

## ANALISIS HUBUNGAN BIAYA-VOLUME-LABA SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA PABRIK TAHU KUNING – DESA SUNGE, BALIGE

Sabriana Simanjuntak<sup>1</sup>, Tio Tampubolon<sup>2</sup>, Glory Valentina Simanjuntak<sup>3</sup>, Meysa Zekita Sianipar<sup>4</sup>, Hamonangan Siallagan<sup>5</sup>

[sabrianasimanjuntak00@gmail.com](mailto:sabrianasimanjuntak00@gmail.com)<sup>1</sup>, [tiotampubolon036@gmail.com](mailto:tiotampubolon036@gmail.com)<sup>2</sup>,

[simanjuntakgloria3@gmail.com](mailto:simanjuntakgloria3@gmail.com)<sup>3</sup>, [meysasianipar30@gmail.com](mailto:meysasianipar30@gmail.com)<sup>4</sup>,

[monangsiallagan@gmail.com](mailto:monangsiallagan@gmail.com)<sup>5</sup>

Universitas HKBP Nommensen Medan

### Abstrak

Hubungan biaya-volume-laba sering hanya digambarkan sebagai analisis impas. Namun, perusahaan juga harus menyadari bahwa analisis titik impas adalah kunci dari hubungan biaya-volume-laba. Peneliti memilih Pabrik Tahu Kuning di Sunge Balige sebagai lokasi penelitian. Peneliti mendapat informasi tentang masalah di lokasi adalah proses produksi. Pemilik tidak menghitung semua biaya produksi dalam menetapkan harga pokok penjualan sehingga laba tidak bisa mencapai target. Tujuan dari penelitian ini adalah (a) untuk mengetahui berapa banyak unit yang harus terjual pada tingkat titik impas; (b) untuk mengetahui berapa rupiah yang berada di level break even point; dan (c) untuk mengetahui berapa unit yang harus terjual untuk mencapai target laba. Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan terdiri dari (a) jumlah unit terjual habis pada level break even point sebanyak 21.185 papan; (b) jumlah rupiah pada level break even point sebesar Rp. 794.448.433,-; dan (c) jumlah unit terjual habis untuk mencapai target laba sebanyak 17.980,-.

**Kata kunci:** Hubungan Biaya-Volume-Laba, dan Perencanaan Laba.

### 1. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki peran penting di sektor ekonomi mikro. Perusahaan harus mampu mengelola setiap peluang atau kesempatan di masa mendatang dengan melakukan forecasting (peramalan). Dalam roda perekonomian, perusahaan selalu menetapkan tujuannya. Tujuan perusahaan adalah memperoleh laba sesuai dengan pertumbuhan perusahaan. Dengan tujuan ini, perusahaan harus merencanakan dan menggunakan sumber daya yang ada secara optimal agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Analisis hubungan biaya-volume-laba merupakan salah satu faktor kunci dalam berbagai keputusan manajemen, misalnya pemilihan jenis atau kelompok produk, strategi pemasaran, pemanfaatan fasilitas produksi, dan sejenisnya. Konsep analisis hubungan biaya-volume-laba merasuki bidang manajemen karena konsep ini berhubungan dengan bagaimana seorang manajer melaksanakan tugasnya. Konsep ini memiliki manfaat yang besar sehingga berfungsi sebagai alat manajemen yang penting untuk mengetahui potensi laba yang belum dimanfaatkan oleh suatu perusahaan.

Analisis hubungan biaya-volume-laba (cost-volume-profit analysis) memiliki keterkaitan dengan harga jual produk atau jasa, volume atau tingkatan kegiatan, biaya variabel per unit, total biaya tetap, dan komposisi produk atau jasa yang dijual. Analisis biaya-volume-laba seringkali secara sederhana dijelaskan sebagai analisis break even. Hal ini kurang tepat karena analisis break even hanyalah salah satu bagian dari konsep analisis biaya-volume-laba. Kendati demikian, perusahaan juga

harus menyadari bahwa analisis break even adalah bagian kunci dari analisis biaya-volume-laba.

Dari konsep di atas, Peneliti memilih Pabrik Tahu Kuning di Desa Sunge Kupang sebagai lokasi penelitian. Pabrik Tahu Kuning merupakan salah satu usaha tahu yang memiliki potensi profit yang menjanjikan. Pabrik Tahu Kuning mulai beroperasi sejak tahun 2019. Dari hasil wawancara dengan pemiliknya Bapak Edward Jhonatan Tambunan pada tanggal 22 Februari 2024 diperoleh data awal bahwa Pabrik Tahu Kuning Balige memproduksi tahu setiap hari Senin sampai dengan hari Sabtu, sedangkan hari Minggu dan hari Libur Nasional tidak ada kegiatan produksi.

Selain data di atas, peneliti memperoleh data juga terkait masalah dalam proses produksi. Pemilik tahu tidak menghitung semua biaya produksi dalam menetapkan harga pokok penjualan di antaranya biaya kayu api, sewa tanah, penyusutan gedung, penyusutan peralatan, dan biaya reparasi aktiva tetap. Pemilik tahu hanya menghitung biaya bahan baku seperti kacang kedelai, cuka, air, biaya tenaga kerja dan sebagian biaya overhead. Seharusnya dalam kegiatan produksi, perusahaan perlu memperhitungkan semua biaya dalam menetapkan harga jual guna mencapai laba yang ditargetkan. Target laba Pabrik Tahu Kuning Balige sebesar Rp.130.000.000,-per bulan.

Tabel berikut dapat menggambarkan kondisi biaya, volume penjualan, pendapatan, dan laba Pabrik Tahu Pink Jaya Tahun 2018

Tabel 1  
Biaya Produksi, Volume Penjualan, Harga, Pendapatan, dan Laba Bersih Pabrik Tahu Kuning – Sunge, Balige Tahun 2023

Bulan	Jumlah Biaya Produksi (Rupiah)	Volume Penjualan (Papan)	Harga per Papan (Rupiah)	Pendapatan (Rupiah)	Laba Bersih (Rupiah)
Januari	Rp. 197.676.585,-	8.450	Rp. 40.000,-	Rp. 338.000.000,-	Rp. 140.323.415,-
Februari	Rp. 177.952.080,-	7.475	Rp. 40.000,-	Rp. 299.000.000,-	Rp. 121.047.920,-
Maret	Rp. 191.101.750,-	8.125	Rp. 40.000,-	Rp. 325.000.000,-	Rp. 133.898.250,-
April	Rp. 184.526.915,-	7.800	Rp. 40.000,-	Rp. 312.000.000,-	Rp. 127.473.085,-
Mei	Rp. 184.526.915,-	7.800	Rp. 40.000,-	Rp. 312.000.000,-	Rp. 127.473.085,-
Juni	Rp. 178.022.080,-	7.475	Rp. 40.000,-	Rp. 338.000.000,-	Rp. 120.977.920,-
Juli	Rp. 197.676.585,-	8.450	Rp. 40.000,-	Rp. 338.000.000,-	Rp. 140.323.415,-
Agustus	Rp. 191.101.750,-	8.125	Rp. 40.000,-	Rp. 325.000.000,-	Rp. 133.898.250,-
September	Rp. 184.526.915,-	7.800	Rp. 40.000,-	Rp. 312.000.000,-	Rp. 127.473.085,-
Oktober	Rp. 204.251.420,-	8.775	Rp. 40.000,-	Rp. 351.000.000,-	Rp. 146.748.580,-
November	Rp. 191.101.750,-	8.125	Rp. 40.000,-	Rp. 325.000.000,-	Rp. 133.898.250,-
Desember	Rp. 191.101.750,-	8.125	Rp. 40.000,-	Rp. 325.000.000,-	Rp. 133.898.250,-

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023

Dari tabel di atas terlihat bahwa pada bulan Februari, April, Mei, Juni, dan September tidak mencapai laba yang ditargetkan oleh pemilik Pabrik Tahu Kuning Balige. Kondisi ini mendorong peneliti menetapkan tiga tujuan dari penelitian, yaitu (a) untuk mengetahui berapa unit yang harus terjual pada tingkat break even point;

(b) untuk mengetahui berapa rupiah pada tingkat break even point; dan (c) untuk mengetahui berapa unit yang harus terjual untuk mencapai target laba.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **Konsep Analisis Biaya-Volume-Laba**

Garrison (2006) berpendapat bahwa analisis biaya, volume, dan laba merupakan alat bantu untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume, dan laba dalam organisasi dalam memfokuskan interaksi antara lima elemen yaitu harga produk, volume penjualan, biaya variabel per unit, total biaya tetap dan bauran penjualan.

Hornngren (2005) mengemukakan bahwa analisis biaya, volume, dan laba (cost volume profit analysis) menguji perilaku pendapatan total, total biaya dan laba operasi ketika terjadi perubahan tingkat output, harga jual, biaya variabel per unit, dan biaya tetap produk. Analisis biaya, volume, dan laba sangat berguna bagi perusahaan yang sedang menyusun rencana usahanya atau sebagai alat pengendali sewaktu perusahaan masih dalam kegiatan produksi. Menurut Samryn (2012) analisis biaya, volume, dan laba dalam perencanaan laba dapat digunakan untuk menghitung titik impas, target laba, margin of safety, komposisi biaya untuk memaksimalkan margin kontribusi, struktur biaya atau leverage operasi.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa analisis biaya, volume, dan laba merupakan alat yang dapat digunakan manajemen untuk mengetahui hubungan antara harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba.

### **Kegunaan Analisis Biaya-Volume-Laba**

Kegunaan analisis biaya, volume, dan laba menurut Bustami (2005) adalah untuk (a) mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian; (b) mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu; (c) mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak mengalami kerugian; (d) mengetahui efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan; dan (e) menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang diinginkan.

Kegunaan di atas dapat diintisarikan bahwa dengan memakai analisis biaya, volume, dan laba para manajer dapat mengetahui dampak dari berbagai tingkat harga atau biaya terhadap laba, dampak pengurangan biaya terhadap titik impas dan jumlah unit.

### **Perencanaan Laba**

Harahap (2001) berpendapat bahwa perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi laba, neraca, kas, dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek.

Dengan demikian, perencanaan laba dapat dibuat dalam jangka panjang maupun jangka pendek karena di dalamnya juga ditentukan tujuan laba yang hendak dicapai oleh perusahaan. Laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk dan biaya. Ketiga faktor ini saling berkaitan. Oleh karena itu, dalam perencanaan laba jangka pendek hubungan biaya, volume, dan laba memegang peran yang sangat urgen.

### **Manfaat Perencanaan Laba**

Penyusunan perencanaan laba perusahaan sangat besar manfaatnya bagi seorang manajer. Menurut Supriyono (2000) manfaat perencanaan laba meliputi (a) perencanaan kegiatan organisasi dan pusat pertanggungjawaban dalam jangka pendek; (b) membantu perusahaan mengkoordinasi rencana jangka pendek; (c) alat untuk memotivasi para manajer untuk mencapai tujuan perusahaan; (d) alat pengendalian kegiatan dan penilaian prestasi perusahaan; dan (e) alat pendidik para manajer.

### **Analisis Break Even Point**

Sutrisno (2000) mengemukakan bahwa break even point merupakan suatu kondisi dimana pada periode tersebut perusahaan tidak mendapatkan keuntungan dan juga tidak menderita kerugian. Sedangkan menurut Sinaga (2000) break even adalah suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian (total revenue sama dengan total cost).

Baldric (2013) berpendapat bahwa untuk menentukan tingkat break even point dapat dicari dengan rumus titik impas dalam rupiah rupiah dan titik impas dalam unit.

### **Asumsi Analisis Break Even Point**

Analisis break even point membutuhkan asumsi tertentu sebagai dasarnya. Bila asumsi dasar mengalami perubahan maka akan berpengaruh pada posisi titik impas sehingga perubahan tersebut akan berpengaruh juga terhadap laba perusahaan.

Asumsi-asumsi analisis break even point menurut Mulyadi (2000) sebagai berikut.

Kesatu, variabilitas biaya dianggap akan mendekati pola perilaku yang diramalkan. Biaya tetap akan selalu konstan dalam kisaran volume yang dipakai dalam perhitungan break even point sedangkan biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volume penjualan.

Kedua, harga jual produk dianggap berubah pada berbagai tingkat kegiatan. Jika dalam usaha menaikkan volume penjualan dengan menurunkan harga jual atau dengan memberikan potongan harga maka hal ini mempengaruhi hubungan biaya, volume, dan laba.

Ketiga, kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan. Penambahan fasilitas produksi akan mengakibatkan penambahan biaya tetap dan akan mempengaruhi hubungan biaya, volume, dan laba.

Keempat, harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah. Jika harga bahan baku dan tarif upah menyimpang terlalu jauh disbanding data yang dipakai sebagai dasar perhitungan break even point maka hal ini akan mempengaruhi hubungan biaya, volume, dan laba.

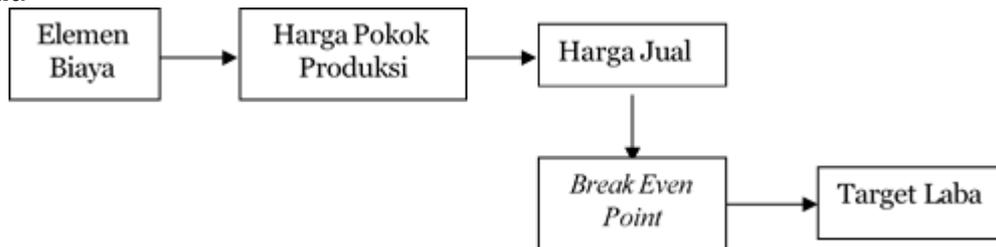
Kelima, efisiensi produk dianggap tidak berubah. Apabila terjadi penghematan biaya karena adanya penggunaan bahan pengganti yang harganya relatif rendah atau perubahan metode produksi maka hal ini akan mempengaruhi hubungan biaya, volume, dan laba.

Keenam, perubahan jumlah persediaan awal dan akhir dianggap tidak signifikan.

Ketujuh, komposisi produk yang dijual dianggap tidak berubah. Jika perusahaan menjual lebih dari satu macam produk meskipun volume penjualan sama tetapi komposisinya berbeda maka hal ini akan memiliki pengaruh terhadap pendapatan penjualan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka pemikiran tentang analisis biaya-volume-laba sebagai alat perencanaan laba pada Pabrik Tahu Kuning – Sunge, Balige tersaji dalam gambar berikut.



Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan melakukan analisis sensitivitas target laba sebagai berikut.

Total Biaya Tetap

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}}$$

Margin kontribusi per unit = harga jual per unit – biaya variabel per unit

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

$$\text{Rasio margin kontribusi} = \frac{1 - \text{biaya variabel per unit produk}}{\text{Harga jual per unit produk}}$$

Dalam perencanaan laba perlu diperhitungkan kemungkinan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi besar kecilnya target laba. Model untuk mempelajari dampak perubahan variabel tersebut adalah analisis sensitivitas dengan cara merubah harga jual, merubah biaya variabel atau biaya tetap. Ketiga alternatif ini tidak bisa digunakan secara bersamaan maka dalam perhitungan ini peneliti menggunakan alternatif pertama yaitu merubah harga jual dengan cara menurunkan harga jual tahu per papan sebesar Rp. 37.500,- dengan melakukan analisis sensitivitas BEP Rupiah dan BEP Unit.

Berikut ini merupakan perhitungan BEP Unit (Q) dan BEP Rupiah (Rp) tahun 2023.

$$\begin{aligned}
 \text{BEP (Q)} &= \frac{\text{Rp. 265.600.000,-}}{\text{Rp. 37.500,-} - \text{Rp. 24.963,-}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 265.600.000,-}}{\text{Rp. 12.537,-}} \\
 \text{BEP (Q)} &= 21.185 \text{ papan tahu} \\
 \\
 \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{Rp. 265.600.000,-}}{1 - \frac{\text{Rp. 24.963,-}}{\text{Rp. 37.500,-}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 265.600.000,-}}{1 - 0,66568} \\
 &= \frac{\text{Rp. 265.600.000,-}}{0,33432} \\
 &= \text{Rp. 794.448.433}
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2023 Pabrik Tahu Kuning Balige dapat mencapai titik impas pada saat jumlah produksi sebanyak 21.185 papan tahu dan hasil penjualan mencapai Rp. 794.448.433.

Perhitungan Kebijakan-Kebijakan Interpretasi Harga sebagai Alat Perencanaan Laba

Pada dasarnya perencanaan laba merupakan kegiatan yang dilakukan pihak manajemen saat penyusunan anggaran untuk menguji dampak dari setiap alternatif. Berikut ini cara perencanaan laba yang direkomendasikan peneliti untuk Pabrik Tahu Kuning Balige.

Pertama, jika Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan menaikkan harga jual per unit sebesar 10% untuk menentukan besarnya unit terjual agar mencapai target laba yang ditetapkan maka cara yang ditempuh sebagai berikut.

	Mula - Mula	Tambahkan 10%
Penjualan	Rp. 40.000,-	Rp. 44.000,-
Biaya Variabel	(Rp. 24.963,-)	(Rp. 24.963,-)
<i>Contribution Margin</i>	Rp. 15.037,-	Rp. 19.037,-
Biaya Tetap	Rp. 23.570.500,-	Rp. 23.570.500,-
Target Laba	Rp. 130.000.000,-	Rp. 130.000.000,-
Maka Titik Impas	<u>Rp. 23.570.500,-</u>	<u>Rp. 23.570.500,-</u>



Keempat, jika Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan cara menaikkan harga jual sebesar 10% dan menurunkan biaya variabel sebesar 10% maka diperoleh hasil sebagai berikut.

	Mula – Mula	Tambahkan 10% dan Turunkan 10%
Penjualan	Rp. 40.000,-	Rp. 44.000,-
Biaya Variabel	(Rp. 24.963,-)	(Rp. 22.467,-)
<i>Contribution Margin</i>	Rp. 15.037,-	Rp. 21.533,-
Biaya Tetap	Rp. 23.570.500,-	Rp. 23.570.500,-
Target Laba	Rp. 130.000.000,-	Rp. 130.000.000,-
Maka Titik Impas	<u>Rp. 23.570.500,-</u>	<u>Rp. 23.570.500,-</u>
	Rp. 15.037,-	Rp. 21.533,-
	= 1.568 papan	= 2.040 papan
Titik impas pada Target	= Rp. 23.570.500,-	= Rp. 23.570.500,-
Laba Rp. 130.000.000,-	<u>Rp. 130.000.000,-</u> +	<u>Rp. 130.000.000,-</u> +
	= <u>Rp. 153.570.500,-</u> :	= <u>Rp. 153.570.500,-</u> :
	Rp. 15.037,-	Rp. 21.533,-
	= 10.213 papan tahu	= 12.085 papan tahu

Kelima, jika Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan cara menaikkan harga jual sebesar 10% dan menaikkan biaya tetap 10% maka hasilnya sebagai berikut.

	Mula – Mula	Tambahkan 10%
Penjualan	Rp. 40.000,-	Rp. 44.000,-
Biaya Variabel	(Rp. 24.963,-)	(Rp. 24.963,-)
<i>Contribution Margin</i>	Rp. 15.037,-	Rp. 19.037,-
Biaya Tetap	Rp. 23.570.500,-	Rp. 25.927.550,-
Target Laba	Rp. 130.000.000,-	Rp. 130.000.000,-
Maka Titik Impas	<u>Rp. 23.570.500,-</u>	<u>Rp. 25.927.550,-</u>
	Rp. 15.037,-	Rp. 19.037,-
	= 1.568 papan	= 1.238 papan
Titik impas pada Target	= Rp. 23.570.500,-	= Rp. 25.927.550,-
Laba Rp. 130.000.000,-	<u>Rp. 130.000.000,-</u> +	<u>Rp. 130.000.000,-</u> +

Keenam, jika Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan cara menaikkan harga jual sebesar 10%, menurunkan biaya variabel 10%, dan menaikkan biaya tetap 10% maka hasilnya yang diperoleh sebagai berikut.

	Mula - Mula	Tambahkan 10% dan Turunkan 10%
Penjualan	Rp. 40.000,-	Rp. 44.000,-
Biaya Variabel	(Rp. 24.963,-)	(Rp. 22.467,-)
<i>Contribution Margin</i>	Rp. 15.037,-	Rp. 21.533,-
Biaya Tetap	Rp. 23.570.500,-	Rp. 25.927.550,-
Target Laba	Rp. 130.000.000,-	Rp. 130.000.000,-
Maka Titik Impas	<u>Rp. 23.570.500,-</u>	<u>Rp. 25.927.550,-</u>
	Rp. 15.037,-	Rp. 21.533,-
	= 1.568 papan	= 1.238 papan
Titik impas pada Target	= Rp. 23.570.500,-	= Rp. 25.927.550,-
Laba Rp. 130.000.000,-	<u>Rp. 130.000.000,-</u> +	<u>Rp. 130.000.000,-</u> +
	= <u>Rp. 153.570.500,-</u> :	= <u>Rp. 155.927.550,-</u> :
	Rp. 15.037,-	Rp. 21.533,-
	= 10.213 papan tahu	= 7.241 papan tahu

Ketujuh, jika Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan cara menurunkan harga jual sebesar 10% dan menaikkan biaya variabel sebesar 10% maka hasil yang diperoleh sebagai berikut.

	Mula - Mula	Tambahkan 10% dan Turunkan 10%
Penjualan	Rp. 40.000,-	Rp. 36.000,-
Biaya Variabel	(Rp. 24.963,-)	(Rp. 27.459,-)
<i>Contribution Margin</i>	Rp. 15.037,-	Rp. 8.541,-
Biaya Tetap	Rp. 23.570.500,-	Rp. 25.927.550,-
Target Laba	Rp. 130.000.000,-	Rp. 130.000.000,-
Maka Titik Impas	<u>Rp. 23.570.500,-</u>	<u>Rp. 25.927.550,-</u>
	Rp. 15.037,-	Rp. 8.541,-
	= 1.568 papan	= 9.443 papan
Titik impas pada Target	= Rp. 23.570.500,-	= Rp. 25.927.550,-
Laba Rp. 130.000.000,-	<u>Rp. 130.000.000,-</u> +	<u>Rp. 130.000.000,-</u> +
	= <u>Rp. 153.570.500,-</u> :	= <u>Rp. 155.927.550,-</u> :
	Rp. 15.037,-	Rp. 8.541,-
	= 10.213 papan tahu	= 17.980 papan tahu

Dari perhitungan di atas dapat diketahui interpretasi masing-masing perhitungan untuk setiap kebijakan. Jika Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan cara menaikkan harga jual sebesar 10% maka jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai target laba sebanyak 8.067 papan tahu. Jika Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan cara menurunkan biaya variabel per unit sebesar 10% maka jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai target laba sebanyak 10.101 papan tahu. Jika Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan cara menaikkan biaya tetap sebesar 10% maka jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai target laba sebanyak 12.270 papan tahu.

Lebih lanjut diinterpretasikan bahwa jika Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan cara menaikkan harga jual sebesar 10% dan menurunkan biaya variabel sebesar 10% maka jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai target laba sebanyak

12.085 papan tahu. Sedangkan apabila melakukan kebijakan dengan cara menaikkan harga jual sebesar 10% dan menaikkan juga biaya tetap sebesar 10% maka jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai target laba sebanyak 8.191 papan tahu. Bila Pabrik Tahu Pink Jaya melakukan kebijakan dengan cara menaikkan harga jual sebesar 10% dan menurunkan biaya variabel sebesar 10% serta menaikkan biaya tetap sebesar 10% maka jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai target laba sebanyak 7.241 papan tahu. Sedangkan kebijakan terakhir, apabila Pabrik Tahu Kuning Balige melakukan kebijakan dengan cara menurunkan harga jual sebesar 10% dan menaikkan biaya variabel sebesar 10% maka jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai target laba sebanyak 17.980 papan.

Dari interpretasi terhadap masing-masing kebijakan di atas, peneliti dapat menganalisa bahwa yang lebih menguntungkan Pabrik Tahu Pink Jaya dalam mencapai target laba adalah dengan menurunkan harga jual sebesar 10% dan menaikkan biaya variabel sebesar 10%. Karena dengan kebijakan tersebut, Pabrik Tahu Pink Jaya dapat menjual tahu dengan jumlah terbanyak yaitu 17.980 papan tahu.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka ditarik simpulan yaitu (a) jumlah unit yang terjual pada tingkat break even point sebanyak 21.185 papan tahu; (b) jumlah rupiah pada tingkat break even point sebesar Rp. 794.448.433,-; dan (c) jumlah unit yang terjual untuk mencapai target laba yakni 17.980 papan tahu dengan hasil penjualan sebesar Rp. 674.250.000,-

Dari kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran yang diharapkan berguna untuk kepentingan praktis bagi pemilik Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu, Kupang, yaitu: (a) dalam mempertahankan target laba sebaiknya pemilik menurunkan harga jual tahu menjadi Rp. 37.500,- per papan dari harga awal yang ditetapkan sebesar Rp. 40.000,- per papan; dan (b) bila ingin mencapai target yang maksimal sebaiknya pemilik dapat melakukan kebijakan dengan cara menurunkan harga jual sebesar 10% dan menaikkan biaya variabel per unit sebesar 10% maka tahu yang terjual sebanyak 17.980 papan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Baldric, Suropto. 2013. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat. Bustami, Nurlela. 2009. Akuntansi Biaya. Jember: Mitra Wacana Media. Garrison, N. Brewer. 2006. Akuntansi Manajerial. Jakarta: Salemba Empat. Harahap. 2001. Sistem Pengawasan Manajemen. Pustaka Quantum.
- Horngren, F. Datar. 2005. Akuntansi Biaya. Jakarta: PT Jaya Cemerlang. Mulyadi. 2000. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Aditya Media.
- Samryn. 2012. Akuntansi Manajerial. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Sinaga, M. 2000. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutrisno. 2000. Manajemen Operasi. Jakarta: Gramedia Widiasarana. Supriyono. 2000. Sistem Pengendalian Manajemen 2. Yogyakarta: BPFE. Mahasiswa Baru di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Pringsewu Tahun 2018," J. Ilm. Ekon. Manaj. J. Ilm. Multi Sci., vol. 10, no. 02, hal. 21-39, 2019.

- N. Rahmadhani, D. Syadzwina, L. S. Saragih, dan A. E. Putriku, "Analisis Strategi Pemasaran Shopee Nronlineshop\_ Untuk Mengembangkan Bisnis Ke Pasar Internasional," *J. Penelit. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 3, no. 3, hal. 1–10, 2024.
- L. N. Pasaribu, "Analisis strategi manajemen pemasaran pada aplikasi shopee," *J. Pendidik. dan Konseling*, vol. 4, no. 6, hal. 8203–8213, 2022.