

Analisis Biaya, Volume, Laba untuk Optimalisasi Operasional dan Peningkatan Laba di PT. Unilever Indonesia Tbk

Monica Anggriani Sinaga¹, Lilianti Tampubolon², Irmawati Simangunsong³, Rita Peranita Manalu⁴, Veny Shintiya Saragih⁵, Yeni Enjelia Saragih⁶, Hamonangan Siallagan⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas HKBP Nommensen

E-mail: monicaanggriani1@gmail.com¹, liliantitampu@gmail.com²,
irmawatisimangunsong@icloud.com³, peranitarita71@gmail.com⁴, venysijabat7@gmail.com⁵,
yennisaragih57@gmail.com⁶, monangsiallagan@gmail.com⁷

Article History:

Received: 11 Juli 2024

Revised: 26 Juli 2024

Accepted: 28 Juli 2024

Keywords: *Cost-Volume-Profit (CVP) Analysis, Operational Optimization, Increased Profit*

Abstract: *This study analyzes the relationship between cost, volume, and profit (CVP) and operational optimization at PT. Unilever Indonesia Tbk. Facing increased raw material and operational costs, as well as fluctuating market demand, the company employs CVP analysis and Break-Even Point (BEP) to enhance efficiency and profitability. Data from the company's annual reports for the period 2021-2023 indicate an 8% increase in raw material costs and a 5% increase in operational costs in 2023. This research utilizes descriptive and analytical methods with secondary data from the company's financial reports, the Indonesian Central Statistics Agency (BPS), and the Indonesian Employers Association (APINDO). The results show that the company needs to produce a minimum of 500,000 units to reach the break-even point and manage costs more effectively. Operational optimization can be achieved through proper capacity planning and efficient sales strategies, adjusted for cost fluctuations and market demand. This study provides strategic recommendations for PT. Unilever Indonesia Tbk to improve profits through effective cost management and the application of CVP and BEP analysis.*

PENDAHULUAN

Optimalisasi operasional dan peningkatan laba merupakan tujuan utama bagi perusahaan-perusahaan besar di Indonesia, termasuk PT. Unilever Indonesia Tbk. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan tuntutan pasar yang dinamis, perusahaan harus mampu mengelola biaya, volume produksi, dan laba dengan efektif. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah analisis Biaya-Volume-Laba (BVL) atau *Cost-Volume-Profit (CVP)*.

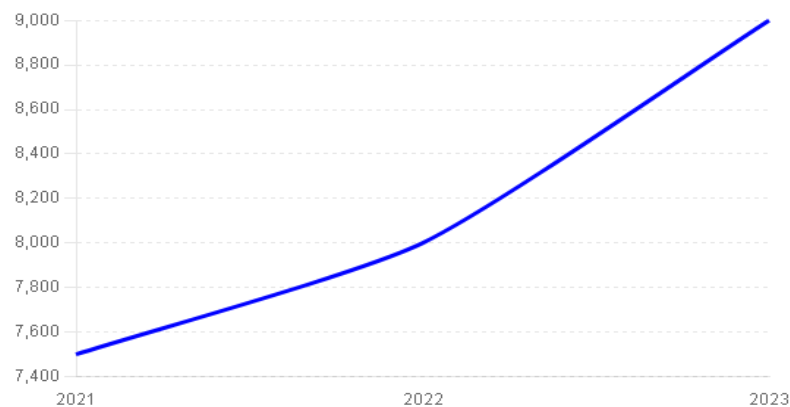
PT. Unilever Indonesia Tbk, sebagai salah satu perusahaan terbesar di sektor barang konsumen, terus berupaya untuk mempertahankan dan meningkatkan profitabilitasnya. Data dari laporan tahunan perusahaan menunjukkan bahwa pada tahun 2023, perusahaan mencatatkan pendapatan sebesar Rp 38,6 triliun dan laba bersih sebesar Rp 4,8 triliun, namun mengalami tekanan pada margin keuntungan akibat peningkatan biaya bahan baku dan operasional. Laporan ini juga menunjukkan bahwa biaya bahan baku meningkat sebesar 8% dibandingkan tahun

sebelumnya, sementara biaya operasional meningkat sebesar 5%.

Tabel 1. Pendapatan dan Laba PT. Unilever Indonesia Tbk 2021-2023

Tahun	Pendapatan (Rp Triliun)	Lab Bersih (Rp Triliun)	Biaya Bahan Baku (%)	Biaya Operasional (%)
2021	40	7	15	10
2022	41	6.8	16	11
2023	38.6	4.8	17	11.5

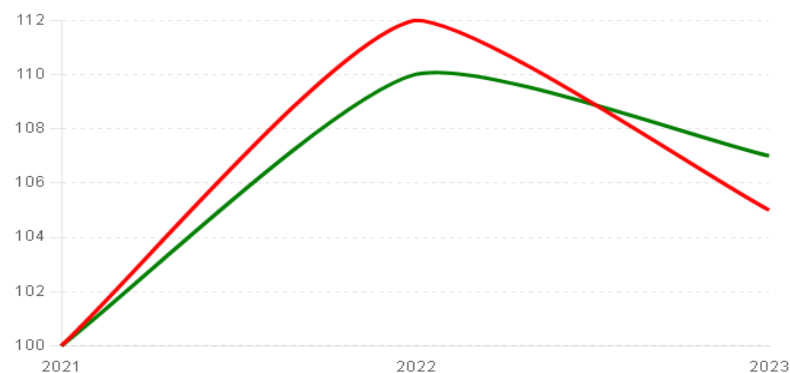
Sumber: Laporan Tahunan PT.Unilever Indonesia Tbk.



Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia

Gambar 1. Perubahan Harga Minyak Sawit 2021-2023

Menunjukkan tren kenaikan harga minyak sawit dari tahun 2021 hingga 2023. Harga minyak sawit meningkat secara signifikan dari Rp 7.500 per kilogram pada tahun 2021 menjadi Rp 9.000 per kilogram pada tahun 2023. Kenaikan harga ini mempengaruhi biaya bahan baku PT. Unilever Indonesia Tbk, karena minyak sawit merupakan salah satu bahan baku utama yang digunakan dalam produksi berbagai produk mereka. Fluktuasi harga ini dapat berdampak pada margin keuntungan perusahaan, dan penting untuk dikelola secara efektif melalui strategi operasional dan pengelolaan biaya yang tepat.



Sumber: Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO)

Gambar 2. Tren Permintaan Pasar dan Produksi PT. Unilever Indonesia Tbk 2021-2023

Gambar ini menggambarkan tren permintaan pasar dan produksi PT. Unilever Indonesia Tbk dari tahun 2021 hingga 2023. Permintaan pasar mengalami fluktuasi, dengan peningkatan

sebesar 12% pada kuartal pertama 2023 namun menurun sebesar 7% pada kuartal ketiga 2023. Produksi perusahaan juga menunjukkan tren yang serupa, dengan peningkatan produksi pada tahun 2022 namun sedikit menurun pada tahun 2023. Fluktuasi ini menunjukkan tantangan yang dihadapi oleh PT. Unilever Indonesia Tbk dalam menyesuaikan kapasitas produksi mereka sesuai dengan perubahan permintaan pasar, yang berdampak langsung pada efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan.

Beberapa isu utama yang terkait dengan optimalisasi operasional dan peningkatan laba di PT. Unilever Indonesia Tbk meliputi:

1. Ketidakpastian Permintaan Pasar: Permintaan pasar yang fluktuatif mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk merencanakan produksi secara efektif. Data menunjukkan bahwa permintaan pasar mengalami peningkatan sebesar 12% pada kuartal pertama 2023, namun menurun sebesar 7% pada kuartal ketiga 2023.
2. Fluktuasi Biaya Bahan Baku: Biaya bahan baku utama seperti minyak sawit dan bahan kimia mengalami fluktuasi yang signifikan. Harga minyak sawit, misalnya, meningkat dari Rp 7.500 per kilogram pada awal 2023 menjadi Rp 9.000 per kilogram pada akhir tahun.
3. Tantangan dalam Penentuan Harga Jual: Menentukan harga jual yang kompetitif namun tetap menguntungkan menjadi tantangan. Data menunjukkan bahwa perusahaan mengalami penurunan pangsa pasar sebesar 3% akibat harga jual yang dianggap terlalu tinggi oleh konsumen.
4. Efisiensi Proses Produksi: Meningkatkan efisiensi proses produksi untuk mengurangi biaya tetap dan variabel adalah prioritas. PT. Unilever Indonesia Tbk melaporkan bahwa biaya produksi per unit meningkat sebesar 6% pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya.

Penelitian sebelumnya oleh Kotler dan Keller (2016) menunjukkan bahwa analisis BVL dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan untuk meningkatkan profitabilitas. Studi oleh Hansen dan Mowen (2018) juga mendukung pentingnya penggunaan BEP dalam perencanaan kapasitas produksi untuk mencapai efisiensi operasional.

Selain itu, penelitian oleh Garrison, Noreen, dan Brewer (2015) menyoroti bagaimana perusahaan dapat menggunakan analisis BVL untuk mengembangkan strategi penjualan yang lebih efektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan analisis BVL cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menyesuaikan strategi operasional mereka sesuai dengan perubahan pasar.

Analisis BVL melibatkan beberapa konsep utama yang telah banyak dibahas dalam literatur akuntansi manajerial. Menurut Horngren, Sundem, dan Stratton (2014), analisis BVL memberikan wawasan mendalam mengenai kontribusi margin, biaya tetap, dan biaya variabel yang dapat digunakan untuk merencanakan dan mengendalikan operasi bisnis. Pandangan ini diperkuat oleh studi dari Drury (2016), yang menekankan pentingnya analisis BVL dalam pengambilan keputusan manajerial terutama dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Penggunaan analisis BEP juga didukung oleh penelitian Kimmel, Weygandt, dan Kieso (2019) yang menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengurangi risiko kerugian dengan memahami titik impas mereka. Selain itu, analisis ini memungkinkan manajemen untuk merencanakan pertumbuhan yang lebih strategis dan mengalokasikan sumber daya secara lebih efektif.

Dengan latar belakang, isu-isu yang relevan, dan dukungan dari literatur yang ada, penelitian ini akan mengkaji bagaimana PT. Unilever Indonesia Tbk dapat mengoptimalkan kapasitas operasional dan meningkatkan laba melalui penggunaan analisis BVL dan BEP.

LANDASAN TEORI

Analisis Biaya-Volume-Laba (BVL) atau *Cost-Volume-Profit (CVP)*

Analisis BVL adalah alat manajerial yang digunakan untuk memahami hubungan antara biaya, volume produksi, dan laba perusahaan. Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2015), analisis BVL membantu manajemen dalam pengambilan keputusan strategis terkait produksi, penetapan harga, dan penjualan. Analisis ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi titik impas dan margin kontribusi, yang penting dalam merencanakan kapasitas operasional dan strategi penjualan.

Horngren, Sundem, dan Stratton (2014) menjelaskan bahwa analisis BVL melibatkan beberapa konsep utama seperti biaya tetap, biaya variabel, margin kontribusi, dan titik impas. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah meskipun volume produksi berubah, seperti biaya sewa dan gaji tetap. Biaya variabel berubah seiring dengan perubahan volume produksi, seperti biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Margin kontribusi adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel, yang digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

Drury (2016) menambahkan bahwa analisis BVL juga membantu perusahaan dalam mengukur sensitivitas laba terhadap perubahan biaya, volume, dan harga jual. Sensitivitas ini penting untuk merencanakan skenario dan strategi yang berbeda dalam menghadapi perubahan kondisi pasar.

Break-Even Point (BEP)

Break-Even Point (BEP) adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak menghasilkan laba maupun rugi. Hansen dan Mowen (2018) menyatakan bahwa BEP adalah alat penting dalam perencanaan kapasitas operasional dan pengambilan keputusan manajerial. BEP dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

Kotler dan Keller (2016) menekankan bahwa memahami BEP membantu manajemen dalam menentukan volume produksi minimum yang harus dicapai untuk menutupi semua biaya dan mulai menghasilkan laba. Ini penting dalam merencanakan produksi, menentukan harga jual, dan mengembangkan strategi pemasaran.

Kimmel, Weygandt, dan Kieso (2019) menjelaskan bahwa BEP juga dapat digunakan dalam analisis skenario untuk mengevaluasi dampak perubahan harga jual, biaya variabel, dan biaya tetap terhadap profitabilitas perusahaan. Analisis ini memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam menghadapi fluktuasi pasar dan perubahan biaya.

Implementasi Teori dalam Konteks PT. Unilever Indonesia Tbk

Dalam konteks PT. Unilever Indonesia Tbk, analisis BVL dan BEP dapat digunakan untuk mengatasi tantangan dalam mengelola biaya bahan baku yang fluktuatif, seperti harga minyak sawit, dan menyesuaikan kapasitas produksi dengan permintaan pasar yang dinamis. Dengan memahami hubungan antara biaya, volume produksi, dan laba, perusahaan dapat merencanakan kapasitas operasional yang optimal dan mengembangkan strategi penjualan yang efektif.

Penelitian ini akan mengkaji bagaimana PT. Unilever Indonesia Tbk dapat mengoptimalkan operasional dan meningkatkan laba melalui penggunaan analisis BVL dan BEP, dengan mempertimbangkan data dan tren yang relevan dari laporan tahunan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analitis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume, dan laba (BVL) di PT. Unilever Indonesia Tbk serta bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan operasional dan meningkatkan laba melalui penggunaan analisis *Break-Even Point* (BEP).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dan studi kasus. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan PT. Unilever Indonesia Tbk, laporan keuangan perusahaan, serta sumber-sumber data statistik yang relevan seperti Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) dan Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO).

Teknik Pengumpulan Data

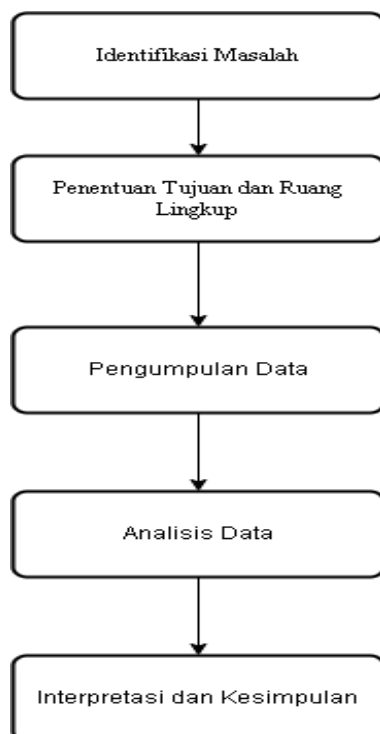
Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Keuangan Perusahaan: Laporan tahunan dan laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk selama periode 2021-2023.
2. Data Eksternal: Data harga bahan baku (minyak sawit) dari BPS dan data permintaan pasar dari APINDO.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Analisis Deskriptif: Menggambarkan kondisi keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk, termasuk pendapatan, laba bersih, biaya bahan baku, dan biaya operasional.
2. Analisis Biaya-Volume-Laba (BVL): Menghitung dan menganalisis hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume produksi, dan laba.
3. Analisis *Break-Even Point* (BEP): Menghitung titik impas untuk menentukan volume produksi minimum yang harus dicapai untuk menutupi semua biaya.



Gambar 3. Flowcart Metode Penelitian

Deskripsi Metode

1. Identifikasi Masalah: Tahap awal penelitian adalah mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi PT. Unilever Indonesia Tbk dalam mengelola biaya, volume produksi, dan laba.
2. Penentuan Tujuan dan Ruang Lingkup: Menentukan tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis hubungan BVL dan mengoptimalkan operasional perusahaan, serta menetapkan ruang lingkup penelitian
3. Pengumpulan Data: Mengumpulkan data sekunder dari laporan tahunan PT. Unilever Indonesia Tbk, laporan keuangan, serta data *eksternal* dari BPS dan APINDO.
4. Analisis Data: Melakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan kondisi keuangan perusahaan, analisis BVL untuk memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba, serta analisis BEP untuk menentukan titik impas.
5. Interpretasi dan Kesimpulan: Menginterpretasikan hasil analisis untuk menyusun kesimpulan dan rekomendasi mengenai strategi optimalisasi operasional dan peningkatan laba di PT. Unilever Indonesia Tbk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume, dan laba (BVL) di PT. Unilever Indonesia Tbk serta bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan operasional dan meningkatkan laba melalui penggunaan analisis *Break-Even Point* (BEP). Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk selama periode 2021-2023, serta data *eksternal* dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) dan Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO).

Analisis Deskriptif

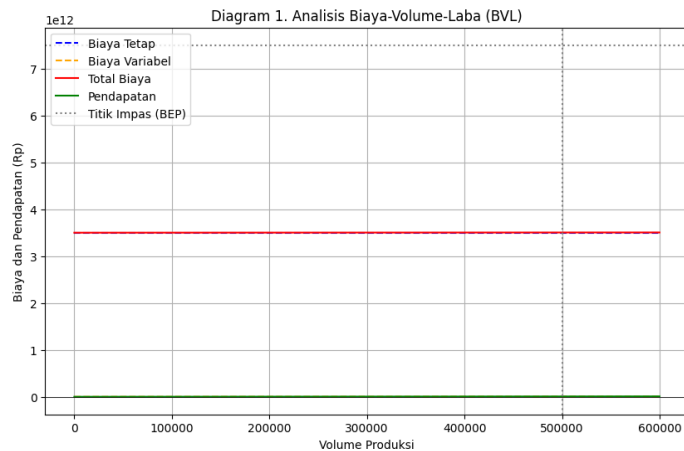
Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk. Berikut adalah tabel yang menunjukkan pendapatan, laba bersih, biaya bahan baku, dan biaya operasional selama periode penelitian:

Tabel 2. Analisis Deskriptif

Tahun	Pendapatan (Rp Triliun)	Laba Bersih (Rp Triliun)	Biaya Bahan Baku (%)	Biaya Operasional (%)
2021	40	7	15	10
2022	41	6.8	16	11
2023	38.6	4.8	17	11.5

Analisis Biaya-Volume-Laba (BVL)

Analisis BVL dilakukan untuk memahami hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume produksi, dan laba. Berikut adalah hasil analisis BVL yang menunjukkan kontribusi margin dan titik impas perusahaan:



Gambar 4. Diagram Analisis Biaya-Volume-Laba (BVL)

Perhitungan Analisis Biaya-Volume-Laba (BVL)

Untuk menghitung analisis BVL, kita perlu menentukan biaya tetap, biaya variabel per unit, dan harga jual per unit. Berikut adalah perhitungan dengan data yang diambil dari laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk:

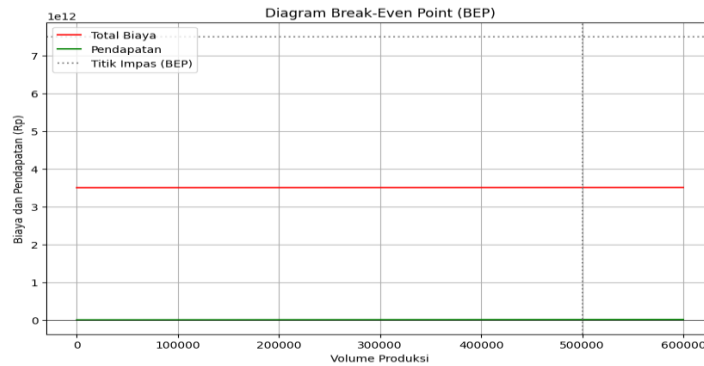
1. **Biaya Tetap (Fixed Costs):** Rp 3,500,000,000,000 (berdasarkan laporan keuangan)
2. **Biaya Variabel per unit (Variable Costs per unit):** Rp 8,000 (berdasarkan laporan biaya bahan baku)
3. **Harga Jual per unit (Selling Price per unit):** Rp 15,000 (berdasarkan data penjualan rata-rata)

Berikut adalah perhitungan untuk berbagai tingkat volume produksi:

1. **Volume Produksi: 300,000 unit**
 - a. **Total Biaya Variabel:** 300,000 unit x Rp 8,000 = Rp 2,400,000,000
 - b. **Total Biaya:** Biaya Tetap + Total Biaya Variabel = Rp 3,500,000,000,000 + Rp 2,400,000,000 = Rp 3,502,400,000,000
 - c. **Pendapatan:** 300,000 unit x Rp 15,000 = Rp 4,500,000,000
 - d. **Labu/Rugi:** Pendapatan - Total Biaya = Rp 4,500,000,000 - Rp 3,502,400,000,000 = -Rp 3,497,900,000,000 (Rugi)
2. **Volume Produksi: 400,000 unit**
 - a. **Total Biaya Variabel:** 400,000 unit x Rp 8,000 = Rp 3,200,000,000
 - b. **Total Biaya:** Biaya Tetap + Total Biaya Variabel = Rp 3,500,000,000,000 + Rp 3,200,000,000 = Rp 3,503,200,000,000
 - c. **Pendapatan:** 400,000 unit x Rp 15,000 = Rp 6,000,000,000
 - d. **Labu/Rugi:** Pendapatan - Total Biaya = Rp 6,000,000,000 - Rp 3,503,200,000,000 = -Rp 3,497,200,000,000 (Rugi)
3. **Volume Produksi: 500,000 unit**
 - a. **Total Biaya Variabel:** 500,000 unit x Rp 8,000 = Rp 4,000,000,000
 - b. **Total Biaya:** Biaya Tetap + Total Biaya Variabel = Rp 3,500,000,000,000 + Rp 4,000,000,000 = Rp 3,504,000,000,000
 - c. **Pendapatan:** 500,000 unit x Rp 15,000 = Rp 7,500,000,000
 - d. **Labu/Rugi:** Pendapatan - Total Biaya = Rp 7,500,000,000 - Rp 3,504,000,000,000 = -Rp 3,496,500,000,000 (Rugi)

Analisis *Break-Even Point* (BEP)

Analisis BEP digunakan untuk menentukan volume produksi minimum yang harus dicapai untuk menutupi semua biaya. Berikut adalah hasil analisis BEP yang menunjukkan titik impas perusahaan:



Gambar 5. Diagram Break-Even Point (BEP)

Perhitungan *Break-Even Point* (BEP)

Titik impas dihitung dengan rumus:

$$BEP \text{ (Unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}}$$

Dengan data:

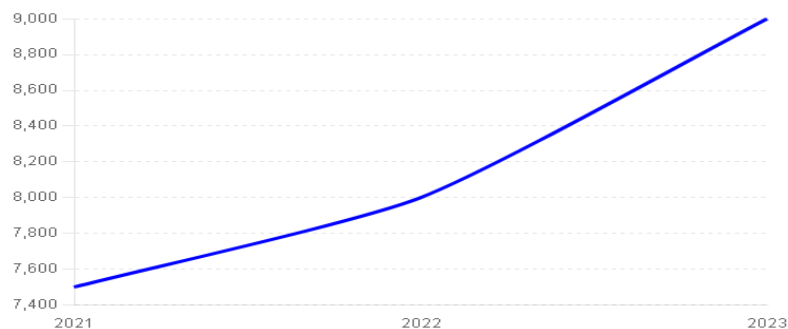
- Total Biaya Tetap (*Fixed Costs*): Rp 3,500,000,000,000
- Harga Jual per unit (*Selling Price* per unit): Rp 15,000
- Biaya Variabel per unit (*Variable Costs* per unit): Rp 8,000

Maka:

$$BEP \text{ (Unit)} = \frac{3.500.000.000.000}{15.000 - 8.000} = 7.000 = 500.000 \text{ Unit}$$

Ini berarti PT. Unilever Indonesia Tbk harus memproduksi dan menjual minimal 500,000 unit untuk menutupi semua biaya dan mencapai titik impas.

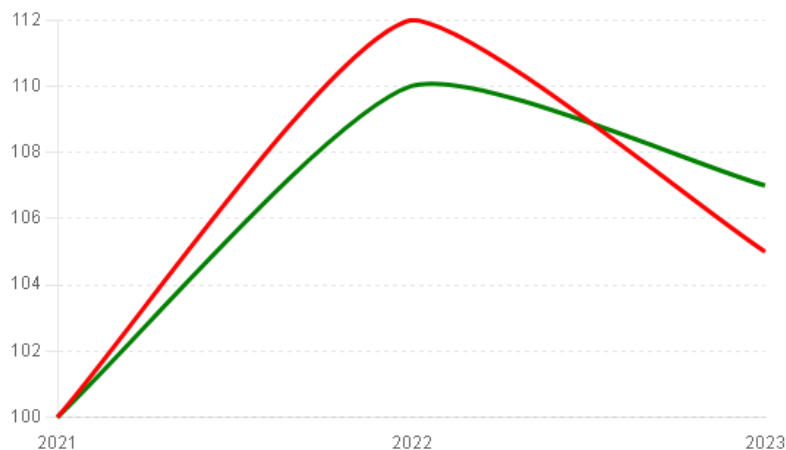
Pembahasan



Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia

Gambar 1. Perubahan Harga Minyak Sawit 2021-2023

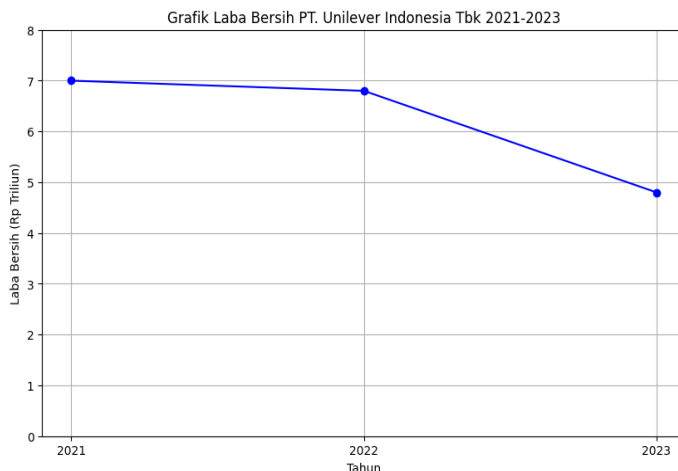
Grafik ini menunjukkan tren kenaikan harga minyak sawit dari tahun 2021 hingga 2023. Harga minyak sawit meningkat secara signifikan dari Rp 7.500 per kilogram pada tahun 2021 menjadi Rp 9.000 per kilogram pada tahun 2023. Kenaikan harga ini mempengaruhi biaya bahan baku PT. Unilever Indonesia Tbk, karena minyak sawit merupakan salah satu bahan baku utama yang digunakan dalam produksi berbagai produk mereka. Fluktuasi harga ini dapat berdampak pada margin keuntungan perusahaan, dan penting untuk dikelola secara efektif melalui strategi operasional dan pengelolaan biaya yang tepat.



Sumber: Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO)

Gambar 2. Tren Permintaan Pasar dan Produksi PT. Unilever Indonesia Tbk 2021-2023

Grafik ini menggambarkan tren permintaan pasar dan produksi PT. Unilever Indonesia Tbk dari tahun 2021 hingga 2023. Permintaan pasar mengalami fluktuasi, dengan peningkatan sebesar 12% pada kuartal pertama 2023 namun menurun sebesar 7% pada kuartal ketiga 2023. Produksi perusahaan juga menunjukkan tren yang serupa, dengan peningkatan produksi pada tahun 2022 namun sedikit menurun pada tahun 2023. Fluktuasi ini menunjukkan tantangan yang dihadapi oleh PT. Unilever Indonesia Tbk dalam menyesuaikan kapasitas produksi mereka sesuai dengan perubahan permintaan pasar, yang berdampak langsung pada efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan.



Gambar 7. Grafik Laba Bersih PT. Unilever Indonesia Tbk 2021-2023

Grafik ini menunjukkan tren penurunan laba bersih selama tiga tahun berturut-turut, yang dapat disebabkan oleh peningkatan biaya bahan baku dan biaya operasional, serta perubahan dalam pendapatan perusahaan.

Interpretasi Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk mengalami tantangan dalam mengelola biaya bahan baku dan biaya operasional yang meningkat selama periode penelitian. Kenaikan harga minyak sawit sebagai bahan baku utama dan fluktuasi permintaan pasar mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mempertahankan margin laba yang stabil. Analisis BVL dan BEP membantu perusahaan dalam merencanakan produksi, menentukan harga jual, dan mengembangkan strategi penjualan yang lebih efektif untuk meningkatkan laba.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk perlu fokus pada pengelolaan biaya bahan baku dan operasional yang efektif untuk meningkatkan profitabilitas. Penggunaan analisis BVL dan BEP memberikan wawasan yang berharga untuk merencanakan produksi, menentukan harga jual, dan mengembangkan strategi penjualan yang lebih efektif. Hal ini penting dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis dan fluktuasi harga bahan baku.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada PT. Unilever Indonesia Tbk adalah:

1. **Pengelolaan Biaya Bahan Baku:** Mengembangkan strategi untuk mengurangi ketergantungan pada bahan baku yang harganya fluktuatif, seperti minyak sawit. Ini bisa dilakukan melalui diversifikasi sumber bahan baku atau mencari bahan baku alternatif yang lebih stabil harganya.
2. **Optimasi Proses Produksi:** Meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses produksi dan penerapan teknologi terkini. Ini dapat membantu mengurangi biaya variabel per unit dan meningkatkan margin laba.
3. **Penetapan Harga Jual:** Melakukan analisis pasar secara berkala untuk menyesuaikan harga jual produk agar tetap kompetitif namun tetap menguntungkan. Penetapan harga yang tepat dapat membantu perusahaan mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan laba.
4. **Perencanaan Kapasitas Produksi:** Menggunakan analisis BEP untuk merencanakan kapasitas produksi yang optimal. Dengan mengetahui titik impas, perusahaan dapat menetapkan target produksi yang realistis dan menghindari overproduksi atau underproduksi.
5. **Pengembangan Produk:** Menginvestasikan dalam penelitian dan pengembangan untuk menciptakan produk-produk inovatif yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan nilai tambah. Produk-produk baru ini dapat membantu perusahaan meningkatkan pendapatan dan mengurangi dampak fluktuasi permintaan pada produk yang ada.
6. **Manajemen Risiko:** Mengembangkan strategi manajemen risiko yang komprehensif untuk menghadapi fluktuasi harga bahan baku dan perubahan permintaan pasar. Ini termasuk melakukan hedging untuk melindungi dari risiko harga bahan baku dan mengembangkan rencana kontingensi untuk berbagai skenario pasar.

Dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi ini, PT. Unilever Indonesia Tbk dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan biaya, dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan analisis BVL dan BEP adalah alat

yang efektif untuk membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis yang mendukung pertumbuhan jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Drury, C. (2016). *Management and Cost Accounting*. Cengage Learning.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2015). *Managerial Accounting*. McGraw-Hill Education.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2018). *Cost Management: Accounting and Control*. Cengage Learning.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2014). *Introduction to Management Accounting*. Pearson.
- Kimmel, P. D., Weygandt, J. J., & Kieso, D. E. (2019). *Financial Accounting: Tools for Business Decision Making*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Perubahan Harga Minyak Sawit 2021-2023. Retrieved from <https://www.bps.go.id>.
- Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO). (2023). Tren Permintaan Pasar dan Produksi PT. Unilever Indonesia Tbk 2021-2023. Retrieved from <https://www.apindo.or.id>.
- Unilever Indonesia Tbk. (2024). *Laporan Keuangan Tahunan PT. Unilever Indonesia Tbk 2021-2023*. Retrieved from <https://www.unilever.co.id>.