

SKRIPSI

**ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) PADA PT AGUNG
MEDIANTARA ABADI PERIODE 2020**



**MUHAMMAD FEBRYANTO
1810321117**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) PADA PT AGUNG MEDIANTARA ABADI PADA PERIODE 2020



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana pada program studi S1 Akuntansi

**MUHAMMAD FEBRYANTO
1810321117**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) PADA PT AGUNG MEDIANTARA ABADI PADA PERIODE 2020

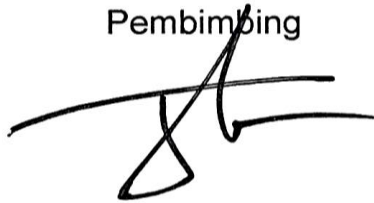
disusun dan diajukan oleh

MUHAMMAD FEBRYANTO
1810321117

telah diperiksa dan telah diuji

Makassar, 13 September 2022

Pembimbing



TERI, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., CPA., CHRO
NIDN: 0930068001

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN: 0925107801

SKRIPSI

ANALISIS *BREAK EVENT POINT* (BEP) PADA PT AGUNG MEDIANTARA ABADI PERIODE 2020

disusun dan diajukan oleh

MUHAMMAD FEBRYANTO
1810321117

Telah dipertahankan dalam sidang skripsi
pada tanggal **13 September 2022** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Teri, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., CPA., CHRO NIDN : 0930068001	Ketua	1.
2.	Akmal Hidayat, S.E., M.Si. NIDN : 0922108001	Sekretaris	2.
3.	Herawati Dahlan, S.E., M.Ak NIDN : 0905077106	Anggota	3.
4.	Dr. H. Syamsuddin Bidol, M.M. NIDN : 0901016507	Eksternal	4.

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0925096902
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN : 0925107801
PRODI AKUNTANSI

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya bertanda tangan di bawah ini ,

Nama : Muhammad Febryanto
NIM : 1810321117
Program Studi : Akuntansi S1

Dengan ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi yang berjudul **ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) PADA PT AGUNG MEDIANTARA ABADI PADA PERIODE 2020** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari di dalam naskah skripsi ini dapat di buktikan terdapat unsur – unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya dan diproses sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku (UU No.20 tahun 2003, pasal 25 atau 2 dan pasal 70).

Makassar, 13 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Febryanto

PRAKATA

Puji Syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan naskah skripsi yang berjudul **ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) PADA PT AGUNG MEDIANTARA ABADI PADA PERIODE 2020** ini sesuai dengan batas waktu yang telah ditetapkan sebelumnya.

Ucapan terima kasih saya kepada kedua orang tua atas kasih, doa dan dukungannya. Juga segenap keluarga saya yang tak henti-hentinya memberi semangat dan doa agar menyelesaikan laporan ini dengan sebaik-baiknya. Ucapan terima kasih juga kami haturkan ke pembimbing yakni Bapak Teri, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., CPA., CHRO yang telah membimbing penulis menyelesaikan naskah skripsi ini.

Dengan rasa hormat, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Fajar
2. Ibu Dr. Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.Ikom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu sosial Universitas Fajar
3. Ibu Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA selaku ketua prodi S1 Akuntansi Universitas Fajar
4. Seluruh dosen dan staff Universitas Fajar
5. Kepada Pak Mulyono, SE sebagai direktur dari PT AGUNG MEDIANTARA ABADI
6. Seluruh karyawan PT AGUNG MEDIANTARA ABADI atas segala support, doa dan bantuan materilnya
7. Teman-teman saya angkatan 2018 Akuntansi S1 khususnya (gb anak alim) atas seluruh bantuan dan dukungannya yang tiada henti-hentinya.

8. Beserta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terima kasih yang sebesar-besarnya.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa mendapat bantuan dari banyak pihakpun laporan ini masih jauh dari kata sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi, akan tetapi kekurangan bukan berasal dari pihak-pihak yang telah membantu penulis, melainkan dari keterbatasan kemampuan penulis sendiri sebagai makhluk yang fana.

Semoga laporan ini bermanfaat bagi para pembacanya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 21 Juli 2022

Muhammad Febryanto

ABSTRAK

ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) PADA PT AGUNG MEDIANTARA ABADI PERIODE 2020

**Muhammad Febryanto
Teri**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang membuat volume penjualan pada suatu perusahaan mengalami penurunan, untuk mengetahui faktor tersebut metode yang dilakukan adalah mengetahui titik impas pada sebuah pembiayaan pada perusahaan, selain menggunakan metode titik impas atau yang biasa dikenal dengan *Break Even Point (BEP)* agar dapat membandingkan pemasukan tahunan pada perusahaan, setelah melakukan metode tersebut, dilanjutkan dengan metode analisis deskriptif kuantitatif agar mendapatkan hasil yang diinginkan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil penelitian ini, nilai yang didapatkan dari perhitungan BEP adalah sebanyak 3.868 unit dengan nilai sebesar Rp 40.000.000

Kata kunci: Break Even Point

ABSTRACT

BREAK EVEN POINT (BEP) AT PT AGUNG MEDIANARA ABADI PERIODE 2020

**Muhammad Febryanto
Teri**

This study aims to determine what factors decrease the sales volume of a company. To find out these factors, the method used is to find out the break-even point in a financing company and use the break-even point method, commonly known as the Break Even Point. (BEP) to be able to compare the company's annual income, this method is continued with the quantitative descriptive analysis method to get the results desired by the researcher.

Based on the results of this study, point from the count of BEP analysis is 3.868 point and Rp. 40.000.000 on the money value.

Keywords: Break Event Point.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Break Event Point</i> (Bep)	8
2.2 Penjualan	10
2.3 Pendapatan.....	12
2.4 Tinjauan Empiris.....	16
2.5 Kerangka Konsep.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	21
3.3 Sumber Data	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Teknik Analisis Data	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	25

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	25
4.1.1	Sejarah Singkat.....	25
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan	26
4.1.3	Struktur Organisasi	27
4.1.4	Tugas Dan Tanggung Jawab	27
4.1.5	Prosedur Pemesanan Barang	29
4.2	Hasil Dan Pembahasan.....	29
BAB V PENUTUP.....		32
5.1	Kesimpulan.....	32
5.2	Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA.....		34
LAMPIRAN.....		36

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	16
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.6 Kerangka Konsep	20
Gambar 4.1.3 Struktur organisasi.....	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah ekonomi dunia merupakan catatan – catatan sejarah dan prasejarah manusia dalam melakukan kegiatan yang dapat menaikkan kualitas suatu Negara melalui cara perdagangan, pemasaran, dan juga produksi. Kegiatan tersebut dilakukan secara diplomasi dan perjanjian yang diatur sedemikian rupa oleh pihak – pihak yang bersangkutan dan diatur dalam UUD perdagangan. Naik turun nya suatu ekonomi Negara dapat dilihat dari kuantitas Sumber Daya Alam (SDA) dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Negara itu sendiri, SDA yang ada pada suatu Negara menjadi salah satu aset penting yang dapat membuat perekonomian Negara berkembang, sedangkan SDM menjadi salah satu sumber penting untuk dapat mengendalikan SDA dengan cara yang tepat. (Faruq & Mulyanto, 2017)

Selain SDA dan SDM, Ekonomi juga mengatur kegiatan yang bersangkutan dengan kegiatan perdagangan, jasa, distribusi dan juga produksi. Dari beberapa hal yang telah disebutkan, faktor pengendalian menjadi salah satu aspek penting untuk mewujudkan peningkatan ekonomi suatu Negara. Tingkat ekonomi suatu Negara sudah pasti berbeda, maka dari itu ada istilah Negara maju dan Negara berkembang. Jika kita bandingkan tingkat ekonomi global sudah pasti berbeda dengan tingkat yang sekarang, karena perkembangan zaman yang begitu cepat kerap terjadi pada setiap belahan dunia. (Sitepu, 2010)

Perusahaan yang juga menjadi salah satu faktor dalam peningkatan ekonomi suatu Negara tengah bersaing dengan perusahaan lain nya, khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi teknologi. Hal ini yang menyebabkan adanya

ketimpangan besar dalam sektor ekonomi suatu Negara yang membuat investor akan lebih memberikan perhatian khusus pada perusahaan tersebut yang hasilnya juga akan mendapatkan peningkatan perekonomian pada suatu Negara.(Fitri Prasetyorini, 2013).

Berbicara tentang perekonomian di dunia, dalam beberapa tahun terakhir atau lebih tepatnya dua tahun terakhir pada masa pandemi covid 19, seluruh aktivitas ekonomi mengalami penurunan yang signifikan. Dapat kita lihat pada beberapa artikel yang membahas tentang covid – 19 menyatakan bahwa tingkat ekonomi seluruh dunia telah menurun hingga pada titik krisis. Hal ini dapat dilihat pada logaritma pasar global yang turun hingga 70%.(Nurabdi, 2020 n.d.)

Di Indonesia sendiri dapat kita lihat secara langsung dampak dari covid 19, dampak yang memengaruhi kegiatan ekonomi ini juga berpengaruh besar terhadap UMKM, apalagi terhadap perusahaan yang terikat oleh pasar global dan diatur dengan pajak dalam regulasi pemerintahan. Banyaknya perubahan regulasi dari tahun ke tahun membuat perusahaan kewalahan (khususnya swasta), apalagi ditambah dengan faktor pandemi yang terjadi saat ini. Perubahan regulasi ini membuat perusahaan dagang harus bekerja keras dengan mengubah strategi dan pengendalian pembiayaan agar dapat bertahan dengan keadaan seperti sekarang ini, belum lagi jika perusahaan memiliki masalah terhadap customer yang sering menunggak pembayaran sehingga berdampak pada keseimbangan keuangan perusahaan.(Fadilah Nur Azizah¹, Igo Fadilah Ilham², Liza Putri Aqidah³, Safira Aliyani Firdaus⁴, Setyani Agung Dwi Astuti⁵, 2020).

Turunnya omset perusahaan yang diakibatkan oleh faktor pandemi menyebabkan dampak penurunan yang sangat signifikan. Dikutip dari (merdeka.com, 2021) beberapa sektor yang terdampak pandemi antara lain sektor konstruksi

mengalami penurunan hingga 90%, sektor properti mengalami penurunan hingga 89%, transportasi sebanyak 88%, jasa 84%, dan sektor manufaktur terdampak hingga sebesar 81%. Omset perusahaan diatur atau dikendalikan oleh pihak manajerial dengan pengendalian yang baik guna meningkatkan volume penjualan dan pendapatan perusahaan (Kristanto, 2017).

Dalam hal strategi, berisi tentang perencanaan, pelaksanaan, dan penanggung jawaban maka dari itu perusahaan yang menerapkan strategi akuntansi, juga menerapkan sistem pembiayaan guna meraih hasil yang maksimal dalam kinerja perusahaan itu sendiri. Faktor pengendalian ini menjadi aspek penting dalam menjalankan perusahaan, kerap terjadi kecurangan atau biasa dikenal dengan istilah fraud karena sistem pengendalian dalam perusahaan tidak begitu baik, sehingga banyak kasus yang menyebabkan perusahaan kehilangan investor nya dan menyebabkan bangkrut nya sebuah perusahaan. Faktor pengawasan dalam praktik strategi akuntansi menjadi hal yang penting agar meminimalisir tingkat kecurangan dan kurang nya pengawasan dalam perusahaan.(Anwar & Utami, 2012)

Kemampuan SDM dalam perusahaan menjadi salah satu faktor penting yang membuat jalan nya perusahaan menjadi lebih teratur dan membuat pengendalian serta pengawasan lebih mudah dilakukan, dalam hal ini pihak – pihak yang berkepentingan dalam perusahaan wajib memiliki skill dan keberanian untuk membuat keputusan. Hal ini juga membuat pengelolaan biaya pendapatan dan pengeluaran dapat dikelola dengan baik, pengelolaan biaya pendapatan dan pengeluaran harus sesuai dengan anggaran yang telah direncanakan, karena jika pengelolaan biaya tidak sesuai dengan apa yang telah dianggarkan maka perusahaan akan mengalami kerugian yang dapat mengganggu proses perencanaan pembiayaan kedepan nya.

Perusahaan yang telah berdiri selama 10 tahun ataupun lebih, pastinya telah melakukan berbagai macam strategi bisnis untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan, selama perusahaan melakukan kegiatan bisnis tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan tersebut mengalami siklus naik turun nya harga pasar yang dapat menyebabkan usaha yang dijalani mendapatkan hambatan yang dapat membuat perusahaan tersebut terhenti dalam melakukan kegiatan usahanya. Pengalaman selama melakukan kegiatan bisnis, tidak dapat diraih begitu saja, pastinya ada faktor yang menjadi patokan seorang pengusaha agar dapat terhindar dari kegagalan dalam menjalankan usahanya. Salah satu faktor agar terhindar dari kegagalan dalam menjalankan kegiatan bisnis adalah kemampuan seorang pengusaha untuk mengambil keputusan yang tepat dalam berbagai keadaan, karena perusahaan yang telah berdiri lama pastinya juga pernah mengalami masa sulit dalam menjalankan perusahaan, (Fitralisma & Mandasari, 2021).

Dalam penelitiannya yang berjudul analisis strategi segmentasi pasar guna menghadapi pesaing dan meningkatkan penjualan di masa pandemi (studi kasus peningkatan omset penjualan selama pandemi PT Dian ayu setiabudi Brebes) mendapatkan hasil bahwa dampak pandemi yang terjadi di Indonesia berpengaruh besar terhadap omset perusahaan, yang membuat perusahaan tersebut harus melakukan segmentasi pasar dengan melakukan pelayanan yang lebih terhadap masyarakat guna meningkatkan volume penjualan. Hal ini juga dipertegas dengan penelitian terdahulu oleh (Prastiwi, 2019) dengan judul penelitian analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM pabrik roti alfaris bakery medan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa strategi perusahaan menjadi faktor penting dalam pengendalian yang dapat meningkatkan volume penjualan. Maka dari itu pengalaman serta kemampuan seorang pengusaha harus

berada pada level yang dapat bersaing dengan perusahaan lain apalagi dengan jenis usaha yang sama. Hal yang dapat membedakan suatu perusahaan yang berjalan pada bidang yang sama dapat dilihat dari bagaimana perusahaan tersebut melakukan pengendalian dan pengawasan dalam menjalankan strategi bisnis.

Strategi akuntansi manajemen yang berfokus pada pengendalian pembiayaan pendapatan menjadi topic utama dalam penelitian ini, dari berbagai kasus yang dialami oleh perusahaan, khusus nya dalam menjalankan strategi bisnis tentunya perusahaan memiliki cara tersendiri untuk menghadapi masalah yang ada pada perusahaan (Sigilipu, 2013). Perusahaan yang telah menjalankan strategi akuntansi manajemen tentunya dapat mengatasi masalah dengan baik, namun bagaimana dengan perusahaan yang tidak terlalu peduli atau kurang dalam strategi bisnis untuk menjalankan usaha. Hal ini yang menarik penulis untuk meneliti hal tersebut di PT Agung Mediantara, merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan tengah mengalami masa sulit untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan, maka dari itu peneliti ingin meneliti apakah di perusahaan tersebut memiliki pengendalian yang cukup baik atau mungkin strategi perusahaan yang digunakan tidak diperbaharui yang menyebabkan perusahaan berada dalam kondisi yang terbilang kurang menguntungkan. Terlebih pada masa dua tahun terakhir covid – 19 juga memengaruhi kondisi ekonomi masyarakat Indonesia yang tidak hanya berdampak pada suatu hal, namun justru berdampak pada berbagai hal khususnya perkembangan ekonomi suatu Negara. Pembahasan inilah yang menjadi topic utama peneliti untuk membuat penelitian ini dengan judul **Analisis Break Event Point (Bep) Pada Pt Agung Mediantara Abadi Periode 2020**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perhitungan break even poin pada PT Agung Medeiantara 2020

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perhitungan break even poin pada PT Agung Medeiantara 2020

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat yang ingin dicapai penulis pada penelitian ini yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Adapun manfaat yang dapat diperoleh secara teoritis dari penelitian ini diharapkan adalah sebagai berikut :

- a. Bagi penulis, Menambah pengetahuan peneliti terhadap masalah yang diteliti serta sebagai bahan bacaan atau *literatur* bagi yang tertarik di bidang yang sama.

2. Keuntungan Praktis

Adapun manfaat yang dapat diperoleh secara Praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi PT Agung mediantara

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat membantu PT. Agung mediantara menemukan kekurangan dalam hal strategi bisnis agar dapat mengembangkan perusahaan

- b. Bagi Universitas Fajar

Penelitian ini diharapkan mampu membantu dan memberikan informasi tentang analisis strategi bisnis pada perusahaan serta menjadi *referensi* dalam kajian mahasiswa Universitas Fajar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Break Event Point (BEP)*

Break Even Point merupakan suatu alat analisis yang biasanya di gunakan oleh perusahaan untuk melihat titik impas pada proses operasinya. Yang berarti proses operasi yang di lakukan oleh perusahaan tidak kurang atau tidak lebih dari biaya operasional yang di jalankan oleh perusahaan.

Analisis break even point dapat digunakan untuk menentukan titik dimana penjualan dapat menutup biaya-biaya yang dikeluarkan supaya perusahaan tidak menderita kerugian dan dasar pengambilan keputusan jumlah penjualan miimal yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian serta mengetahui efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

Tujuan analisis titik impas adalah untuk menentukan volume penjualan dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang ditargetkan atau laba sebesar nol. Titik impas (break even point), membuat manajer suatu perusahaan dapat mengindikasikan tingkat penjualan yang disyaratkan agar terhindar dari kerugian, dan diharapkan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk masa yang akan datang. Dengan mengetahui titik impas ini, manajer juga dapat mengetahui sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan yang dipimpinnya. (Ponomban, 2012)

Menurut Ari dan Darsono (2013), “Rumus penghitungan BEP (*break even point*).

a. Dalam Rupiah

$$BEP(Rp) = \frac{\text{Total biaya tetap}}{\frac{\text{Total biaya variabel}}{1 - \frac{\text{total harga jual}}{\text{total harga jual}}}}$$

b. Dalam Unit

$$BEP = TR - TC$$

Keterangan:

$$BEP (Q) = \frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Total biaya tetap} \div \text{"harga jual perunit} - \text{biaya variabel perunit}}$$

“BEP (Rp)” = “Jumlah produk yang diperoleh titik impas dalam rupiah

“BEP (Q)” = “Jumlah produk yang diperoleh titik impas dalam unit”

Menurut Kasmir (2011) manfaat penggunaan *break even point* adalah sebagai berikut:

1. Untuk membentuk varian produk
2. Menetapkan harga jual per unit
3. Mengetahui total penjualan minimal agar tidak menderita kerugian
4. Meningkatkan produksi
5. Menetapkan rencana untuk mencapai tujuan

2.2 Penjualan

Penjualan atau pemasaran adalah Suatu kegiatan atau aktivitas yang terencana, terpadu, dan menyeluruh yang dilakukan oleh organisasi atau institusi. Sehingga mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk

bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling tukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Definisi pemasaran identik dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial. Aspek-aspek pemasaran ini mencakup periklanan, public relation, promosi dan penjualan.

Dalam sebuah perusahaan, tujuan utama pemasaran adalah memaksimalkan keuntungan dengan cara membuat strategi penjualan. Di dalam perusahaan atau bisnis, marketing eksekutif harus mampu melihat banyak aspek dalam beriklan, termasuk juga memprediksi lifespan sebuah produk. Menurut William J. Stanton, definisi pemasaran adalah sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, mendistribusikannya, dan bisa memuaskan konsumen.

Esensi dari fungsi penjualan ini yakni mempertemukan penjual dan pembeli (permintaan dan penawaran) baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melalui perantara seperti para agen, sales, dll. Fungsi tambahan dalam esensi fungsi penjualan sebagai berikut:

- a. Perencanaan dan pengembangan produk
- b. Mencari kontak (membuat kontak dengan para pembeli)
- c. Menciptakan permintaan (Mendorong para pembeli untuk membeli produk)
- d. Negoisasi (Syarat maupun kondisi penjualan harus dirundingkan)
- e. Melakukan kontak (kesepakatan penjualan)

Kesuksesan dari sebuah bisnis yaitu dapat dilihat dari aspek penjualan yang memadai, oleh karena itu operasional penjualan sangat berpengaruh terhadap pendapatan yang ada pada perusahaan, jika penjualan meningkat seiring dengan

permintaan pasar secara otomatis tingkat pendapatan juga akan bertambah seiring berjalan nya operasional penjualan.(Zhafira, 2019)

2.3 Pendapatan

Secara umum pendapatan merupakan hasil yang kita peroleh dari kerja keras yang dapat berupa gaji, pesangon, laba, dan lain – lain. Jika bersangkutan dengan perusahaan pendapatan menjadi hal yang penting agar keberlangsungan perusahaan tetap berjalan sebagai mana mestinya, Reksoprayitno mendefinisikan: “Pendapatan (revenue) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan penerimaan lain dari luar aktifitas pokok atau pekerjaan pokok. Pendapatan sampingan yang diperoleh secara langsung dapat digunakan untuk menunjang atau menambah pendapatan pokok.

Sementara itu, pengalaman berusaha juga mempengaruhi pendapatan, semakin baiknya pengalaman berusaha seseorang maka semakin berpeluang dalam meningkatkan pendapatan. Karena seseorang atau kelompok memiliki kelebihan keterampilan dalam meningkatkan aktifitas sehingga pendapatan turut meningkat. pengalaman berusaha juga mempengaruhi pendapatan. Semakin baiknya pengalaman berusaha seseorang maka semakin berpeluang dalam meningkatkan

pendapatan. Karena seseorang atau kelompok memiliki kelebihan keterampilan dalam meningkatkan aktifitas sehingga pendapatan turut meningkat (Nurnasihin, 2019)

2.4 Perilaku Biaya

Menurut Hansen (2014), perilaku biaya merupakan istilah dalam arti luas yang mengacu bahwa apakah suatu biaya berubah seiring dengan tingkat pengeluaran biaya. Biaya yang tidak berubah secara menyeluruh ketika output berubah disebut biaya tetap. Di sisi lain, biaya variabel merupakan biaya yang nilai totalnya akan naik bersamaan dengan peningkatan output, dan nilai total akan menurun seiring dengan penurunan output.

Perilaku biaya juga merupakan cara biaya untuk bertindak atau berganti karena adanya tingkat aktivitas bisnis. Memahami tanggapan biaya merupakan kunci untuk ketetapan organisasi tertentu (tergolong proses laba). Seorang pemimpin yang ingin mengetahui keuntungan masa depan perlu mencari total pendapatan dengan biaya yang akan dialami dalam kurun waktu yang sama. Ia juga dapat mempelajari bagaimana perubahan pendapatan dan biaya pada besarnya keuntungan yang akan diperoleh.

Oleh karena itu, seorang manajer atau pemimpin harus memiliki pemahaman menyeluruh tentang bagaimana pengeluaran berperilaku untuk mengkomunikasikan informasi tentang hubungan antara pendapatan, biaya, volume, dan laba. Perilaku biaya pada dasarnya terdiri dari biaya variabel (*variable cost*), biaya konstan (*fixed cost*), dan biaya semi variabel (*semi-variable cost*)/biaya campuran.

Untuk mengerti ketiga jenis biaya tersebut secara mendalam, dengan ini akan diterangkan.

1. Biaya variabel (*variable cost*)

Garrison (2015), biaya variabel ialah biaya yang jumlah totalnya bervariasi sesuai dengan tingkat aktivitasnya. Apabila proses kegiatan berlipat ganda, maka jumlah biaya variabel juga akan berlipat ganda. Jika kegiatan meningkat 10%, maka jumlah biaya variabel akan meningkat 10%. Oleh karena itu, biaya variabel per unit tidak akan pernah berubah (tetap), dan perubahannya ditentukan oleh perubahan tingkat kegiatan.

Beberapa biaya variabel yang akan berubah secara bertahap. Untuk mengerti kedua jenis biaya variabel tersebut, berikut dua jenis biaya variabel yaitu: biaya variabel sejati dan biaya variabel bertahap (Garrison, 2015):

a. Biaya variabel sejati (*true variable cost* atau *proportionately variable cost*)

Karena seluruh jumlah yang dikonsumsi selama suatu periode berbanding lurus dengan intensitas aktivitas langsung, bahan langsung dapat digunakan untuk biaya variabel. Bahan langsung yang telah dibeli tetapi tidak dimanfaatkan juga dapat disimpan di gudang dan digunakan kembali nanti.

b. Biaya variabel bertahap (*step variable cost*)

Biaya dikeluarkan sebagai akibat dari pekerjaan sepotong-sepotong dan turunannya atau hanya naik sebagai akibat dari pergeseran yang signifikan dalam tingkat aktivitas biaya variabel langkah demi langkah. Gaji untuk pekerja pemeliharaan biasanya didasarkan pada variabel, dan biaya tenaga kerja berbeda dari biaya bahan langsung. Berlawanan dengan biaya bahan langsung, jam kerja pemeliharaan seringkali dibayar berdasarkan tarif per satuan. Variasi kecil dalam produktivitas karena itu tidak akan berdampak pada jumlah pekerja pemeliharaan yang dibutuhkan untuk melakukan pemeliharaan peralatan.

2. Biaya Tetap (*fixed cost*)

Garrison (2015), biaya tetap ialah biaya yang selalu tetap secara menyeluruh dan tidak dipengaruhi oleh banyaknya kegiatan. Karena biaya total konstan, penurunan biaya tetap total per unit harus terjadi ketika tingkat aktivitas naik. Karena biaya tersebut timbul sebagai akibat dari adanya struktur, mesin, pekerja terampil, dan kebutuhan lain untuk menyediakan organisasi dengan kapasitas dasar untuk mempertahankan operasi mereka, biaya tetap juga dikenal sebagai biaya kapasitas. Menurut Garrison (2015).

Ada dua jenis biaya tetap dalam praktiknya yakni:

a. Biaya tetap yang telah ditentukan (*Committed Fixed Cost*)

Biaya tetap yang telah ditetapkan terkait dengan investasi perusahaan dalam sarana, peralatan, dan struktur organisasi pokok dalam perusahaan. Contoh biaya ini meliputi depresiasi gedung dan peralatan, pajak, bangunan, asuransi, dan upah manajemen puncak dan karyawan operasional. Dua faktor ini telah ditentukan terkait pada biaya tetap adalah

- 1) Biaya ini tergolong jangka Panjang
- 2) Tidak dapat dikurangi menjadi nol walaupun dalam jangka pendek tanpa mengganggu tingkat keuntungan atau tujuan jangka panjang organisasi.

b. Biaya tetap kebijakan (*Discretionary Fixed Cost*)

Beban ini dihasilkan dari pilihan tahunan manajemen untuk mengeluarkan biaya tetap tertentu. Periklanan, penelitian, keterlibatan masyarakat, program pengembangan manajemen, dan magang mahasiswa adalah beberapa contoh biaya tetap. Fakta bahwa manajemen tidak sepenuhnya bergantung pada keputusan tentang biaya ini adalah aspek yang paling penting dari kebijakan biaya tetap. Karena keadaan memang membutuhkan perubahan keputusan manajemen, mereka tetap membutuhkan penyesuaian satu tahun atau kurang.

Terdapat 2 perbedaan utama pada biaya tetap yang sudah ditetapkan dan biaya tetap kebijakan, yaitu:

- a) Biasanya dibutuhkan waktu yang lebih pendek untuk merencanakan biaya tetap kebijakan. Biaya tetap yang telah ditentukan sebelumnya, di sisi lain, terhubung dengan strategi jangka panjang.
- b) Dengan sedikit kerugian pada tujuan jangka panjang perusahaan, biaya tetap dapat berkembang dengan cepat. Tergantung pada rencana pengelolaan, biaya akan diklasifikasikan sebagai biaya tetap yang telah ditentukan atau biaya kebijakan.

3. Biaya campuran (*mixed cost*)

Hansen (2014), biaya campuran ialah biaya yang memiliki komponen biaya tetap dan biaya variabel. Biaya campuran Juga disebut sebagai biaya semivariabel. Biaya terendah yang harus dimiliki agar jasa dapat ditawarkan dan tersedia untuk digunakan adalah proporsi biaya tetap dalam biaya semivariabel. Biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan sebenarnya dari layanan perusahaan ditampilkan di bagian biaya variabel. Kuantitas layanan yang digunakan organisasi akan menentukan elemen variabel.

2.5 Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan untuk penelitian ini agar dapat membantu memperkuat hubungan antara variabel.

Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Ponomban, 2012)	Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba	kualitatif	Hasil penelitian dan analisis pada PT. Tropica Cocoprima dapat diambil kesimpulan: 1. Selama

		Pada PT. Tropica Cocoprima		tahun 2010,2011,2012 dapat dilihat pencapaian titik impas yang terbesar ada pada tahun 2011 sedangkan pencapaian titik impas yang terendah ada pada tahun 2012. Dan dalam pencapaian kuantitas yang terbesar ada pada tahun 2011 dan pencapaian kuantitas yang terendah ada pada tahun 2012. Di setiap tahunnya, penjualan yang dilakukan perusahaan sudah baik dan selalu berada di atas statistik impas dengan kata lain perusahaan sudah mampu mencapai keuntungan di setiap tahunnya. 2. Margin of Safety menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada break even. Dengan demikian margin of safety juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut perusahaan akan menderita kerugian. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, pada tahun 2011 margin of safety yang dicapai PT. Tropica Cocoprima hanya sebesar 14,5 %
2	(Choiriyah et al., 2016)	Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi Kasus pada Perhutani Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014)	Kualitatif	1. Hasil analisis menunjukkan bahwa rencana penjualan pada tingkat laba yang diharapkan terbukti menghasilkan laba sesuai dengan yang diharapkan. 2. Penggunaan metode break even point (bep) mix dapat menjelaskan

				komposisi produk maupun sebaran penjualan dalam satuan moneter.
3	(Ariyanti et al., 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)	Kualitatif	Kesimpulan terkait hasil penelitian tentang analisis Break Even Point sebagai dasar pengambilan keputusan manajemen terhadap perencanaan volume penjualan dan laba pada PT. Cakra Guna Cipta Malang untuk tahun perencanaan 2014 adalah: 1) Break Even Point (BEP) merupakan suatu keadaan pada saat perusahaan tidak mengalami laba dan tidak mengalami kerugian atau impas. Break Even Point yang diperoleh PT Cakra Guna Cipta Malang pada tahun 2011 adalah Rp 3.924.783.972,52. Tahun 2012 BEP total yang didapatkan sebesar Rp 5.309.131.772,23. Tahun 2013 perusahaan memperoleh nilai Break Even Point sebesar Rp 4.067.022.479,13. 2) volume penjualan.
4	(Pangemanan, 2016)	Analisis Perencanaan Laba Perusahaan Dengan Penerapan Break Even Point Pada Pt. Kharisma Sentosa Manado	Kualitatif	Secara umum kinerja penjualan dan pengelolaan biaya-biaya yang dilakukan oleh PT. Kharisma Sentosa Manado sudah efisien. 2. Selama tahun 2013-2015 PT. Kharisma Sentosa Manado mampu menjual mobil Xenia Sporty 1.3 (MT) di atas titik impas dengan kata lain PT. Kharisma Sentosa Manado mampu memperoleh keuntungan, dan keuntungan ini bergerak cukup signifikan dari hasil penjualan dan hal tersebut berarti PT Kharisma Sentosa

				Manado telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.
5	(Malombeke et al., n.d.)	Analisa Break-Even-Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado	kuantitatif	Secara umum kinerja penjualan dan pengelolaan biaya-biaya yang dilakukan oleh Holland Bakery sudah cukup efisien 2. Selama tahun 2011 tahun yang diambil sampel untuk penelitian Holland Bakery memproduksi produk taaries, bread, dan pastry di atas titik impas dengan kata lain Holland Bakery mampu memperoleh keuntungan, dan keuntungan ini bergerak cukup signifikan dari hasil penjualan dan hal tersebut berarti Holland Bakery telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.

Sumber: data diolah(2022)

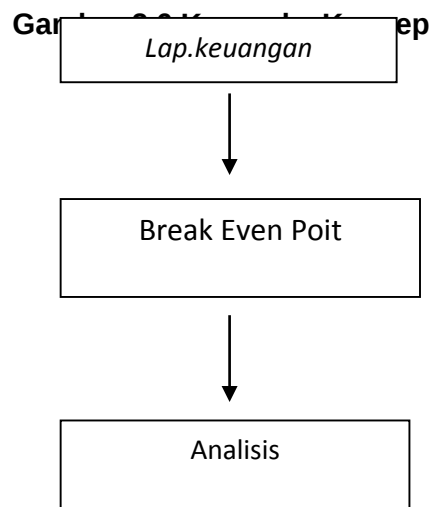
2.6 Kerangka Konsep

Untuk meningkatkan pendapatan perusahaan perusahaan, dibutuhkan sumber daya yang dapat mewujudkan hal tersebut. Sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam perusahaan, karena sumber daya manusia yang mengatur segala hal dalam menjalankan perusahaan, mulai dari strategi yang terus diperbaharui serta tata cara pengendalian yang ada dalam perusahaan.

Strategi yang mumpuni untuk perusahaan dapat membantu perusahaan dalam menggapai cita – cita dan tentunya dapat meningkatkan perolehan omset dan juga volume penjualan. Adanya strategi yang memadai membuat perusahaan dapat bertahan dalam kondisi yang terbilang cukup sulit, dalam faktor ini proses

pengendalian yang dilakukan oleh seorang manajer berperan penting untuk mempertahankan kondisi perusahaan.

Pengendalian yang ada dalam perusahaan harus dilaksanakan dengan baik, agar tingkat kecurangan dan kelemahan dalam perusahaan dapat diatasi secepat mungkin, tidak menutup kemungkinan perusahaan besar juga mempunyai kelemahan namun perusahaan besar biasanya memiliki strategi sendiri untuk mengendalikan perusahaan nya. Dalam hal ini sumber daya manusia, strategi, dan pengendalian menjadi faktor utama dalam perusahaan untuk memperoleh omset setinggi mungkin dan juga dapat meningkatkan volume penjualan dalam perusahaan.



Sumber: data diolah (2022)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini di gunakan metode kuantitatif deskriptif yang berfokus pada perbandingan dan pendeskripsian suatu materi. penelitian deskriptif juga merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Penelitian ini berpusat pada peristiwa dan kejadian yang ada, kemudian menggambarkan kondisi tersebut sesuai dengan keadaan. Tidak menuntut adanya perlakuan atau manipulasi variable karena gejala dan peristiwa yang telah terjadi dapat di konfirmasi kebenarannya dan peneliti tinggal mendeskripsikan peristiwa yang ada oleh karena itu jenis penelitian ini tidak menuntut adanya hipotesis.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar tepatnya pada perusahaan PT Agung Mediantara, waktu penelitian ini dimulai pada bulan Juli sampai Agustus 2022.

3.3 Sumber Data

Sugiono (2017) menyatakan bahwa pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan skunder yaitu :

1. Sumber data primer merupakan sumber data yang menggunakan teknologi wawancara mendalam dan intensif untuk memberikan data secara langsung kepada pengumpul data.

2. Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung menyediakan data untuk pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.

3.4 Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber dan dengan berbagai cara. Jika dilihat dari segi metode atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara antara lain sebagai berikut:

1. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan untuk mendapatkan data-data untuk melaksanakan sebuah penelitian. Observasi ini dilakukan dengan cara datang ke tempat penelitian kemudiann melakukan pengamatan terhadap kondisi tempat penelitian.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti berupa Tanya jawab kepada pemimpin perusahaan dan staf yang bertanggung jawab atas perusahaan tersebut. Kemudian peneliti menyimpulkan dalam bentuk deskriptif sebagai data penelitian.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi diperoleh dari dokumen dokumen saat peneliti melakukan wawancara kepada pemimpin perusahaan dan anggota yang bertanggung jawab

4. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah pengumpulan data dengan mencari data dan informasi berdasarkan tinjauan pustaka atau referensi (termasuk buku dan

dokumen dalam seminar, laporan dan jurnal). Artikel di beberapa sumber salah satunya internet dan catatan penting terkait penelitian ini. Melakukan penelitian kepustakaan sebagai acuan pengumpulan data sekunder.

3.5 Teknik analisis data

Teknik analisis data yang di gunakan adalah metode kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan system perbandingan dengan perhitungan Break Even Point (BEP) yang menghitung harga pokok dan jumlah unit satuan lalu menghitung jumlah keseluruhan untuk dapat menghasilkan pembiayaan yang efisien dan dapat memperoleh profit yang maksimal, adapun contoh dari perhitungan BEP yaitu :

- a. Break even poin dalam Unit

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga/unit} - \text{Biaya Variabel}}$$

- b. Break Even poin Dalam Rupiah

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga Jual per satuan}}} \\ \text{Atau} \\ \text{BEP} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin kontribusi}} \end{aligned}$$

3.6 Tahap-tahap penelitian

Menurut sugiono (2017) ada beberapa tahap yang dilakukan dalam suatu penelitian, penelitian menggunakan tiga tahapan yaitu:

1. Tahap pra lapangan

Tahap ini sebagai tahapan awal sebelum peneliti pergi langsung ke lapangan (persiapan) ini dilaksanakan peneliti untuk menambah pengetahuan dan melakukan persiapan yang optimal terhadap penelitian yang akan dilakukan yaitu memilih lapangan peneliti, menyusun rancangan penelitian, memilih informan, menyiapkan kelengkapan penelitian.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah melakukan beberapa persiapan peneliti melanjutkan ke tahap kerja lapangan, pada tahap ini peneliti memfokuskan untuk mengumpulkan data dengan memakai metode wawancara.

3. Tahap analisis data

Setelah penelitian selesai, peneliti memulai menganalisis data-data yang didapatkan dari hasil wawancara, kemudiann dilanjutkan ke tahap pendeskripsian untuk menggambarkan atau menuliskan data-data penelitian kedalam laporan hasil penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

PT AGUNG MEDIANTARA ABADI merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang perdagangan. Perusahaan ini tidak melakukan proses produksi, melainkan sebagai pihak ke tiga yang memasok dan menjual kembali unit jualnya, PT AGUNG MEDIANTARA ABADI menjadi perusahaan dagang dalam bidang alat kesehatan berupa alat yang di gunakan oleh pihak rumah sakit maupun apotik , juga menyediakan barang dagang untuk umum ataupun dijual kepada masyarakat yang berkepentingan.

4.1.1 SEJARAH SINGKAT

PT AGUNG MEDIANTARA ABADI di dirikan pada tahun 2003 yang berlokasi di Indonesia, Sulawesi selatan, Makassar oleh tiga orang direktur utama yaitu bapak Mulyono, ibu Nani, dan bapak Jangga dengan nama pertama yaitu PT AGUNG MEDIKA. Perusahaan ini kemudian di kelola oleh pak Mul dan ibu Nani beserta pak Jangga sebai pemasok modal pada perusahaan. Setelah persetujuan dan pengesahan dari pihak pemerintah, kemudian perusahaan merekrut anggota untuk menjalankan perusahaan tersebut. Setelah itu perusahaan menjalankan usahanya dan bersaing dengan perusahaan lain dan terbilang tidak cukup lancer. Setelah beberapa tahun menjalankan usaha perusahaan ini mulai di kenal di bidan kesehatan seperti rumah sakit dan apotik. Tidak lama setelah nama perusahaan mulai di kenal oleh banyak perusahaan lain, perushaan ini memutuskan untuk berganti nama menjadi PT AGUNG MEDIANTARA ABADI dan digunakan sampai saat ini.

4.1.2 VISI DAN MISI PERUSAHAAN

1. VISI

PT AGUNG MEDIANTARA ABADI memiliki visi untuk “meningkatkan nilai ekonomi daerah khususnya Makassar dan membuka lapangan kerja baru untuk masyarakat local”

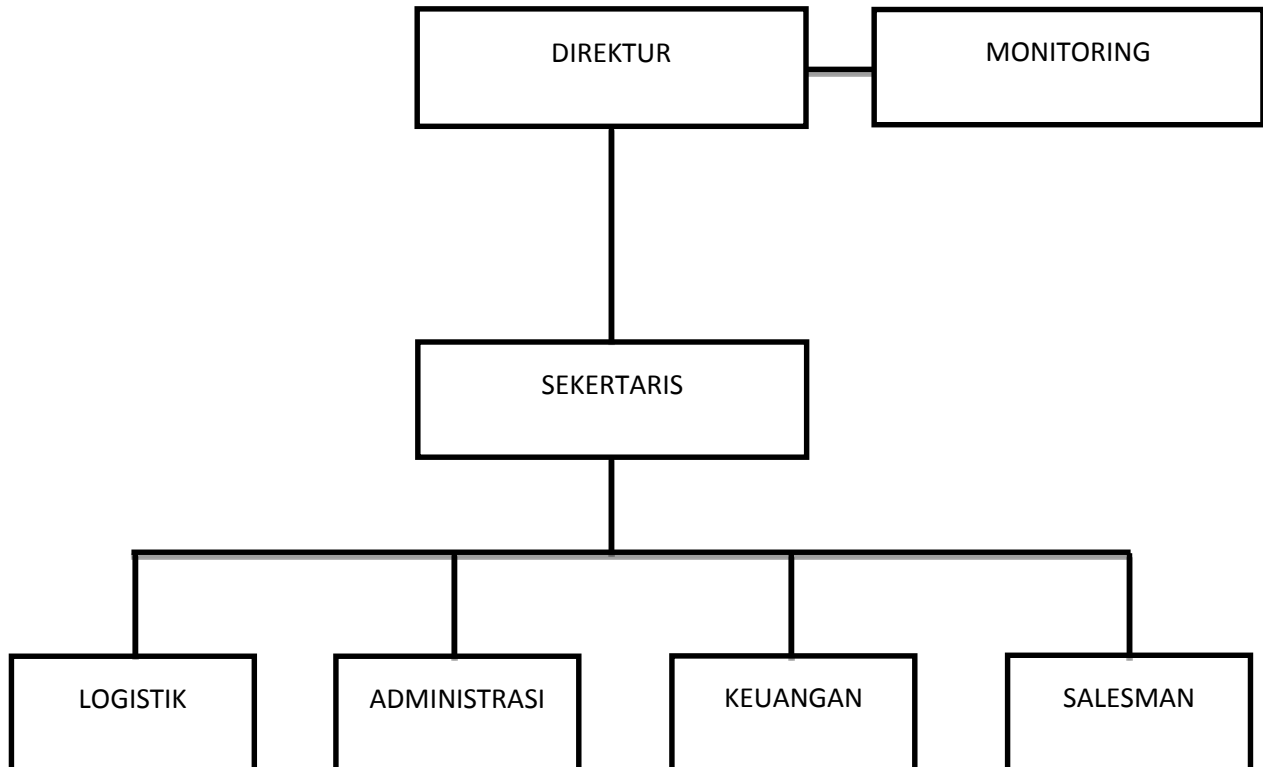
2. MISI

Misi utama dari PT AGUNG MEDIANTARA ialah “meningkatkan kesejahteraan anggota dan meraih keuntungan untuk perusahaan”

4.1.3 STRUKTUR ORGANISASI

PT AGUNG MEDIANTARA ABADI memiliki struktur organisasi sebagai berikut :

Gambar 4.1.3 Struktur organisasi



Sumber : PT Agung Mediantara (2022)

4.1.4 TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB

1. DIREKTUR

Direktur pada perusahaan memiliki tugas dan tanggung jawab yaitu menjalankan perusahaan dan mengontrol segala proses perdagangan yang terjadi pada perusahaan. Direktur sekaligus sebagai pemimpin pada perusahaan ini juga bertanggung jawab atas segala urusan yang terjadi pada anggota dan perusahaan,

direktur juga dapat turun tangan langsung agar pengendalian pada perusahaan tetap berjalan dengan baik.

2. MONITORING

Monitoring bertugas sebagai pengawas dan pemasok dana pada perusahaan, seorang monitoring tidak turun langsung pada pengendalian perusahaan ini, namun sebagai seorang pengawas, tugas dari monitoring ini juga sebagai pemasok dana untuk modal yang membantu perusahaan untuk menjalankan aktifitas bisnis.

3. SEKERTARIS

Sekretaris bertanggung jawab sebagai pembantu dari direktur untuk mengolah perusahaan, sekretaris juga sebagai wakil dari direktur serta menyiapkan arsip – arsip penting perusahaan untuk di olah di kemudian hari.

4. LOGISTIK

Logistic menjadi bagian penting pada perusahaan, karena bagian logistic ini menyipkan dan mengatur barang dagang yang masuk pada perusahaan, logistic juga dapat di artikan sebagai bagian pergudangan yang mengolah barang masuk maupun baran yang di keluarkan untuk di dagangkan.

5. ADMINISTRASI

Bagian administrasi bertanggung jawab untuk menyiapkan nota dan tanda terima apabila ada barang yang masuk dan barang yang akan di antarkan ke konsumen, bagian administrasi juga berfungsi untuk menyimpan arsip tanda terima dan nota perdagangan, sebagai bukti dari perdagangan perusahaan.

6. KEUANGAN

Bagian keuangan tentunya yang mengolah seluruh aktifitas keuangan perusahaan, juga bertindak sebagai penentu harga barang, dan mengatur pemasukan dan pengeluaran kas pada perusahaan.

7. SALESMAN

Seles merupakan bagian pemasaran dari perusahaan, yang bertugas mengantar dan menerima pesanan dari konsumen, seles juga berperan sebagai penagih utang kepada konsumen perusahaan.

4.1.5 PROSEDUR PEMESANAN BARANG

Prosedur pemesanan barang pada PT AGUNG MEDIATRA ABADI adalah sebagai berikut :

1. Pengadaan atau pemesanan barang di lakukan oleh bagian administrasi yang diketahui oleh PT dan mendapatkan persetujuan direktur.
2. Pengadaan atau pemesanan dilakukan sesuai dengan permintaan dari marketing dan atau sesuai dengan kesepakatan perjanjian dengan pihak supplier yang dibuktikan dengan adanya MoU.
3. PJT menerbitkan surat pesanan ke pihak supplier yang telah di ketahui dan di setuju oleh direktur.
4. Membuat dokumen pengadaan atau pemesanan barang yang nantinya akan di gunakan sebagai pencocokan atau verifikasi pada saat penerimaan barang.

4.2 Hasil Dan Pembahasan

Hasil dan temuan yang di temukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Berikut ini hasil dan pembahasan perhitungan Break even poin untuk produk Strip gula pada PT agung Mediantara.

- a. Perhitungan laporan pada tahun 2020 menggunakan perhitungan BEP

Biaya Tetap (bangunan, inventaris, dan pemeliharaan) = 32.000.000

Harga perunit strip = 110.000

Biaya Variabel (total gaji : 12 : jumlah barang dagang) = 22.727

1. BEP Unit

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga/unit} - \text{Biaya Variabel}}$$

$$\text{BEP unit} = \frac{\text{Rp. 32.000.000}}{(\text{Rp. 110.000} - \text{Rp. 22.727})}$$

$$\text{BEP unit} = 3.868$$

Jadi dengan rumus ini, nilai titik impas adalah 3.868 unit

2. BEP Rupiah

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga Jual per satuan}}}$$

Atau

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin kontribusi}}$$

BEP dalam Rupiah :

$$\text{BEP rupiah} = \frac{\text{Rp 32.000.000}}{1 - \frac{22.727}{\text{Rp.110.000}}}$$

$$\text{BEP} = \text{Rp. 32.000.000} : 0,8$$

$$= \text{Rp. } 40.000.000$$

Jadi dengan rumus perhitungan di atas, nilai rupiah yang di hasilkan adalah Rp. 40.000.000

Di sini dapat kita lihat bahwa jika perusahaan ingin mencapai atau mempertahankan keuntungan sebesar Rp, 40.000.000 dengan biaya tetap senilai Rp. 32.000.000 jumlah unit dari barang dagangan yang harus di jual adalah sebanyak 3.868 unit. Jika kurang dari jumlah tersebut maka pendapatan perusahaan akan kurang dari pendapatan tahun sebelumnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Mowen dan hansen yang menyatakan bahwa BEP point itu adalah merupakan nilai yang sama dengan keuntungan yang sama, yang berarti titik impas sama dengan nol

Dan penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chohiryah selaku peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa rencana penjualan pada tingkat laba yang diharapkan terbukti menghasilkan laba sesuai dengan yang diharapkan.
2. Penggunaan metode break even point (bep) mix dapat menjelaskan komposisi produk maupun sebaran penjualan dalam satuan moneter.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari penelitian ini adalah perusahaan yang bernama PT AGUNG MEDIANARA ABADI mendapatkan nilai BEP sejumlah 3.868 dan nilai rupiah sebesar Rp.40.000.000 sesuai dengan rumus dan klasifikasi biaya yang ada pada perusahaan.

5.2 SARAN

Saran dari peneliti untuk perusahaan ini adalah, sebaiknya pencatatan laporan keuangan pada perusahaan agar lebih di perhatikan untuk mempermudah pengklasifikasian pembiayaan yang ada pada perusahaan, seperti biaya tetap, variable, dan klasifikasi biaya lain nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. C. ;, & Utami, M. C. (2012). Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar (Studi Kasus: Toko Pojok Madura). *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 1–9.
- Ariyanti, R., Rahayu, sri mangesti, & Husaini, A. (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*, 11(1), 1–10.
- Choiriyah, V. U., AR., M. D., & Hidayat, R. R. (2016). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi Kasus pada Perhutani Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(1), 196–206.
- Deni, A., Riswanto, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Sukabumi, P. (2019). *Pemberdayaan Karyawan (Employee Empowerment) dalam Pespektif Kajian Jurnal Manajemen Sumberdaya Manusia*. V(2), 36–50.
- Fadilah Nur Azizah¹, Igo Fadilah Ilham², Liza Putri Aqidah³, Safira Aliyani Firdaus⁴, Setyani Agung Dwi Astuti⁵, I. B. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1).
- Faruq, U. Al, & Mulyanto, E. (2017). *Sejarah Teori-Teori Ekonomi* (Issue 1).
- Fitralisma, G., & Mandasari, M. (2021). Analisis Strategi Segmentasi Pasar Guna Menghadapi Pesaing Dan Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 287–293.
<https://doi.org/10.32534/jv.v16i1.1886>
- Fitri Prasetyorini, B. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Imu Manajemen*, 1(1), 183–196.
- Herfita, D., Widyastuti, T., Gustari, I., & Pancasila Emai, U. (2017). Analisis Strategi Bisnis Pada Pt Gancia Citra Rasa. *Jurnal EKSEKUTIF*, 14(2), 369–383.
http://www.bps.go.id/brs_file/inflasi_02jan13.pdf,
- Junaidi, J. (Universitas J., & Zulgani, Z. (Universitas J. (2011). Peranan sumberdaya ekonomi dalam pembangunan ekonomi daerah. *Peranan Sumberdaya Ekonomi Dalam Pembangunan Ekonomi Daerah*, 0(0), 27–33.
<http://repository.unja.ac.id/id/eprint/239>
- Kristanto, T. (2017). *Pendekatan Analisis Swot*.

- Malombeke, M. B., Sebagai, A. B., Perencanaan, D., & Malombeke, M. B. (n.d.). *ANALISA BREAK-EVEN-POINT SEBAGAI DASAR PERENCANAAN LABA HOLLAND BAKERY MANADO*. 1(3), 806–817.
- Nurabdi, M. (n.d.). *ANCAMAN KRISIS EKONOMI GLOBAL DARI DAMPAK PENYEBARAN VIRUS CORONA (COVID-19)*.
- Nurnasih, J. (2019). *ALOKASI PENDAPATAN DALAM PERSPEKTIF AHLI EKONOMI ISLAM SKRIPSI*: 2, 89.
- Pangemanan, J. T. (2016). Analisis Perencanaan Laba Perusahaan Dengan Penerapan Break Even Point Pada Pt. Kharisma Sentosa Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 376–385.
- Ponomban, C. P. (2012). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Tropica Cocoprima. *Emba*, 1(4), 1250–1261.
- Prastiwi, Q. (2019). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada umkm pabrik roti alfaris bakery medan skripsi. *STIE Dharma Putra*, 1(Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM), 345.
- Sigilipu, S. (2013). ISSN 2303-1174 Steffi Sigilipu, Penerapan Informasi Akuntansi *Emba*, 1(3), 239–247.
- Sitepu, B. P. (2010). Penerbitan Jurnal Ilmiah Untuk Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia. *Jiv*, 5(2), 216–220. <https://doi.org/10.21009/jiv.0502.10>
- Subowo G. (2015). STRATEGI EFISIENSI PENGGUNAAN BAHAN ORGANIK UNTUK KESUBURAN DAN PRODUKTIVITAS TANAH MELALUI PEMBERDAYAAN SUMBERDAYA HAYATI TANAH. *Biota*, 8(2), 117–128. <https://doi.org/10.20414/jb.v8i2.64>
- Zhafira, D. (2019). Pengertian Pemasaran - Konsep, Fungsi, Tugas, dan Jenis-Jenisnya. *Academia*, 6(3), 11. file:///C:/Users/User/Downloads/jurnal2/Basu dan Hani (2004).pdf

Lampiran

Transkrip wawancara dan laporan keuangan PT AGUNG MEDIANTARA ABADI

Narasumber : Pak Mulyono, SE

Lokasi : Jl. Toddopuli X baru LRG. AI – ikhlas no.2

Waktu : sabtu, 19 Agustus 2022

1. Mulai kapan atau pada tahun berapa perusahaan ini mengalami penurunan pendaptan?

Jawaban : sejak tahun 2019, yaitu sejak mulai masuknya pandemi perusahaan mulai mengalami penurunan pesanan karena terbatasnya pergerakan distributor akibat *lock-down* dan *social distancing*.

2. Selain dari pandemi adakah faktor lain yang menyebabkan penurunan volume penjualan pada perusahaan?

Jawaban : selain dari pandemi jumlah piutang pada perusahaan juga melebihi dari jumlah kas yang ada, mengakibatkan terlambatnya pemasukan barang yang harusnya dapat di perdagangkan secara normal.

3. Apa upaya bapak untuk menanggulangi dampak tersebut?

Jawaban : pada masa awal pandemi jelass situasi sangat genting dam membuat kepala harus terputar untuk menyusun rencana agar dapat melewati situasi tersebut, salah satu cara yang di lakukan oleh perusahaan adalah, membatasi jumlah penjualan kepada konsumen yang terbilang lambat untuk membayar hutang jatuh tempo, yang akhirnya barang dagang hanya di salurkan kepada konsumen yang dapat membayar tagihan tepat waktu.

4. Apakah dengan cara tersebut, keuangan perusahaan berangsur membaik atau malah tambah susah untuk mendapatkan pemasukan?

Jawaban : dengan cara seperti itu, keuangan pada perusahaan berangsur dapat

membaik, namun membutuhkan waktu yang cukup lama.

5. Jadi dalam kurun waktu yang lama tersebut, apa yang membuat perusahaan ini dapat kembali normal?

Jawaban : setelah pengumuman pemerintah atas berlakunya *new normal* perusahaan kembali melakukan kegiatan penjualan lintas daerah, karena penjualan daerah menjadi aspek yang sangat penting bagi pemasukan perusahaan, dan dari modal daerah tersebut lalu di pecah ke berbagai pembiayaan termasuk penggajian pada karyawan.

6. Jadi pada era *new normal* ini perusahaan berfokus kepada penjualan luar daerah daripada di perkotaan?

Jawaban : tidak seperti itu, penjualan dalam perkotaan tetap berjalan, namun di sesuaikan dengan pesanan konsumen yang dapat membayar tagihan tepat waktu, sedangkan lintas daerah bisa di katakan cara tercepat untuk mengembalikan kondisi perusahaan agar lebih baik lagi

7. Baik pak kalau begitu bagaimana dengan hutang dagang ataupun hutang perusahaan lain nya?

Jawaban : untuk masalah hutang perusahaan tidak ingin mengambil pusing dengan berhutang dalam jangka waktu yang lama, karena hutang dapat menghambat pembiayaan pada perusahaan.

8. Kalau begitu dengan strategi seperti ini apakah bapak yakin akan mengembalikan kondisi prima dari perusahaan?

Jawaban : saya cukup yakin, karena seluruh karyawan bekerja dengan baik dan penuh dengan tanggung jawab serta melaksanakan tugas dengan efisien.



PT. AGUNG MEDIANTARA ABADI

Jl. Toddopuli X Baru Lorong Al Ikhlas Makassar

Email : pt.agungmediantara@gmail.com

Tlp : 0411-4663692

NERACA PER 31 DESEMBER 2020

AKTIVA		
Aktiva Lancar		
* Kas , Bank	38.530.912	
* Piutang	-	
* Persediaan	197.500.500	
* Perlengkapan	654.300	
Jumlah Aktiva Lancar		236.685.712
Aktiva Tetap		
* Bangunan	-	
* Inventaris	-	
* Akumulasi Penyusutan (-)	-	
Jumlah Aktiva Tetap		-
JUMLAH AKTIVA		236.685.712
KEWAJIBAN DAN MODAL		
* Hutang Dagang	85.000.000	
* Hutang Bank	-	
* Hutang Pajak	-	
Jumlah Kewajiban		85.000.000
Modal		
* Saham	100.000.000	
* Laba ditahan tahun sebelumnya	21.645.900	
* Laba ditahan tahun ini	30.039.812	
Jumlah Modal		151.685.712
JUMLAH PASSIVA		151.685.712

Makassar, 11 April 2021

MULYONO, SE
Direktur



PT. AGUNG MEDiantara ABADI

Jl. Toddopuli X Baru Lorong Al Ikhlas Makassar

Email : pt.agungmediantara@gmail.com

Tlp : 0411-4663692

LAPORAN LABA RUGI TAHUN 2020

PENJUALAN		352.642.029
HARGA POKOK PENJUALAN		
* Persediaan Awal	22.750.500	
* Pembelian	444.884.768	
* Persediaan Akhir	197.500.500	
JUMLAH HARGA POKOK PENJUALAN		<u>270.134.768</u>
LABA BROTO		82.507.261
BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI		
* Biaya Gaji	36.000.000	
* Biaya Administrasi	572.350	
* Biaya Telepon	896.543	
* Biaya Listrik	4.126.700	
* Biaya air	886.456	
* Biaya BBM dan Pemeliharaan	4.985.400	
* Biaya Lain-Lain	5.000.000	
JUMLAH BEBAN UMUM DAN ADMINSTRASI		<u>52.467.449</u>
LABA NETTO USAHA		30.039.812

Makassar, 11 April 2021


MULYONO, SE
Direktur



PT. AGUNG MEDIANTARA ABADI

Jl. Toddopuli X Baru Lorong Al Ikhlas Makassar

Email : pt.agungmediantara@gmail.com

Tlp : 0411-4663692

NERACA PER 31 DESEMBER 2021

AKTIVA		
Aktiva Lancar		
* Kas , Bank	27.189.432	
* Piutang	-	
* Persediaan	429.543.200	
* Perlengkapan	275.400	
Jumlah Aktiva Lancar		457.008.032
Aktiva Tetap		
* Bangunan	-	
* Inventaris	-	
* Akumulasi Penyusutan (-)	-	
Jumlah Aktiva Tetap		
JUMLAH AKTIVA		457.008.032
KEWAJIBAN DAN MODAL		
* Hutang Dagang	85.000.000	
* Hutang Bank	228.021.988	
* Hutang Pajak	-	
Jumlah Kewajiban		313.021.988
Modal		
* Saham	100.000.000	
* Laba ditahan tahun sebelumnya	30.039.812	
* Laba ditahan tahun ini	13.946.232	
Jumlah Modal		143.986.044
JUMLAH PASSIVA		457.008.032

Makassar, 21 Januari 2022



Direktur



PT. AGUNG MEDIANTARA ABADI

Jl. Toddopuli X Baru Lorong Al Ikhlas Makassar

Email : pt.agungmediantara@gmail.com

Tlp : 0411-4663692

LAPORAN LABA RUGI TAHUN 2021

PENJUALAN		150.530.775
HARGA POKOK PENJUALAN		
* Persediaan Awal	197.500.500	
* Pembelian	316.164.343	
* Persediaan Akhir	429.543.200	
JUMLAH HARGA POKOK PENJUALAN		84.121.643
LABA BROTO		66.409.132
BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI		
* Biaya Gaji	36.000.000	
* Biaya Administrasi	2.765.400	
* Biaya Telepon	765.300	
* Biaya Listrik	3.576.300	
* Biaya air	728.400	
* Biaya BBM dan Pemeliharaan	3.627.500	
* Biaya Lain-Lain	5.000.000	
JUMLAH BEBAN UMUM DAN ADMINSTRASI		52.462.900
LABA NETTO USAHA		13.946.232

Makassar, 21 Januari 2022


MULYONO, SE
Direktur