

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan tidak mengharapkan terdapat kerugian didalam perusahaan yang bersangkutan. Pada umumnya tujuan suatu perusahaan adalah memperoleh laba, dimana besar kecilnya laba yang diperoleh merupakan tolok ukur keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam mengelola sumber-sumber daya yang ada. Sedangkan laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu harga jual produk, volume penjualan, dan biaya menentukan harga jual. Harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan langsung mempengaruhi biaya. Dalam perencanaan, hubungan antara pendapatan, biaya, dan laba memegang peran yang sangat penting bagi manajemen dalam merumuskan tujuan secara objektif, lebih luas dari sekedar pencapaian cita-cita (goal) berupa perolehan target laba.

Kebutuhan untuk melakukan perencanaan akan meningkat dengan semakin besar dan kompleksnya organisasi perusahaan. Dalam penelitian ini akan dibahas analisis Break even point. Analisis Break even point sangat penting dilakukan dalam suatu perencanaan bisnis dalam hal pengambilan keputusan oleh manajemen, bahkan oleh manajemen puncak. Selain itu, informasi yang dijadikan dasar untuk pengambilan tindakan adalah informasi keuangan dan banyak dilakukan lewat pengolahan data akuntansi dan laporan-laporan statistik. Perencanaan sangat penting karena merupakan

fungsi yang mendasar dan mendahului fungsi-fungsi manajerial lainnya. Agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan, maka manajemen memerlukan suatu alat analisis yang akan digunakan sebagai dasar perencanaan penjualan, biaya dan laba perusahaan. Alat perencanaan dalam hal ini adalah analisis biaya, volume dan laba yang menghasilkan *break even point* atau sering disebut titik impas atau titik pulang pokok.

PT. Kereta Api Indonesia (Perseero) Divre I Sumut merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa pengangkutan. Dalam kegiatan usahanya PT. Kereta Api Indonesia (Perseero) menyelenggarakan pelayanan angkutan kota, angkutan antar kota dalam provinsi, angkutan kota antar provinsi, angkutan khusus bandar udara, angkutan travel dan angkutan logistik. Dalam perkembangan selanjutnya PT. Kereta Api Indonesia (Perseero) tetap dijadikan sebagai salah satu brand mark dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang hingga saat ini masih tetap konsisten menjalankan tugasnya sebagai salah satu service provider angkutan penumpang dan barang. Harga jual tiket untuk setiap jurusan berbeda-beda, dapat dilihat dari jarak tempuh masing-masing jurusan yang semakin jauh jarak tempuhnya maka semakin tinggi harga jual tiketnya. Dalam menentukan harga jual tiket yang perlu diperhatikan bukan hanya dari segi seberapa jauh jarak tempuhnya, melainkan juga harus disesuaikan dengan seberapa besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengoperasikan kereta api tersebut, serta berapa laba yang diinginkan oleh perusahaan. Harga jual atas tiket tersebut mempengaruhi volume penjualan, agar volume penjualan tidak