

**PERENCANAAN PROFIT PADA PENJUALAN TIKET UMROH DI PT.XYZ DENGAN
PENDEKATAN BREAK EVEN POINT**

Lenny Herawati¹, Priska Wulan Ndari², Ririn Ningkeula³

Institut Teknologi Mojosari Nganjuk¹, Sekolah Tinggi Teknik Malang², Universitas Insan Budi Utomo Malang³

Korespondensi Author: lennyherawati76@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan metode Break Even Point (BEP) sebagai alat perencanaan laba pada PT. XYZ, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan umroh dan haji. PT. XYZ menghadapi permasalahan penjualan tiket umroh yang tidak stabil, yang memengaruhi kesejahteraan karyawan dan perencanaan laba perusahaan. Selama ini, strategi perencanaan laba hanya didasarkan pada pengalaman periode sebelumnya tanpa pendekatan kuantitatif yang terukur. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memberikan solusi melalui penerapan metode BEP untuk menentukan titik impas penjualan dan mengidentifikasi strategi yang dapat mendukung pencapaian laba yang diinginkan perusahaan. Penelitian ini menggunakan data penjualan tiket umroh dari Januari hingga Maret 2024 sebagai dasar perhitungan dan proyeksi untuk bulan April 2024. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi biaya tetap, biaya variabel, dan harga jual per unit tiket umroh. Selain itu, perhitungan BEP dilakukan baik dalam unit penjualan maupun dalam nominal rupiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. XYZ perlu menjual 1.449 tiket umroh untuk mencapai titik impas, dengan nilai nominal sebesar Rp19.333.333.333. Proyeksi penjualan bulan April sebesar 7.079 tiket menunjukkan potensi laba yang signifikan, dengan total pendapatan yang diperkirakan mencapai Rp106.892.900.000. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan metode BEP sangat efektif dalam membantu perusahaan menentukan target penjualan minimum agar tetap stabil dan efisien. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi PT. XYZ dalam perencanaan laba, pengelolaan biaya, dan pengambilan keputusan strategis. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain yang menghadapi tantangan serupa dalam industri jasa perjalanan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti diversifikasi produk, optimasi harga, dan promosi yang lebih agresif, untuk memaksimalkan profitabilitas perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kata Kunci: Break Even Point, perencanaan laba, penjualan tiket umroh, strategi perusahaan, efisiensi operasional.

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of the Break Even Point (BEP) method as a profit planning tool at PT. XYZ, a company engaged in the field of umrah and hajj travel services. PT. XYZ faces the problem of unstable umrah ticket sales, which affects employee welfare and the company's profit planning. So far, the profit planning strategy has only been based on previous period experience without a measurable quantitative approach. Therefore, this study seeks to provide a solution through the application of the BEP method to determine the break-even point of sales and identify strategies that can support the achievement of the company's desired profit. This study uses umrah ticket sales data from January to March 2024 as the basis for calculations and projections for April 2024. The analysis was carried out by identifying fixed costs, variable costs, and selling prices per unit of umrah tickets. In addition, BEP calculations were carried out both in sales units and in nominal rupiah. The results of the study show that PT. XYZ needs to sell 1,449 umrah tickets to reach the break-even point, with a nominal value of IDR 19,333,333,333. April's sales projection of 7,079 tickets shows significant profit potential, with total revenue estimated to reach Rp106,892,900,000. This shows that the implementation of the BEP method is very effective in helping companies determine minimum sales targets to remain stable and efficient. This study provides practical contributions to PT. XYZ in profit planning, cost management, and strategic decision making. In addition, the results of this study can be a reference for other companies facing similar challenges in the travel industry. Suggestions for further research are to design more effective marketing strategies, such as product diversification, price optimization, and more aggressive promotions, to maximize company profitability amidst increasingly fierce competition.

Keywords: Break Even Point, profit planning, umrah ticket sales, company strategy, operational efficiency.

I. PENDAHULUAN

Permasalahan yang sedang dihadapi oleh PT.XYZ saat ini adalah penjualan tiket umroh yang tidak stabil, sehingga hal ini mempengaruhi kesejahteraan karyawan. Selain itu perhitungan terkait dengan laba tidak ada strategi khusus jadi hanya berdasarkan pengalaman bulan-bulan terdahulu itu seperti apa. Oleh karena itu pada penelitian ini diusulkan untuk perhitungan laba dengan menerapkan Break Even Point. Dalam Menjalankan bisnis pada sebuah perusahaan harus melakukan perhitungan agar tidak mengalami kerugian, karena pada dasarnya sebuah perusahaan didirikan untuk memperoleh laba dan menghindari kerugian. Seiring banyaknya perusahaan pesaing yang menjual produk sejenis bermunculan, menuntut sebuah perusahaan untuk memiliki strategi dalam menjual produknya. Strategi yang digunakan tiap perusahaan dalam menjual produknya berbeda-beda, namun semuanya memiliki tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan (profit) yang maksimum. Perusahaan yang menginginkan profit maksimum tentu harus mampu meminimalkan biaya-biaya yang mereka keluarkan dalam menghasilkan suatu produk.

Perhitungan dalam menjalankan sebuah bisnis sangat dibutuhkan, karena bila perhitungan tidak dilakukan dengan tepat maka hasil yang akan didapatkanpun tidak sesuai harapan. Dalam profit dapat diasumsikan dengan pemasukan yang lebih tinggi dari biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Sebelum menentukan besarnya laba yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan tentu sangat penting dihitung terlebih dahulu titik impas atau break even point pada sebuah produk yang telah diproduksi, karena break even point adalah suatu alat yang digunakan oleh manajemen untuk mengetahui tingkat penjualan tertentu sebuah perusahaan sehingga tidak mengalami kerugian maupun keuntungan. Dalam break even point, perusahaan mampu mengukur seberapa tingkat penjualan yang harus dicapai untuk dapat memperoleh laba sesuai yang diharapkan. Selain itu, analisis break even point mampu menghitung seberapa besar tingkat penjualan boleh mengalami penurunan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Taktik dan Strategi

Uang adalah filosofinya sistem produksi. Konsiderasi ekonomi mencakup pada seluruh aspek produksi. Profitability produksi bergantung kepada operasi yang efisien dan kebijakan yang efektif atau dikatakan “taktik yang efisien dan

strategi yang efektif”. Tidak ada batas yang tajam antara taktik dan strategi. Kedua istilah itu sering dijumpai dalam skope militer, mereka mengatakan bahwa “taktik” adalah seni meng-handling pasukan (troops)”, sedang strategi adalah “pengaturan personil untuk suatu tujuan”. Dalam manajemen disebutkan bahwa “taktik” adalah segala sesuatu yang diatur secara internal, sedangkan strategi adalah segala daya dan upaya yang dihadapkan kepada sumber dari luar atau kebijakan yang menyangkut eksternal, misalnya bagaimana menekan biaya produksi, ini adalah masalah taktik (internal), tetapi bagaimana agar produk banyak terjual dengan persaingan harga, hal ini adalah soal strategi (eksternal).

Break Even Point (BEP)

Break Even Point adalah titik pulang pokok dimana total revenue = total cost. Terjadinya titik pulang pokok tergantung pada lama arus penerimaan sebuah proyek dapat menutupi segala biaya operasi dan pemeliharaan beserta biaya modal lainnya. Selama perusahaan masih berada di bawah titik BEP, selama itu juga perusahaan masih menderita kerugian. Semakin lama sebuah perusahaan mencapai titik pulang pokok, semakin besar saldo rugi karena keuntungan yang diterima masih menutupi biaya yang dikeluarkan (Ibrahim, 2003).

Memproduksi atau menghasilkan suatu produk, baik barang maupun jasa, perlu terlebih dahulu merencanakan berapa besar laba yang ingin diperoleh. Artinya dalam hal ini besar laba merupakan prioritas yang harus dicapai, di samping hal-hal yang lainnya. Agar perolehan laba mudah ditentukan salah satu caranya adalah harus mengetahui terlebih dahulu berapa nilai BEP nya (Kasmir, 2009). Sigit, (1990) menyatakan bahwa analisa BEP adalah suatu teknik untuk mengetahui kaitan antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya lainnya yang variabel dan tetap, serta laba rugi. Riyanto (2013) menyatakan bahwa untuk mencari BEP dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$BEP \text{ (dalam unit produk)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

$$BEP \text{ (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Volume penjualan}}}$$

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah besarnya meskipun volume produksi berubah. Biaya jenis ini pada umumnya ditentukan atas dasar waktu atau periode tertentu (Gitosudarmo, 1992). Sedangkan menurut Mulyadi (1993), biaya tetap

merupakan biaya yang harus dikeluarkan ada atau tidaknya ayam dikandang tidak peduli banyaknya ayam di kandang, biaya ini harus tetap dikeluarkan dan biaya tetap merupakan biaya tidak langsung berkaitan dengan jumlah ayam yang dipelihara atau dengan kata lain komponen-komponen biaya tetap tidak berubah dengan perubahan perubahan output dan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan-keputusan yang berhubungan dengan kenaikan atau penurunan produksi. Contoh dari biaya tetap adalah gaji pegawai, penyusutan, bunga atas modal, pajak bumi dan bangunan.

Biaya Variabel

Biaya variable atau biaya tidak tetap adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja borongan.

Biaya Semi Variabel

Menurut Abdul Halim “biaya semi variabel adalah biaya-biaya yang totalnya selalu berubah tetapi tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Contoh biaya semi variabel adalah biaya tenaga kerja yang dikaitkan dengan kurva belajar, biaya energi dan lain sebagainya”. (Abdul Halim, 2001)

Manfaat Break Even Point

BEP amatlah penting jika kita membuat sebuah usaha agar kita tidak mengalami kerugian, baik itu usaha yang bergerak di bidang jasa atau manufaktur. Berikut manfaat dari BEP :

- Alat perencanaan untuk menghasilkan laba.
- Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
- Untuk mengetahui hubungan volume penjualan yang diproduksi, harga jual dan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga laba rugi perusahaan akan diketahui.
- Untuk mengetahui jumlah penjualan minimum (dalam unit produk maupun satuan uang) agar perusahaan tidak menderita rugi.
- Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.
- Mengganti sistem laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan dimengerti.
- Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan harga jual..

III. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah Break Event Point untuk mengetahui impas perusahaan biro umroh dan perkiraan penjualan tiket untuk periode berikutnya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan proyeksi penjualan seat / tiket terlebih dahulu akan disajikan data penjualan seat / tiket untuk 3 bulan terakhir (bulan

Januari – Maret 2024) yang dapat di sajikan pada tabel 1 yaitu sebagai berikut :

Penjualan Seat Umroh Musim 1445 Surabaya					
Bulan	Program 12 hari	Program 16 hari (Selasa)	Program 16 hari (Minggu)	Pembelian di Luar Agen	Total Penjualan
Januari	1967	1754	999	1647	6367
Pebruari	1419	1243	1039	3073	6774
Maret	1694	1400	1655	1751	6500
	5080	4397	3693	6471	19641

Dari tabel diatas dapat diketahui rincian totalpenjualan tiket mulai dari bulan januari sampai dengan maret pada musim umroh 1445 H.

Tabel 2. Biaya tetap dan biaya variabel PT.XYZ

Uraian	Jumlah Biaya
a.Biaya Tetap	
1.Biaya Gaji Staf	300.000.000
2.Biaya penyusutan kendaraan	250.000.000
3.Biaya listrik dan air	7.500.000
4.Biaya sewa gedung	20.000.000
5.Biaya telpon	1.500.000
6.Biaya email kantor	200.000
7.Biaya admin bank	200.000
Total Biaya tetap	579.400.000
b.Biaya Variabel	
1.Biaya staf handling bandara	4.000.000
2.Biaya pengiriman barang	3.500.000
3.Biaya tiket domestic dan internasional	7.200.000
Total Biaya Variabel	14.700.000
Total Biaya (A+B)	594.100.000

Tabel tersebut diatas menunjukkan rincian biaya tetap dan biaya variabel serta jumlah keseluruhannya. Berdasarkan Tabel 1 yakni data penjualan seat / tiket menurut program (12 hari, 16 hari Selasa, 16 Hari minggu,dan dari Agen lain) yang dijual oleh PT. XYZ 3 bulan terakhir maka akan dilakukan proyeksi penjualan seat / tiket pada bulan April dapat dilihat pada Tabel 3

Bulan	Penjualan seat (Y)	X	X ²	XY
Januari	6367	-1	1	-6367
Pebruari	6774	0	0	0
Maret	6500	1	1	6500
				133

Tabel diatas menunjukkan total penjualan seat bulan januari sampai dengan maret. Dan perhitungan ini dipergunakan untuk estimasi penjualan tiket untuk periode berikutnya. Adapun besarnya ramalan penjualan seat / tiket dapat ditentukan dengan menggunakan persamaan :

$$Y = (a + b).x$$

Y = Variabel Akibat (Dependent)

a = Biaya tetap

b = Biaya variabel

x = Variabel penyebab

Besarnya variabel a dan b masing-masing:

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{19.641}{3} = 6.547$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{133}{2} = 67$$

Dari hasil tersebut, maka besarnya estimasi penjualan seat / tiket adalah :

$$\begin{aligned} Y &= a + b.x \\ &= 6.547 + 133 . 4 \\ &= 7.079 \text{ Tiket} \end{aligned}$$

Jadi estimasi penjualan seat / tiket pada bulan April sebanyak 7.079 tiket

Pemecahan Masalah

Dari permasalahan yang telah diuraikan, pemecahan masalah dilakukan melalui beberapa tahap, antara lain :

1. Identifikasi Biaya Tetap (Fixed Costs)

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan jumlah tiket umroh yang terjual. Biaya tetap dalam PT. XYZ bisa meliputi:

- Biaya gaji staf
- Biaya penyusutan kendaraan
- Biaya listrik dan air
- Biaya sewa gedung
- Biaya telpon
- Biaya wifi kantor
- Biaya administrasi bank

Berdasarkan Tabel 2, biaya tetap PT. XYZ pada bulan April 2024 adalah Rp 579.400.000

2. Identifikasi Biaya Variabel per Unit (Variable Costs per Unit). Biaya variabel adalah biaya yang berubah sesuai dengan jumlah tiket yang terjual. Biaya variabel dalam PT. XYZ meliputi:

- Biaya staff handling bandara
- Biaya pengiriman barang
- Biaya tiket domestik dan internasional

Berdasarkan Tabel 2, total biaya variabel per bulan adalah Rp 14.700.000.

3. Tentukan Harga Jual per Unit (Selling Price per Unit)

Harga jual per unit adalah harga tiket umroh yang dijual kepada pelanggan. Pada PT. XYZ harga jual per tiket umroh mulai dari Rp 15.100.000.

4. Hitung Break Even Point dalam Unit

Break Even Point dalam unit adalah jumlah tiket yang harus dijual agar perusahaan mencapai titik impas.

BEP (unit)

$$= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

BEP (dalam unit produk)

$$\begin{aligned} &= \frac{579.400.000}{15.100.000 - 14.700.000} \\ &= \frac{579.400.000}{400.000} = 1.449 \text{ tiket} \end{aligned}$$

5. Menghitung Break Even Point dalam Rupiah

Break Even Point dalam rupiah adalah total pendapatan yang harus dicapai agar perusahaan mencapai titik impas.

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Volume penjualan}}}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP (dalam rupiah)} &= \frac{579.400.000}{1 - \frac{14.700.000}{15.100.000}} \\ &= \frac{579.400.000}{1 - 0,97} = \frac{579.400.000}{0,03} \\ &= 19.313.333.333 \end{aligned}$$

Hasil

Dari perhitungan, diketahui bahwa PT. XYZ harus menjual 1.449 tiket umroh untuk mencapai titik impas. Ini berarti perusahaan harus fokus pada strategi penjualan yang dapat memastikan setidaknya 1.449 tiket umroh terjual dalam periode tertentu, untuk menutupi semua biaya tetap dan variabel.

BEP dalam rupiah menunjukkan bahwa PT. XYZ mencapai pendapatan sebesar Rp. 19.313.333.333 sudah mencapai titik impas. Ini memberikan gambaran jelas tentang target pendapatan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

1. Perusahaan dapat menggunakan metode perhitungan Break Even Point (BEP) dalam membuat perencanaan, yaitu perencanaan penjualan dan perencanaan laba dimana perusahaan dapat menentukan berapa laba yang ingin dicapai. Dalam melakukan perhitungan Break Even Point (BEP), perusahaan harus terlebih dahulu mengetahui biaya-biaya yang dikeluarkan, kemudian mengelompokkan biaya-biaya tersebut kedalam biaya tetap (fix cost) dan biaya variabel (variabel cost) untuk memudahkan perusahaan dalam menggunakan perhitungan Break Even Point (BEP).

2. Jumlah penjualan tiket untuk mencapai titik Break Even Point (BEP) dalam unit dan rupiah pada bulan berikutnya, yaitu adalah 1.449 tiket (BEP unit), dan dalam bentuk rupiah Rp.19.333.333.333 (BEP Nominal). Padahal estimasi target penjualan tiket untuk bulan April adalah 7.079 tiket, yang artinya dengan estimasi penjualan tiket sebanyak 7.079 dikalikan harga jual Rp.15.100.000/ tiket = Rp. 106.892.900.000, maka profit pada bulan April lebih dari perencanaan profit.

3. Dengan mencapai titik impas atau Break Even Point (BEP) maka PT. XYZ sudah bisa dinyatakan perusahaan dalam kondisi stabil (eksis), efektif dan efisien dibidang penjualan, maka membuat perusahaan mempunyai keuntungan yang lebih meningkat dibandingkan dengan penjualan sebelumnya. bisnis secara lebih efektif.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. (2001). Akuntansi Keuangan Daerah. Salemba Empat. Jakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo dan Basri. 1992. Manajemen Keuangan. Edisi kedua. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Ibrahim, H.A. (2015) „Analisis Penerapan Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Pt . Kopi Jaya Corpora Di Makassar“, Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi STIE YPUP, pp. 59–73.
- Kasmir, 2008, Analisis Laporan Keuangan, edisi pertama, Penerbit : Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Mulyadi, 2012, Akuntansi Biaya, edisi kelima, cetakan kesebelas, Penerbit : UPP- AMP YKPN, Yogyakarta
- Simamora, 2012, Akuntansi Manajemen, edisi ketiga, cetakan pertama, Penerbit : Star Gate Publisher, Yogyakarta
- Kholmi, M. (2019). Akuntansi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Pramawati, I. D. A. A. T., Sidharta, J., Astuti, Simbolon, E., Suryadi, D., Mashud, Kartikasari, I., Abdullah, M. K., & Manurung, S. (2021). Akuntansi Biaya. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Tampubolon, H. R. W. (2019). Analisis Break Even Point (Bep) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Pt . Asam Jawa Medan.
- Tarigan, W. J., Sinaga, M. H., Purba, D. S., & Saragih, M. (2022). Akuntansi Biaya. CV. Global Aksara Pers.
- Ulfah Setia Iswara, & Susanti. (2017). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Yang Diharapkan. Jurnal Riset Akuntansi Keuangan, 2, 67– 76.