



ANALISIS BREAK EVENT POINT TERHADAP PERENCANAAN LABA CV. UUL ANUGERAH SURABAYA

Heru Budi Siswanto¹
Universitas Muhammadiyah Surabaya
Herubudisiswanto91@gmail.com

Ma'ruf Sya'ban²
Universitas Muhammadiyah Surabaya
Uup.dpk@gmail.com

Zeni Rusmawati³
Universitas Muhammadiyah Surabaya
zeni.rusmawati@fe.um-surabaya@ac.id

Abstact

Break Even Point Analysis is an analysis that is used by the company to find out or planning on what the sales volume. The purpose of this study is to determine how determining Break Even Point CV. Uul Anugerah Surabaya in 2011-2015 and to investigate the extent to which the role Break Even Point to the CV profit planning. Uul Anugerah Surabaya. The Conducted research approach is qualitative descriptive study, with data collection procedures used are interviews and documentation with data processing using descriptive analysis. Break Even Point has a significant role in the company, namely Break Even Point as a short-term planning tool, as a minimum sales information company, and as a tool for the development strategy to achieve the company's earnings. CV. Uul Anugerah management needs to maintain the achievement in 2011-2015 as well as the necessity of making a sales and costs per month as a material evaluation of progress made and the need for more promotions, more heavily in the consumer interest.

Keywords: 1: Break Even Point 2: Profit, Analysis 3: Planning

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manajemen yang baik adalah manajemen yang mampu mengendalikan kegiatan operasional perusahaan dengan baik. Dengan kemampuan pengendalian yang bagus tersebut, diharapkan manajemen mampu membuat keputusan/kebijakan yang mampu membuat perusahaan tersebut ikut bersaing dan berkompetesi dipersaingan bisnis yang ada.

Strategi yang dibuat oleh manajemen perusahaan dalam mengendalikan operasional perusahaan haruslah bersifat Efektif dan Efisien, sehingga perusahaan mampu memenangkan persaingan dengan perusahaan-perusahaan sejenis yang ada sehingga pendapatan laba yang di targetkan perusahaan dapat dicapai.

Untuk membantu menjabarkan informasi di atas, kita dapat menggunakan sistem yang dinamakan Analisis *Break Even Point* (Analisis Titik Impas). Analisis impas atau analisis hubungan biaya, volume, dan laba merupakan teknik untuk menggabungkan,

mengkoordinasikan dan menafsirkan data produksi dan distribusi untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan.

Masalah *break even* baru muncul apabila suatu industri disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Rencana manajemen mengenai kegiatan industri di masa yang akan datang pada umumnya dituangkan dalam anggaran, yang berisi taksiran pendapatan yang akan diperoleh dan biaya yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan tersebut. Bila mengadakan analisis secara langsung informasi yang tercantum dalam anggaran manajemen akan menemui kesulitan untuk memahami hubungan antara biaya, volume, laba. Analisis break even menyajikan informasi hubungan biaya, volume, dan laba kepada manajemen, sehingga memudahkannya dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian laba usaha di masa yang akan datang.

TELAAH TEORETIS

Analisis Break Even Point

Analisis titik impas adalah suatu cara yang di gunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian (Djarwanto, 2010 : 208). Pendapat Sartono (2010 : 482) menjelaskan analisis Titik impas sebagai suatu teknik analisis yang sering di sebut dengan *cost profit Volume Analysis* yaitu suatu teknik untuk mempelajari hubungan antara biaya-volume laba.

Kegunaan Break Even Point

Kegunaan *Break Even Point* sebagai berikut :

- 1) *Break Even Point* di berguna bagi manajemen untuk membantu dalam penyusunan anggaran.
- 2) *Break Even Point* di gunakan manajemen untuk merencanakan laba yang di inginkan.
- 3) Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menekan biaya dan batas dimana perusahaan tidak mengalami laba dan rugi.
- 4) Untuk mengetahui struktur biaya tetap dan biaya variabel.
- 5) Untuk mengetahui efek perubahan harga jual, biaya maupun volume penjualan terhadap laba yang di peroleh.

Metode Perhitungan Break Even Point

Penentuan titik impas dengan menggunakan metode persamaan di lakukan dengan mendasarkan pada persamaan pendapatan sama dengan biaya di tambah laba (Mulyadi : 2001:233). Rumus perhitungan Titik Impas adalah :

- a) Impas (Dalam satuan produk yang di jual)

$$\text{Impas} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}} \quad \dots (1)$$

- b) Impas (Dalam Rupiah penjualan)

$$\text{Impas} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}} \quad \dots (2)$$

Laba

Laba adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban, jika pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba (Simamora, 2000 : 25). Laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban dan kerugian. Laba merupakan salah satu pengukur aktifitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akrual (Subramanyan, 2003 : 407).

Perencanaan Laba

Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi, guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba adalah penting dalam perencanaan karena tujuan utama dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan (Carter, 2009 : 4). Perencanaan laba, sebaiknya perusahaan mempertimbangkan beberapa faktor seperti yang di ungkapkan oleh Carter (2009 : 5) yakni :

- 1) Laba atau rugi yang di akibatkan dari volume penjualan.
- 2) Volume penjualan yang di perlukan untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar deviden serta menyediakan kebutuhan bisnis masa depan.
- 3) Titik impas / *Break even point*.
- 4) Volume penjualan yang dapat di capai dengan kapasitas operasi sekarang.
- 5) Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba.
- 6) Tingkat pengembalian atas modal yang di gunakan.

Margin of Safety

“ *Margin of Safety* atau tingkat keamanan merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas, artinya batas aman yang digunakan untuk mengetahui berapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian” (Kasmir, 2010 : 178).

$$MoS = \text{Penjualan yang direncanakan} - \text{penjualan pada titik impas} \quad \dots (3)$$

$$MoS = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\% \quad \dots (4)$$

$$MoS \text{ Ratio} = \frac{\text{Penjualan yang dianggarkan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan yang dianggarkan}} \times 100\% \quad \dots (5)$$

Analisis Hubungan Break Even Point dengan laba

Munawir (2007:184) menjelaskan bahwa pencapaian laba yang maksimal, dapat di tempuh dengan melakukan langkah sebagai berikut :1) biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan harga jual dan volume penjualan yang ada; 2) Menentukan harga jual sesuai dengan laba yang di kehendaki; 3) Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, sementara itu volume penjualan mempengaruhi biaya. Dengan keterkaitan tersebut, analisis *Break Even Point* dapat digunakan untuk mengetahui keterkaitan ketiganya. Analisa ini juga dapat membantu perencanaan kegiatan sehingga dapat digunakan untuk menentukan target penjualan optimal sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai laba maksimal dapat terpenuhi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang di amati (Sujarweni, 2014:6). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya memamparkan atau menggambarkan saja suatu

karakteristik tertentu suatu fenomena (Fatihudin, 2012:23). Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan Interview dan dokumentasi.

HASIL

Paparan Data dan Temuan penelitian

1. Data penjualan 2011 – 2016

Tabel 1. Data Penjualan (dalam Rupiah)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Januari	41,489,700	32,509,950	15,757,500	35,865,600	156,559,500	42,741,750
Februari	26,062,500	47,332,680	30,837,000	124,695,300	77,325,900	85,735,000
Maret	26,110,500	43,573,500	28,891,500	92,120,250	71,736,000	77,679,500
April	28,844,250	7,324,850	29,187,000	33,733,500	22,314,000	39,625,000
Mei	45,684,000	17,994,000	33,774,000	35,750,250	101,664,000	59,497,500
Juni	50,083,500	35,844,000	46,242,750	56,355,000	39,641,250	29,645,500
Juli	18,666,000	64,992,600	36,834,000	36,307,500	81,556,890	-
Agustus	40,224,750	37,522,650	32,699,250	66,153,000	46,663,950	-
September	23,598,900	58,883,250	33,528,750	50,674,500	64,417,500	-
Oktober	38,279,250	49,499,400	38,842,500	52,702,500	85,630,650	-
November	28,084,500	8,700,000	108,306,000	4,779,000	12,949,500	-
Desember	72,146,550	25,147,500	27,521,700	23,544,000	20,431,500	-
Total	439,274,400	469,324,380	462,421,950	612,680,400	780,890,640	334,924,250

Sumber : Data penjualan CV. Uul Anugerah Surabaya

2. Data pengeluaran Biaya 2011 – 2015

Tabel 2. Rekapitulasi Pengeluaran Biaya Total (dalam Rupiah)

Biaya	2011	2012	2013	2014	2015
Bahan Baku	139,863,904	174,700,000	152,381,776	241,958,662	284,657,250
Bahan Penolong	6,954,500	6,750,000	7,125,000	13,253,000	17,500,000
Adm & Umum	4,235,950	4,150,000	4,050,000	4,500,000	5,769,000
Gaji	156,000,000	173,400,000	190,800,000	204,900,000	225,000,000
Perlengkapan	1,137,800	1,175,000	1,267,000	1,157,000	1,359,000
Listrik & Telepon	3,680,500	4,173,300	4,315,000	5,434,500	6,748,000
Perbaikan Mesin	1,023,000	1,065,000	1,100,000	1,149,840	1,274,000
Lain - lain	835,650	935,250	875,000	850,000	975,000
Penyusutan Mesin	1,995,750	2,075,000	2,117,000	4,250,000	5,763,000
Kirim	1,950,400	2,588,000	2,297,500	3,285,000	4,317,000
Total Biaya	317,677,454	371,011,550	366,328,276	480,738,002	553,362,250

Sumber : Laporan keuangan CV. Uul Anugerah, Data diolah

Kedua data yakni data penjualan dan data pengeluaran biaya diatas digunakan untuk mengetahui berapa tingkat Break Even Point CV. Uul Anugerah Surabaya pada tahun 2011 – 2016.

PEMBAHASAN

Penentuan Break Even Point 2011 – 2015

Dalam menentukan Break Even Point, langkah pertama yang digunakan adalah memisahkan biaya yang di keluarkan selama tahun 2011-2016 kedalam biaya tetap dan biaya variabel, sehingga di dapat perincian sebagai berikut :

Tabel 3. Rekapitulasi Pengelompokan Biaya (dalam Rupiah)

TAHUN	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Total Biaya
2011	168.073.000	149.604.454	317.677.454
2012	186.038.300	184.973.250	371.011.550
2013	203.649.000	162.679.276	366.328.276
2014	221.391.340	259.346.662	480.738.002
2015	245.913.000	307.459.250	553.372.250

Sumber : Laporan Keuangan CV.UulAgugerah

Langkah selanjutnya adalah memasukkan semua penjualan dari berbagai jenis produk yang di jual. Untuk perusahaan multiproduk seperti CV. Uul Anugerah Surabaya, penjualan campuran (Sales Mix) diasumsikan tidak ada perubahan, sehingga perinciannya sebagai berikut :

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Penjualan (dalam Rupiah)

TAHUN	Hasil Penjualan
2011	439.274.400
2012	469.324.380
2013	462.421.950
2014	612.680.400
2015	780.890.640

Sumber: LaporanKeuangan CV. Uul Anugerah Surabaya

Setelah di dapatkan data tentang biaya tetap, biaya variabel dan penjualan produk selanjutnya Break Even Point dapat dihitung. Dalam mengitung *Break Even Point* di Gunakan metode matematis multiproduk karena produk yang dihasilkan perusahaan mempunyai beberapa jenis. Rumus yang digunakan berdasarkan: Djarwanto (2010:242) adalah sebagai berikut :

$$Break\ Even\ Point\ Total = \frac{Biaya\ Tetap\ Total}{1 - \frac{Biaya\ Variabel\ Total}{Penjualan\ Total}} \quad \dots (6)$$

Dengan menggunakan rumus yang dikemukakan diatas, dapat diketahui rekapitulasi perhitungan *Break Even Point* adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Rekapitulasi Perhitungan BEP (dalam Rupiah)

TAHUN	Penjualan	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Break Event Point
2011	439,274,400	168,073,000	149,604,454	254,849,128
2012	469,324,380	186,038,300	184,973,250	307,095,246
2013	462,421,950	203,649,000	162,679,276	314,127,719
2014	612,680,400	221,391,340	259,346,662	383,826,872
2015	780,890,640	245,913,000	307,459,250	405,596,239

Sumber : Laporan Penjualan & Biaya, data diolah

Berdasarkan perhitungan *Break Even Point* diatas dapat di ketahui bahwa penjualan yang dilakukan oleh CV. Uul Anugerah selama 2011 – 2015 berada diatas nilai Break Even Point sehingga CV. Uul Anugerah Surabaya mendapatkan laba.

Peran Break Even Point Dalam Perencanaan Laba & Penjualan 2016

Perencanaan Laba & Penjualan 2016

Penerimaan laba yang lebih besar untuk tahun selanjutnya, membutuhkan sebuah perencanaan yang baik agar target laba yang diharapkan perusahaan dapat terpenuhi. Pada tahun 2015 laba yang diperoleh oleh CV. Uul Anugerah Surabaya sebesar Rp. 227.518.390, sedangkan target laba tahun 2016 adalah sebesar 45% dari laba tahun 2015. Berdasarkan pernyataan tersebut, target laba yang akan di peroleh oleh CV. Uul Anugerah Surabaya untuk tahun 2016 adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Target Laba tahun 2016} &= (\text{Rp. } 227.518.390 \times 45\%) + \text{Rp. } 227.518.390 \\ &= \text{Rp. } 329.901.666 \end{aligned}$$

Perencanaan selanjutnya adalah perhitungan biaya tetap. Seperti tahun-tahun sebelumnya biaya tetap akan mengalami peningkatan sehingga CV. Uul Anugerah Surabaya mengasumsikan biaya tetap untuk tahun 2016 naik sebesar 6,5% dari biaya tetap tahun 2015. Sehingga nilai asumsi biaya tetap tahun 2016 adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Biaya tetap tahun 2016} &= (\text{Rp. } 245.913.000 \times 6,5\%) + \text{Rp. } 245.913.000 \\ &= \text{Rp. } 261.897.345 \end{aligned}$$

Selain menentukan target laba dan kenaikan biaya tetap untuk tahun 2016, *nilai Contribution Margin (CM)* dan *Contribution Margin ratio (CMR)* juga harus di hitung untuk mengetahui berapa nilai / presentase pendapatan yang diperoleh perusahaan untuk

menutupi biaya tetap. *Contribution Margin & Contribution Margin Ratio* diperoleh dari data total penjualan dan biaya variabel tahun 2015, yakni :

$$\begin{aligned} \text{CM} &= \text{Penjualan} - \text{Biaya variabel} && \dots (7) \\ &= \text{Rp. } 780.890.640 - \text{Rp. } 313.228.250 \\ &= \text{Rp. } 467.662.390 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{CMR} &= \frac{\text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}} && \dots (8) \\ &= \frac{\text{Rp. } 780.890.640 - \text{Rp. } 307.459.250}{\text{Rp. } 780.890.640} \\ &= 0,6063 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diketahui bahwa *Contribution Margin Ratio* sebesar 0,6063 atau 60,63%. Perencanaan laba dapat tercapai jika penjualan juga dapat tercapai, oleh karena itu diperlukan suatu perencanaan laba. Perencanaan penjualan yang baik dapat dijadikan manajemen untuk membuat pertimbangan strategi yang direncanakan. Perencanaan penjualan dapat dihitung dengan menggunakan data target laba yang telah ditentukan, biaya tetap dan nilai *Contribution Margin Ratio*, dengan menggunakan rumus berikut :

$$\begin{aligned} \text{Perencanaan Penjualan 2016} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{CMR}} && \dots (9) \\ &= \frac{\text{Rp. } 261.897.345 + \text{Rp. } 329.901.666}{0,6063} \\ &= \text{Rp. } 976.082.815 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan perencanaan penjualan diatas, di ketahui bahwa perencanaan penjualan untuk tahun 2016 sebesar Rp. 976.082.815, sedangkan penjualan riil yang sudah dilakukan CV. Uul Anugerah Surabaya untuk tahun 2016 dari bulan Januari – Juni sebesar Rp. 334.942.250 atau mencapai 34,31% dari penjualan yang direncanakan.

Selain menentukan perencanaan penjualan, selanjutnya Direktur CV. Uul Anugerah Surabaya menjelaskan perusahaan perlu menentukan *Break Even Point* agar diketahui pada saat penjualan berapakah perusahaan akan berada di titik impas, yakni perusahaan tidak memperoleh laba dan juga perusahaan tidak mengalami kerugian atau laba = 0, dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Break Even Point} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution Margin ratio}} \quad \dots (10) \\ \text{Break Even Point} &= \frac{\text{Rp. 261.897.345}}{0,6063} \\ &= \text{Rp. 431.959.995} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, *Break Even Point* di ketahui sebesar Rp. 431.959.995. Dari perhitungan ini juga dapat di ketahui bahwa penjualan yang di lakukan CV. Uul Anugerah Surabaya untuk bulan Januari – Juni 2016 belum mencapai *Break Even Point* yakni sebesar Rp. Rp. 334.942.250.

CV. Uul Anugerah berpeluang mencapai titik *Break Even Point* karena Direktur memprediksi akan terjadi kenaikan di bulan September, November, dan Desember karena perusahaan sudah menjalin beberapa kerjasama dengan beberapa Dinas Pemerintahan untuk penyediaan buku-buku panduan dan pelatihan terutama dengan Dinas Pariwisata Surabaya dalam penyediaan panduan peta wisata di kota Surabaya. Kerjasama inilah yang membuat Direktur yakin bahwa CV. Uul Anugerah Surabaya mampu mencapai target laba yang telah di rencanakan sebelumnya.

Margin of Safety

Dari data- data perencanaan laba, perencanaan penjualan dan *Break Even Point* yang sudah direncanakan CV. Uul Anugerah Surabaya, selanjutnya dilakukan penghitu ... (11) *Margin of Safety* (MoS) tahun 2106. Tujuan menghitung *Margin of Safety* adalah untuk mengetahui berapa besar penjualan yang direncanakan boleh turun agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Sehingga di dapatkan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{MoS} = \text{Penjualan yang direncanakan} - \text{penjualan pada titik impas}$$

$$\text{MoS Ratio} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\% \quad \dots (12)$$

$$\begin{aligned} \text{MoS} &= \text{Rp. 976.082.815} - \text{Rp. 431.959.995} \\ &= \text{Rp. 544.122.820} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} MoS Ratio &= \frac{Rp. 544.122.820}{Rp. 976.082.815} \times 100\% \\ &= 55,7\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan *Margin of Safety* di atas, Penjualan CV. Uul Anugerah Surabaya tahun 2016 masih di perbolehkan turun untuk menjaga agar tidak mengalami kerugian sebesar Rp. 544.122.820 atau 55,7% dari penjualan. Semakin tinggi nilai *Margin of Safety* Sebuah perusahaan maka akan semakin baik karena penurunan penjualan yang di perbolehkan juga akan semakin besar sehingga memperkecil resiko kerugian pada perusahaan, dan begitu pula sebaliknya.

Peran Break Even Point Dalam Perencanaan Laba

Dalam perencanaan laba CV. Uul Anugerah Surabaya mempunyai peran yang sangat signifikan, yakni: (1) Peran Break Even Point Sebagai alat perencanaan laba jangka pendek; (2) Peran Break Even Point sebagai informasi penjualan minimum perusahaan; (3) Peran Break even Point sebagai salah satu alat dalam penyusunan strategi pencapaian laba perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut : (1) Penjualan CV. Uul Anugerah pada tahun 2011-2015 sudah mencapai *Break Even Point*. (2) Break Even Point mempunyai peran yang penting dalam perencanaan laba CV. Uul Anugerah Surabaya

DAFTAR PUSTAKA

- Carter, William K, 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi 14 Buku 1. Salemba Empat, Jakarta
- Fatihudin, Didin, 2012. *Metode Penelitian untuk ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, dari teori ke praktek*, Penerbit PPs UMSurabaya, Surabaya
- Hansen, Don. R. Dan Maryane M. Mowen, 2011. *Akuntansi Manajemen Edisi 8 Buku 2*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Mulyadi, 2001. *Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

- Purwati, Ari dan Darsono Prawironegoro, 2013. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 3 Revisi. Mitra Wacana Media, Jakarta
- Rudianto, 2013. *Akuntansi Manajemen, informasi untuk pengambilan keputusan strategis*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sujarweni, Wiratna V, 2014. *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta
- Surjadi Lukman, 2013. *Akuntansi Biaya: Dasar-Dasar Perhitungan Harga Pokok*. Cetakan 1. PT. Indeks, Jakarta.