

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Manajemen Produksi dan Operasi**

Pengertian Manajemen Produksi dan Operasi tidak terlepas dari pengertian manajemen yaitu adalah proses yang sistematis, terkoordinasi dan kooperatif dalam usaha-usaha memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Sedangkan pengertian dari produksi adalah sebagai kegiatan menciptakan dan menambah kegunaan (utility) suatu barang atau jasa.

Menurut Assauri (2018:19), Manajemen Produksi dan Operasi yaitu kegiatan yang mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan, secara efektif dan efisien untuk menciptakan dan menambahkan kegunaan (utility) sesuatu barang atau jasa.

Menurut Handoko (2020:2), Manajemen Produksi dan Operasi merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal, penggunaan sumber daya-sumber daya (atau sering disebut faktor-faktor produksi), tenaga kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah dan sebagainya dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa.

Dari berbagai pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa Manajemen Produksi dan Operasi merupakan kegiatan mengatur dan mengelola sumber daya yang dimiliki suatu perusahaan dengan tepat melalui kerjasama didalam proses produksi dalam rangka menciptakan suatu produk untuk mencapai tujuan tertentu.

##### **2.1.2 Pengertian Biaya**

Biaya adalah pengorbanan sumber daya produksi ekonomi yang dinilai dalam satuan uang, yang tidak dapat dihindarkan terjadinya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Mulyadi (2015:8), Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Biaya adalah suatu bentuk pengorbanan terhadap sumber ekonomi yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, di mana hal tersebut sudah terjadi atau mungkin akan terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa. (Purwaji dkk, 2016).

Berdasarkan pengertian biaya menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh barang atau jasa untuk tujuan tertentu.

### 2.1.3 Perilaku Biaya

Perilaku biaya dapat diartikan sebagai perubahan dari suatu aktivitas bisnis.

Menurut Syahril dan Purba (2013:60) Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berhubungan dengan perilaku biaya dapat dibagi menjadi 2 yaitu:

#### 1. Biaya Tetap

Biaya tetap (*fixed cost-FC*) adalah jenis biaya yang jumlah totalnya tetap atau konstan sampai kapasitas tertentu. Artinya biaya tetap selalu tetap dan tidak dipengaruhi perubahan kapasitas produksi atau penjualan.

#### 2. Biaya Variabel

Biaya variabel (*variable cost-VC*) adalah jenis biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah secara proporsional perubahan kapasitas produksi atau penjualan.

### 2.1.4 Pengertian *Break Even Point (BEP)*

*Break Even Point (BEP)* merupakan salah satu metode untuk menentukan volume penjualan serta merencanakan laba dengan mengetahui titik impas atau jumlah penjualan minimum agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Menurut (Herjanto,2015:151). Analisis pulang pokok (*break-even analysis*) adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menentukan satu titik dalam kurva biaya-pendapatan yang menunjukkan biaya

yang sama dengan pendapatan. Perhitungan *Break Even Point* (BEP) digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya-biaya, penjualan serta laba.

Menurut Syahrial dan Purba (2013:59) analisis impas (*Break Even Point*), suatu teknis analisis mengenai hubungan biaya, volume, dan laba. Artinya ke tiga variabel ini saling terkait dan berhubungan erat, sehingga dapat mengukur kinerja perusahaan. Pengertian BEP itu sendiri adalah total penjualan sama dengan total biaya.

Menurut Rusdiana (2014), *Break Even Point* (BEP) adalah suatu keadaan impas, yaitu keadaan keuangan ketika sebuah perusahaan tidak mendapatkan untung dan tidak menderita rugi dalam suatu periode penghitungan.

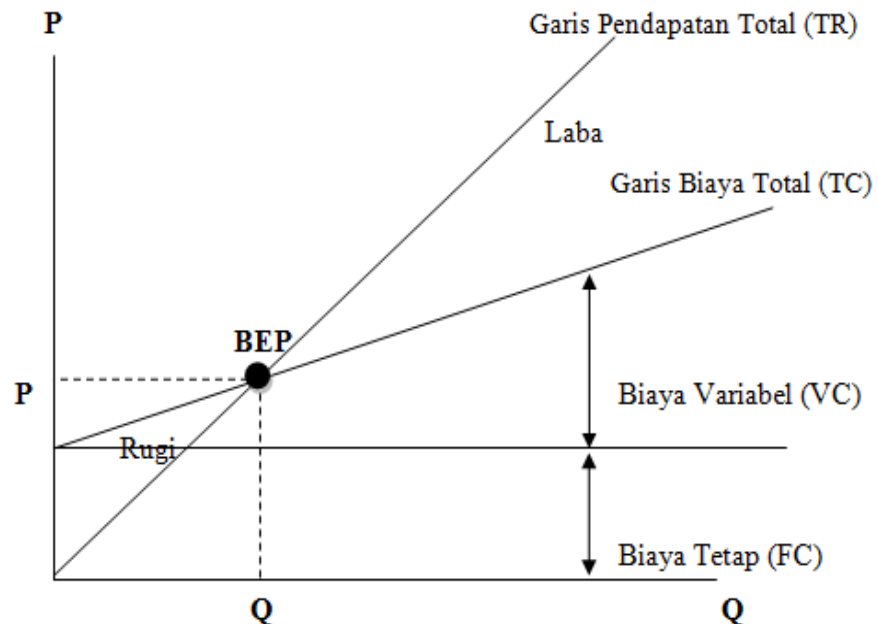
Menurut Simamora (2012:170), “BEP atau titik impas adalah volume penjualan diman jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak ada laba maupun rugi bersih”. Sedangkan Menurut Hansen, dkk, (2011:4) “Titik Impas (*Break Even Point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol”

Selanjutnya menurut Prawirosentono (2014:117) menyatakan bahwa Analisis Titik Impas (ATI) atau BEP Analisis (BEPA) adalah alat perencanaan penjualan, sekaligus perencanaan tingkat produksi, agar perusahaan secara minimal tidak mengalami kerugian. Selanjutnya, karena harus untung berarti perusahaan harus berproduksi di atas TI atau BEP.

. Analisis Titik Impas (TI) atau BEP adalah analisis untuk menentukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Menentukan jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Jumlah penjualan minimum yang harus dibuat.
- b. Selanjutnya menentukan jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba yang telah direncanakan. Ini pun berarti bahwa tingkat produksi harus ditetapkan untuk memperoleh laba tersebut.
- c. Mengukur dan menjaga agar penjualan tidak lebih kecil dari titik impas (TI) atau BEP. Sehingga tingkat produksi pun tidak kurang dari titik impas (BEP).

- d. Menganalisis perubahan harga jual, harga pokok dan besarnya hasil penjualan atau tingkat produksi.



**Gambar 2.1 Model Analisis Pulang Pokok**

Sumber: Herjanto (2015:152)

Keterangan:

- BEP (Q) : Titik pulang pokok (dalam unit)  
 BEP (Rp) : Titik pulang pokok (dalam rupiah)  
 Quantity (Q) : Jumlah unit yang dijual  
 Price (P) : Harga jual netto per unit  
 Total Revenue (TR) : Pendapatan total  
 Total Cost (TC) : Biaya total  
 Fixed Cost (FC) : Biaya tetap  
 Variable Cost (VC) : Biaya variabel per unit

### 2.1.5 Fungsi *Break Even Point* (BEP)

Menurut Seto,dkk (2023) Adapun fungsi *Break Even Point* (BEP) adalah sebagai berikut:

- Dengan diketahuinya nilai BEP maka pengusaha dapat menentukan volume kapasitas produksi yang tersisa, sehingga pengusaha akan mendapatkan estimasi keuntungan maksimum yang ditargetkan.
- Besarnya nilai BEP yang diketahui memungkinkan perusahaan melakukan langkah yang lebih realistis. Contoh, penggantian tenaga kerja dengan mesin. Saat terjadi otomatisasi produksi, maka

akan terjadi perubahan pada biaya tetap dan biaya variabel. Hal ini dikarenakan biaya variabel yang semula berasal dari biaya kerja digantikan oleh biaya tetap berupa mesin.

- c. Membantu pengusaha ketika akan melakukan perubahan target profit/keuntungan jika terjadi perubahan harga produk. Dikarenakan hubungan antara nilai BEP, harga produk serta profit adalah hubungan berbanding lurus, maka jika salah satu nilai dari elemen tersebut meningkat maka elemen yang lain juga akan mengalami peningkatan, begitu pula sebaliknya.
- d. Selain memiliki fungsi untuk mengetahui perubahan profit/keuntungan, maka BEP juga bisa digunakan memprediksi besarnya kerugian yang terjadi. Dengan demikian pengusaha dapat mengantisipasi nilai kerugian ketika terjadi penurunan pada penjualan atau penerimaan.

#### **2.1.6 Asumsi Dasar Analisis *Break Even Point* (BEP)**

Menurut Mulyadi (2015:260) asumsi-asumsi yang mendasari analisis *break-even point* adalah sebagai berikut:

- a. Variabilitas biaya dianggap mendekati pola perilaku yang diramalkan.
- b. Harga jual produk tidak berubah-ubah pada berbagai tingkat volume penjualan.
- c. Kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan.
- d. Harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah.
- e. Efisiensi produksi dianggap tidak berubah.
- f. Perubahan jumlah persediaan awal dan persediaan akhir tidak berpengaruh.
- g. Komposisi produk yang dijual tidak berubah.
- h. Satu-satunya faktor yang mempengaruhi biaya yaitu volume.

Menurut Seto,dkk (2023) beberapa asumsi (anggapan) dasar yang harus dipenuhi, antara lain:

- a. Mengkategorikan biaya menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel 149
- b. Biaya tetap secara total akan selalu tetap sampai tingkat kapasitas jenuh.
- c. Biaya variabel akan berubah secara proporsional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya penyelarasan antara produksi dan penjualan.
- d. Harga jual per unit tidak akan berubah berapapun jumlah barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
- e. Hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau jika lebih dari satu macam maka kombinasi penjualan (sales mix) akan memiliki nilai yang tetap.

### 2.1.7 Metode Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Menurut Handoko (2020:309), untuk menghitung titik *break-even*, perlu ditentukan terlebih dahulu biaya-biaya tetap dan variabel untuk berbagai volume penjualan. Ini dapat dilakukan untuk operasi keseluruhan atau proyek-proyek individual. Titik *break even* merupakan titik di mana penghasilan total sama dengan biaya total. Atau dalam bentuk rumusan menjadi:

1. Perhitungan *Break Even Point* (BEP) untuk produk tunggal

$$P \times Q = F + (V \times Q)$$

dengan keterangan:

P = harga per unit

Q = kuantitas yang dihasilkan

F = biaya tetap total

V = biaya variabel per unit

Karena Q, kuantitas adalah tidak diketahui padahal yang kita cari kita dapat menggunakan aljabar untuk merumuskan kembali persamaan ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} P \times Q &= F + (V \times Q) \\ F &= (P - V) Q \end{aligned}$$

dengan demikian, maka:

$$Q = \frac{F}{P - V}$$

Menentukan BEP dalam unit

$$BEP (Q) = \frac{F}{P - V}$$

Menentukan BEP dalam rupiah

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \text{BEP (Q)} \times P \\ &= \frac{F}{P-V} \times P \\ &= \frac{F}{1-V/P} \end{aligned}$$

Apabila keuntungan dinyatakan dengan  $\pi$ , volume yang diperlukan untuk menghasilkan keuntungan tertentu dapat dicari dari persamaan berikut ini:

$$\begin{aligned} \pi &= \text{TR} - \text{TC} \\ &= \text{PQ} - (\text{F} + \text{VQ}) \\ &= (\text{P} - \text{V})(\text{Q} - \text{F}) \end{aligned}$$

$$Q = \frac{F + \pi}{P - V}$$

Atau

$$Q = \text{BEP} + \frac{\pi}{P - V}$$

Dimana:

- BEP (Q) : Titik pulang pokok (dalam unit)
- BEP (Rp) : Titik pulang pokok (dalam rupiah)
- Q : Jumlah unit yang dijual
- P : Harga jual netto per unit
- TR : Pendapatan total
- TC : Biaya total
- F : Biaya tetap
- V : Biaya variabel per unit
- $\pi$  : Laba atau keuntungan

## 2. Perhitungan *Break Even Point* (BEP) untuk Multiproduk

Menurut Herjanto (2015:155-156), rumus BEP untuk produk tunggal tidak dapat langsung digunakan untuk multiproduk karena biaya variabel dan harga jual setiap jenis produk berbeda.

Oleh karena itu, rumus tersebut harus dimodifikasi dengan mempertimbangkan kontribusi penjualan setiap produk. Rumus titik peluang pokok untuk multiproduk, sebagai berikut:

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC}{\sum \left(1 - \frac{v}{p}\right)w}$$

Keterangan:

FC = Biaya tetap per periode

V = Biaya Variabel per unit

P = Harga jual per unit

W = Persentase penjualan produk terhadap total penjualan (Rp)

$(1 - V/P) W$  = Kotribusi Tertimbang

Selain rumus diatas, dapat dipergunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC}{1 - \frac{TVC}{TR}}$$

Keterangan:

FC = Biaya Tetap

TVC = Biaya Variabel Total

TR = Total Pendapatan

Untuk mengetahui beberapa unit yang harus terjual untuk masing- masing produk dalam rangka mencapai *Break Even Point* (BEP), dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

1. BEP (Rp)

$$\text{BEP (Rp)} = W \times \text{BEP (Rp) dalam 1 tahun}$$

2. BEP (Unit)

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{BEP (Rp)}}{P}$$



Keterangan:

W = Persentase Penjualan produk terhadap total rupiah  
tertimbang (proporsi)

P = Harga

Suatu usaha dapat dikatakan mendapatkan keuntungan, balik modal atau rugi apabila:

TR > TC = Laba

TR = TC = Balik Modal

TR < TC = Rugi

### 3. Perhitungan BEP dengan Perencanaan Laba

Perhitungan perencanaan kapasitas penjualan dilakukan atas dasar perhitungan tingkat penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan dengan rumus sebagai berikut:

$$Q = \frac{FC + \frac{\text{laba yang diinginkan}}{1-t}}{P-V}$$

Dimana:

Q = Kapasitas Penjualan Produk

FC = Biaya Tetap

V = Biaya Variabel per Unit

P = Harga Jual per Unit

t = Persentase Pajak

## 2.1.8 Perencanaan

### 2.1.8.1 Perencanaan Produksi

Menurut Assauri (2018:181) Perencanaan Produksi (*production planning*) adalah perencanaan dan pengorganisasian sebelumnya mengenai orang-orang, bahan-bahan, mesin-mesin dan peralatan lain serta modal yang diperlukan untuk memproduksi barang-barang pada suatu periode tertentu di masa depan sesuai dengan yang diperkirakan atau diramalkan.

Adapun tujuan dari perencanaan produksi adalah:

- a. Untuk mencapai tingkat/level keuntungan (*profit*) yang tertentu. Misalnya berapa hasil (*output*) yang diproduksi supaya dapat dicapai tingkat/level profit yang diinginkan dan tingkat presentasi tertentu dari keuntungan (*profit*) setahun terhadap penjualan (*sales*) yang diinginkan.
- b. Untuk menguasai pasar tertentu, sehingga hasil dan output perusahaan ini tetap mempunyai pangsa pasar (*market share*) tertentu.
- c. Untuk mengusahakan supaya perusahaan pabrik ini dapat bekerja pada tingkat efisiensi tertentu.
- d. Untuk mengusahakan dan mempertahankan supaya pekerjaan dan kesempatan kerja yang sudah ada tetap pada tingkatnya dan berkembang.
- e. Untuk menggunakan sebaik-baiknya (efisien) fasilitas yang sudah ada pada perusahaan yang bersangkutan.

#### **2.1.8.2 Perencanaan Laba**

Menurut Seto, dkk (2023), “Perencanaan laba pada dasarnya merupakan perencanaan yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai laba dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba atau analisis impas (break even point analysis) dan digunakan untuk menghadapi perubahan yang mungkin terjadi atas harga jual satuan, biaya tetap, biaya variabel atau perubahan volume penjualan dan komposisi produk yang dijual”.

Untuk mencapai laba yang besar (dalam perencanaan dan realisasi) manajemen dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
- b. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
- c. Meningkatkan volume penjualan lebih besar.

### 2.1.8.3 Perencanaan Kapasitas

Menurut Yamit (2011:68-69), “kapasitas produksi dapat diartikan sebagai jumlah maksimum output yang dapat diproduksi dalam satuan waktu tertentu”. Untuk menentukan kapasitas produksi optimum, terdapat berbagai macam faktor yang harus diperhatikan seperti:

- a. Kapasitas bahan baku, yaitu jumlah bahan baku yang mampu disediakan dalam waktu tertentu. Jumlah ini dapat diukur dari kemampuan para supplier untuk memasok maupun kemampuan penyediaan dari sumber bahan baku.
- b. Kapasitas jam kerja mesin, yaitu jumlah jam kerja normal mesin yang mampu disediakan untuk melaksanakan kegiatan produksi.
- c. Kapasitas jam tenaga kerja, yaitu jumlah jam tenaga kerja dipengaruhi oleh jumlah tenaga kerja dan jam kerja yang berlaku apakah satu *shift* (8 jam), dua *shift* (16 jam), atau tiga *shift* (24 jam).
- d. Modal kerja, yaitu kemampuan penyediaan dana untuk melaksanakan proses produksi, misalnya untuk membeli bahan baku, membayar upah dan lain sebagainya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dilakukan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang *Analisis Break Even Point* yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh M. Fikriansyah yang berjudul Analisis Perencanaan Penjualan dan Laba Dengan Metode *Break Even Point* (BEP) Pada Depot Air Minum Isi Ulang Dea Palembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar *break even point* dan jumlah margin pengaman yang dialami dan dicapai oleh Depot Air Minum Isi Ulang Dea Palembang pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan analisis data *break even point*.

Berdasarkan perhitungan *Break Even Point* (BEP) dalam jumlah rupiah dan dalam jumlah unit yang dihasilkan pada Depot Air Minum Dea tahun 2018 yaitu sebesar Rp 102.842.573 atau 25.711 galon air minum. Sedangkan pendapatan pada Depot Air Minum Isi Ulang Dea tahun 2018 melebihi *Break Even Point* (BEP) yaitu sebesar Rp 327.600.000 atau 81.900 galon air minum yang berarti Depot Air Minum Isi Ulang Dea Palembang mengalami keuntungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Esih Jayanti dan Dwi Hartanti yang berjudul Pengaruh Penetapan Total Cost (TC), Total Revenue (TR), Dan Break Even Point (BEP) Terhadap Laba Pada PT. Indocement Tunggal Prakasa Tbk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat BEP yang dicapai. Dari penelitian ini bahwa unsur biaya memegang peranan penting dalam perencanaan laba perusahaan, karena dengan mengetahui biaya-biaya perusahaan dapat menentukan volume penjualannya. Tingkat penjualan PT Indocement Tunggal Prakasa Tbk tahun 2007-2016 telah mencapai titik *Break Even Point* sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diinginkan dan tidak mengalami kerugian.

Penelitian yang dilakukan oleh Patricia yang berjudul Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Tropica Cocoprime. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar *break even point* dan jumlah margin pengaman yang dialami dan dicapai oleh PT. Tropica Cocoprime pada tahun 2010, 2011 dan 2012. Penelitian ini menggunakan analisis data *break even* dan analisis margin pengaman. Dari penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan pencapaian titik impas dalam rupiah dan dalam kuantitas di setiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan besarnya biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan setiap tahun. Namun untuk setiap tahun dilihat bahwa penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sudah baik dan selalu berada di atas titik impas, yang berarti perusahaan mampu untuk mencapai keuntungan setiap tahunnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nindy yang berjudul Analisa Titik Impas Sebagai Dasar Perencanaan Laba Jangka Pendek Produk Kacang Olahan Pada

Industri Kecil Menengah di Kawangkoan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa besarnya keuntungan dan titik impas untuk mengetahui dampak analisa titik impas sebagai perencanaan laba jangka pendek pada beberapa produk kacang olahan industri kecil menengah di Kawangkoan tahun 2013. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan industri A, B, C, D, E, dan F sudah mampu mengoptimalkan kinerjanya sehingga sudah memperoleh penjualan diatas titik impas. Laba kontribusi yang paling tinggi terdapat pada industri C dengan produk Kacang Gula sedangkan laba kontribusi yang paling kecil terdapat pada industri F dengan produk Kacang Belimbing dan Kacang Merah.

Penelitian yang dilakukan oleh Retno yang berjudul 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). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat BEP yang dicapai dalam perencanaan volume penjualan yang harus dicapai oleh PT. Cakra Guna Cipta Malang untuk memenuhi target laba yang diinginkan pada periode 2014. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai BEP mix yang dicapai perusahaan untuk tahun 2011 sebesar Rp 3.924.783.972,52. Tahun 2012 BEP mix yang capai adalah sebesar Rp 5.309.131.772,23 dan tahun 2013 BEP mix yang didapatkan sebesar Rp 4.067.022.479,13. Pada tahun 2013 menjadi dasar untuk perencanaan volume penjualan dan laba di tahun 2014.

Penelitian yang dilakukan oleh Mareta Sari yang berjudul Analisis *Break Even Point* (BEP) Sebagai Dasar Kebijakan Penetapan Harga yang Tepat Dalam Mengoptimalkan Profitabilitas Pada Toko Souvenir Citra 19 Ilir Palembang. Tujuan penelitian ini untuk menegetahui tingkat BEP yang dicapai oleh Toko Souvenir Citra 19 Ilir Palembang. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan laba dengan menggunakan *Break Even Point* menunjukkan bahwa perolehan laba lebih besar daripada perolehan laba yang dihitung sebelum menggunakan *Break Even Point*. Pihak Toko Souvenir Citra 19 Ilir Palembang

mengharapkan kenaikan laba sebesar 10 % dari laba yang diperoleh pada tahun sebelumnya. Sehingga untuk merealisasikan kenaikan laba tersebut, pihak Toko Souvenir Citra 19 Ilir Palembang perlu meningkatkan penjualan seluruh produknya. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, maka untuk menaikkan laba sebesar 10% harus melakukan penjualan souvenir mangkuk sebanyak 109.845 unit, penjualan souvenir mug sebanyak 39.631 unit.

Penelitian yang dilakukan oleh Edah Jubaedah yang berjudul Analisis Break Even Point Dalam Perencanaan Laba (studi kasus PT Dirgantara Indonesia). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perencanaan laba dengan menggunakan analisis *break even point*. Pada penelitian ini bahwa Volume penjualan semula tahun 2019 adalah 17 jenis pesawat dan naik 25% menjadi 21 jenis pesawat pada tahun 2020. Dengan harga penjualan a. Rp 161.259.016.292,- dengan total hasil penjualan Rp 3.470.439.342.132,-. Pada tahun 2019 terjadi kenaikan biaya tetap 15% menjadi Rp 76.962.808.644,- demikian juga biaya variabel naik 15% menjadi Rp 46.006.367.550 disebabkan naiknya BBM. Sedangkan laba (pendapatan bersih) dari usaha sebesar Rp 2.447.023.251.927,- mengalami peningkatan adalah Rp 3.347.470.165.939.

Penelitian yang dilakukan oleh Joy Toar Pangemanan yang berjudul Analisis Perencanaan Laba Perusahaan Dengan Penerapan *Break Even Point* Pada PT. Kharisma Sentosa Manado. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa selama tahun 2013 - 2015 penjualan mobil Xenia Sporty 1.3 (MT) pada PT. Kharisma Sentosa Manado 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.