



**ANALISIS BIAYA DAN PERMINTAAN DALAM PENETAPAN HARGA  
POKOK PENJUALAN UNIT APARTEMEN  
JEMBER TOWN SQUARE**

**SKRIPSI**

Oleh

**MUSTHOFIN AL AKHYAR FAQIH**

**131910301110**

**PROGRAM STUDI STRATA 1**

**JURUSAN TEKNIK SIPIL**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2018**



**ANALISIS BIAYA DAN PERMINTAAN DALAM PENETAPAN HARGA  
POKOK PENJUALAN UNIT APARTEMEN  
JEMBER TOWN SQUARE**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Strata 1 Studi Teknik Sipil  
Dan mencapai gelar Sarjana Teknik

Oleh

**MUSTHOFIN AL AKHYAR FAQIH  
131910301110**

**PROGRAM STUDI STRATA 1  
JURUSAN TEKNIK SIPIL  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2018**

## PERSEMBAHAN

Perjuangan merupakan pengalaman berharga yang dapat menjadikan kita manusia yang berkualitas. Terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat serta hidayahnya kepadaku dan kepada Nabi Muhammad SAW teladanku.

Untuk itu saya ingin mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada:

1. Orang tua saya Ibunda Umi Hanik, ayahanda Misnajar Muhammad Munashor;
2. Keluarga penulis yang senantiasa selalu memberikan dukungan dan doanya demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Alm. Ibu Siti Zaenab yang selalu saya rindukan;
4. Guru-guru saya sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
5. Sahabat-sahabat yang tersayang;
6. Almamater Fakultas Teknik Jurusan Teknik Sipil, Universitas Jember.

**MOTTO**

“Saat masalahmu jadi terlalu berat untuk ditangani, beristirahatlah dan hitung  
berkah yang sudah kau dapatkan.”

(Anonimus)

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan,"

(Terjemahan QS Al Insyirah ayat 6)

“Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian  
memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari  
Allah.”

(Imam bin Al Qayim)

“Sabar bukan tentang berapa lama kau bisa menunggu. Melainkan tentang  
bagaimana perilakumu saat menunggu.”

(M. Munashor Alm)

“Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu  
pengetahuan.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihafal, melainkan yang memberi manfaat.”

(Imam Syafi’i)

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Musthofin Al Akhyar Faqih

NIM : 131910301110

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Biaya dan Permintaan dalam Penetapan Harga Pokok Penjualan Unit Apartemen Jember Town Square di Jember” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 Oktober 2018

Yang menyatakan,

Musthofin Al Akhyar Faqih

NIM 131910301110

**SKRIPSI**

**ANALISIS BIAYA DAN PERMINTAAN DALAM PENETAPAN HARGA  
POKOK PENJUALAN UNIT APARTEMEN  
JEMBER TOWN SQUARE**

Oleh

**MUSTHOFIN AL AKHYAR FAQIH**

**131910301110**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Anik Ratnaningsih, ST., MT.  
Dosen Pembimbing Anggota : Syamsul Arifin, ST., MT.

**PENGESAHAN**

Tugas Akhir Musthofin Al Akhyar Faqih, 131910301110 yang berjudul “Analisis Biaya dan Permintaan Penetapan Harga Pokok Penjualan Unit Apartemen Jember Town Square” telah diuji dan disahkan pada:

hari : Selasa

tanggal : 16 Oktober 2018

tempat : Fakultas Teknik Universitas Jember

Tim Pembimbing:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Anik Ratnaningsih, S.T., M.T  
NIP. 19700530 199803 2 001

Syamsul Arifin, S.T., M.T  
NIP. 19690709 199802 1 001

Tim Penguji:

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Dewi Junita K, ST., MT  
NIP. 19710610 199903 1 002

Ir. Hernu Suyoso, MT  
NIP. 19551112 198702 1 001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Teknik, Universitas Jember

Dr. Ir. Entin Hidayah, M.UM  
NIP, 19661215 199503 2 001

## RINGKASAN

### **ANALISIS BIAYA DAN PERMINTAAN DALAM PENETAPAN HARGA POKOK PENJUALAN UNIT APARTEMEN JEMBER TOWN SQUARE;**

Musthofin Al Akhyar Faqih, 131910301110; 2018: 80 halaman; Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Jember.

Di tengah makin menyempitnya lahan kosong, pembangunan *landed house* menjadi hal yang sulit diwujudkan. Ditambah lagi dengan harga tanah yang semakin mahal terutama tanah-tanah yang terletak di pusat kota. Salah satu solusi terbaik untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melakukan pembangunan apartemen bagi masyarakat.

Apartemen Jember Town Square merupakan apartemen baru dan pertamakali di Jember yang dikembangkan oleh PT. Prosper Land. Apartemen ini terletak di Jl. Kaliurang kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Letak dari apartemen ini sangat strategis dikelilingi berbagai area perkantoran, universitas, sekolah, dan banyak perumahan. Apartemen Jember Town Square terdiri dari 11 grup bangunan. Telah diketahui secara luas, bahwa nilai sebuah properti sangatlah tergantung pada lokasi apartemen tersebut serta nilai properti-properti di daerah sekelilingnya. Apartemen Jember Town Square hanya menawarkan tipe unit hunian, yaitu tipe Studio. Setiap unit tersebut masing-masing ditawarkan dengan harga mulai Rp 195.000.000,00 hingga Rp 235.000.000,00.

Penetapan harga menjadi permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasar. Seperti yang diketahui sebelumnya, penetapan harga yang baik dimulai dengan pemahaman mengenai persepsi pelanggan terhadap nilai yang mempengaruhi harga yang bersedia mereka bayarkan. Baik konsumen dan pengembang menyeimbangkan harga unit terhadap keuntungan memilikinya. Karena itu, sebelum menetapkan harga, pengembang harus memahami hubungan antara harga dan permintaan unit. Dalam hal ini, perlu menghitung besaran biaya tetap total dan biaya variabel total unit Apartemen, menghitung prediksi permintaan pembelian tiap-tiap unit Apartemen dalam berbagai variasi tingkatan harga, dan menghitung harga yang layak berdasarkan analisis NPV, IRR, BCR, PP dan BEP Apartemen untuk menganalisis hubungan harga dan permintaan.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan total anggaran biaya pembangunan Apartemen Jember Town Square sebesar Rp. 39.027.835.000,-. Kemudian dilakukan perhitungan analisis investasi dengan menggunakan indikator *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Benefit Cost Ratio* (BCR) dan *Payback Periode* (PP) selama kurun waktu selama lima belas tahun.

Berdasarkan hasil analisis investasi menggunakan metode *Net Present Value* (NPV), investasi diterima atau layak dilaksanakan dengan nilai NPV (7,007,224,647,-) lebih besar dari (0). Hasil perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR) didapat tingkat suku bunga yang aman adalah 20,17%. Pada tahun kelima belas didapat nilai BCR = 1,22. Berdasarkan perhitungan *Payback Periode* (PP) diperoleh nilai 7,42 tahun atau 7 tahun 5 bulan, menunjukkan bahwa perusahaan/pengembang bisa menutupi pengeluaran investasinya dalam waktu 7 tahun 5 bulan.

Berdasarkan hasil analisis Titik Impas atau *Break Event Point* (BEP) terhadap harga tawaran permintaan unit Studio dengan tipe unit yang sama diperoleh prediksi permintaan pembelian sebesar 150 unit dengan harga unit yang layak diterima adalah Rp. 198.700.000,- dengan BEP unit 121 di tahun ke 0,8. Alternatif lain untuk memperoleh laba yang maksimal didapatkan harga jual unit Studio sebesar Rp. 220.000.000,- dengan BEP 79 unit 0,73 Tahun.

Berdasarkan hasil analisis Titik Impas atau *Break Event Point* (BEP) terhadap harga tawaran permintaan berbagai tipe unit yaitu tipe 1 BR, 2 BR dan 3 BR diperoleh prediksi permintaan pembelian berturut-turut sebesar 49 unit, 82 unit, dan 14 unit dengan harga unit yang layak berturut-turut adalah Rp. 205.700.000,-, Rp. 216.700.000,-, Rp. 225.700.000,-. dengan BEP 108 unit 0,74 Tahun. Alternatif lain untuk memperoleh laba yang maksimal didapatkan harga jual unit 1 BR, 2 BR dan 3 BR berturut-turut Rp. 230.00.000,-, Rp. 235.000.000,-, Rp. 240.000.000,- dan BEP 105 unit 0,74 Tahun.

## SUMMARY

**ANALYSIS OF COSTS AND DEMAND IN DETERMINING THE COST OF SALES, JEMBER TOWN SQUARE APARTMENT UNIT;** Musthofin Al Akhyar Faqih, 131910301110; 2018: 80 pages; Civil Engineering Department, Faculty of Engineering, University of Jember.

In the midst of the narrowing of vacant land, the construction of landed houses is a difficult thing to realize. Coupled with the increasingly expensive land prices, especially the land located in the city center. One of the best solutions to overcome these problems is by building apartments for the community.

Jember Town Square Apartment is a new apartment and the first time in Jember developed by PT. Prosper Land. This apartment is located on Jl. Kaliurang, Summersari District, Jember Regency. The location of this apartment is very strategically surrounded by various office areas, universities, schools, and lots of housing. Jember Town Square Apartment consists of 11 building groups. It is widely known that the value of a property depends on the location of the apartment and the value of the properties in the surrounding area. Jember Town Square Apartment offers only residential unit types, namely Studio type. Each of these units is offered at prices ranging from Rp. 195,000,000.00 to Rp. 235,000,000.00.

Pricing is the number one problem faced by many market executives. As previously known, good pricing starts with an understanding of customer perceptions of values that affect the price they are willing to pay. Both consumers and developers balance unit prices against the benefits of owning them. Therefore, before setting a price, the developer must understand the relationship between price and unit demand. In this case, it is necessary to calculate the total fixed cost and total unit unit variable costs, calculate the prediction of purchase requests for each apartment unit in various price levels, and calculate a reasonable price based on the NPV, IRR, BCR, PP and BEP.

Based on the results of the analysis of calculations that have been made, the total budget for the construction of Jember Town Square is Rp. 39,027,835,000, -. Then the investment analysis calculation is done by using the indicators of Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Benefit Cost Ratio (BCR) and

Payback Period (PP) for a period of fifteen years. Based on the results of investment analysis using the Net Present Value (NPV) method, investments are accepted or feasible to be carried out with NPV values (7,007,224,647, -) greater than (0). The results of the calculation of the Internal Rate of Return (IRR) obtained a safe interest rate of 20.17%. In the fifteenth year BCR = 1.22 was obtained. Based on the Payback Period (PP) calculation, the value of 7.42 years or 7 years 5 months is obtained, indicating that the company / developer can cover the investment expenditure within 7 years 5 months.

Based on the Break Event Point (BEP) analysis on the bid price of requests for Studio units with the same type of unit, the purchase demand prediction of 150 units is obtained with the price of the unit being acceptable is Rp. 198,700,000, - with BEP unit 121 in the year to 0.8. Another alternative to obtaining maximum profit is the selling price of Studio units of Rp. 220,000,000, - with a BEP of 79 units of 0.73 years.

Based on the Break Event Point (BEP) analysis of the bid prices for various types of units, namely type 1 BR, 2 BR and 3 BR, the purchase demand predictions were 49 units, 82 units and 14 units at the unit price respectively. worth in a row is Rp. 205,700,000, -, Rp. 216,700,000, -, Rp. 225,700,000. with BEP 108 units of 0.74 years. Another alternative to obtaining maximum profit is the selling price of unit 1 BR, 2 BR and 3 BR in a row Rp. 230.00,000, -, Rp. 235,000,000, -, Rp. 240,000,000, - and BEP 105 units of 0.74 years.

## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penetapan Harga Jual Unit Apartemen Jember Town Square di Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Entin Hidayah, M.UM selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Jember
2. Ir. Hernu Suyoso, M.T selaku Kepala Jurusan Teknik Sipil Universitas Jember
3. Dr. Anik Ratnaningsih, ST., MT. Selaku Kepala Program Studi Jurusan Teknik Sipil Universitas Jember sekaligus Dosen Pembimbing Utama.
4. Syamsul Arifin, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Nunung Nuring, ST., MT., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa;
6. Semua responden dari PT. Prosper Land, yang telah menyediakan waktunya demi terselesaikannya skripsi ini;
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 22 Oktober 2018

Penulis

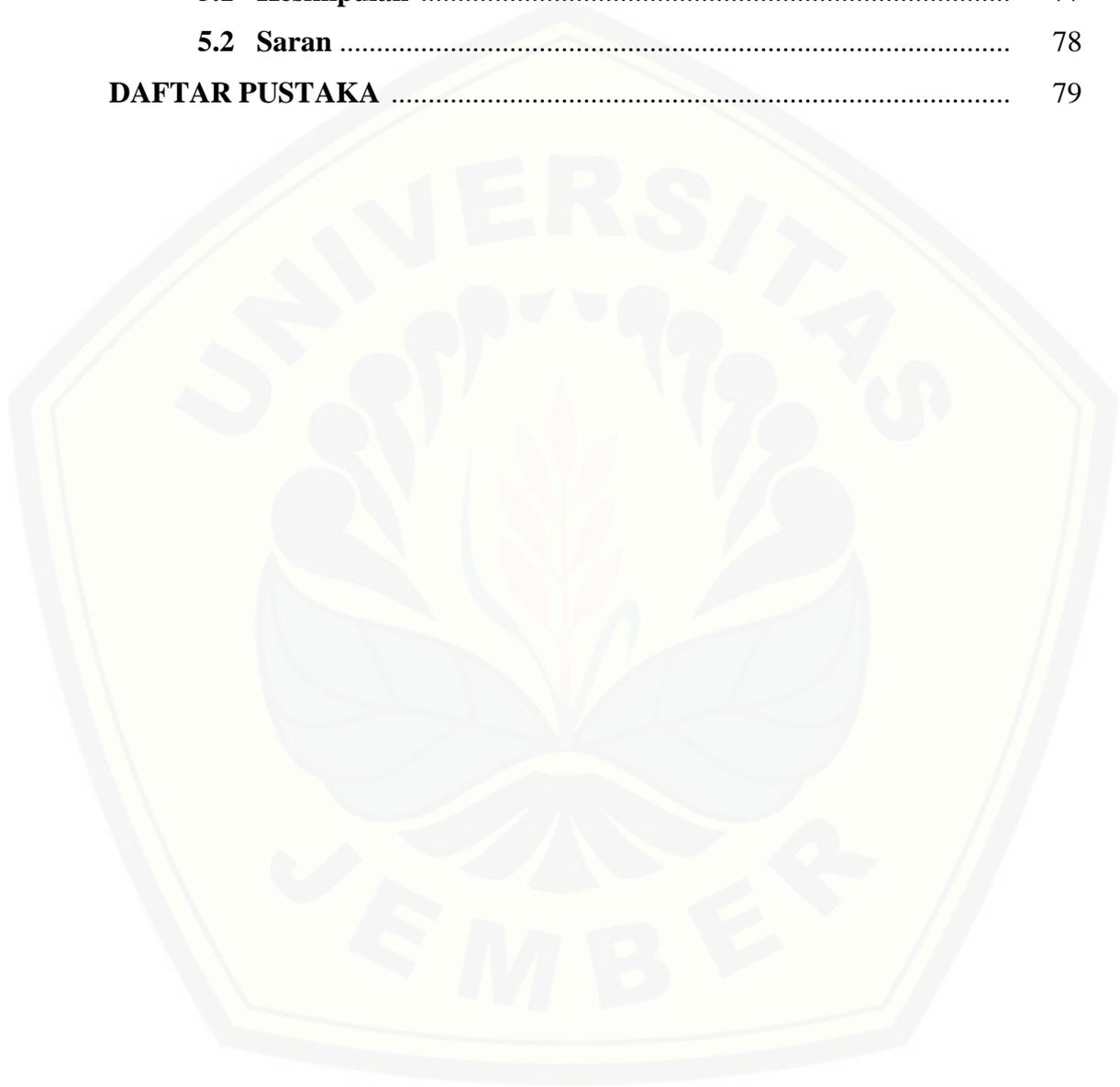
DAFTAR ISI

	HALAMAN
<b>HALAMAN COVER</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	vi
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>SUMMARY</b> .....	x
<b>PRAKATA</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xx
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	2
<b>1.3 Tujuan</b> .....	3
<b>1.4 Manfaat</b> .....	3
<b>1.5 Lingkup dan Batasan Masalah</b> .....	3
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
<b>2.1 Apartemen</b> .....	5
2.1.1 Definisi Apartemen .....	5
2.1.2 Klasifikasi dan Jenis Apartemen .....	6
<b>2.2 Penetapan Harga dan Prinsip-Prinsip Pemasaran</b> .....	8
2.2.1 Pengertian Harga .....	8
2.2.2 Faktor-faktor yang dipertimbangkan pada saat menetapkan Harga .....	8
2.2.3 Penetapan Harga berdasarkan Pasar dan Permintaan .....	9

2.2.4	Penetapan Harga berdasarkan Biaya .....	10
2.2.5	Penetapan Hargar berdasarkan Biaya Plus.....	11
2.2.6	Penetapan Harga berdasarkan Sasaran keuntungan .....	12
<b>2.3</b>	<b>Biaya .....</b>	<b>15</b>
2.3.1	Pengertian Biaya .....	15
2.3.2	Klasifikasi Biaya .....	15
2.3.2.1	Biaya Tetap .....	15
2.3.2.2	Biaya Variabel .....	16
<b>2.4</b>	<b>Aspek-aspek dan Parameter Studi Kelayakan Bisnis .....</b>	<b>17</b>
2.4.1	Aspek-aspek Kelayakan Bisnis .....	17
2.4.2	Parameter Studi Kelayakan Bisnis .....	21
2.4.2.1	Metode <i>Net Present Value</i> (NPV).....	21
2.4.2.2	Metode <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) .....	22
2.4.2.3	Metode <i>Benefit Cost Ratio</i> (BCR) .....	22
2.4.2.4	Metode <i>Payback Periode</i> (PP) .....	23
<b>2.5</b>	<b>Break Event Point .....</b>	<b>25</b>
2.5.1	Pengertian Break Event Point .....	25
2.5.2	Manfaat Analisis Break Event Point.....	26
2.5.3	Asumsi Dasar Analisis Break Event Point.....	26
2.5.4	Metode Perhitungan Break Event Point.....	27
2.5.4.1	Metode Persamaan .....	27
2.5.4.2	Metode Kontribusi Unit .....	28
2.5.4.1	Metode Grafis .....	29
2.5.5	Dampak Perubahan Berbagai Faktor Yang Mempengaruhi Break Even Point .....	30
2.5.5.1	Dampak Perubahan Harga Jual .....	30
2.5.5.2	Dampak Perubahan Volume Penjualan .....	31
2.5.5.3	Dampak Perubahan Biaya Variabel .....	31
2.5.5.4	Dampak Perubahan Biaya Tetap .....	32
2.5.5.5	Dampak Perubahan Komposisi Produk .....	32
<b>2.6</b>	<b>Peneliti Terdahulu .....</b>	<b>33</b>
<b>BAB 3</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>

3.1	Konsep Penelitian .....	34
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
3.3	Populasi .....	35
3.4	Sampel .....	35
3.5	Sumber dan Pengumpulan Data.....	36
3.6	Analisis Pendekatan Permintaan .....	36
3.7	Analisis Pendekatan Biaya .....	37
3.8	Analisis Titik Impas <i>Break Event Point</i> .....	40
3.9	Tahap Penelitian.....	41
3.10	Matrix Penelitian.....	43
3.11	Diagram Alur Penelitian .....	44
<b>BAB 4 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>		<b>45</b>
4.1	Data Penelitian .....	45
4.1.1	Profil Proyek .....	45
4.1.2	Profil Responden .....	47
4.2	Analisis Pendekatan Permintaan .....	48
4.3	Analisis Pendekatan Biaya .....	53
4.3.1	Rincian Anggaran Biaya Apartemen .....	55
4.3.2	Rekapitulasi Biaya Lain-lain Apartemen.....	59
4.3.3	Rekapitulasi Biaya Produksi Furniture Apartemen.....	60
4.3.4	Biaya Tetap .....	61
4.3.5	Biaya Variabel.....	62
4.3.6	Biaya Total.....	63
4.4	Analisis Kelayakan Investasi.....	64
4.4.1	Asumsi Perencanaan .....	64
4.4.1.1	Analisis Manfaat (Benefit).....	65
4.4.2	Biaya Angsuran dan Bunga Bank .....	66
4.4.3	Biaya Inflasi .....	66
4.4.4	Analisis <i>Net Present Value</i> (NPV).....	67
4.4.5	Analisis <i>Benefit Cost Ratio</i> (BCR).....	67
4.4.6	Analisis <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) .....	69
4.4.7	Analisis <i>Payback Periode</i> (PP) .....	70

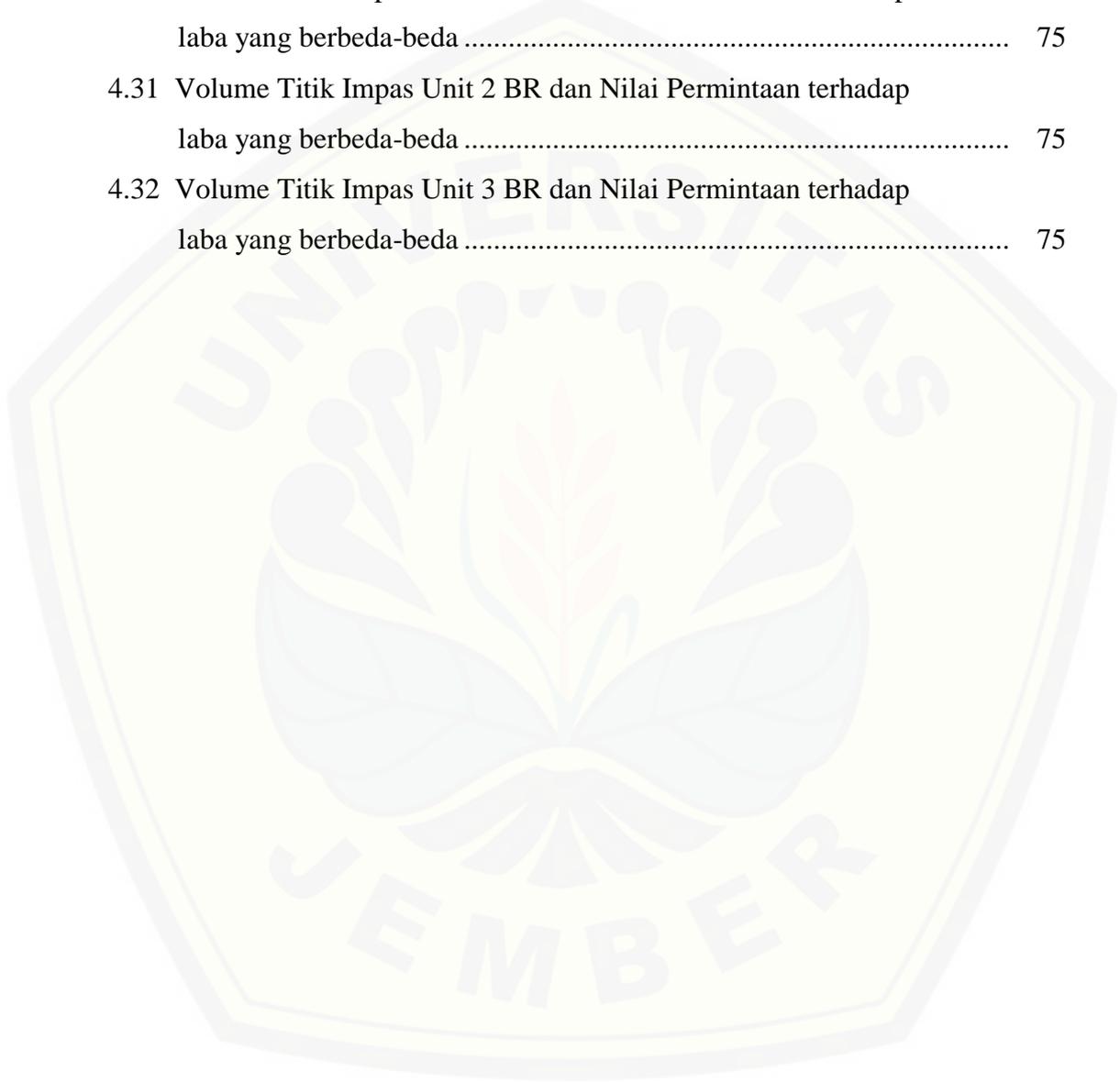
<b>4.5 Penetapan Harga Per Unit Per Lantai.....</b>	<b>71</b>
4.5.1 Penetapan Harga Unit 1 BR, 2 BR, dan 3 BR.....	72
4.5.2 Penetapan Harga Unit Studio, 1 BR, 2 BR, dan 3 BR	
Berdasarkan Nilai Permintaan dan <i>Break Event Point</i> .....	73
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>77</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>



DAFTAR TABEL

	HALAMAN
2.1 Tabel Volume titik impas dan laba pada harga yang berbeda-beda .....	13
2.2 Tabel Penelitian Terdahulu .....	33
3.1 Matrix Penelitian .....	42
4.1 Profil Responden .....	47
4.2 Hasil Kuesioner Peminatan Unit Studio .....	48
4.3 Hasil Kuesioner Peminatan Unit 1 BR.....	49
4.4 Hasil Kuesioner Peminatan Unit 2 BR.....	49
4.5 Hasil Kuesioner Peminatan Unit 3 BR.....	49
4.6 Tipe Unit Apartemen Jember Town Square .....	53
4.7 Rincian Anggaran Biaya Lantai 1 Aprtemen Jember Town Square .....	55
4.8 Rincian Anggaran Biaya Lantai 2 Aprtemen Jember Town Square .....	56
4.9 Rincian Anggaran Biaya Lantai 3 Aprtemen Jember Town Square .....	57
4.10 Rekapitulasi Anggaran Biaya Aprtemen Jember Town Square.....	58
4.11 Rekapitulasi Biaya Lain-lain Aprtemen Jember Town Square.....	59
4.12 Rekapitulasi Biaya Produksi Furniture Unit 1 BR, 2BR dan 3 BR .....	60
4.13 Biaya Tetap Apartemn Jember Town Square .....	61
4.14 Rekapitulasi Biaya Tetap setelah dialokasikan .....	62
4.15 Biaya Variabel Aprtemen Jember Town Square.....	62
4.16 Rekapitulasi Biaya Variabel setelah dialokasikan .....	62
4.17 Rekapitulasi Biaya Total Skenario 1 .....	63
4.18 Rekapitulasi Biaya Total Skenario 2 .....	63
4.19 Data Jumlah Pembeli Unit Apartemen Jember Town Square .....	65
4.20 Biaya Angsuran dan Bunga Bank .....	66
4.21 Cashflow .....	66
4.22 Perhitungan <i>Net Present Value</i> (NPV) .....	67
4.23 Analisis <i>Benefit Cost Ratio</i> (BCR) .....	68
4.24 Perhitungan <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) .....	69
4.25 Perhitungan <i>Break Event Point</i> (BEP) Unit Studio.....	71

4.26	Perhitungan Penambahan <i>Markup</i> 20 Persen Unit Studio .....	72
4.27	Harga Tipe Unit 1 BR, 2 BR, dan 3 BR .....	72
4.28	Harga Penawaran Rata-rata Unit Apartemen .....	73
4.29	Volume Titik Impas Unit studio dan Nilai Permintaan terhadap laba yang berbeda-beda .....	74
4.30	Volume Titik Impas Unit 1 BR dan Nilai Permintaan terhadap laba yang berbeda-beda .....	75
4.31	Volume Titik Impas Unit 2 BR dan Nilai Permintaan terhadap laba yang berbeda-beda .....	75
4.32	Volume Titik Impas Unit 3 BR dan Nilai Permintaan terhadap laba yang berbeda-beda .....	75



DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
2.1 Hal-hal yang dipertimbangkan dalam Penetapan Harga .....	8
2.2 Biaya per unit sebagai fungsi dari Akumulasi Produksi Kurva Pengalaman .....	11
2.3 Grafik Titik Impas untuk menentukan Harga Sasaran .....	12
2.4 Skema Aspek-aspek Penilaian Studi Kelayakan Bisnis.....	17
2.5 Grafik <i>Break Event Point</i> .....	29
3.1 Peta Lokasi Penelitian .....	34
3.2 Grafik <i>Break Event Point</i> .....	39
3.3 Diagram Alur Penelitian .....	43
4.1 Siteplan Apartemen Jember Town Square .....	44
4.2 Grafik Permintaan Produksi Tipe Unit Apartemen .....	49
4.3 Kurva Permintaan Unit Studio .....	50
4.4 Kurva Permintaan Unit 1 BR .....	50
4.5 Kurva Permintaan Unit 2 BR .....	51
4.6 Kurva Permintaan Unit 3 BR .....	51
4.7 Grup A Bangunan Apartemen Jember Town Square .....	52
4.8 Grup B Bangunan Apartemen Jember Town Square .....	52
4.9 Grup C dan D Bangunan Apartemen Jember Town Square .....	52
4.10 Grup E sampai I Bangunan Apartemen Jember Town Square .....	52
4.11 Ilustrasi Alur Perhitungan Harga Unit per Lantai .....	70
4.12 Grafik <i>Break Event Point</i> (BEP) Unit Studio .....	76
4.13 Grafik <i>Break Event Point</i> (BEP) Unit 1 BR, 2 BR, dan 3 BR .....	76

**DAFTAR LAMPIRAN**

- A. Gambar Kerja Gedung A Apartemen Jember Town Square
- B. Gambar Kerja Gedung C Apartemen Jember Town Square
- C. Gambar Kerja Gedung F Apartemen Jember Town Square
- D. Rencana Anggaran Biaya Apartemen Jember Town Square
- E. Surat Perintah Kerja Pelaksanaan Proyek Apartemen Jember Town Square
- F. RSNI T-12-2002 Pekerjaan Persiapan
- G. RSNI T-15-2002 Pekerjaan Sanitasi
- H. SNI 2835 2008 Pekerjaan Tanah
- I. SNI 2836 2008 Pekerjaan Pondasi
- J. SNI 7394 2008 Pekerjaan Beton
- K. SNI 6897 2008 Pekerjaan Dinding dan Plesteran
- L. SNI 7393 2008 Pekerjaan Besi dan Aluminium
- M. SNI 2837 2008 Pekerjaan Plesteran dan Finishing
- N. SNI 2839 2008 Pekerjaan Langit-langit
- O. SNI 3434 2008 Pekerjaan Penutup Atap
- P. AHS 2018 Kabupaten Jember
- Q. Prinsip-prinsip Pemasaran
- R. Profil Nama Responden
- S. Sampel Kuesioner
- T. Foto Dokumentasi Responden
- U. Foto Dokumentasi Progres Pembangunan Apartemen Jember Town Square
- V. Brosur Apartemen Jember Town Square
- W. Data Bunga Kredit Bank Indonesia 2018
- X. Data Inflasi Kabupaten Jember 2018

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jember merupakan salah satu kota di urutan ke tiga yang padat dan pesat perkembangan penduduknya di tahun 2018 mencapai 2,4 juta jiwa (Badan Pusat Statistik Jawa Timur: 2018). Di tengah makin menyempitnya lahan kosong, pembangunan *landed house* menjadi hal yang sulit diwujudkan. Ditambah lagi dengan harga tanah yang semakin mahal terutama tanah-tanah yang terletak di pusat kota. Salah satu solusi terbaik untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melakukan pembangunan apartemen bagi masyarakat. Menurut Endy Marlina (2008: 86) dalam bukunya yang berjudul *Perancangan Bangunan Komersial* mengatakan bahwa, Apartemen adalah bangunan yang terdiri dari beberapa grup hunian, yang berupa rumah flat atau petak bertingkat yang diwujudkan untuk mengatasi masalah perumahan akibat kepadatan tingkat hunian dari keterbatasan lahan dengan harga yang terjangkau di perkotaan.

Apartemen Jember Town Square merupakan apartemen baru dan pertamakali di Jember yang dikembangkan oleh PT. Prosper Land. Apartemen ini terletak di Jl. Kaliurang kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Letak dari apartemen ini sangat strategis dikelilingi berbagai area perkantoran, universitas, sekolah, dan banyak perumahan. Apartemen Jember Town Square terdiri dari 11 grup yaitu grup A, B, C, D, E, F1-F5, F6-F9, G1-G5, G6-G9, H dan I. Tiap-tiap grup memiliki 3 lantai yang terdiri dari tenant untuk lantai 1 dan apartemen untuk lantai 2 sampai dengan 3. Selain itu, apartemen ini ditunjang dengan adanya fasilitas pendukung seperti pusat perbelanjaan, hiburan, jogging track, free parking dan lain-lain. Apartemen Jember Town Square menawarkan beberapa tipe unit hunian, yaitu tipe Studio dan 1BR. Setiap unit tersebut masing masing ditawarkan dengan harga mulai Rp 195.000.000,00 hingga Rp 235.000.000,00. Telah diketahui secara luas, bahwa nilai sebuah properti sangatlah tergantung pada lokasi apartemen tersebut serta nilai properti-properti di daerah sekelilingnya.

Penetapan harga menjadi permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasar. Dan banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat menurunkan bahkan menaikkan harga untuk mendapatkan penjualan dan keuntungan yang tinggi daripada meyakinkan pembeli bahwa produknya yang bernilai lebih layak dihargai tinggi. Saat ini beberapa unit Apartemen Jember Town Square telah laku terjual sebesar 75% dari jumlah keseluruhan 248 unit Apartemen, di sisi lain Apartemen ini masih dalam tahap pengerjaan tanah. Menurut Amstrong, G., dan Kotler, P. (2008: 345) Dalam bukunya yang berjudul *Prinsip-prinsip Pemasaran* mengatakan bahwa, Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan keuntungan. Sebaliknya, perusahaan akan rugi jika harga yang ditawarkan terlalu rendah.

Oleh karena itu, PT. Prosperland selaku pemilik Apartemen Jember Town Square harus mempertimbangkan kembali harga jual yang ditawarkan terhadap pembeli. Perlu diadakan penelitian untuk menghitung harga jual unit apartemen Jember Town Square yang sesuai agar didapatkan harga jual unit yang dapat diterima oleh pihak pengembang dan calon pembeli.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah:

1. Berapakah besar total anggaran biaya pembangunan Apartemen Jember Town Square ?
2. Berapakah besar harga penawaran dan nilai permintaan responden terhadap variasi harga unit-unit Apartemen yang diusulkan ?
3. Berapakah harga yang layak diterima oleh pihak pengembang dan calon pembeli untuk tiap-tiap unit Apartemen Jember Town Square ?

## 1.3 Tujuan

1. Menghitung besaran biaya total unit Apartemen.
2. Menghitung harga penawaran dan prediksi nilai permintaan pembelian tiap - tiap unit Apartemen dalam berbagai variasi tingkatan harga.
3. Menghitung harga yang layak berdasarkan analisis NPV, IRR, BCR, PP dan BEP Apartemen.

## 1.4 Manfaat

1. Dapat dijadikan wacana untuk mengetahui besaran biaya tetap total dan biaya variabel total unit Apartemen.
2. Dapat dijadikan pertimbangan penilaian terhadap kemungkinan pembelian tiap-tiap unit Apartemen dalam berbagai variasi tingkatan harga oleh pihak perusahaan perihal pemasaran unit Apartemen.
3. Dapat dijadikan sebagai referensi penetapan harga tiap tiap unit Apartemen yang sesuai dengan keinginan pasar atau Responden.

## 1.5 Lingkup dan Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup permasalahan yang terlalu luas agar mendapatkan arah penelitian yang tepat dan mempermudah dalam penelitian, perlu dibuat batasan masalah sebagai berikut :

1. Pengamatan yang dilakukan hanya unit-unit Apartemen sebanyak 2 lantai mulai dari lantai 2 sampai dengan lantai 3, sedangkan lantai 1 diabaikan sesuai dengan data perencanaan yang telah ditentukan.
2. Biaya tetap meliputi biaya tanah, administrasi, pemasaran, desain, perijinan, AMDAL, persiapan lahan, pekerjaan struktur, pekerjaan ME, pondasi, pembelian dan pemasangan genset, Ruang mesin Power Plant, biaya pekerjaan taman, pekerjaan sistem air bersih dan pengelolaan air limbah. Biaya variabel meliputi biaya pekerjaan arsitektur hunian, dinding precast, plafond, kolom, dan atap.

3. Penulis tidak memperhitungkan Dampak perubahan dari Harga jual, Volume Penjualan, Komposisi Produk, dan Biaya Variabel
4. Perhitungan Rencana Anggaran Biaya pekerjaan struktur dilakukan dengan menggunakan bantuan *Microsoft Excel* yang mengacu pada:
  - a. RSNI T-12-2002 Pekerjaan Persiapan
  - b. RSNI T-15-2002 Pekerjaan Sanitasi
  - c. SNI 2835 2008 Pekerjaan Tanah
  - d. SNI 2836 2008 Pekerjaan Pondasi
  - e. SNI 7394 2008 Pekerjaan Beton
  - f. SNI 6897 2008 Pekerjaan Dinding dan Plesteran
  - g. SNI 7393 2008 Pekerjaan Besi dan Alumunium
  - h. SNI 2837 2008 Pekerjaan Plesteran dan Finishing
  - i. SNI 2839 2008 Pekerjaan Langit-langit
  - j. SNI 3434 2008 Pekerjaan Penutup Atap
  - k. AHS 2018 Kabupaten Jember
5. Hasil perhitungan Break Event Point merupakan batas bawah harga unit Apartemen yang ditawarkan terhadap responden.
6. Penetapan harga menerapkan markup perusahaan sebesar 20 persen dari harga jual per unit Apartemen yang merupakan batas atas harga unit yang ditawarkan terhadap responden.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Apartemen

#### 2.1.1 Definisi Apartemen

Menurut Endy Marlina (2008: 86) dalam bukunya yang berjudul Perancangan Bangunan Komersial mengatakan bahwa, apartemen adalah bangunan yang membuat beberapa grup hunian, yang berupa rumah flat atau petak bertingkat yang diwujudkan untuk mengatasi masalah perumahan akibat kepadatan tingkat hunian dari keterbatasan lahan dengan harga yang terjangkau di perkotaan. Menurut Neufert (1980), apartemen adalah bangunan hunian yang dipisahkan secara horizontal dan vertikal, agar tersedia hunian yang berdiri sendiri dan mencakup bangunan bertingkat rendah atau bertingkat tinggi, dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan standart yang telah ditentukan. Tetapi Ciri-ciri umum bangunan apartemen, sebagai berikut :

- a. Memiliki jumlah lantai lebih dari satu.
- b. Terdiri atas beberapa unit hunian dalam satu lantai.
- c. Setiap unit hunian terdiri atas minimal 3 macam ruang yaitu ruang tidur, dapur dan kamar mandi.
- d. Setiap penghuni akan saling berbagi fasilitas yang ada pada apartemen
- e. Sirkulasi vertikal berupa tangga atau lift, sedangkan sirkulasi horizontalnya berupa koridor.
- f. Setiap unit mendapatkan jendela yang menghadap ke luar bangunan.
- g. Pada apartemen mewah, terdapa penambahan ruang-ruang seperti ruang kerja, ruang tamu, foyer, ruang khusus pembantu, ruang rias, dll.

### 2.1.2 Klasifikasi dan Jenis Apartemen

Klasifikasi Apartemen berdasarkan kategori jenis dan besar bangunan (Akmal,2007) Apartemen terdiri atas :

1. High-rise Apartemen

Bangunan apartemen yang terdiri atas lebih dari sepuluh lantai yang dilengkapi area parkir bawah tanah, sistem keamanan dan servis penuh. Struktur apartemen lebih kompleks.

2. Mid-Rise Apartemen

Bangunan apartemen yang terdiri dari 7-10 lantai

3. Low-Rise Apartemen

Apartemen dengan ketinggian kurang dari 7 lantai dan penggunaan tangga sebagai sirkulasi transportasi vertikal

4. Walked-Up Apartemen

Apartemen yang terdiri dari 3 sampai 6 lantai, terkadang memiliki lift. Apartemen ini lebih disukai oleh keluarga besar dan biasanya 1 gedung apartemen hanya terdiri dari 2-3 unit apartemen.

5. Garden Apartemen

Bangunan Apartemen 2-4 lantai. Apartemen ini memiliki halaman dan taman disekitar bangunan.

Berdasarkan buku *Apartements: Their Design and Development* (1967: 44-47), Garden Apartemen juga termasuk dalam kategori Apartemen Low-Rise karena memiliki ketinggian antara 2-4 lantai. Ciri-ciri lainnya adalah:

- a. Tiap unit hunian memiliki teras dan balkon tersendiri.
- b. Memiliki banyak ruang terbuka hijau dan tempat parkir yang dekat dengan bangunan.
- c. Antara Massa Bangunan satu dengan bangunan lain terdapat ruang terbuka yang cukup luas.
- d. Biasanya dibangun didaerah kepadatan rendah dan memiliki maksimal 30 keluarga per hektar.

Menurut Endy Marline (2008: 86), klasifikasi apartemen menurut jumlah kamarnya adalah sebagai berikut :

1. Tipe Studio (18 m<sup>2</sup> - 45 m<sup>2</sup>)  
Tipe ini mengutamakan efisiensi penggunaan ruang-ruang. Hanya tersedia ruangan tanpa sekat.
2. Tipe dua ruang tidur (45 m<sup>2</sup>-90 m<sup>2</sup>)  
Apartemen ini berkapasitas 3-4 orang, misalnya keluarga dengan satu atau dua anak. Pada tipe ini biasanya ruang keluarga dan ruang makan dipisah.
3. Tipe tiga ruang tidur (54 m<sup>2</sup>-108 m<sup>2</sup>)  
Apartemen ini berkapasitas 4-5 orang, misalnya keluarga besar dengan tiga anak atau lebih.

Klasifikasi apartemen berdasarkan pelayanannya (Chiara, 1986), dibagi menjadi empat, yaitu:

1. Apartemen *Fully Service*  
Apartemen yang menyediakan layanan standar hotel bagi penghuninya, seperti laundry, catering, kebersihan, dan sebagainya.
2. Apartemen *Fully Furnished*  
Apartemen yang menyediakan furniture dalam unit apartemen.
3. Apartemen *Fully Furnished and Fully Service*  
Gabungan kedua diatas.
4. Apartemen *Building Only*  
Apartemen yang hanya menyediakan ruangnya saja.

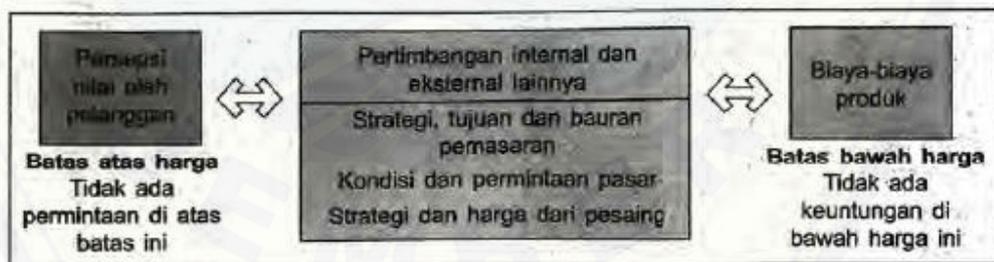
## 2.2 Penetapan Harga dan Prinsip-Prinsip Pemasaran

### 2.2.1 Pengertian Harga

Menurut Amstrong, G., dan Kotler, P. (2008: 357) Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga juga merupakan satu dari elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Tidak seperti produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Pada saat yang bersamaan, penetapan harga adalah permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasar. Dan banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan daripada meyakinkan pembeli bahwa produknya yang bernilai lebih layak dihargai tinggi.

### 2.2.2 Faktor-faktor yang dipertimbangkan pada saat menetapkan harga

Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan keuntungan (Amstrong, G., dan Kotler, P. 2008: 345).



Gambar 2.1 Hal-hal yang dipertimbangkan dalam penetapan harga  
Sumber : (Amstrong, G., dan Kotler, P. 2008: 346).

Bila pelanggan menganggap bahwa harga lebih besar daripada nilai produk, mereka tidak akan membeli produk. Biaya produksi menetapkan batas bawah bagi harga. Bila perusahaan menetapkan harga dibawah biaya produksi,

perusahaan akan mengalami kerugian. Dalam penetapan harga diantara dua keadaan ekstrem ini, perusahaan harus mempertimbangkan antara lain:

1. Faktor-faktor Internal
  - a. Strategi pemasaran perusahaan
  - b. Tujuan Perusahaan
  - c. Bauran Pemasaran
  - d. Pertimbangan Organisasi lainnya
2. Faktor-faktor Eksternal
  - a. Kondisi Alamiah Pasar dan Permintaan
  - b. Strategi dan Harga Pesaing
  - c. Faktor Lingkungan

### 2.2.3 Penetapan Harga berdasarkan Pasar dan Permintaan

Menurut Amstrong, G., dan Kotler, P. (2008: 357) bahwa, Penetapan harga yang baik dimulai dengan pemahaman mengenai persepsi pelanggan terhadap nilai yang mempengaruhi harga yang bersedia mereka bayarkan. Baik konsumen dan pembeli industri menyeimbangkan harga suatu produk atau layanan terhadap keuntungan memilikinya. Karena itu, sebelum menetapkan harga, pemasar harus memahami hubungan antara harga dan permintaan bagi produk tersebut. Dalam bagian ini, kita akan meninjau lebih lanjut pada hubungan harga permintaan dan bagaimana hal tersebut bervariasi dalam jenis pasar yang berbeda.

## 2.2.4 Penetapan Harga berdasarkan Biaya (Cost-Based Pricing)

Penetapan Harga berdasarkan Biaya (Cost-Based Pricing) melibatkan penetapan harga berdasarkan biaya memproduksi, distribusi dan penjualan produk beserta tingkat pengembalian yang wajar bagi usaha dan resiko. Biaya perusahaan dapat menjadi elemen penting dalam strategi penetapan harganya. Menurut Armstrong, G., dan Kotler, P. (2008: 349) Biaya perusahaan terdiri dari tiga bentuk:

1. Biaya Tetap (fixed cost)

Biaya Tetap (fixed cost) juga dikenal sebagai *overhead* merupakan biaya yang tidak bervariasi sesuai dengan produksi atau tingkat penjualan. Sebagai contoh, perusahaan harus membayar biaya sewa, pemanas, bunga dan gaji eksekutifnya setiap bulan, berapa pun jumlah yang dihasilkan perusahaan.

2. Biaya Variabel (variable cost)

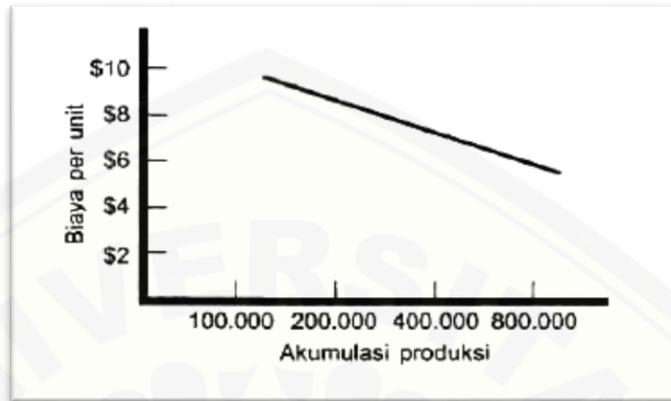
Biaya Variabel (variable cost) berubah sesuai dengan tingkat produksi karena nilai totalnya bervariasi sesuai dengan jumlah unit yang diproduksi.

3. Biaya total (total cost)

Biaya total (total cost) adalah jumlah dari biaya tetap dan variabel untuk tingkat produksi yang dihasilkan. Pihak manajemen ingin mengenakan harga yang setidaknya dapat menutupi total biaya produksi pada tingkat produksi yang dihasilkan.

2.2.5 Penetapan Harga berdasarkan Biaya plus (Cost-plus Pricing)

Penetapan Harga berdasarkan Biaya plus yaitu menambahkan suatu *markup* standar pada biaya produk.



Gambar 2.2 Biaya per unit sebagai fungsi dari akumulasi produksi kurva pengalaman  
 Sumber : (Amstrong, G., dan Kotler, P. 2008: 352).

Untuk menggambarkan penetapan harga dengan *markup*, anggaplah sebuah perusahaan pembuat pemanggang roti mempunyai biaya dan harapan penjualan sebagai berikut:

Biaya variabel	\$10
Biaya Tetap	\$300.000
Harapan unit penjualan	50.000

Biaya per unit pemanggang roti perusahaan tersebut diperoleh dari:

$$\text{Biaya Unit} = \text{Biaya Variabel} + \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Unit Penjualan}} = \$10 + \frac{\$300.000}{50.000} = \$16$$

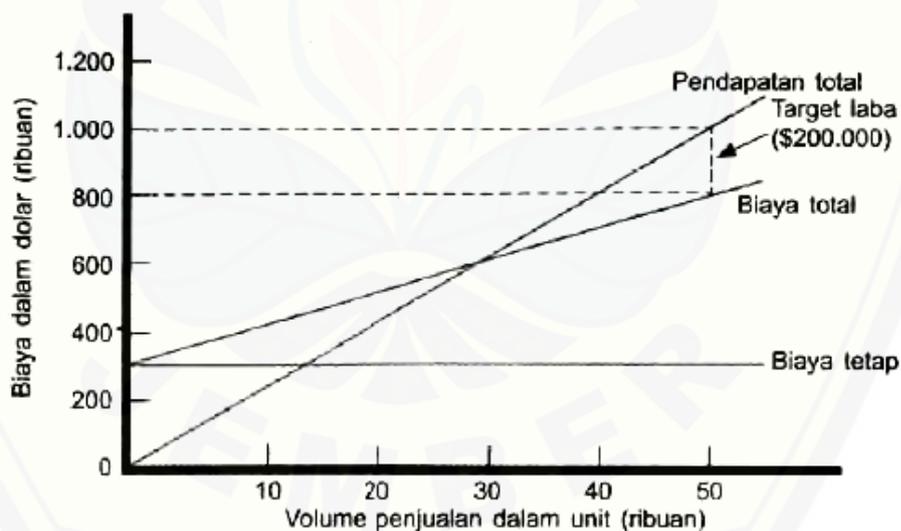
Misalkan perusahaan hendak memperoleh *markup* sebesar 20 persen. Harga *markup* perusahaan diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya Unit} &= \frac{\text{Biaya Unit}}{1 - \text{Tingkat Pengembalian dari Penjualan yang Diharapkan}} \\ &= \frac{\$ 16}{1 - 0,2} = \$ 20 \end{aligned}$$

Perusahaan akan mengenakan penyaluran \$20 per pemanggang dan mendapatkan keuntungan \$4 per unit. Para penyalur kemudian akan menaikkan harga pemanggang juga sehingga biaya per unit produksi akan lebih tinggi. Semua metode yang tidak memperhitungkan permintaan dan harga pesaing tidak akan menghasilkan harga terbaik.

### 2.2.6 Penetapan Harga berdasarkan Sasaran Keuntungan

Penetapan Harga berdasarkan titik impas (*break-even pricing*) atau yang sering disebut penetapan harga berdasarkan sasaran keuntungan (*target profit pricing*). Perusahaan menentukan harga saat mencapai titik impas atau mencapai sasaran yang diincar. Penetapan harga berdasarkan sasaran menggunakan konsep dari *diagram titik impas* yang menggambarkan biaya total dan penghasilan total yang diharapkan pada tingkat volume yang berbeda-beda. (Amstrong, G., dan Kotler, P. 2008: 345).



Gambar 2.3 Grafik titik impas untuk menentukan harga sasaran  
 Sumber : (Amstrong, G., dan Kotler, P. 2008: 354).

Gambar 2.3 menunjukkan diagram titik impas bagi perusahaan pembuat pemanggang roti yang telah didiskusikan tadi. Biaya tetap adalah \$300.000

tanpa memperhatikan volume penjualan. Biaya variabel ditambahkan pada biaya tetap untuk menghasilkan biaya total, yang meningkat bersama volume. Kurva pendapatan total dimulai dari nol dan meningkatkan bersamaan dengan jumlah unit yang dijual. Kemiringan dari kurva pendapatan total menunjukkan harga \$20 per unit.

Kurva pendapatan total dan biaya total bersilangan pada 30.000 unit. Ini merupakan volume titik impas. Pada \$20, perusahaan harus menjual minimal 30.000 unit untuk mencapai titik impas yaitu pada saat pendapatan total dapat menutupi biaya total. Volume titik impas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Volume titik impas} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel}} = \frac{\$300.000}{\$20 - \$10} = 30.000$$

Bila perusahaan hendak membuat laba sasaran, perubahan harus menjual lebih dari 30.000 unit dengan harga masing-masing \$20. Anggaph perusahaan pembuat pemanggang roti menginvestasikan \$1.000.000 dalam bisnis dan ingin menetapkan harga agar mendapat pengembalian 20 persen, atau \$200.000. Pada kasus tersebut harus menjual lebih dari 50.000 unit pada harga \$20. Bila perusahaan mengenakan harga yang lebih tinggi, maka tidak perlu menjual pemanggang sebanyak itu untuk mencapai sasaran pengembaliannya. (Amstrong, G., dan Kotler, P. 2008: 345).

Tabel 2.1 Volume titik impas dan laba pada harga yang berbeda-beda

(1) Harga	(2) Permintaan Unit agar Mencapai Titik Impas	(3) Perkiraan Unit pada Harga yang Ditawarkan	(4) Penda- patan Total (1) x (3)	(5) Biaya total*	(6) Laba (4) - (5)
\$14	75.000	71.000	\$ 994.000	\$1.010.000	-\$16.000
16	50.000	67.000	1.072.000	970.000	102.000
18	37.500	60.000	1.080.000	900.000	180.000
20	30.000	42.000	840.000	720.000	120.000
22	25.000	23.000	506.000	530.000	-\$24.000

\*Anggap bahwa biaya tetap \$300.000 dan biaya variabel konstan pada \$10.

Sumber : (Amstrong, G., dan Kotler, P. 2008: 354).

Pada Tabel 2.1 tersebut menunjukkan bahwa bila harga meningkat, volume titik impas menurun (kolom2). Bila harga meningkat, permintaan pemanggang juga menurun (kolom 3). Pada harga \$14, karena perusahaan hanya mencanangkan \$4 saja (\$14 dikurangi \$10 untuk biaya variabel). Perusahaan harus menjual pada volume yang sangat tinggi agar dapat mencapai titik impas. Pada titik ekstrem lainnya, dengan harga \$22 perusahaan mencanangkan laba \$12 dan hanya perlu menjual 25.000 unit saja untuk mencapai titik impas. Pada harga \$18 memberikan laba yang paling tinggi. Perhatikan bahwa tidak ada harga yang dapat menghasilkan laba sasaran perusahaan sebesar \$200.000. Untuk mencapai hasil ini, perusahaan perlu mencari cara untuk menurunkan biaya tetap atau variabel, sehingga menurunkan volume titik impas.

## 2.3 Biaya

### 2.3.1 Pengertian Biaya

Menurut Suad Husnan ( 2002:161 ), Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa yang akan datang bagi organisasi.

### 2.3.2 Klasifikasi Biaya

Break Even Point selalu berhubungan dengan biaya yang harus dikelompokkan menurut sifatnya masing-masing, yang berhubungan dengan volume produksi yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

#### 2.3.2.1 Biaya Tetap ( *Fixed Cost* )

Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah jenis biaya yang selama kisaran waktu operasi tertentu atau tingkat kapasitas produksi tertentu selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume produksi berubah. Secara umum ciri-ciri biaya tetap adalah sebagai berikut :

1. Jumlah yang relatif tetap sebanding dengan hasil produksi
2. Menurunnya biaya tetap perunit dibandingkan pada kenaikan hasil produksi
3. Pendekatannya kepada suatu bagian seringkali bergantung pada pilihan dari manajemen atau cara penjatahan biaya
4. Pengawasan atas kejadiannya pada pokoknya bergantung pada manajemen pelaksana dan bukan pada pengawas kerja

Contoh Dari Biaya Tetap adalah :

- a. Biaya penyusutan
- b. Biaya gaji dan upah
- c. Biaya alat-alat kantor
- d. Biaya asuransi dan pajak
- e. Biaya sewa rumah dan kantor
- f. Biaya Organisasi

### 2.3.2.2 Biaya Variabel ( *Variable Cost* )

Biaya variabel (*Variable Cost*) adalah jenis-jenis biaya yang besar kecilnya tergantung pada banyak sedikitnya volume produksi. Apabila volume produksi bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya apabila volume produksi berkurang maka biaya variabel akan menurun. Dalam analisis titik impas disyaratkan bahwa perubahan biaya variabel ini sebanding dengan perubahan volume produksi, sehingga biaya variabel per unit barang yang diproduksi bersifat tetap. Secara umum ciri-ciri biaya variabel adalah sebagai berikut :

1. Bervariabel secara keseluruhan dengan volume kegiatan
2. Biaya perunit tetap konstan walaupun terjadi perubahan volume dalam batas-batas tertentu
3. Secara seksama dapat dibagikan pada bagian tertentu
4. Pengawasan dari kejadian dan pemakaiannya berada ditangan kepala bagian

Contoh dari biaya variabel adalah :

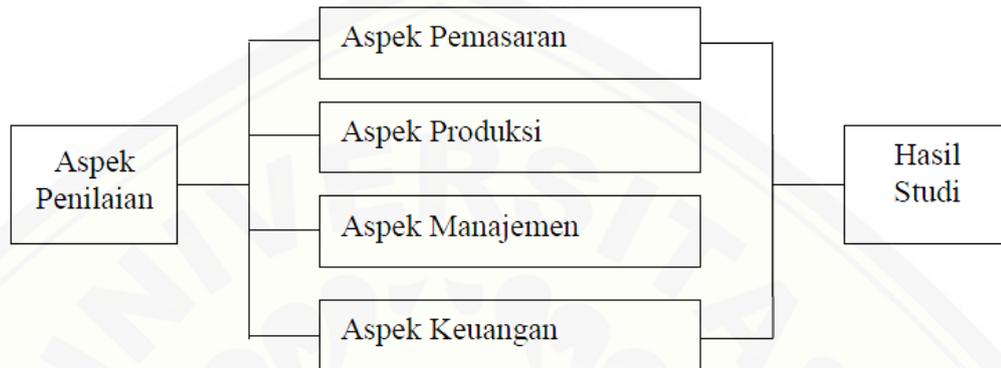
- a. Biaya pemakaian bahan baku
- b. Biaya pemasaran dan produksi
- c. Harga Pokok Penjualan
- d. Biaya tenaga kerja tidak langsung

Selain kedua jenis biaya tersebut diatas, dalam hal-hal tertentu ada biaya-biaya yang sifatnya merupakan kombinasi dari biaya tetap dan biaya variabel yaitu biaya semi variabel (*semi variable cost*) oleh karena itu didalam perhitungan analisis *break even point* hanya kedua bentuk biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel maka dengan menggunakan beberapa metode perhitungan tertentu semi variabel ini haruslah dialokasikan baik kedalam biaya tetap maupun biaya variabel.

## 2.4 Aspek-aspek dan Parameter Studi Kelayakan Investasi

### 2.4.1 Aspek-aspek Kelayakan Investasi

Gambaran mengenai aspek-aspek yang akan dinilai dalam studi kelayakan Investasi dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 2.4 Skema Aspek-aspek Penilaian Studi Kelayakan Investasi  
Sumber : Kasmir & Jakfar (2003)

Secara umum prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan berdasarkan gambar 1 di atas, menurut Kasmir & Jakfar (2003) adalah sebagai berikut :

1. Aspek pemasaran

Aspek pemasaran dalam studi kelayakan akan menjadi struktur produk atau jasa yang telah ada dipasar serta rencana produk atau jasa yang ditawarkan.

2. Aspek produksi

Dalam aspek ini, akan ditentukan sistem produksi maupun sumber-sumber daya yang perlu diinvestasikan seperti bahan dasar maupun bahan penunjang lainnya.

3. Aspek Manajemen

Yang dinilai dalam aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Proyek/usaha akan berhasil untuk dilaksanakan oleh orang-orang yang profesional, mulai dari merencanakan, melaksanakan sampai dengan mengendalikannya agar tidak terjadi penyimpangan.

#### 4. Aspek Keuangan

Penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dihitung dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek/usaha akan dilaksanakan.

Menurut Johan (2011), bahwa dalam studi kelayakan dapat dilihat dari beberapa aspek sebagai berikut :

##### 1. Aspek industri

Dalam aspek ini kita akan menganalisa struktur industri yang akan kita masuki, seperti persaingan yang telah ada, bagaimna dengan kekuatan dan penawaran pembeli, barang substitusi yang ada, bagaimana kekuatan supplier bahan bahan baku yang kita perlukan juga bagaimana dengan kemampuan pesaing untuk masuk kedalam industri ini.

##### 2. Aspek pasar

Semua bisnis pasti akan memerlukan sebuah pasar, kalau pasar tidak besar atau pasar mengalami penurunan, maka usaha yang akan dijalankan dipastikan akan mengalami hambatan untuk berhasil.

##### 3. Aspek pemasaran

Aspek pemasaran dalam studi kelayakan akan menjadi struktur produk atau jasa yang telah ada dipasar serta rencana produk atau jasa yang ditawarkan.

##### 4. Aspek keuangan

Dalam aspek ini, kita akan menentukan layak atau tidak layak sebuah usaha atau bisnis dijalankan setelah menelaah semua faktor produksi dijalankan

##### 5. Aspek manajemen

Aspek in termasuk yang paling penting karena aspek ini terkait fungsi koordinasi antara semua faktor produksi yang ada.

##### 6. Aspek produksi

Dalam aspek ini, akan ditentukan sistem produksi maupun sumber-sumber daya yang perlu diinvestasikan seperti bahan dasar maupun bahan penunjang lainnya.

7. Aspek sumber daya manusia

Alokasi sumber daya manusia yang akan digunakan dan kualitas sumber daya manusia juga berperan penting, termasuk juga dalam pengembangan, kompensasi, serta sistem penilaian karya sumber daya manusia.

8. Aspek lingkungan

Usaha tidak akan pernah memisahkan diri dari lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Dimulai dari faktor makro ekonomi, sosial, politik, kepedulian akan lingkungan hidup maupun kesejahteraan lingkungan masyarakat sekitar, penting untuk dipertimbangkan.

9. Aspek hukum dan yuridis

Bentuk badan hukum usaha, peraturan-peraturan yang berlaku di industri tertentu, peraturan-peraturan keuangan yang berlaku seperti sistem perpajakan, sistem proteksi industri, maupun subsidi yang berlaku juga penting.

Selanjutnya, menurut Husnan dan Suwarsono (1994), ada enam aspek dalam mengevaluasi suatu proyek yaitu:

- a. Aspek teknis, yaitu analisa yang berhubungan dengan input proyek (penyediaan) dan output (produksi) berupa barang nyata dan jasa-jasa.
- b. Aspek institusional-organisasi-manajerial, yaitu analisa yang berhubungan dengan penetapan institusi/lembaga proyek yang mempertimbangkan struktur kelembagaan, pola sosial dan budaya yang berada pada suatu daerah atau negara setempat, manajerial, kesanggupan dan keahlian staf dalam menangani masalah proyek.
- c. Aspek sosial, yaitu analisa yang mempertimbangkan pola dan kebiasaan sosial yang lebih luas dari investasi yang diusulkan. Proyek harus tanggap padakeadaan sosial dan dampak lingkungan yang merugikan.

- d. Aspek komersial, yaitu analisa yang menyangkut rencana pemasaran output yang dihasilkan oleh proyek dan rencana penyediaan input yang dibutuhkan untuk kelangsungan dan pelaksanaan proyek untuk memperoleh peralatan dan perbekalan proyek (*supplies*).
- e. Aspek finansial, yaitu analisis yang berkenaan dengan pengaruh-pengaruh finansial dari suatu proyek dan diusulkan terhadap para peserta proyek.
- f. Aspek ekonomi, yaitu menganalisa apakah proyek membutuhkan pengetahuan mengenai apakah suatu proyek yang diusulkan akan memberikan kontribusi yang nyata terhadap pembangunan perekonomian secara keseluruhan dan apakah kontribusinya cukup besar dalam menentukan penggunaan sumberdaya yang diperlukan.

## 2.4.2 Parameter Studi Kelayakan Investasi

Layak tidaknya suatu usaha yang akan dilaksanakan dapat dilihat dari analisis kelayakannya. Menurut Ibrahim (2003), indikator yang sering dipergunakan untuk melihat tingkat kelayakan suatu usaha umumnya adalah analisis rasio B/C, *payback period* (PBP), dan analisis titik impas atau *Break Even Point* (BEP), selain itu, akan lebih baik jika dilengkapi dengan perhitungan *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *Payback Periode* (PP).

### 2.4.2.1 Metode *Net Present Value* (NPV)

*Net Present Value* yaitu selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) di masa yang akan datang (Umar, 2005). Untuk menghitung nilai sekarang perlu ditentukan tingkat bunga yang relevan.  $NPV > 0$  berarti proyek tersebut dapat menciptakan *cash inflow* dengan persentase lebih besar dibandingkan *opportunity cost* modal yang ditanamkan. Apabila  $NPV = 0$ , proyek kemungkinan dapat diterima karena *cash inflow* yang akan diperoleh sama dengan *opportunity cost* dari modal yang ditanamkan. Jadi semakin besar nilai NPV, semakin baik bagi proyek tersebut untuk dilanjutkan (Rangkuti, 2004). Perhitungan NPV memerlukan dua kegiatan penting, yaitu menaksir arus kas, dan menentukan tingkat bunga yang dipandang relevan. NPV dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$NPV = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{(B_t - C_t)}{(1 + i)^t}$$

Keterangan :

B<sub>t</sub> = Benefit pada tiap tahun

C<sub>t</sub> = Cost pada tiap tahun

t = 1, 2, 3, ...

- n = Jumlah tahun  
 i = Tingkat suku bunga

#### 2.4.2.2 Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

Metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa datang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal (Umar, 2005). IRR adalah salah satu metode untuk mengukur tingkat investasi. Rumus yang dipakai yaitu :

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_2 - NPV_1)} (i_2 - i_1).$$

Keterangan :

- $i_1$  = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV +  
 $i_2$  = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV -  
 $NPV_1$  = Net Present Value bernilai positif  
 $NPV_2$  = Net Present Value bernilai negatif

#### 2.4.2.3 BCR (*Benefit Cost Ratio*)

BCR (*Benefit Cost Ratio*) adalah suatu nilai perbandingan antara nilai ekivalen dari manfaat (*benefit*) dengan nilai biaya (*cost*) pada suatu titik waktu yang sama. Adapun indikator yang digunakan dalam menentukan tingkat kelayakan adalah

- a.  $BCR > 1$  maka investasi dinilai layak untuk dilaksanakan.
- b.  $BCR < 1$  maka investasi tidak layak untuk dilaksanakan.
- c. BCR sama dengan nol (0) bersifat netral, boleh diterima, bisa juga ditolak.

Metode BCR memberikan hasil yang konsisten dengan NPV atau berbanding lurus, apabila  $BCR > 1$  maka  $NPV > 0$ . Rumus yang dipakai yaitu :

$$BCR = \frac{\sum_{t=1}^{t=n} \frac{B_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^{t=n} \frac{C_t}{(1+i)^t}}$$

Keterangan :

PWOB = *Present worth of benefits*

PWOC = *Present worth of cost*

Bt = Benefit pada tiap tahun

Ct = Cost pada tiap tahun

$1/(1+i)^t$  = Rumus present value

t = 1, 2, 3, ...

n = Jumlah tahun

i = Tingkat suku bunga

#### 2.4.2.4 Metode *Payback Periode* (PP)

*Payback Periode* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) yang menggunakan aliran kas, dengan kata lain *payback period* merupakan rasio antara “*initial cash investment*” dengan “*cash inflow*”-nya, yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya nilai rasio ini dibandingkan dengan *maximum payback period* yang dapat diterima (Umar, 2005). Rumus yang dipakai yaitu:

$$PP = T_p^{-1} \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Arus kas}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Keterangan :

PP = Payback Periode

$Tp^{-1}$  = Tahun sebelum terdapat PP



## 2.5 Break Even Point

### 2.5.1. Pengertian Break Even Point

*Break even point* atau titik impas merupakan adalah volume penjualan dimana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak ada laba maupun rugi bersih” (Henry Simamora 2012:170). Menurut Hansen dan Mowen (2011:4) “Titik Impas (*break even point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol”. Impas merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan suatu kondisi usaha, pada saat perusahaan tidak memperoleh laba tetapi tidak menderita rugi (Halim, dkk. 2011:74). Dapat disimpulkan bahwa *break even point* merupakan suatu titik, dimana jumlah biaya sama dengan jumlah pendapatan. Analisis Impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol). Dalam analisis *break even point* memerlukan informasi mengenai penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Laba bersih akan diperoleh bila volume penjualan melebihi biaya yang harus dikeluarkan, sedangkan perusahaan akan menderita kerugian bila penjualan hanya cukup untuk menutup sebagian biaya yang dikeluarkan, dapat dikatakan dibawah titik impas. Analisis *break even point* tidak hanya memberikan informasi mengenai posisi perusahaan dalam keadaan impas atau tidak, namun analisis *break even point* sangat membantu manajemen dalam perencanaan dan pengambilan keputusan. Tujuan analisis titik impas adalah untuk mengetahui tingkat aktivitas dimana pendapatan hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetapnya.

## 2.5.2. Manfaat Analisis *Break even point*

Analisis *Break even point* digunakan manajer dalam mengambil keputusan. Manfaat lain dari *break even point* adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui jumlah penjualan minimum (dalam unit produk maupun satuan uang) agar perusahaan tidak menderita rugi.
2. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan yang diproduksi, harga jual dan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga laba rugi perusahaan akan diketahui.
3. Sebagai alat perencanaan jumlah penjualan produk agar memperoleh keuntungan tertentu.
4. Untuk mengetahui informasi penjualan minimum serta seberapa jauh berkurangnya volume penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
5. Untuk mengetahui akibat perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap laba yang dihasilkan.
6. Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan untuk berhenti atau melanjutkan usaha memproduksi produk tertentu untuk kemajuan perusahaan.

## 2.3.3. Asumsi Dasar Analisis *Break Even Point*

Dalam Asumsi yang mendasari analisis *break even point* menurut Horngren et all. (2006:447) adalah sebagai berikut:

1. Satu-satunya faktor yang memengaruhi biaya adalah perubahan volume.
2. Manajer menggolongkan setiap biaya ( atau komponen biaya gabungan ) baik sebagai biaya variabel maupun biaya tetap.
3. Beban dan pendapatan adalah linier di seluruh cakupan volume relevannya.
4. Tingkat persediaan tidak akan berubah.
5. Penjualan atas gabungan produk tidak akan berubah.
6. Penjualan gabungan merupakan kombinasi produk yang membentuk total penjualan.

Analisis *break even* adalah penting bagi manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba, khususnya informasi mengenai jumlah penjualan minimum dan besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Bila asumsi dasar salah satunya mengalami perubahan, maka akan berpengaruh pada posisi titik impas, sehingga perubahan tersebut akan berpengaruh juga terhadap laba perusahaan. Analisis *break even point* digunakan oleh manajer sebagai sebuah perkiraan bukan kepastian, karena banyak perusahaan yang tidak memenuhi asumsi-asumsi dasar secara tepat.

#### 2.5.4. Metode Perhitungan *Break Even Point*

*Break even point* umumnya dapat dihitung dengan tiga metode yaitu metode persamaan, metode margin kontribusi dan metode grafis. Ketiga metode tersebut pada dasarnya adalah pendekatan yang mempunyai hasil akhir sama, akan tetapi ketiga metode tersebut memiliki perbedaan pada bentuk dan variasi dari persamaan laporan laba rugi kontribusi. Di bawah ini akan diuraikan tiga metode, sehingga akan jelas perbedaannya:

##### 2.5.4.1. Metode Persamaan

Metode Persamaan (*equation method*) adalah metode yang berdasarkan pada pendekatan laporan laba rugi. Dengan persamaan dasar sebagai berikut menurut Halim, (2011:75) :

Penghasilan total = Biaya total = Biaya variabel + Biaya tetap

Persamaan tersebut dapat diuraikan dalam rumus berikut :

$$pX = a + bX$$

Keterangan:

p = Harga jual per unit produk

X = Unit produk yang dijual/yang diproduksi

a = Total Biaya Tetap

b = Biaya variabel setiap unit produk

Dari persamaan diatas, dapat diuraikan menjadi rumus *break even point* sebagai berikut :

1. *Break even point* dalam satuan uang penjualan

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}}$$

2. *Break even point* dalam unit produk

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya Variabel per unit}}$$

Pada keadaan titik impas laba operasinya sama dengan nol, sehingga akan menghasilkan jumlah produk ( dalam satuan unit maupun satuan uang penjualan ) yang dijual mencapai titik impas ditambah biaya tetap.

2.3.4.2. Metode Kontribusi Unit

Menurut Simamora (2012:171) Metode Kontribusi Unit merupakan variasi metode persamaan. Setiap unit atau satuan produk yang terjual akan menghasilkan jumlah margin kontribusi tertentu yang akan menutup biaya tetap. Metode kontribusi unit adalah metode jalan pintas dimana harus diketahui nilai margin kontribusi. Margin Kontribusi adalah hasil pengurangan pendapatan dari penjualan dengan biaya variabel. Untuk mencari titik Impas rumusnya adalah sebagai berikut:

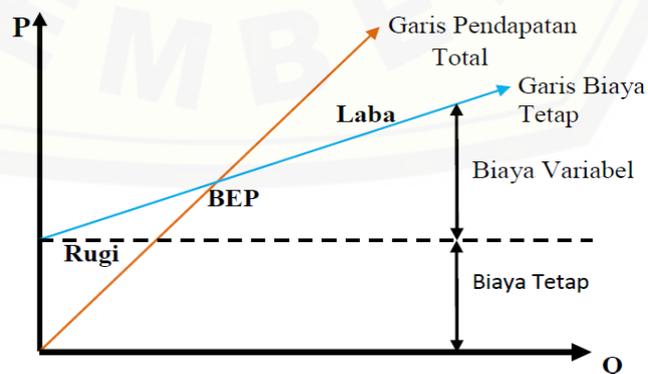
$$\text{Titik Impas (unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin Kontribusi per unit}}$$

$$\text{Titik Impas (rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

### 2.3.4.3. Metode Grafis

Manajer dapat menggambarkan titik impas melalui grafis, grafis titik impas akan menunjukkan volume penjualan pada sumbu x atau garis horizontal dan biaya akan terletak pada sumbu y atau garis vertikal. Sedangkan titik impas akan terletak pada perpotongan antara garis pendapatan dan garis biaya. Garis sebelah kiri garis impas menunjukkan sisi kerugian, sebaliknya sisi kanan menunjukkan sisi laba usaha. Dengan menggunakan metode grafis manajer dapat menghindari metode matematis pada waktu tingkat penjualan yang berbeda tengah dipertimbangkan. Metode grafis akan membantu manajer dalam mengevaluasi akibat perubahan volume tahun lalu dan dapat memproyeksikan volume penjualan pada tahun yang akan datang.

Menurut Simamora (2012:173) Grafis titik impas mempunyai beberapa hal penting yaitu selama harga jual melebihi biaya variabel (margin kontribusinya positif), maka penjualan yang lebih banyak akan menguntungkan perusahaan, baik dengan meningkatkan laba ataupun mengurangi kerugian. Oleh karena itu, perusahaan lebih baik tetap beroperasi karena kerugian mereka akan lebih besar lagi jika perusahaan menghentikan atau menutup kegiatan usahanya, hal ini pada umumnya sering terjadi pada bisnis musiman.



Gambar 2.5 Grafik *Break event point*  
 Sumber: Herjanto (2008: 152)

Gambar di atas menunjukkan model dasar dari analisis *Break event point*, dimana garis pendapatan berpotongan dengan garis biaya pada titik impas (BEP). Sebelah kiri BEP menunjukkan daerah kerugian, sedangkan sebelah kanan BEP menunjukkan daerah keuntungan. Model ini memiliki asumsi dasar bahwa biaya per unit ataupun harga jual per unit dianggap tetap/konstan, tidak tergantung dari jumlah unit yang terjual.

## 2.5.5 Dampak Perubahan Berbagai Faktor Yang Mempengaruhi Break Even Point

Perencanaan laba berkaitan dengan penggunaan *budget* perusahaan. *Budget* yang sudah direncanakan kadangkala tidak sesuai dengan realisasi yang ada. Hal tersebut ada karena faktor – faktor yang mempengaruhi analisis *break even point* berubah. Manajemen harus mengetahui faktor perubahan dan dampak yang ditimbulkan dari perubahan tersebut, sehingga manajer dapat mengambil keputusan untuk masa yang akan datang.

### 2.5.5.1. Dampak Perubahan Harga Jual

Menurut Kotler dan Armstrong, (2001:439) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk jasa tersebut. Penetapan Harga jual didasarkan pada laba yang ingin dicapai. Dengan strategi perusahaan harga jual dapat mengalami perubahan sesuai dengan kondisi pasar dan perusahaan. Akan tetapi perubahan tersebut tidak selalu berdampak baik bagi perusahaan. Perusahaan menginginkan laba yang tinggi dengan menurunkan harga jual dan menambah volume penjualan dengan alasan selera konsumen yang cenderung memilih harga murah. Hal tersebut akan memicu pesaing meniru strategi penurunan harga, sehingga harga di pasar akan sama. Jadi tidak ada jaminan dalam menurunkan harga jual perusahaan akan

mendapatkan laba yang diinginkan. Sama halnya perusahaan menaikkan harga jual, volume penjualan akan menurun. Jadi bisa disimpulkan bahwa kenaikan harga jual per unit dapat menurunkan titik impas penjualan, sedangkan penurunan harga jual per unit akan menaikkan titik impas penjualan. Manajemen harus cepat merubah volume penjualan setelah perusahaan menurunkan harga jual, sehingga laba yang diinginkan tetap dapat tercapai.

#### 2.5.5.2. Dampak Perubahan Volume Penjualan

Perubahan volume penjualan akan menimbulkan perubahan pada total biaya dan laba perusahaan. Volume penjualan yang meningkat akan menimbulkan biaya yang tinggi dan laba perusahaan akan meningkat, Sehingga margin kontribusi juga akan meningkat hal ini akan mengakibatkan *break even* mengalami penurunan. Dan sebaliknya volume penjualan mengalami penurunan, maka *break even* akan naik.

#### 2.5.5.3. Dampak Perubahan biaya Variabel

Seiring dengan perkembangan pasar global. Persaingan dalam lingkungan bisnis akan semakin kompetitif. Selera konsumen akan barang dan jasa semakin tinggi dan kecenderungan konsumen terhadap produk murah menjadi alasan sebuah bisnis tak mampu menaikkan harga jual suatu produk. Manajemen harus memiliki strategi lain untuk tetap dalam titik impas, misalnya memangkas biayabiaya seperti membeli bahan baku dalam jumlah besar sehingga biaya operasional menjadi lebih hemat, Pengurangan biaya variabel akan menambah laba yang signifikan bagi perusahaan. Biaya variabel yang tinggi akan berpengaruh pada naiknya nilai titik impas. Sedangkan Penurunan biaya variabel akan berpengaruh pada turunnya nilai titik impas.

#### 2.5.5.4. Dampak Perubahan Biaya Tetap

Biaya tetap yang konstan sangat diharapkan oleh perusahaan, namun dalam perkembangan sebuah bisnis, perlu adanya inovasi baru dalam produk sehingga, produk yang dihasilkan dapat menarik masyarakat untuk tetap membeli. Manajemen akan mengembangkan produk tersebut, misalnya dalam pemasaran, biaya iklan akan meningkat, biaya riset dan pengembangan dapat pula dikurangi. Perubahan biaya tetap akan mengakibatkan perubahan pada titik impas. Apabila biaya tetap dinaikkan maka titik impas akan meningkat, sedangkan biaya tetap yang mengalami penurunan akan mengakibatkan titik impas menurun.

#### 2.5.5.5. Dampak Perubahan Komposisi Produk

*Break even* akan lebih mudah diterapkan terhadap perusahaan yang memiliki satu jenis produk yang dijual. Akan tetapi Perusahaan umumnya memiliki lebih dari satu produk yang dijual. Untuk mengetahui *break even* manajemen harus menganalisis satu per satu produknya, dari masing-masing biaya yang dikeluarkan dan laba masing-masing yang dicapai, Karena di setiap produk akan berbeda dalam harga jual, biaya dan labanya. Produk yang mempunyai margin kontribusi yang lebih tinggi meyumbang lebih banyak kepada biaya tetap dan laba bersih daripada produk yang margin kontribusinya lebih rendah (Simamora, 2012:185). Jadi kenaikan nilai margin kontribusi dan laba akan mengakibatkan turunya *break even*, sedangkan penurunan nilai margin kontribusi dan laba akan mengakibatkan naiknya *break even*.

## 2.6 Peneliti Terdahulu

Berikut ini merupakan tabel dari sumber referensi penelitian tentang ANALISIS PENDEKATAN BIAYA DAN PENETAPAN HARGA JUAL UNIT APARTEMEN.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1	PENETAPAN HARGA JUAL UNIT APARTEMEN BALE HINGGIL DI SURABAYA/Aprilia dan Hutomo/2014	Mendapatkan harga jual dengan pendekatan biaya yang menghasilkan kurva biaya, pendekatan permintaan dengan kuesioner yang menghasilkan kurva permintaan	Analisis biaya, Analisis Pasar dan Pendekatan Marginal	Berdasarkan metode pendekatan Marginal, didapatkan harga jual untuk tiap unit apartemen Bale Hinggil, yaitu: tipe Studio, 2 BR, 3 BR
2	PENETAPAN HARGA SEWA UNIT APARTEMEN GUNAWANGSA DI SURABAYA/Iswahyudi/2015	Menetapkan biaya tetap dan variabel dalam menghitung biaya sewa berdasarkan metode titik impas dan analisis sensitivitas	Metode titik impas dan analisis sensitivitas	Berdasarkan metode titik impas dan analisis sensitivitas, didapatkan nilai sewa unit apartemen Gunawangsa
3	ANALISA BIAYA DAN PERMINTAAN DALAM PENETAPAN HARGA POKOK PENJUALAN UNIT APARTEMEN PUNCAK DARMAHUSADA/Rahman dan Hutomo/2017	Mendapatkan alternatif pendapatan yang optimal dari pemilihan alternatif pendapatan antara apartemen sewa, apartemen jual dan gabungan keduanya	Penetapan harga dengan Pendekatan Marginal	Berdasarkan metode pendekatan marginal, didapatkan harga jual untuk tiap unit apartemen Puncak Dharmahusada, yaitu: tipe 1 BR, 2 BR dan 3 BR
4	ANALISIS INVESTASI PADA PROYEK PEMBANGUNAN APARTEMEN BALE HINGGIL SURABAYA/Wahyudi/2014	Mendapatkan alternatif mengenai pendapatan, yaitu sistem jual, sistem sewa, dan sistem gabungan.	NPV, IRR, dan analisis sensitivitas	Berdasarkan metode NPV, IRR, dan analisis sensitivitas diperoleh tingkat pengembalian atas modal yang dikeluarkan

Sumber : Data Olahan Penulis, 2018

## BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Konsep Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai suatu fenomena dengan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Penelitian dilakukan di proyek pembangunan Apartemen Jember Town Square. Pada proyek pembangunan Apartemen tersebut sedang melaksanakan pekerjaan tanah. Penelitian dipusatkan pada penentuan harga jual dan keuntungan setiap unit Apartemen berdasarkan analisis pendekatan permintaan, pendekatan biaya dan titik impas untuk apartemen tipe studio dan tipe 1BR.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan yaitu proyek pembangunan Apartemen Jember Town Square, Jember. Pembangunan Apartemen Jember Town Square ini bertempat di jalan Kaliurang kabupaten Summersari, Jember.



Gambar 3.1 Peta lokasi penelitian  
Sumber: Peta lokasi Jember Town Square

Waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember menyesuaikan pekerjaan dilapangan.

### 3.3 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Agam, 2016). Populasi kuisisioner pendahuluan yang digunakan adalah seluruh warga kabupaten Jember dan sekitarnya yang berpengetahuan mengenai Apartemen di Indonesia. Populasi kuisisioner utama yang digunakan adalah seluruh warga kabupaten Jember yang berpotensi untuk membeli Apartemen Jember Town Square di Jember. Jumlah Populasi yang diperoleh sebanyak 33 orang.

### 3.4 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian (Burhanuddin, 2013). Sampel yang digunakan pada kuisisioner pendahuluan adalah perwakilan dari Akademisi warga kota Jember yang dianggap berpengetahuan mengenai Apartemen di Indonesia. Sampel yang digunakan pada kuisisioner utama adalah perwakilan tamu undangan pada kegiatan Gala Dinner yang diadakan oleh PT. Prosperland. Jumlah sampel akan diambil semua jika lingkup sampel yang memenuhi berjumlah 30 orang sesuai dengan Rumus Slovin:  $n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$ , dimana  $n$ =jumlah sampel;  $N$ =Jumlah Populasi;  $d$ =nilai presisi 95% atau =0,05

### 3.5 Sumber dan Pengumpulan Data

Data awal diperoleh dari survey langsung ke lapangan serta pengumpulan data berupa gambar dan video dokumentasi. Pengumpulan data di lapangan meliputi data primer data sekunder

1. Data primer

Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak pengembang, observasi lapangan, dan riset survei dengan kuesioner terhadap calon pembeli. Wawancara atau diskusi tersebut dilakukan untuk mendapatkan hasil mengenai kemungkinan, pemaparan, dan harga Apartemen yang sesuai dengan pasaran.

2. Data sekunder

Data sekunder yang digunakan adalah beberapa data yang diperoleh dari perusahaan, brosur promosi, internet, buku, dan jurnal. Dalam hal ini yang termasuk data sekunder adalah Gambar perencanaan proyek, AHS, dan RAB proyek.

### 3.6 Analisis Pendekatan Permintaan

Nilai dari pembeli merupakan batas atas yang dapat dikenakan perusahaan agar dapat menarik permintaan. Penetapan harga dimulai dengan menganalisis kebutuhan pembeli dan persepsi mereka, dan kemudian ditetapkan harga produk untuk menyamakan nilai anggapan pembeli. Untuk mendapatkan nilai dari pelanggan, digunakan riset survei dengan metode kuesioner terhadap tiga puluh responden, sampel yang digunakan yaitu calon pembeli potensial.

Kuesioner berisi pertanyaan kesediaan pembeli pada unit apartemen dengan tingkatan harga yang bervariasi. Penentuan variasi harga terendah diperoleh dari hasil perhitungan biaya total pembangunan Apartemen dibagi dengan jumlah unit produksi. Kemudian, Kurva permintaan dapat dibentuk dengan membandingkan jumlah unit yang diminta dengan tingkatan harga yang ditawarkan. Untuk mendapatkan nilai permintaan pasar, jumlah unit yang menghasilkan permintaan

tersebut masing-masing dikalikan dengan skala probabilitas yang telah ditentukan, yaitu:

1. Pasti membeli = 1,
2. Ingin membeli = 0,75
3. Mungkin membeli = 0,5
4. Tidak ingin membeli = 0,25
5. Pasti tidak membeli = 0

Dengan demikian dapat diketahui persamaan harga yang dapat diterima oleh pasar.

### 3.7 Analisis Pendekatan Biaya

Biaya perusahaan dan produk menetapkan harga batas bawah yang dapat dikenakan perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Biaya dibagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel; biaya tetap tidak berubah mengikuti jumlah unit output, biaya variabel berubah sesuai unit output. Biaya total (*Total Cost*) adalah penjumlahan dari biaya variabel total (total variable cost) dan biaya tetap total (*Total Fixed Cost*). Biaya total rata-rata (*Average Total Cost*) adalah biaya produksi yang dibebankan untuk setiap unit output. Setelah diketahui persamaan TFC, TVC, dan TC, dapat dibentuk kurva biaya. Kurva tersebut menunjukkan perbandingan antara jumlah produksi dengan besarnya biaya yang dibutuhkan dalam pembuatan produk. Data-data tersebut selanjutnya disusun dan dianalisis dengan melakukan serangkaian perhitungan sesuai dengan rumus-rumus yang ada. Metode analisis ekonomis yang digunakan adalah Net Present Value (NPV), Interest Rate of Return (IRR), Benefit Cost Ratio (BCR), Payback Periode (PP) dan Break Even Point (BEP) untuk menentukan kelayakan proyek. Rumus-rumus yang digunakan pada analisis ini adalah sebagai berikut :

#### A. Rumus NPV (*Net Present Value*)

$$NPV = \sum_{n=1}^{t=n} \frac{(B_t - C_t)}{(1 + i)^t}$$

Keterangan :

Bt = Benefit pada tiap tahun

Ct = Cost pada tiap tahun

t = 1, 2, 3, ...

n = Jumlah tahun

i = Tingkat suku bunga

B. Rumus IRR (*Internal Rate of Return*)

$$NPV = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_2 - NPV_1)} (i_2 - i_1)$$

Keterangan :

$i_1$  = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV +

$i_2$  = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV -

$NPV_1$  = Net Present Value bernilai positif

$NPV_2$  = Net Present Value bernilai negatif

C. Rumus BCR (*Benefit Cost Ratio*)

BCR = PWOB / PWOC atau dapat ditulis sebagai berikut :

$$BCR = \frac{\sum_{n=1}^{t=n} \frac{B_t}{(1+i)^t}}{\sum_{n=1}^{t=n} \frac{C_t}{(1+i)^t}}$$

Keterangan :

PWOB = *Present worth of benefits*

PWOC = *Present worth of cost*

Bt = Benefit pada tiap tahun

Ct = Cost pada tiap tahun

$1/(1+i)^t$  = Rumus present value

- $t$  = 1, 2, 3, ...  
 $n$  = Jumlah tahun  
 $i$  = Tingkat suku bunga

D. Rumus PP (*Payback Periode*)

$$PP = T_p^{-1} \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Arus kas}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Keterangan :

- PP = Payback Periode  
 $T_p^{-1}$  = Tahun sebelum terdapat PP

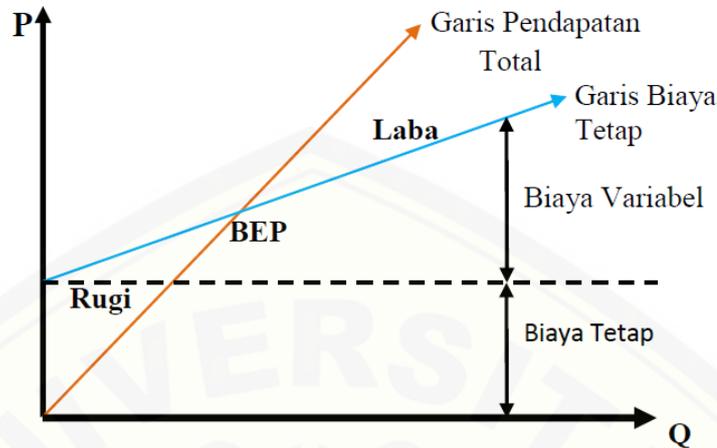
E. Rumus BEP (*Break Event Point*)

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{TC}{1 - \frac{VC}{UC}}, \quad \text{BEP (unit)} = \frac{TC}{UC - VC}$$

Keterangan :

- BEP = Break Event Point  
TC = Biaya Total  
VC = Biaya Variabel per Unit  
UC = Harga Jual per Unit

### 3.8 Analisis Titik Impas (*Break event point*)



Gambar 3.2 Grafik *Break event point*  
Sumber: Herjanto (2008: 152)

Data hasil penelitian diolah dengan menggambarkan titik impas melalui grafis. Grafis titik impas akan menunjukkan volume penjualan pada sumbu Q atau garis horizontal dan biaya akan terletak pada sumbu P atau garis vertikal. Sedangkan titik impas akan terletak pada perpotongan antara garis pendapatan dan garis biaya. Garis sebelah kiri garis impas menunjukkan sisi kerugian, sebaliknya sisi kanan menunjukkan sisi laba usaha. Dengan menggunakan metode grafis manajer dapat menghindari metode matematis pada waktu tingkat penjualan yang berbeda tengah dipertimbangkan. Metode grafis akan membantu manajer dalam mengevaluasi akibat perubahan volume tahun lalu dan dapat memproyeksikan volume penjualan pada tahun yang akan datang.

Menurut Simamora (2012:173) Grafis titik impas mempunyai beberapa hal penting yaitu selama harga jual melebihi biaya variabel (margin kontribusinya positif), maka penjualan yang lebih banyak akan menguntungkan perusahaan, baik dengan meningkatkan laba ataupun mengurangi kerugian. Oleh karena itu, perusahaan lebih baik tetap beroperasi karena kerugian mereka akan lebih besar lagi jika perusahaan menghentikan atau menutup kegiatan usahanya, hal ini pada umumnya sering terjadi pada bisnis musiman.

### 3.9 Tahap Penelitian

Berikut ini merupakan tahapan penelitian dari Tugas Akhir (TA) ini:

1. Identifikasi masalah

Pelaksanaan identifikasi masalah dengan menggunakan studi literatur, observasi, dan wawancara. Kemudian diperoleh variabel-variabel yang akan digunakan dalam kuisisioner pendahuluan.

2. Pengumpulan data

Dalam penulisan tugas akhir ini digunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak pengembang, observasi lapangan, dan riset survei dengan kuesioner terhadap calon pembeli. Data sekunder diperoleh melalui brosur promosi, internet dan data perencanaan perusahaan terkait.

3. Analisis faktor internal dan eksternal

Analisis faktor internal melalui pendekatan permintaan pembeli yang nilainya merupakan batas atas dari penetapan harga. Faktor eksternal melalui pendekatan biaya yang nilainya merupakan batas bawah dari penetapan harga. Adapun tahapan analisis data sebagai berikut:

- a. Melakukan rekapitulasi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya total pembangunan proyek apartemen yang diperoleh dari data perusahaan terkait untuk menentukan besaran biaya yang dikeluarkan.
- b. Menghitung kelayakan investasi proyek apartemen dengan analisis NPV, IRR, BCR, dan PP.
- c. Penyebaran kuisisioner pendahuluan untuk mendapatkan nilai permintaan dari responden terhadap kemungkinan

pembelian apartemen dengan berbagai variasi tingkatan harga.

- d. Kuisisioner pendahuluan yang sudah diperoleh kemudian diolah dan dihitung dengan menggunakan Kurva permintaan. Kemudian, jumlah unit yang menghasilkan permintaan tersebut masing-masing dikalikan dengan skala probabilitas yang telah ditentukan, yaitu: pasti membeli=1, ingin membeli=0,75, mungkin membeli=0,5, tidak ingin membeli=0.25, dan pasti tidak membeli=0.
- e. Jika ada variabel tambahan, maka variabel yang sudah dinyatakan valid digabungkan dengan variabel tambahan pada kuisisioner ulang atau kedua.
- f. Data hasil penelitian diolah dengan menggambarkan titik impas melalui grafis *break event point*.

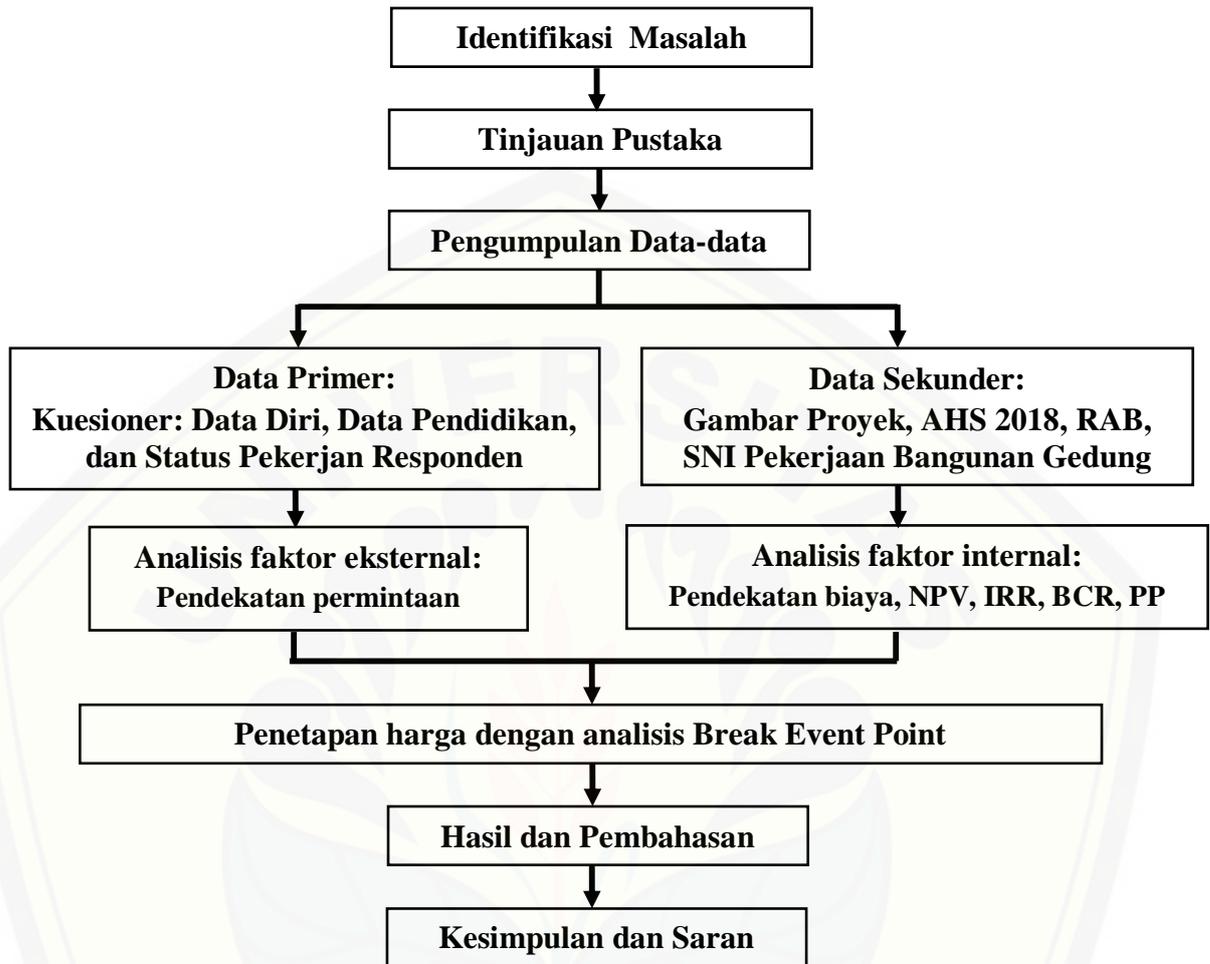
3.10 Matrix Penelitian

Tabel 3.1 Matrix Penelitian

JUDUL	PERMASALAHAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN
Analisis Biaya dan Permintaan dalam Penetapan Harga Pokok Penjualan Apartemen Jember Town Square	<ol style="list-style-type: none"> <li>Berapakah besar total anggaran biaya pembangunan Apartemen Jember Town Square ?</li> <li>Berapakah besar nilai permintaan responden pada berbagai variasi Apartemen yang diusulkan ?</li> <li>Berapakah harga yang sesuai untuk tiap-tiap unit Apartemen Jember Town Square ?</li> </ol>	Penetapan Harga melalui Pendekatan permintaan, pendekatan biaya, Analisis NPV, IRR, BCR, PP dan Analisis Break Event Point	Menghitung prediksi permintaan pembelian tiap - tiap unit Apartemen dalam berbagai variasi tingkatan harga. Menghitung besaran biaya tetap total dan biaya variabel total unit Apartemen. Menghitung harga yang layak berdasarkan analisis NPV, IRR, BCR, PP dan BEP Apartemen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak pengembang, observasi lapangan, dan riset survei dengan kuesioner terhadap calon pembeli.</li> <li>Data sekunder diperoleh melalui brosur promosi, internet dan data perencanaan perusahaan terkait.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis Penelitian: Penelitian Deskriptif</li> <li>Metode Pengumpulan Data:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>Observasi</li> <li>Wawancara</li> <li>Dokumentasi</li> </ol> </li> <li>Analisis Data: Metode analisis ekonomis menggunakan Rumus Net Present Value (NPV), Interest Rate of Return (IRR), Benefit Cost Ratio (BCR), dan Payback Periode (PP) untuk menentukan kelayakan proyek. Kemudian, Biaya total rata produksi yang dibebankan untuk setiap unit menggunakan persamaan TFC, TVC, dan TC, dan dapat dibentuk kurva biaya. Penetapan harga dimulai dengan menganalisis kebutuhan dan persepsi responden dan kemudian ditetapkan harga produk untuk menyamakan nilai anggapan pembeli dengan Kurva Permintaan. Hasil dari Nilai Pendekatan Biaya dan Nilai Permintaan dianalisis menggunakan Metode Break Event Point (BEP)</li> </ol>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2018

3.11 Diagram Alur Penelitian (*Flowchart*)



Gambar 3.3 Diagram alur penelitian  
Sumber : Data Olahan Penulis, 2018

## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan total anggaran biaya pembangunan Apartemen Jember Town Square sebesar Rp. 39.027.835.000 dengan nilai NPV (7,007,224,647,-) lebih besar dari (0). Hasil perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR) didapat tingkat suku bunga yang aman adalah 20,17%. Pada tahun kelima belas didapat nilai BCR = 1,22. Berdasarkan perhitungan *Payback Periode* (PP) diperoleh nilai 7,42 tahun atau 7 tahun 5 bulan, menunjukkan bahwa perusahaan/pengembang bisa menutupi pengeluaran investasinya dalam waktu 7 tahun 5 bulan.

Berdasarkan hasil analisis Titik Impas atau *Break Event Point* (BEP) terhadap harga tawaran permintaan unit Studio dengan tipe unit yang sama diperoleh prediksi permintaan pembelian sebesar 150 unit dengan harga unit yang layak diterima adalah Rp. 198.700.000,- dengan BEP unit 121 di tahun ke 0,8. Alternatif lain untuk memperoleh laba yang maksimal didapatkan harga jual unit Studio sebesar Rp. 220.000.000,- dengan BEP 79 unit 0,73 Tahun.

Berdasarkan hasil analisis Titik Impas atau *Break Event Point* (BEP) terhadap harga tawaran permintaan berbagai tipe unit yaitu tipe 1 BR, 2 BR dan 3 BR diperoleh prediksi permintaan pembelian berturut-turut sebesar 49 unit, 82 unit, dan 14 unit dengan harga unit yang layak berturut-turut adalah Rp. 205.700.000,-, Rp. 216.700.000,-, Rp. 225.700.000,-. dengan BEP 108 unit 0,74 Tahun. Alternatif lain untuk memperoleh laba yang maksimal didapatkan harga jual unit 1 BR, 2 BR dan 3 BR berturut-turut Rp. 230.000.000,-, Rp. 235.000.000,-, Rp. 240.000.000,- dan BEP 105 unit 0,74 Tahun.

## 5.2 Saran

Untuk kelanjutan penelitian seperti untuk mengetahui hubungan antara harga jual dengan fasilitas, perubahan tingkat suku bunga, perubahan biaya investasi, perubahan terhadap harga jual dan alternatif pendapatan yang paling rentan menjadi tidak layak diperlukan analisis sensitivitas.

Dalam analisis investasi perlu memperhatikan adanya inflasi ataupun ketidakpastian yang dapat mempengaruhi sebuah investasi. Penulis menyarankan dalam penetapan harga jual dengan menggunakan metode *Break Event Point* (BEP) agar memperhatikan biaya tetap dan biaya variabel yang dialokasikan.

Untuk memperoleh penetapan harga yang lebih baik sesuai dengan persepsi perusahaan dan pelanggan perlu mempertimbangkan strategi pemasaran, target pemasaran, pertimbangan organisasi, kondisi alamiah pasar dan permintaan, harga pesaing dan faktor lingkungan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amstrong, G., dan Kotler, P. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke- 12*. Jakarta: Erlangga.
- Damayanti, R., dan Utomo, C. 2014. “*Analisis Biaya dan Permintaan Pada Penetapan Harga Marginal Unit Rumah di Perumahan Royal Regency, Lumajang*”. Jurnal Teknik POMITS Vol. 3 No.1 D:36-40.
- Fahad dan Utomo, C. 2013. “*Analisis Penetapan Harga Jual Unit Rumah pada Proyek Perumahan Soka Park Bangkalan*”. Jurnal Teknik POMITS Vol.2 No.2 C:173-177.
- Hutomo, P. 2011. *Analisis Penetapan Harga Jual Unit Apartemen Puncak Permai Di Surabaya*. Tugas Akhir Program Studi S1 Teknik Sipil Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya.
- Iswahyudi, Y. 2012. *Penetapan Harga Pokok Sewa Apartemen Gunawangsa Surabaya*. Tugas Akhir Program Studi S1 Teknik Sipil Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya.
- Wahyudhi, O., dan Utomo, C. 2014. “*Analisis Investasi pada Proyek Pembangunan Apartemen Bale Hinggil Surabaya*”. Jurnal Teknik POMITS Vol. 3 No.1 D:41-46.

Halaman ini sengaja dikosongi



