

ANALISIS *BREAK EVEN POINT* (BEP) SEBAGAI SALAH SATU PERENCANAAN PENJUALAN DAN LABA (STUDI KASUS PADA PENGUSAHA BUTIK DI PASURUAN)

Khamdan Suriyok^{1*}
Harfiahani Indah Rakhma Ningtyas^{2*}
hamdansuriyok@gmail.com¹
harfiahanityas@itbyadika.ac.id^{2*}

Prodi Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis Yadika Pasuruan

ABSTRAKSI

Analisis *Break Even Point* merupakan teknik untuk menghubungkan biaya tetap, variable, laba, volume penjualan dan menafsirkan distribusi untuk membantu menjemen dalam mengambil keputusan. pengusaha perlu memperhatikan laba, biaya dan volume dalam menentukan perencanaan laba pengusaha untuk mencapai besanya target laba yang diinginkan. Tujuan penelitian untuk memeberikan gambaran perencanaan laba dan penetapan harga produk. Perencanaan tersebut untuk mengetahui titik impas melalui perencanaan penjualan dan laba bahwa perusahaan tidak untung atau menderita rugi. jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa perhitungan pemisahan biaya semivariabel sebesar Rp. 67.596.375. berdasarkan analisis perilaku biaya perhitungan total biaya sebesar Rp. 4.127.880.683 yang terdiri atas biaya tetap Rp. 179.021.529 dan biaya variable Rp. 3.948.859.154. Dengan analisis data pengusaha menginginkan kenaikan laba sebesar 20% dimana volume penjualan menjadi meningkat menjadi Rp. 18.948.630.036. kesimpulan hasil analisis *Break Even Point* hendaknya BEP digunakan untuk mengetahui titik impas sebuah perusahaan agar tidak menderita rugi dan tidak mendapat laba.

Kata kunci : Penjualan, biaya tetap, biaya variabel, harga dan titik Impas perusahaan.

ABSTRACT

Break Even Point Analysis is a technique for connecting fixed, variable costs, profits, sales volume and interpreting distribution to help management make decisions. Entrepreneurs need to pay attention to profits, costs and volume in determining the entrepreneur's profit planning to achieve the desired profit target. The aim of the research is to provide an overview of profit planning and product pricing. This planning is to determine the break-even point through sales and profit planning so that the company does not make a profit or suffers a loss. This type of research is descriptive qualitative. The results of the analysis show that the calculation of the separation of semi-variable costs is IDR. 67,596,375. Based on cost behavior analysis, the total cost calculation is IDR. 4,127,880,683 consisting of fixed costs of Rp. 179,021,529 and variable costs Rp. 3,948,859,154. With data analysis, entrepreneurs want a 20% increase in profits where sales volume increases to Rp. 18,948,630,036. The conclusion of the Break Even Point analysis results is that BEP should be used to determine the Break Even Point of a company so that it does not suffer losses and does not make a profit.

Keywords: Sales, fixed costs, variable costs, price and company break-even point.

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan merupakan usaha untuk memperoleh *profit* (keuntungan) yang bertujuan untuk kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Perusahaan dengan melakukan penjualan mendapatkan laba atau tidak, dan jika laba yang diperoleh besar atau kecil yang menjadikan laba sebagai ukuran kesuksesan suatu manajemen. Hal tersebut didukung oleh kemampuan manajemen di dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang. Manajemen dituntut untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan. Manajemen memerlukan suatu perencanaan untuk perusahaan dalam mencapai tujuannya tersebut. Karenanya dibutuhkan perencanaan perusahaan yang baik.

Manajemen perusahaan yang baik dalam mengelola rencana penjualan menjadi sangat penting untuk menggunakan analisis *Break Even Point* (BEP) agar perusahaan tidak mengalami rugi. Lebih jauh, kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan adalah pengambilan keputusan dalam pemeliharaan berbagai macam biaya dan perumusan kebijaksanaan. Seringkali keputusan yang diambil itu mempunyai pengaruh terhadap laju pertumbuhan perusahaan sehingga diperlukan beberapa pertimbangan sebelum keputusan akhir diambil. Dalam kaitannya dengan perencanaan laba, salah satu alat analisis dalam pembelanjaan yang dapat digunakan oleh manajemen adalah analisis *Break Even Point*.

Break Even Point adalah salah satu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan dan merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasikan, menafsirkan data dan distribusi untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan. *Break Even Point* (BEP) adalah analisis yang diperlukan untuk mengetahui hubungan antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya lainnya baik yang bersifat tetap maupun variabel, dan laba atau rugi (Jumingan 2016:183).

Pendapat yang lain BEP yaitu teknik analisis memberikan dasar hubungan antara berbagai macam biaya untuk menentukan aktivitas perusahaan dalam suatu proses perencanaan keuangan dalam mencapai target laba yang ditentukan (Muslieh 2013:308).

Jadi, analisis *Break Even Point* akan memberikan dasar hubungan antara berbagai macam biaya untuk menentukan aktivitas perusahaan dalam suatu proses perencanaan

keuangan dalam mencapai target laba yang ditentukan. Dengan melakukan analisis *break even*, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimal yang harus dicapai, agar tidak mengalami kerugian. Dari analisis tersebut, juga dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Analisis *break even* menyajikan informasi hubungan biaya, volume dan laba kepada manajemen. Sehingga memudahkan dalam menganalisis biaya yang mempengaruhi pencapaian laba perusahaan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan pengertian tersebut dijelaskan betapa pentingnya BEP untuk dijadikan tolak ukur biaya dan volume penjualan maupun keuntungan perusahaan nantinya, BEP juga bermanfaat untuk menganalisis omset penjualan agar tidak menderita rugi dan tidak menerima keuntungan dalam arti lain sebagai titik impas perusahaan. Perusahaan yang menggunakan BEP tentunya sangat memahami mengenai rencana produksi atau rencana penjualan, dimana pada setiap awal perusahaan sudah harus memiliki perencanaan penjualan.

Penelitian ini dilakukan pada pengusaha butik dengan alasan, administrasi perusahaan yang telah memakai sistem Titik impas atau *Break Even Point* untuk mengetahui titik impas pengusaha butik pada tiap tahunnya. Tujuan dari penelitian ini antara lain : Untuk mengetahui gambaran perencanaan dan realisasi penjualan serta laba pada pengusaha butik, untuk Menjelaskan dan menganalisis perencanaan penjualan dan laba tersebut sudah efektif.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh : Ribka Agustin (2012) dengan judul Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada PT. Ikanindo Rekatama Cipta. Penelitian yang dilakukan oleh Ira Puji Astutik (2019) dengan judul Analisis Perencanaan Laba Menggunakan CVP (*Cost Volume Profit*) Pada PT. Atap Teduh Lestari Cabang Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh Mardhiyah Dwitami (2020) dengan judul Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan Laba pada PT. Freight Express Medan.

Analisis *Break Even Point*

Analisis *break even* merupakan salah satu bentuk analisis biaya, volume dan laba yang analisisnya menggunakan biaya variabel dan biaya tetap. Analisis *break even* digunakan untuk menentukan tingkat penjualan untuk menutup

biaya yang telah dikeluarkan perusahaan. Analisis *break even* adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan (Bambang Riyanto 2021:359). Dari beberapa uraian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa analisis *break even* adalah suatu cara atau alat atau tehnik yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) dimana dari volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi. Tujuan analisis impas adalah untuk menentukan volume penjualan dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang ditargetkan atau laba sebesar nol. Dengan mengetahui titik impasnya (*break even point*), manajer suatu perusahaan dapat mengindikasikan tingkat penjualan yang disyaratkan agar terhindar dari kerugian, dan diharapkan dapat mengambil langkah yang tepat untuk masa yang akan datang. Dengan mengetahui titik impas ini, manager juga dapat mengetahui sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan yang dipimpinnya.

Perencanaan Penjualan

penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati. Sedangkan pengertian perencanaan penjualan yang diartikan sebagai rencana atau anggaran yang nantinya akan dipertimbangkan oleh perusahaan untuk melakukan sebuah program kerja atau pengambilan kebijakan sangat penting untuk membuat perkiraan anggaran atau rencana program yang termuat dalam sistem perencanaan penjualan oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pada umumnya penelitian deskriptif merupakan penelitian studi kasus pada umumnya penelitian deskriptif merupakan penelitian non hipotesis, sehingga dalam penelitian tersebut tidak memerlukan hipotesis penggunaan metode penelitian deskriptif ini dilakukan karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mengetahui gambaran sesuatu objek tertentu secara lebih mendalam. Sedangkan digunakannya studi kasus karena masing-masing organisasi memiliki latar belakang kemampuan fasilitas yang berbeda-beda. Fokus Penelitian Yaitu : *Break Even Point* (BEP),

Perencanaan Penjualan, Perencanaan Laba. Lokasi penelitian adalah tempat penelitian dilakukan Dalam penelitian ini lokasi penelitian yang dipilih adalah pengusaha butik di Pasuruan. Teknik Pengumpulan Data Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Sedangkan untuk memperoleh data primer, peneliti mengambil sumber data dari Manager, Supervisor, Staff Keuangan. Data Sekunder, yaitu data yang bukan diusahakan sendiri oleh pengumpulnya, melainkan lewat dokumen-dokumen perusahaan yang banyak memuat informasi yang bisa mendukung penelitian.

Instrumen penelitian

Peneliti sendiri, yang merupakan sarana pengumpul data utama, terutama pada saat proses wawancara dan analisa data. Pedoman wawancara atau interview yaitu pengumpulan data dengan wawancara yang dilkakukan secara langsung dengan responden untuk mencari informasi terkait dengan permasalahan yang terjadi tujuan dilakukannya kegiatan ini. Perangkat penunjang yang meliputi buku catatan lapangan dan alat tulis menulis yang digunakan untuk mencatat apa yang didengar, dilihat dialami dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data di lapangan.

Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan tidak akan ada gunanya jika tidak dianalisis, analisa data merupakan proses pengerjaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan untuk mencari makna-makna dan implikasi yang lebih luas. Adapun langkah-langkah analisis data yang akan digunakan adalah melakukan analisis terhadap Analisis *Break Even Point* (BEP) sebagai salah satu perencanaan penjualan dan perencanaan laba. BEP, Perencanaan Penjualan, Perencanaan Laba.

HASIL

Perhitungan BEP

Langkah berikutnya setelah menghitung Contribution Margin Ratio adalah menghitung BEP, baik dalam rupiah maupun unit. Perhitungan BEP ini merupakan langkah awal dalam analisis Biaya-Volume-Laba atau CVP Analysis. Analisis BEP ini dilakukan untuk mendapatkan batas standar minimal suatu penjualan dan produksi dierkenankan pada perusahaan. Perhitungan analisis BEP akan ditunjukkan sebagai berikut :

BEP dalam Rupiah

Data penjualan ter produk beserta biaya tetap dan biaya variable yang digunakan untuk pedoman perhitungan BEP dalam rupiah.

Tabel 1

Data penjualan produk dan biaya tetap serta biaya variable perusahaan

Keterangan	Produk (Rp)		Total
	Dewasa	Anak-anak	
Penjualan	13,147,200,000	3,192,940,000	16,340,340,000
Fixed Cost			179,021,529
Variabel Cost	3,348,736,690	179,021,529	3,948,859,154

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi Total}} \\ &= \frac{179.021.529}{0,76} \end{aligned}$$

$$= \text{Rp. } 235.554.643$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui BEP dalam Rupiah sebesar Rp. 235.554.643.

Untuk mengetahui tingkat BEP dalam rupiah pada masing- masing produk akan disajikan sebagai berikut:

$$\text{Dewasa} = \frac{13.147.200.000}{16.340.340.000} \times 235.554.643 = \text{Rp. } 189.526.724$$

$$\text{Anak-anak} = \frac{3.192.940.000}{16.340.340.000} \times 235.554.643 = \frac{\text{Rp. } 46.027.919}{\text{Rp. } 235.554.643}$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui besarnya BEP untuk tiap produk yang dihasilkan. Kemudian untuk mencari BEP dalam unit maka dilakukan perhitungan perhitungan sebagai berikut:
 Dewasa = Rp. 189.523.841/140.000 = 1.354 unit
 Anak-anak = Rp. 46.027.919/85.000 = $\frac{542}{1.895}$ unit

Perencanaan Laba

Selama ini dalam pembuatan perencanaan laba perusahaan menggunakan estimasi berdasarkan data sebelumnya. Penyusunan estimasi tersebut didasarkan pada estimasi penjualan, biaya-biaya dan semua komponen yang terkait dengan operasi perusahaan. Perencanaan laba tersebut akan lebih efektif dengan adanya informasi biaya yang mendukung usaha perencanaan laba jangka pendek. Informasi tersebut dapat diperoleh dengan menggunakan perhitungan CVP Analysis dimana dengan analisis ini dapat diketahui hubungan beserta pengaruh perubahan berbagai komponen laba terhadap perusahaan.

Dengan melakukan analisis data tahun 2012, manajemen dapat melakukan perencanaan laba tahun 2012. Data realisasi penjualan tahun 2011 menunjukkan bahwa penjualan sebesar Rp. 16.340.340.000 diperoleh laba operasi sebesar Rp. 15.790.525.030 atau 96,63 % dari penjualan. Pada tahun 2013 manajemen menginginkan kenaikan laba sebesar 20%. Berikut perhitungan perencanaan laba :

$$\begin{aligned} \text{Laba operasi tahun 2012} &= \text{Rp. } 15.525.030 \\ \text{Kenaikan laba diinginkan} &: \\ &= (1+0,2) \times 15.790.525.030 \\ &= 1,2 \times \text{Rp. } 15.790.525.030 \\ &= \text{Rp. } 18.948.630.036 \end{aligned}$$

Setelah mengetahui laba yang diinginkan, kemudian menghitung perencanaan penjualan untuk mencapai kenaikan laba sebesar Rp. 18.948.630.036

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada pengusaha butik mengenai *cost volume profit analysis* sebagai dasar perencanaan dan penetapan harga, maka hasil yang diperoleh dari tahap-tahap perhitungan diatas adalah sebagai berikut :

Pemisahan biaya semivariabel kedalam biaya tetap dan biaya variable

Pemisahan terhadap biaya semivariabel kedalam biaya tetap dan variable dilakukan agar pembebanan biaya yang dikeluarkan sesuai porsi produk yang dihasilkan. Pemisahan biaya semivariabel ini dilakukan dengan menggunakan metode kuadran terkecil (*least square method*). Biaya tetap dan biaya variable ini merupakan dua komponen penting dalam perhitungan kontribusi margin dan perhitungan *Break Even Point* (BEP). Dari hasil perhitungan dengan metode terkecil (*least square method*) ini diperoleh total biaya tetap sebesar Rp. 179.021.529 dan total biaya variable sebesar Rp 3.948.859.154.

Menghitung kontribusi margin menggunakan *contribution margin ratio*

Perhitungan menggunakan *contribution margin ratio* dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh perubahan tingkat penjualan terhadap kontribusi. Berdasarkan perhitungan CM ratio diatas, produk yang diproduksi mampu memberikan kontribusi laba sebesar 76% terhadap perusahaan.

Menghitung BEP untuk perencanaan penjualan awal

Perhitungan BEP yang merupakan langkah awal dalam analisis cost volume profit dilakukan

dengan maksud mendapatkan batas standar minimal suatu penjualan dan produksi. Berdasarkan total biaya tetap dan total biaya variable yang diketahui diatas maka *Break Even Point* dalam rupiah penjualan sebesar Rp. 235.554.643 dengan volume penjualan untuk masing-masing jenis produk yaitu dewasa sebesar Rp. 189.526.724 atau sebesar 1.354 unit, untuk anak-anak sebesar Rp. 46.027.919 atau sebesar 542 unit. Hal ini berarti pada pendapatan penjualan dan volume tersebut perusahaan tidak laba dan juga tidak mengalami kerugian

Membuat perencanaan penjualan dan laba

pengusaha butik menargetkan kenaikan laba sebesar 20% untuk tahun 2013. Berdasarkan prosentase tersebut, pada periode berikutnya atau pada tahun 2013, perusahaan mengharapkan kenaikan laba sebesar Rp. 18.948.630.036 agar nantinya target yang diharapkan dapat berjalan lancar atau sesuai target.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan interpretasi terhadap data keuangan pengusaha butik diketahui bahwa selama perusahaan belum menerapkan *cost volume profit analysis* dalam merencanakan laba perusahaan hanya berpedoman pada data perolehan laba tahun sebelumnya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

Dalam merencanakan laba dan menetapkan harga pengusaha butik belum menggunakan analisis biaya yang tepat dalam pencapaian harga yang diinginkan, perencanaan yang dilakukan perusahaan hanya berpedoman pada data dan perolehan laba yang diperoleh berdasarkan tahun sebelumnya. Permasalahan yang dihadapi dari perolehan laba tersebut yaitu perolehan laba yang tidak sebanding dengan peningkatan penjualan hal itu dapat dilihat dari perhitungan profit marginnya sebesar 96,63%.

Perencanaan perproduk dengan alat bantu *Break Even Point* untuk mengetahui titik impas perusahaan dan CVP Analisis baru dapat dilaksanakan setelah masing-masing biaya tetap dan biaya variable dapat diidentifikasi. Hasil perhitungan pemisahan biaya semivariabel sebesar Rp. 67.596.375. Berdasarkan analisis perilaku biaya perhitungan total biaya sebesar Rp. 4.127.880.683 yang terdiri atas biaya tetap sebesar Rp. 179.021.529 dan biaya variabel sebesar Rp. 3.948.859.154. Dengan analisis data manajemen memproyeksikan kenaikan laba pada periode

berikutnya meningkat sebesar 20% yaitu menjadi Rp. 18.948.630.036.

SARAN

Perusahaan sebaiknya meakukan identifikasi keseluruhan komponen-komponen biaya yang terkait dengan produk yang dihasilkan.

Mempertimbangkan penggunaan CVP analysis untuk memperbaiki perencanaan laba dan penetapan harga yang masih sederhana.

Dari kesimpulan dan saran tersebut diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan juga dilaksanakan oleh perusahaan sebagai dasar untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul, Halim. (2015). *Analisis Investasi*. Salemba Empat, Jakarta.

Abdul Halim dan Bambang Supomo. (2015). *Akuntansi Manajemen. Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPFE

Bambang Riyanto. (2011). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta : BPFE

Carter Usry, 2021. *Akuntansi Biaya, edisi ke 13, Buku Satu*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Chairul Marom, (2020), *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*, Edisi ke-dua, Penerbit Grasindo, Jakarta

Handoyo Wibisono.2014. *Manajemen Modal Kerja*,Universitas Atmajaya,.;Jakarta.

Hansen dan Mowen. 2016. *Buku I Management Accounting Edisi 7*. Jakarta : Salemba Empat

Henry Simamora, (2020), *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, Jilid 1, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Marshall B. Romney, Paul John Steinbart, 2016. *Accounting Information System, Ninth Edition*, Prentice Hall.

M. Muslieh, (2023). *Manajemen Keuangan Modern*,PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.

Nazir, Mohammad. 2023. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indo

Soehartono, Irawan. 2022. *Metode Penelitian Sosial*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung

Sugiyono.2017. Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D. Bandung : Alfabeta

Supriyono. (2020). Sistem Pengendalian Manajemen. Jakarta:Erlangga.

Ribka Agustin (2012). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada PT. Ikanindo Rekatama Cipta.

Ira Puji Astutik (2019). Analisis Perencanaan Laba Menggunakan CVP (*Cost Volume Profit*) Pada PT. Atap Teduh Lestari Cabang Surabaya.

Mardhiyah Dwitami (2020). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan Laba pada PT. Freight Express Medan.