP = <i>Break-even point</i> FC = <i>Fixed Cost</i> VC = <i>Variabel Cost</i> P = <i>Price Per Unit</i> S = <i>Sales Volume</i>
2	<i>Margin of safety</i>	Informasi tentang <i>margin of safety</i> ini dapat dinyatakan dalam ratio (presentase) antara penjualan menurut budget dengan volume penjualan pada tingkat <i>break-even</i> , atau dalam presentase (ratio) dari selisih antara penjualan yang dibudgetkan dan penjualan pada tingkat break even point dengan penjualan yang dibudgetkan itu sendiri. (Tangeren et al., 2018)	Formulasinya adalah sebagai berikut: • Penjualan per budget = % Atau Penjualan per break-even • Penjualan per budget – penjualan per break-even =% Penjualan per budget

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut (Moleong & Lexy, 2021) informan didefinisikan sebagai individu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang diselidiki, informan sengaja dipilih dan mampu menawarkan wawasan substansif mengenai fenomena yang sedang diperiksa. Dalam konteks penelitian ini, informan terdiri dari pemilik fasilitas produksi tahu, Bersama dengan karyawan yang terkait dengan perusahaan Bu In

Para peneliti mengumpulkan data dan semua informasi terkait melalui pengamatan lingkungan yang tidak dimediasi, tanpa bentuk manipulasi atau perubahan apa pun. Peneliti terlibat langsung dengan konteks atau individu yang

diawasi. Akibatnya, penulis melakukan pengamatan langsung untuk memperoleh wawasan dari wawancara, yang kemudian didokumentasikan dalam format tertulis atau rekaman video.

1. Observasi

Ini memerlukan pengamatan langsung terhadap sumber-sumber informasi yang berkaitan dengan subjek penelitian, khususnya kondisi pabrik dan produktivitasnya.

2. Wawancara

Ini melibatkan pemanfaatan daftar pertanyaan yang dirumuskan sebagai pertanyaan terbuka, tanpa opsi jawaban yang telah ditentukan sebelumnya.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis *Break Even Point* Pada Pabrik Tahu Bu Iin

1. Analisis titik *BEP* dalam unit

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

2. Analisis titik *BEP* dalam rupiah

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

Keterangan:

BEP = *Break-Even Point*

FC = *Fixed Cost*

VC = *Variabel Cost*

P = *Price Per Unit*

S = *Sales Volume*

3.7.2 Tingkat Keamanan Margin of Safety

Taraf kewanan atau Margin of safety (MOS) ialah korelasi atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai aturan) dengan penjualan pada titik impas. Batas safety digunakan buat mengetahui berapa besar penjualan yg dianggarkan buat mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian.

Dalam (Tangeren et al., 2018) Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan atau *MOS* adalah sebagai berikut:

Perumusan nya adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Penjualan per budget} - \text{penjualan per break-even}}{\text{Penjualan per budget}} = \text{.....}\%$$

3.7.3 Menentukan Harga Jual

Untuk menentukan harga jual berdasarkan *Break Even Point* dapat menggunakan rumus yang sudah di modifikasi. Jika sudah mengetahui jumlah unit yang diharapkan akan di jual dan target menutupi biaya tetap dan biaya variabel. Dengan mengetahui hal tersebut maka dapat menentukan harga jual minimum.

Menurut (Garrison et al., 2021) Rumus menetapkan harga jual minimum:

$$\text{harga jual per unit} = \frac{\text{biaya tetap} + (\text{biaya variabel per unit} \times \text{jumlah unit})}{\text{jumlah unit}}$$

keterangan ;

1. Biaya Tetap Total: Semua biaya yang tidak berubah meskipun jumlah unit yang diproduksi dan dijual bervariasi, seperti sewa, gaji tetap, dan biaya administrasi.
2. Biaya Variabel per Unit: Biaya yang berubah seiring dengan jumlah unit yang diproduksi, seperti bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung per unit.
3. Jumlah Unit Terjual: Jumlah unit yang diharapkan terjual untuk mencapai *Break Even Point*.