

**PEMANFAATAN PENENTUAN TITIK IMPAS SEBAGAI UPAYA  
UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN  
PT. SEMEN INDONESIA (*PERSERO*). Tbk**

VENDRA BAGUS PUTRA ALAM

18210206

Jurusan manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

Wisata Menanggal No.42 A Surabaya

Telp. (031) 8550077, 8550099/Fax. (031) 8530066

**ABSTRAK**

Pembangunan dan perkembangan ekonomi saat ini membuat setiap bisnis bersaing dengan ketat hal ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya dengan baik dan efisien dalam semua proses kegiatan bisnis perusahaan. Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya suatu perusahaan untuk mengetahui titik impas (*Break Even Point*) dalam katalain tidak mengalami kerugian maupun keuntungan dari suatu kegiatan produksi produk. Hal ini sangat penting dalam upaya untuk peningkatan penjualan perusahaan dengan metode menentukan harga pokok produk atau barang agar dapat tetap bersaing di pasaran, membuat skema perencanaan operasional perusahaan agar lebih efisien, menentukan target pemasaran agar sesuai dengan kebutuhan modal awal, Penentuan harga jual sangat penting bagi para pengusaha agar dapat memperoleh tingkat keuntungan yang mereka inginkan dengan memanfaatkan pendekatan *Break Even Point* (BEP), maka akan dapat melihat titik balik dimana titik tersebut menggambarkan bagaimana suatu perusahaan dalam kondisi tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Strategi yang digunakan adalah teknik kualitatif dengan pendekatan kontekstual. Penelitian tersebut diarahkan dengan menggunakan metode *Break Even Point* (BEP) dan *Margin Of Safety* (MOS) sebagai acuan untuk menentukan harga penawaran/harga jual yang diharapkan oleh perusahaan tersebut. Sedangkan data yang digunakan adalah informasi penting (Data Primer) melalui pengamatan data dan temuan, serta informasi tambahan sebagai rangkuman fiskal PT. SEMEN INDONESIA Tbk dan menyusun serta memberikan masukan atas kelayakan nilai harga yang akan ditentukan oleh Perusahaan. Mengingat hasil dari estimasi perhitungan melalui metode *Break Even*

*Point* (BEP) dan *Margin Of Safety* (MOS), maka penentuan harga jual layak dipertimbangkan sebagai nilai acuan. meningkatkan volume operasional produksi semaksimal mungkin, dan menekan biaya produksi suatu produk tanpa mengurangi kualitas suatu produk tersebut. Hal ini sangatlah penting dalam suatu perusahaan agar dapat tetap bersaing dengan kompetitor lain di wilayah domestik maupun internasional secara professional dan terencana. Sesuai dengan semangat PT.SEMEN INDONESIA. Tbk yaitu "*Go Beyond Next*".

**Kata Kunci : Penjualan, *Break Even Point*, *Margin Of Safety***

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Di dunia usaha, banyak perusahaan yang bermunculan baik dalam skala kecil, menengah, atau besar dalam segala lini. Dari semua perusahaan yang ada, semua ingin mendapatkan keuntungan dari prosesnya. Dan jenis perusahaan bisa berbentuk PT, Firma, CV, atau perusahaan dipegang oleh satu orang. Selain itu, terdapat pula asosiasi bersifat nonprofit motive dengan tujuan sosial, seperti mengurangi pengangguran menawarkan beberapa jenis bantuan kepada kalangan tertentu dengan biaya yang terjangkau.

Bagi perusahaan yang memiliki aktivitas operasionalnya secara kompleks, mereka harus terus-menerus dihadapkan dengan tantangan manajemen agar dapat menjadi lebih efektif dan produktif. Agar dapat mengatasi masalah tersebut seorang pimpinan wajib dituntut lebih profesional dan siap melaksanakan dengan lebih teliti lagi

Untuk memperoleh target profit pendapatan, perusahaan harus memperluas tingkat kuantitas produksinya, dengan demikian perusahaan harus merancangnya terlebih dahulu, dan rancangan strategi tersebut digunakan sebagai konsep pedoman melakukan penjualan. Selain itu, pada konsep ini, Manajemen juga mengetahui, dan ingin menentukan, jumlah target penjualan yang harus dipenuhi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan. Oleh karena itu, analisis titik impas dapat mempengaruhi upaya pertumbuhan penjualan.

## **LANDASAN TEORI**

### **1. Manajemen Pemasaran**

Marketing/Promotion atau manajemen pemasaran adalah pengkajian perencanaan, implementasi, dan pengelolaan suatu desain sistem yang diharapkan dapat menciptakan, membangun, dan terus menciptakan ekosistem pelanggan/target pasar yang menguntungkan untuk mencapai tujuan bisnis, perusahaan tersebut. Manajemen adalah metode internal

pengawasan, perencanaan, dan organisasi.

“ Menurut Armstrong dan Kotler (2000:5), marketing adalah (“A societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering and freely exchanging products and services of value with others”. Sedangkan marketing strategy menurut Armstrong dan Kotler (2000:37), yaitu “The marketing logic by which the business unit hopes to achieve its marketing objective”) “.

Strategi pemasaran terkait erat dengan tiga kekuatan utama Pelanggan (Customer), perusahaan (Corporation) dan persaingan.

## **2. Manajemen Penjualan**

Penjualan adalah upaya kolaboratif untuk mengembangkan rencana strategis yang dirancang untuk memenuhi hasrat serta keinginan individu sehingga menciptakan penjualan yang menguntungkan bagi penjual dan seseorang pun dapat memenuhi kebutuhannya. Penjualan merupakan urat nadi/ujung tombak suatu perseroan, karena tidak menutup kemungkinan untuk menghasilkan keuntungan dari penjualan dan juga berusaha untuk menarik konsumen yang telah berjuang untuk menemukan daya tariknya sehingga mereka memahami hasil dari produk yang diproduksi perseroan. Penjualan adalah pemindahan hak atas sesuatu. Dari pemaknaan ini, pada saat memindahkan atau memindahkan barang dan jasa, dibutuhkan sumber daya manusia yang dapat bekerja di

bidang promosi, seperti pelaksana perdagangan, agen, perwakilan layanan, dan perwakilan Pemasaran.

“ Menurut terjemahan Philip Kotler dalam Marketing Management, diterjemahkan oleh Ronny A. Rusli dan Hendra, konsep penjualan adalah: (“Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. produk berharga dengan pihak lain”) “

## **3. Analisa Laporan Keuangan**

Menganalisis laporan keuangan harus dilakukan dengan hati-hati menggunakan metodologi yang tepat dan analisis teknis untuk membuat keputusan yang baik. Kinerja keuangan suatu perusahaan sangat menarik bagi semua pihak yang terlibat (stakeholder), termasuk investor, kreditur, analis, pemodal, pialang, pemerintah dan manajemen. Menurut para ahli, analisis neraca memiliki definisi sebagai berikut:

“ Menurut Harjito dan Martono (2011:51), Analisis neraca adalah analisis kesehatan keuangan perusahaan, termasuk neraca dan laporan laba rugi.”

“ Menurut Harahap (2011: 190), Analisis laporan keuangan memecah item laporan keuangan menjadi unit informasi yang lebih kecil, termasuk data kuantitatif dan non-kuantitatif yang mengungkapkan hubungan atau makna yang signifikan satu sama lain untuk membuat keputusan yang tepat “

Meringkas pendapat beberapa ahli di atas, analisis laporan keuangan menggambarkan bagian dari laporan keuangan yang berkaitan dengan

neraca dan laporan laba rugi untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci tentang kondisi keuangan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa kami dapat. Ini sangat penting dalam proses pengambilan keputusan yang benar.

#### **4. Klasifikasi Biaya**

Selain biaya yang terkait dengan berbagai bisnis, non-bisnis, manufaktur, dan bidang bisnis lainnya, biaya merupakan faktor yang terkait dengan operasi perusahaan. Secara umum, sifat biaya yang dikeluarkan tergantung pada jenis organisasi.

Klasifikasi biaya atau klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan biaya secara sistematis dari semua elemen biaya yang ada ke dalam beberapa kelompok yang lebih kecil untuk memberikan informasi yang lebih ringkas dan relevan.

#### **5. Break Even Point**

Titik impas adalah ketika perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau menderita kerugian dari kegiatannya, atau kontur biaya sesuai dengan seluruh transaksi penjualan, sehingga tidak ada untung atau rugi. Hal ini terjadi ketika Sebuah perusahaan menggunakan biaya tetap dan variabel pada aktivitas dan penjualan yang cukup untuk menutupi biaya tetap dan variabel. Jika target pendapatan cukup untuk menutupi beberapa biaya variabel dan biaya tetap, perusahaan akan berada di zona merah pada saat ini. Di sisi lain, jika penjualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap yang dikeluarkan, perusahaan mendapat untung.

“ Menurut Bastian dan Nurlela (2009), analisis titik impas adalah metode atau teknik yang digunakan oleh manajer perusahaan untuk menentukan apakah suatu perusahaan tidak mengalami kerugian berdasarkan penjualan (kuantitas) dan produksi serta laba.”

Dari definisi tersebut, analisis titik impas berfokus pada hubungan antara laba, biaya, laba, dan volume penjualan, dan digunakan untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang dihasilkan perusahaan agar sesuai dengan nilai investasi yang dikeluarkan. Mungkin

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **1. Jenis penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik komputasi kualitatif adalah pendekatan strategis untuk memecahkan masalah penelitian yang diidentifikasi dalam bentuk informasi numerik dan sistematis. Merinci metodologi dan jenis penelitian, populasi dan sampel, penelitian, strategi pemilihan informasi, dan analisis data dalam proposal atau laporan penelitian. Membutuhkan pemahaman yang baik dari masing-masing konsep ini.

#### **2. Deskripsi variable**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. berarti data mentah yang awalnya diproses dan disediakan oleh pihak lain. Data sekunder yang dihasilkan dalam penelitian ini konsisten dengan kebijakan perusahaan dan laporan keuangan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk dari 2017 hingga 2020.

### **3. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan digunakan untuk informasi memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang dampak dari pemanfaatan penentuan titik impas sebagai upaya untuk peningkatan penjualan. Dalam ulasan riset ini mengaplikasikan dengan cara penggabungan data Kepustakaan (Library Research Method). Strategi semacam ini dipakai untuk menggabungkan data mulai dari informasi tambahan perusahaan (data sekunder). seperti: Rincian biaya berupa: beban pokok pendapatan, laporan penjualan PT. SEMEN INDONESIA Tbk, transaksi tahunan, rata-rata pembelian tahunan, dan lain sebagainya. (2) teknologi pemrosesan data. Tekniknya akan menggunakan

Microsoft Excel dan data akan dianalisis secara kualitatif sesuai dengan prosedur dalam kerangka penelitian, sehingga penulis tampaknya telah menyelesaikan tanggung jawab manajer keuangan untuk menentukan BEP dan MOS. (3) Membuat kesimpulan dan rekomendasi. Hasil analisis yang komprehensif untuk menarik kesimpulan dan saran untuk referensi pengambilan keputusan

### **4. Sumber pengumpulan data**

Model informasi yang dipakai dalam tinjauan ini adalah informasi data tambahan (data sekunder) Disediakan pra-proses dan diperkenalkan oleh berbagai pihak. Dimana dalam tinjauan ini informasi opsional yang didapatkan sesuai dengan pendekatan kebijakan perseroan berkaitan dengan laporan Titik Impas Sebagai Upaya Untuk Peningkatan Penjualan perusahaan terkait

## **ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Data Penelitian**

Secara umum laporan penjualan merupakan kumpulan informasi tentang

berbagai hal yang berhubungan dengan penjualan. Informasi terstruktur sehingga catatan jelas dan rinci untuk jangka waktu tertentu.

Laporan ini sangat diperlukan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam membuat strategi penetapan harga, pemasaran dan penjualan. Pastikan informasi dan data yang ada benar-benar digunakan untuk analisis penjualan. Pengertian lainnya adalah bahwa satu laporan adalah kumpulan informasi tentang penjualan suatu produk atau barang dagangan yang diedit dan diberitahukan sebagai sumber bahan catatan dan analisis penjualan dalam jangka waktu tertentu.

Hal ini karena tingkat produktivitas diketahui dengan sangat cepat dan mudah untuk dievaluasi. Dalam hal ini, laporan penjualan digunakan sebagai media untuk mengkomunikasikan perubahan tersebut. Perusahaan harus selalu berpikiran terbuka untuk menurun dan tidak berpuas diri untuk bangkit. Perusahaan perlu membuat laporan yang detail dan akurat agar data yang dikandungnya lebih mudah dibaca. Untuk membantu pihak-pihak yang terlibat dalam penjualan membuat keputusan yang tepat dan benar. Berdasarkan analisis data penjualan aktual dan ringkasan titik impas tahun 2017-2020, tingkat penjualan PT SEMEN INDONESIA (*Persero*) Tbk telah mencapai titik impas. Break-even adalah analisis untuk menghubungkan keuntungan atau pendapatan dengan pengeluaran yang dikeluarkan. Dalam hal ini menyimpulkan bahwa PT SEMEN INDONESIA (*Persero*) Tbk

terlebih dahulu akan melakukan analisis titik impas ketika merencanakan laba. Untuk mencapai titik impas di PT antara 2017 dan 2020. SEMEN INDONESIA (*Persero*) Tbk dapat digunakan sebagai profit plan.

## 2. Hasil Penelitian

Rekapitulasi Biaya di peroleh dari pengklasifikasian biaya tetap dan biaya variable dengan pedoman laporan tahunan PT Semen Indonesia. Tbk periode 2017-2020 dengan tujuan agar dapat diketahui total biaya dari perhitungan tersebut.

Tahun	Biaya Tetap (Ribuan jutaan)	Biaya Variabel Ribuan jutaan)	Total Biaya Ribuan jutaan)
2017	2.317.123	22.375.415	24.692.539
2018	2.278.922	23.565.342	25.844.265
2019	2.999.035	30.804.194	33.803.229
2020	3.024.514	26.357.815	29.382.329

Dari total Rancangan Anggaran Biaya (RAB) pada table diatas dapat di lihat bahwa dari 2017 hingga 2019 telah mengalami kenaikan dari tahun ketahun dengan total Rancangan Anggaran Biaya (RAB) Rp. 24.692.539.211.000,- menjadi Rp. 33.803.229.000.000,- Tetapi pada tahun 2020 total biaya mengalami penurunan menjadi Rp. 29.382.3290.000.000,- Hal tersebut terjadi dikarenakan total biaya Variabel perusahaan mengalami penurunan.

## 3. Pembahasan

Berpatokan analisis time series forecast, analisa break even dan margin of safety PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO)

Tbk untuk periode 2017-2020 telah diproses dan dapat dilihat bahwa perusahaan telah berusaha meningkatkan upaya untuk mendapatkan keuntungan. Namun beberapa hal lain dapat dilihat dari perhitungan analisis titik impas yang juga menunjukkan bahwa tingkat titik impasnya tinggi, yang berarti usaha menghasilkan keuntungan dari tahun ke tahun semakin sulit. Mencapai Rp pada tahun 2017. 463.424.655.000,- menjadi Rp. 756.128.500.000, - 2020.

Tetapi dapat di imbangi dengan kenaikan tingkat margin of safety diperoleh dari presentase nilai titik impas tahunannya menunjukkan kenaikan sebesar 97,8% pada 2020, dapat di simpulkan bahwa kondisi perusahaan bisa saja semakin rawan mengalami kerugian. Tetapi masih dapat tercover dengan baik. Sehingga penentuan titik impas PT. SEMEN INDONESIA sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan sangat penting dan sangat berpengaruh dapat dilihat dari rasio Margin Kontribusi yang cenderung mengalami kenaikan meskipun secara perlahan tapi pasti.

### **KESIMPULAN**

1)Tingkatan titik impas suatu produk dapat menstimulasi manajerial perusahaan yang berguna sebagai usaha meningkatkan penjualan guna memenuhi target keuntungan/laba suatu perusahaan.

2)Faktor-faktor yang menentukan titik impas adalah: perubahan tingkat nilai

suatu produk, biaya variable (variable cost), biaya tetap (fix cost), dan tingkat/volume penjualan. Perubahan-perubahan tersebut merupakan penyebab yang bisa mempengaruhi suatu tingkat titik impas (Break Even Point).

3)Penentuan titik impas PT. Semen Indonesia sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan sangat penting dan sangat bermanfaat dapat dilihat dari rasio Margin Kontribusi yang cenderung mengalami kenaikan meskipun secara perlahan tapi pasti

### **DAFTAR PUSTAKA**

Asep, Majid. (2007). Peranan Break Even Point Sebagai Salah Satu Alat Bantu Manajemen Terhadap Perolehan Laba Pada Pt. Perkebunan Nusnatara Viii Bandung. Digital library, perpustakaan UNIKOM [www.repository.unikom.ac.id](http://www.repository.unikom.ac.id) ( diakses 14 februari 2011)

Bastian Bustami & Nurlela. 2006. Akutansi Biaya, Graha Ilmu, Edisi Pertama.

- . 2009. Akutansi Biaya. Mitra Wacana Media, Edisi Pertama, Jakarta
- Freddy Rangkuti. 2006. Bussiness Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Marihot Manullang dan Dearlina Sinaga. 2005. Pengntar Manajemen Keuangan, Salemba Empat, Jakarta
- Moh, Benny Alexandri. 2009. Manajemen Keuangan Bisnis Teori dan Soal, Alfa Beta, Bandung.
- Mohamad Muslich. 2007. Manajemen Keuangan Modern Analisis Perencanaan dan Kebijakan, Bumi Aksara, Jakarta
- Prathama Rahardja dan Mandala Manurung. 2006. Teori Ekonomi Mikro, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Sofyan Syafri Harahap. 2008. Teori Akutansi, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sutrisno. 2005. Manajemen Keuangan : Teori, Konsep, dan Aplikasi. Yogyakarta: Ekonisia.
- William K Carter & Milton F. Usry. 2005. Akutansi Biaya, Buku 2, Cost Accounting 13th edition, Salemba Empat, Jakarta.
- Aryanti, Retno, dkk. (2014). Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan dan Laba (Studi Kasus Pada PT. Cakra Guna Cipta Malang Periode 2011-2013). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 11 No. 1.
- Baris, Y.E dan Sondakh, J.J. (2014). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Produk Gorengan Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kawasan Boulevard Manado. Jurnal EMBA 2 (3):1678.
- Garrison, dkk. (2013). Akuntansi Manajerial. Jakarta: Salemba Empat.
- Harrison, Walter T. Jr dan Charles T. Horngren. (2012). Akuntansi

- Keuangan Internasional  
Financial Reporting Standards.  
Jakarta: Erlangga.
- Heizer, Jay dan Render, Barry. (2011).  
Manajemen Operasi. (Edisi 9).  
Jakarta: Salemba Empat.
- Jalaluddin D, Darminto, dan  
Topowijino. (2014). Analisis  
Break Even Point Sebagai Alat  
Untuk Merencanakan Laba  
Perusahaan (Studi Pada  
Koperasi Sari Apel Brosem  
Periode 2011- 2013). Universitas  
Brawijaya. Jurnal Administrasi  
Bisnis (JAB) Vol. 13 No 1
- Jumingan. (2011). Analisis Laporan  
Keuangan. Jakarta: PT. Bumi  
Aksara.
- Kasmir. (2013). Analisis  
Laporan Keuangan. Jakarta:  
Rajawali Pers.
- Marhaeni, Agustina Pradita. (2011).  
Analisis Break Even Point  
Sebagai Alat Perencanaan Laba  
Pada Industri Kecil Tegel Di  
Kecamatan Pedurungan Periode  
2004-2008 (Studi Kasus Usaha  
Manufaktur). Universitas  
Diponegoro. Semarang.
- Maryati. (2010). Statistika  
Ekonomi dan Bisnis. Edisi Revisi  
Cetakan Kedua. Yogyakarta:  
(UPP) AMPYKPN.
- Muliono, Wiwit. (2018). Analisis Break  
Even Point Sebagai Alat  
Perencanaan Laba (Studi Kasus  
UD. Flamboyan Coconut Center  
Kabupaten Batubara).  
Universitas Islam Negeri  
Sumatera Utara. Medan.
- Mulyadi. (2012). Akuntansi Biaya.  
Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. (2014). Sistem  
Akuntansi. Cetakan Keempat.  
Jakarta: Salemba Empat.
- Munawir. (2011). Analisis  
Laporan Keuangan. Yogyakarta:  
Liberty.
- Narafin, M. (2013). Penganggaran  
Perusahaan. Edisi Ketiga  
Cetakan Kedua. Jakarta:  
Salemba Empat.
- Pangemanan, Joy Toar. (2016).  
Analisis Perencanaan Laba  
Perusahaan Dengan Penerapan  
Break Even Point Pada PT.  
Kharisma Sentosa Manado.  
Universitas Sam Ratulangi

Manado. Jurnal EMBA 4 (1):376-385.

Pengambilan Keputusan.  
Jakarta: Erlangga.

Praticia Ponombon, Christine. (2013). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Tropica Cocoprime. Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal EMBA 1 (4):1250-1261.

Rachel T, Jullie J. Sondakh, Winston P. (2018). Analisis Titik Impas dan Batas Aman Sebagai Dasar Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada PT. Soho Industri Pharmasi Cabang Manado. Jurnal Riset Akuntansi Going Concern 13 (3):373-380.

Rachmina, D., dan Sari, S.W. (2017). Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi. Cetakan ke-4.

Jakarta: Polimedia Publishing.

Riana, Dwiza. (2012). Statistika Deskriptif Itu Mudah. Tangerang: Jelajah Nusa. Riyanto, Bambang. (2010). Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPFE.

Rudianto. (2013). Akuntansi Manajemen Informasi Untuk