

Break Even Point Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan dan Laba

Ratningsih^{1,*}, Dini Silvi Purnia²

¹ Komputerisasi Akuntansi; AMIK BSI Bogor; Jl. Merdeka No. 168, Telp. (0251) 8353009, Bogor; e-mail: ratningsih.rnn@bsi.ac.id

² Sistem Informasi; STMIK Nusa Mandiri Jakarta; Jl Keramat Raya No.25 Jakarta; e-mail: dini.dlv@nusamandiri.ac.id

* Korespondensi: e-mail: ratningsih.rnn@bsi.ac.id

Diterima: 30 Mei 2018; Review: 28 Juni 2018; Disetujui: 29 Juni 2018

Cara sitasi: Ratningsih, Purnia DS. 2018. *Break Even Point* Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan Dan Laba. Jurnal Online Insan Akuntan. 3 (1): 69 – 78.

Abstrak: Analisis *Break even point* merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pada saat perusahaan tidak mendapatkan laba dan tidak mengalami kerugian atau impas. Analisis *Break even point* ini dapat digunakan perusahaan untuk membantu dalam mengambil keputusan merencanakan tingkat penjualan dan laba yang akan di capai oleh perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat BEP yang dicapai dalam perencanaan volume penjualan dan laba pada PT. Unilever Tbk periode 2015-2017 dan untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai oleh PT. Unilever Tbk untuk memenuhi target laba yang diinginkan pada periode 2018. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai BEP mix yang dicapai perusahaan untuk tahun 2015 sebesar Rp.6.955.170. Tahun 2016 BEP mix yang dicapai adalah sebesar Rp. 7.856.608.,75 dan tahun 2017 BEP mix yang didapatkan sebesar Rp.7.864.385,18 . Tahun 2017 menjadi tahun dasar untuk perencanaan volume penjualan dan laba di tahun 2018, sehingga nilai BEP Mix yang akan di capai perusahaan pada tahun 2018 adalah sebesar Rp.8.257.604,44.

Kata Kunci: *Break even point*, Laba, Perencanaan, Unilever, Volume Penjualan.

Abstract: *Break even point analysis is an analytical technique used to find out when the company does not get a profit and not a loss or break even. Break even point Analysis This analysis can be used by companies to assist in making decisions to plan the level of sales and profit that will be achieved by the company. The purpose of this study is to determine the level of BEP achieved in the planning of sales volume and profit at PT. Unilever TBK period 2015-2017 and to know the level of sales to be achieved by PT. Unilever TBK to meet the desired profit target in the period 2018. The results show that the BEP mix value achieved by the company for 2015 amounted to Rp.6,955,170. The year 2016 BEP mix achieved is Rp. 7.856.608., 75 and the year 2017 BEP mix earned by Rp.7.864.385,18. The year 2017 becomes the base year for sales and profit volume planning in 2018, so the value of BEP Mix to be achieved by the company in 2018 amounted to Rp.8,257,604.44.*

Keywords: *Break even point, Profit, Planning, Unilever, Sales Volume.*

1. Pendahuluan

Setiap perusahaan di dalam menjalankan kegiatan bisnisnya pasti ada tujuan yang hendak di capai yaitu untuk mendapatkan laba yang semaksimal mungkin, hal ini tidak terlepas dari yang namanya melakukan berbagai pengaturan-pengaturan dalam melaksanakan aktivitas usahanya dengan proses manajemen yang sangat baik, karena sukses atau tidaknya perusahaan dapat dilihat dari bagaimana

perusahaan melakukan proses manajemennya, perusahaan dikatakan berjalan dengan baik dan sukses berarti perusahaan tersebut mempunyai manajemen yang sangat baik, begitupun sebaliknya perusahaan dikatakan tidak sukses berarti perusahaan mempunyai manajemen yang kurang baik, karena di dalam kegiatan manajemen itu sendiri ada fungsi-fungsi manajemen yaitu mulai dari proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan atau pengendalian.

Berkaitan dengan pencapaian laba perusahaan tidak terlepas dari yang namanya melakukan proses penjualan, perusahaan memperoleh laba yang maksimal jika perusahaan itu sendiri memperoleh tingkat penjualan yang sangat tinggi sehingga perusahaan memperoleh tingkat keuntungan atau profit, perusahaan memperoleh laba dikarenakan perusahaan tersebut di dalam melakukan kegiatan bisnisnya dimana pendapatan yang diperoleh perusahaan lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan perusahaan, begitupun juga jika perusahaan tidak mendapatkan laba atau menderita kerugian karena biaya yang dikeluarkan perusahaan lebih besar dibandingkan tingkat pendapatan yang diperoleh sehingga tingkat penjualan yang diperoleh tidak sebanding dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

Pencapaian laba yang diperoleh perusahaan berkaitan dengan melakukan proses perencanaan volume penjualan dengan melakukan peramalan-peramalan akan target penjualan yang akan dicapai berdasarkan histori pencapaian penjualan di masa lampau atau periode sebelumnya yaitu dengan melakukan proses evaluasi dari data keuangan yang diperoleh dari laporan keuangan sebelumnya guna meramalkan tingkat penjualan di masa yang akan datang. Perencanaan menjadi sangat penting untuk dapat memilih langkah-langkah cerdas dan tepat agar perusahaan mampu mewujudkan hasil yang maksimal dalam operasinya, sehingga apabila perencanaan tingkat penjualan telah dilakukan secara otomatis merencanakan tingkat laba juga.

Perencanaan adalah suatu proses dalam menentukan tujuan yang telah di inginkan dengan menggunakan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tersebut [Carter, 2009]. Dalam hal ini perusahaan harus melakukan perencanaan labanya. Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi perusahaan untuk periode yang akan datang agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan yaitu untuk memperoleh laba [Carter, 2005].

Mengingat fungsi manajemen yang pertama melakukan kegiatan perencanaan untuk merencanakan tingkat penjualan dan laba yang akan di capai di masa yang akan datang, maka perusahaan membutuhkan suatu teknik analisis yang dapat digunakan sebagai alat bantu untuk mengetahui hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan yaitu dengan menggunakan analisis *break even point* atau dengan istilah lain adalah titik impas. *Break even point* atau titik impas merupakan suatu keadaan dimana dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya) [Munawir, 2012] Oleh karena analisa tersebut mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan dan volume penjualan maka analisa tersebut sering disebut *Cost Profit Volume analysis* (C.P.V analysis), dalam merencanakan laba, analisa *break even point* merupakan Profit Planning Approach yang mendasarkan pada hubungan antara biaya dan penghasilan penjualan. Apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah *break even* dalam perusahaan tersebut. Masalah *break even* baru muncul apabila suatu perusahaan disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah ubah sesuai dengan perubahan volume penjualan, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume penjualan [Riyanto, 2001].

PT. Unilever Tbk adalah perusahaan yang bergerak dibidang multi produk, PT. Unilever Tbk merupakan salah satu perusahaan dari Unilever Group yang didalamnya terdapat perusahaan dari negara Inggris dan Belanda berkantor pusat di London dan Rotterdam. Perusahaan ini memperkerjakan 300.000 pegawai dan beroperasi di 75 negara di dunia.

Berdasarkan data dari laporan keuangan yang terdaftar disitus BEI maka dapat di paparkan mengenai perolehan volume penjualan dan tingkat laba yang telah dicapai oleh PT. Unilever TBK yaitu sebagai berikut:

Tabel 1 Data yang diperoleh hasil penjualan dan laba yang diperoleh PT. Unilever Tbk.

Tahun	Total Penjualan	Laba Yang Diperoleh
2015	36.484.030	5.851.805
2016	40.053.732	6.390.672
2017	41.204.510	7.004.562

Sumber : PT.Unilever Tbk.

Berdasarkan tabel 1 maka dapat kita lihat jumlah total penjualan bersih dan laba yang diperoleh selama periode 3 tahun yaitu tahun 2015, tahun 2016-an tahun 2017 yaitu pada tahun 2015 jumlah penjualan bersih yang diperoleh sebesar 36.484.030, pada tahun 2016 total penjualan yang diperoleh sebesar 40.053.732 dan pada tahun 2017 total penjualan yang diperoleh sebesar 41.204.510, hal ini menunjukkan bahwa perolehan total penjualan dari tahun 2015 sampai 2017 total penjualan yang diperoleh semakin meningkat hal ini secara otomatis akan berdampak pada perolehan tingkat laba yang dicapai bisa dilihat dari perolehan tingkat laba pada tahun 2015 sebesar 5.851.805, pada tahun 2016 perolehan tingkat laba sebesar 6.390.672 sedangkan pada tahun 2017 perolehan tingkat laba sebesar 7.004.562, PT unilever apabila kita lihat dari perolehan tingkat penjualan dan laba yang dicapai semakin meningkat dan belum ada penurunan sehingga untuk meramalkan tingkat penjualan yang akan di capai pada masa yang akan datang yaitu pada tahun 2018 perlu dilakukan perencanaan penjualan dan tingkat laba yang akan di capai supaya kesuksesan di masa yang akan datang di tahun 2018 terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data yang diperoleh oleh penulis maka penulis merasa tertarik untuk menganalisa tentang perencanaan penjualan dan laba yang akan diperoleh dengan menggunakan metode *Break even point*.

Break even point atau titik impas merupakan suatu titik yang menunjukkan bahwa pendapatan total yang dihasilkan perusahaan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan, sehingga perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. *Break even point* dapat diartikan suatu keadaan dimana dalam operasi, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya) [Munawir, 2012].

Titik impas (*Break even point*) adalah jumlah penjualan output yang akan menyamakan pendapatan total dengan biaya total yaitu jumlah penjualan output yang akan menghasilkan laba operasi nol [Homogen et al, 2005].

Analisis *Break even point* merupakan suatu analisis yang digunakan oleh manajemen sebagai acuan pemberian keputusan terhadap perencanaan keuangan, khususnya pada tingkat laba yang ingin dicapai serta berhubungan dengan tingkat penjualannya. Manajemen perlu mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan dan laba sebagai dasar informasi penunjangnya. Semaksimal mungkin perusahaan akan terus berupaya untuk menghindari kerugian walaupun juga tidak mendapatkan laba, namun tetap berada pada keadaan *Break Even*.

Analisis *break even point* memiliki manfaat sebagai berikut: 1). Untuk mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain serta mengetahui laba rugi perusahaan. 2). Sebagai sarana merencanakan laba. 3). Sebagai alat pengendalian (*controlling*) kegiatan operasi yang sedang berjalan. 4). Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual. 5). Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kebijakan perusahaan misalnya menentukan usaha yang perlu dihentikan atau yang harus tetap dijalankan ketika perusahaan dalam keadaan tidak mampu menutup biaya-biaya tunai [Kuswadi, 2005].

Beberapa Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Penelitian yang sedang kami ambil di antaranya:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul / Penulis	Keterangan
1.	Analisis Break Even Point sebagai salah satu alat perencanaan penjualan dan laba (studi pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk) (Suci Mulya wijayanti, 2015)	penelitian yg dilakukan oleh suci mulya wijayanti dkk yaitu mengenai suatu alat atau teknik yg di gunakan oleh manajemen untuk mengetahui tingkat penjualan tertentu perusahaan sehingga tidak mengalami laba dan tidak mengalami kerugian yaitu dengan menggunakan analisis break even point. Analisis break even point ini digunakan untuk mengetahui tingkat volume penjualan sebelum perusahaan mengalami untung dan mengalami rugi sehingga hal tersebut bisa digunakan manajer untuk menentukan perencanaan penjualan. Perencanaan penjualan yang telah direncanakan oleh perusahaan dapat digunakan untuk menentukan laba yg di inginkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai penerapan analisis break even point, mendeskripsikan gambaran perencanaan penjualan dan mendeskripsikan penjualan minimal yang harus dipertahankan.
2.	Analisis break even point sebagai alat	Penelitian yang dilakukan oleh Vivin Ulfathu Choiriyah

No	Judul / Penulis	Keterangan
	perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan (studi kasus pada perhutani plywood industri kediri tahun 2013 - 2014) (Vivin Ulfathu Choiriyah, 2016)	dkk yaitu mengenai penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dapat membantu manajemen perusahaan dalam mengetahui seberapa besar tingkat penjualan tertentu, sehingga perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak mengalami rugi(impas) dengan menggunakan suatu alat analisis break even point. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan dan untuk mengetahui sebaran penjualan masing masing produk dalam mencapai laba yang diharapkan dengan menggunakan analisis break even point. Berdasarkan hasil analisis sehingga rencana penjualan pada tingkat laba yang di harapkan terbukti menghasilkan laba sesuai dengan yang diharapkan sehingga analisis break even point dapat di jadikan acuan bagi manajeen dalam pengambilan keputusan.
3.	Analisis break even point sebagai alat bantu untuk merencanakan laba perusahaan (studi pada koperasi sari apel brosem periode 2011 - 2013) (Jalaluddin dimisyqiyani, 2014)	Penelitian yang di lakukan oleh Jalaluddin dimaisyqiyani dkk yaitu mengenai analisa break even point yang merupakan suatu teknik analisa yg digunakan untuk mengetahui kondiai simana perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya tidak mendapatkan laba dan tidak menderita kerugian atau jumlah penghasilan sama dengan jumlah biaya yg dikeluarkan. Tujuan dari penelitian adalah mengetahui penerapan analisis titik impas pada koperasi, margin of safety yglang di hasilkan, dan membuat perencanaan laba periode dan perencanaan penjualan minimal untuk mencapai keuntungan yang diharapkan oleh koperasi sari apel brosem batu pada tahu 2014.

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Dari tabel penelitian diatas di simpulkan bahwa Break even point sangat sesuai dalam pengambilan keputusan terhadap volume penjualan.

Beberapa Rumusan masalah yang menjadi dasar pada penelitian ini diantaranya: a) Mengetahui titik impas perusahaan ketika perusahaan tidak memperoleh laba dan menderita kerugian dengan menggunakan analisis BEP; b) Analisis Break Even Point digunakan untuk membantu perusahaan di dalam pengambilan keputusan tentang perencanaan penjualan dan laba yang akan di capai; c) Merencanakan perencanaan penjualan dan laba yang akan di capai di tahun yang akan datang berdasarkan perolehan perencanaan penjualan dan laba yg telah di capai pada tahun tahun sebelumnya.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif (deskriptif research) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggambarkan keadaan perusahaan pada saat mencapai *Break even point* dan dalam melakukan peramalan (Forecasting) penjualan menggunakan perhitungan angka-angka dengan menggunakan statistika yaitu metode least square.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan permasalahan yang ada sekarang berdasarkan data-data juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi [Narbuko dan Achmadi, 2007]. Penelitian deskriptif berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran mengenai situasi atau kejadian [Nazir, 2009].

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1). *Break even point*, biaya biaya yang digunakan dengan menggunakan data-data yang terdapat di dalam laporan keuangan berupa biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel selama periode 3 tahun. 2). Volume Penjualan, volume penjualan merupakan jumlah penjualan yang dicapai oleh perusahaan yang terdapat di dalam laporan keuangan yang tersaji selama periode 3 tahun. 3). Besarnya tingkat laba yang diharapkan, besarnya tingkat laba yang ingin di capai oleh perusahaan. 4). *Sales Minimum* (penjualan minimum), besarnya keuntungan yang telah ditetapkan, maka perlu ditentukan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai.

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data sekunder data yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini dalam mengumpulkan data menggunakan metode dokumentasi dan observasi dengan menggunakan data yang terdapat dalam laporan keuangan pada situs Bursa Efek Indonesia

Metode Perhitungan *Break even point* menggunakan: 1). Metode Grafik, menggambarkan suatu titik impas dalam grafik perlu digambarkan adanya garis penjualan. Penjualan ini merupakan hasil perkalian antara volume produksi/penjualan (dalam unit) dengan harga jual per unit. 2). Metode Matematis.

$$BEP(Rp) = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$BEP(Q) = \frac{FC}{P - V}$$

Sumber: Djarwanto (2010)

3). *Break even point* dihitung dengan metode Marjin Kontribusi, marjin Kontribusi (contribution margin) adalah jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel Mencari nilai titik impas dengan metode marjin kontribusi yaitu, jumlah biaya tetap harus dibagi dengan marjin kontribusi yang dihasilkan oleh setiap unit yang terjual.

$$\text{Titik Impas (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

$$\text{Titik Impas (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Marjin Kontribusi Per Unit}}$$

Analisis impas bergantung pada sejumlah asumsi yang membatasi. Di antaranya asumsi tersebut adalah [Munawir, 2007]: 1). Bahwa biaya harus dapat dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya variabel dan prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat. 2). Bahwa biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh. 3). Bahwa biaya variabel akan berubah secara proporsional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan. 4). Harga jual per satuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum. 5). Bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau jika lebih dari satu macam, maka kombinasi atau komposisi penjualannya (sales mix) akan tetap konstan.

Penjualan campuran atau sales mix, merupakan suatu gambaran perimbangan penjualan antara beberapa macam produk yang dihasilkan suatu perusahaan [Kasmir, 2010].

$$BEP \text{ Total} = \frac{FC \text{ Total}}{1 - \frac{VC \text{ Total}}{S}}$$

Sumber: Djarwanto (2010)

Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Break even point*: 1). Perubahan Biaya Variabel, meningkatnya variable cost per unit akan meninggikan tingkat *Break even point*, sedangkan penurunan variable cost per unit akan mempunyai pengaruh yang sebaliknya. 2). Perubahan Biaya Tetap, suatu perusahaan apabila meningkatkan fixed operating cost, maka tingkat *Break even point* akan meningkat pula, demikian juga halnya bila fixed operating cost diturunkan, maka tingkat *Break even point* pun akan bergerak turun ke titik yang lebih rendah. 3). Perubahan Harga Jual, kenaikan harga jual per unit akan menurunkan tingkat *Break even point* dan sebaliknya penurunan tingkat harga jual per unit akan membawa pengaruh terhadap menurunnya *Break even point* [Syamsuddin, 2011].

Biaya (cost) adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi tahunan [Firdaus dan Wasilah, 2009]. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. [Mulyadi, 2015].

Penggolongan Biaya: 1). Biaya Tetap, biaya yang secara total tidak berubah ketika aktivitas bisnis meningkat maupun menurun [Carter, 2009]. 2). Biaya Variabel, biaya yang dalam jumlah total, bervariasi secara proporsional terhadap perubahan output [Hansen dan Mowen, 2004]. 3). Biaya Semi Variabel, biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap dan biaya variabel [Carter, 2009].

Pemisahan Biaya Semi Variabel ke Dalam Biaya tetap dan Biaya Variabel menggunakan: 1). Metode Tinggi Rendah (High and Low Points), merupakan elemen tetap dan elemen variabel suatu biaya yang dihitung menggunakan dua titik [Carter, 2009]. 2). Metode Scattergraph, merupakan kemajuan

metode tinggi rendah karena metode ini sudah menggunakan semua data yang tersedia [Carter, 2009]. 3). Metode Kuadrat Terkecil, metode ini biasa disebut dengan analisis regresi, secara matematis menentukan garis yang paling sesuai, atau garis regresi linier, melalui sekelompok titik [Carter, 2009].

Peramalan penjualan merupakan perkiraan tingkat penjualan yang terjadi di waktu yang akan datang dan menjadi dasar untuk menyusun anggaran penjualan untuk periode yang dianggarkan. Ramalan (forecast) penjualan dapat dikatakan sebagai suatu teknik untuk memperoyeksikan tingkat permintaan konsumen potensial pada suatu periode waktu tertentu, dengan berbagai asumsi tertentu [Adisaputro, 2007].

Metode peramalan penjualan yang dapat digunakan oleh manajemen adalah dengan analisis berjangka panjang dan cenderung menuju ke satu arah, menaik atau menurun [Nafarin. 2004]. Analisis trend yang dapat dipergunakan adalah metode trend garis lurus yang terdiri dari metode *least square*. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X - \sum Y}{n \sum XY - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

Persamaan trend garis lurus adalah $Y = a + bX$

Perencanaan merupakan suatu hal yang harus diperhitungkan dan dipertimbangkan secara matang oleh perusahaan, karena dalam penyusunan perencanaan ini adalah langkah awal bagi manajemen untuk mengambil suatu keputusan atau kebijakan yang berhubungan dengan kehidupan operasional perusahaan. Salah satu perencanaan yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan adalah perencanaan laba. Perencanaan laba (profit planning) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan [Carter, 2009].

Jenis Perencanaan Laba adalah: 1). Rencana Laba Strategik (Jangka Panjang), rencana laba strategik jangka panjang merupakan suatu perencanaan perusahaan untuk jangka waktu yang relatif lama, yakni lebih dari satu tahun atau bahkan lebih dari lima tahun. 2). Rencana Laba Taktis (Jangka Pendek), rencana laba taktis merupakan perencanaan-perencanaan kegiatan tahunan suatu perusahaan.

Manfaat Perencanaan Laba adalah [Carter, 2009]: 1). Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah. Hal ini memungkinkan adanya peluang untuk menilai kembali setiap segi operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program. 2). Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal ini dilakukan untuk menyelaraskan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita. 3). Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama dari semua tingkatan manajemen.

Besarnya keuntungan yang diinginkan telah ditetapkan atau besarnya resiko kerugian telah ditetapkan oleh perusahaan, maka dibutuhkan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan tersebut dan begitu sebaliknya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Penjualan minimal (Rp)} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$\text{Penjualan minimal (Q)} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{P - V}$$

Sumber: Djarwanto (2010)

Margin of Safety (MoS) 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].

MoS = Penjualan yang direncanakan – Penjualan BEP

$$\text{Rasio MoS} = \frac{\text{Margin Of Safety}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\%$$

Sumber: Bloecher *et al* (2009)

3. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, dijelaskan hasil penelitian dan pada saat yang sama diberikan pembahasan yang komprehensif. Hasil dapat disajikan dalam angka, grafik, tabel dan lain-lain yang membuat pembaca memahami dengan mudah. Pembahasan dapat dibuat dalam beberapa sub-bab.

Untuk menentukan tingkat *Break even point* maka terlebih dahulu harus melakukan proses pemisahan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel untuk setiap tahunnya selama 3 tahun yang di analisis yaitu pada tahun 2015. Tahun 2016 dan tahun 2017 dengan menggunakan metode least square.

Hasil pemisahan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Rekapitulasi Seluruh Biaya ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel
PT. Unilever Tbk. Periode tahun 2015 – 2017

Tahun	Biaya Tetap	Biaya Variabel
2015	5.564.136	7.243.644
2016	6.285.287	7.791.556
2017	6.370.152	7.848.599
Total	18.219.575	22.883.799

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Margin Kontribusi

Perhitungan margin kontribusi adalah untuk mengetahui sisa pendapatan yang diperoleh dari selisih penjualan dan biaya variabel, sehingga sisa pendapatan tersebut dapat digunakan untuk menutup seluruh biaya tetap yang dikeluarkan. Berikut ini merupakan kontribusi margin dan laba operasi yang diterima oleh PT. Unilever Tbk:

Tabel 3 Margin Kontribusi dan Laba Operasi
PT. Unilever Tbk Tahun 2015-2017

Keterangan	2015	2016	2017
Penjualan Bersih	36.484.030	40.053.732	41.204.510
Biaya Variabel	(7.243.644)	(7.791.556)	(7.848.599)
MC	29.240.386	32.262.176	33.355.911
Biaya Tetap	(5.564.136)	(6.285.287)	(6.370.152)
Laba Operasi	23.676.250	25.976.889	26.985.759

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Berdasarkan pada Rumus Ratio Contribution Margin adalah:

$$RCM = \frac{CM}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Maka hasil RCM untuk tahun 2015-2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Ratio Contribution Margin periode 2015 – 2017

Tahun	Hasil Ratio Contribution Margin
2015	80% atau 0,80
2016	80% atau 0,80
2017	81% atau 0,81

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Berdasarkan hasil perhitungan Ratio Contribution Margin di atas selama periode 3 tahun yaitu pada tahun 2015 – 2017 dapat kita lihat bahwa perolehan RCM atau Ratio Contribution Margin tertinggi terdapat pada tahun 2017 yaitu sebesar 81%, hal ini bahwa dengan perolehan RCM semakin besar atau tinggi sehingga pihak perusahaan dalam hal ini PT. Unilever TBK mempunyai peluang untuk mendapatkan laba dikarenakan perusahaan dapat menutup biaya tetap totalnya dengan perolehan kontribusi margin yang tinggi.

Analisis Break Even Point dengan Metode Matematik

Perhitungan margin kontribusi yang sudah dilakukan, maka selanjutnya dapat menghitung nilai *Break even point* (BEP) periode 2015-2017. Hasil dari perhitungan Ratio Contribution Margin (RCM) dapat digunakan untuk perhitungan *Break even point* dengan berdasar pada rumus berikut:

$$BEP_{Mix} = \frac{(Rp)(FC \text{ Total})}{RCM}$$

Hasil *Break even point* yang diperoleh pada tahun 2015-2017 dengan mengacu pada rumus tersebut adalah:

Tabel 5 Hasil *Break even point* Tahun 2015 – 2017

Tahun	Break Even Point
2015	6.955.170
2016	7.856.608.,75
2017	7.864.385,18

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Hasil *Break even point* yang diperoleh selama 3 tahun periode 2015 – 2017 selalu mengalami peningkatan terus setiap tahunnya, hasil *Break even point* tertinggi diperoleh pada tahun 2017, artinya perusahaan harus mampu mencapai angka Rp.7.864.385,18 untuk mendapatkan impas. Tingginya nilai *Break even point* mencerminkan suatu keadaan bahwa perusahaan harus meningkatkan volume penjualan agar dapat menutup semua biaya jika tidak ingin mengalami kerugian. Semakin tinggi nilai BEP yang didapatkan maka semakin tinggi risikonya karena memungkinkan perusahaan tidak mampu untuk menutup seluruh biaya yang dikeluarkan. Umumnya perusahaan lebih menyukai titik impas yang rendah karena jika tingkat penjualan pada titik impas adalah rendah, maka kesempatan untuk mendapat laba semakin besar.

Perhitungan *Margin of Safety* (MoS)

Margin of Safety (MoS) menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada Break Even. *Margin of Safety* (MoS) digunakan untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang diperbolehkan untuk turun, tetapi tidak sampai membuat perusahaan mengalami kerugian, artinya perusahaan dapat menurunkan tingkat penjualan sebatas nilai MoS dan tidak melebihi itu untuk menghindari terjadinya kerugian. Perhitungan MoS untuk tahun 2015-2017 mengacu pada rumus yaitu:

$$\text{Ratio MoS} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Tabel 6 Hasil Ratio *Margin of Safety* Periode 2015 – 2017

Tahun	Hasil Ratio Margin of Safety
2015	81% atau 0,81
2016	80% atau 0,80
2017	81% atau 0,81

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Tingkat perolehan MoS yang tinggi memungkinkan perusahaan berada pada titik aman untuk terhindar dari kerugian dan mendapatkan laba, sebaliknya jika perusahaan memperoleh nilai MoS yang rendah, maka perusahaan tersebut memungkinkan dapat mengalami kerugian. Hasil analisis tersebut menyatakan bahwa untuk periode 2015-2017 MoS yang diterima perusahaan tergolong tinggi walaupun cenderung fluktuatif tapi perbedaannya tidak terlalu signifikan.

Peramalan Penjualan Tahun 2018

Perencanaan penjualan untuk tahun 2018 dapat diramalkan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil atau least square method dan yang menjadi acuan menggunakan data penjualan yang diperoleh selama 3 tahun ke belakang periode 2015 – 2017 untuk meramalkan penjualan pada tahun 2018 adalah sebagai berikut:

Tabel 7 Perhitungan Ramalan Penjualan pada tahun 2018

Tahun	Penjualan (Y)	X	XY	X kuadrat
2015	36.484.030	-1	-36.484.030	1
2016	40.053.732	0	0	0
2017	41.204.510	1	41.204.510	1
Total	117.742.272	0	4.720.480	2

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Ramalan penjualan untuk tahun 2018 adalah:

$$a = \frac{117.742.272}{3}$$

$$b = \frac{4.720.480}{2}$$

$$a = 39.247.424$$

$$b = 2.360.240$$

$$Y(2018) = 39.247.424 + (2.360.240 \times 2)$$

$$Y(2018) = 43.967.904$$

Berdasarkan hasil perhitungan peramalan penjualan dengan menggunakan metode least square dapat diperoleh volume penjualan yang harus dicapai pada tahun 2018 adalah sebesar Rp.. 43.967.904.

Perencanaan Laba dan Penjualan Tahun 2018

Perencanaan laba dan penjualan dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran tentang target yang harus dicapai oleh perusahaan untuk periode 2018. Analisis *Break even point* ini memberikan informasi tentang tingkat penjualan sama dengan biaya yang dikeluarkan, artinya dengan menggunakan analisis ini dapat memberikan manfaat kepada manajemen untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapakah perusahaan dapat dikatakan impas atau sebanding dengan jumlah pengeluaran biaya, sehingga hasil ini menjadi acuan bagi manajemen untuk menargetkan tingkat penjualan di atas penjualan minimum. Berikut ini cara menentukan nilai *Break even point* yang diberikan oleh peneliti terkait dengan perencanaan penjualan dan laba untuk periode 2018.

Menentukan Nilai *Break even point* Berdasarkan Hasil Peramalan Penjualan Tahun 2018

Ramalan penjualan yang sudah diperhitungkan sebelumnya menjadi acuan atau sumber informasi bagi perencanaan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan di tahun 2018, sehingga perusahaan dapat menargetkan rencana laba dengan berdasar pada nilai *Break even point* yang akan dicapai oleh perusahaan. Asumsi yang digunakan adalah tingkat volume penjualan didapatkan dari hasil peramalan penjualan yang telah dihitung sebelumnya, biaya tetap dan biaya variabel di asumsikan mengalami kenaikan sebesar 5% dari tahun sebelumnya, maka nilai *Break even point* yang diperoleh untuk asumsi pertama ini adalah:

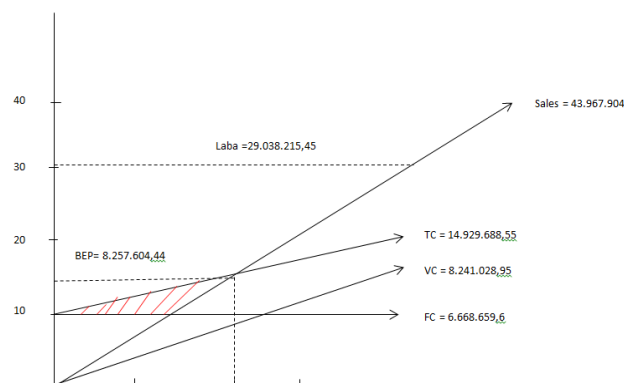
Penjualan Bersih Rp. 43.967.904
 Biaya Variabel Rp. (8.241.028,95)
 Marjin Kontribusi Rp. 35.726.875,05
 Biaya Tetap Rp. (6.688.659,6)
 Laba operasi RP. 29.038.215,45

Nilai *Break even point* yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$BEP \text{ Mix (Rp)} = \frac{FC \text{ Total}}{RCM}$$

$$= \frac{6.688.659,6}{0,81}$$

$$= 8.257.604,44$$



Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Gambar 1 Grafik *Break even point*

Berdasarkan grafik di atas dapat digambarkan perencanaan penjualan dan laba yang diperoleh untuk tahun 2018 berdasarkan data yang diperoleh dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2017, tingkat penjualan bersih yang akan diperoleh pada tahun 2018 adalah sebesar Rp. 43.967.904, biaya tetapnya

sebesar Rp. 6.688.659,6, sedangkan untuk biaya variabelnya sebesar Rp. 8.241.028,95 sedangkan laba yang akan diperoleh diperkirakan sebesar Rp. 29.038.215,45 dan BEP mix nya sebesar RP. 8. 257.604,44

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian analisis *Break even point* sebagai dasar pengambilan keputusan manajemen terhadap perencanaan volume penjualan dan laba pada PT.Unilever Tbk untuk tahun perencanaan 2018 adalah: 1). *Break even point* (BEP) merupakan suatu keadaan pada saat perusahaan tidak mengalami laba dan tidak mengalami kerugian atau impas. *Break even point* yang diperoleh PT Unilever Tbk pada tahun 2015 adalah Rp.. 6.955.170, Tahun 2016 BEP total yang didapatkan sebesar Rp..7.856.608,75 sedangkan Tahun 2017 perusahaan memperoleh nilai *Break even point* sebesar Rp. 7.864.385,18, hal ini PT unilever Tbk sudah bisa dikatakan berhasil dan sukses dalam menjalankan bisnisnya. 2). Peneliti memberikan alternatif kepada perusahaan untuk perencanaan laba dan penjualan. Salah satu alternatifnya dengan menentukan nilai *Break even point* berdasarkan hasil ramalan penjualan tahun 2018. *Break even point* yang diperoleh dengan menggunakan ramalan penjualan tahun 2018 sebagai dasar perhitungannya adalah Rp. 8.257.604,44 Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Break even point* lebih besar daripada nilai BEP yang diperoleh pada tahun 2017.

Referensi

- Adisaputro G. 2010. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Blocher E, Stout D, Cokins G. 2009. Manajemen Biaya Penekanan Strategis Buku 1 Edisi kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Carter WK. 2009. Akuntansi Biaya. Edisi 14. Dialihbahasakan oleh Krista. Jakarta: Salemba Empat.
- Djarwanto. 2010. Pokok-Pokok Analisa Laporan Keuangan Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE Group .
- Dunia FA, Abdullah W. 2009. Akuntansi Biaya. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. 2010. Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kuswandi. 2005. Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hansen DR, Mowen MM. 2004. Management Accounting. Buku 1, edisi tujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Hornngren CT, Datar SM, Foster G. 2005. Akuntansi Biaya Pendekatan Manajerial. Jilid 1, edisi 11. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Mulyadi. 2015. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Munawir S. 2012. Analisa Laporan Keuangan. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty.
- Nafarin M. 2004. Penganggaran Perusahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Narbuko C, Achmadi A. 2007. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir M. 2003. Metodologi Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Syamsudin L. 2011. Manajemen Keuangan Perusahaan Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Riyanto B. 2001. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPFE.