

**ANALISIS BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT UNTUK MENENTUKAN
KOMPOSISI PENJUALAN DALAM PENCAPAIAN
TARGET LABA**

(Studi Kasus pada CV. Sinar Logam di Natar Lampung Selatan)

M. Yusuf Sulfarano Barusman

Farlina

Evi Ekawati

Abstract

The research aims to determine the role of Break Even Point Analysis in determining the composition of sales in the achievement of profit targets of various products produced and sold by CV. Metal beams. While the usefulness of the research is to contribute ideas to the company in determining the composition of sales, while deepening science writers get obtained by comparing theory with the practice of the company. Of the above problems, the hypothesis: "Break Even Point Analysis can help a company to determine the exact composition of sales in order to achieve earnings targets."

The research method consisted of the study variables and operationalization of variables, types and sources of data, as well as methods of data collection. Analysis tool used is the qualitative analysis and kuantitatif. Perencanaan composition formed during the sales mix is not achieving the desired profit target because the enterprise in planning the composition of sales is not based on analysis of the Break Even Point, but is affected by the mechanism and market conditions.

Keyword: *Break Even Point, Sales, Earnings target*

1. LATAR BELAKANG

Era globalisasi yang ditandai dengan semakin meningkatnya perkembangan dunia usaha, adanya perkembangan teknologi yang pesat, serta persaingan yang semakin tajam. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang sekarang sedang pesatnya membangun, terutama pembangunan di bidang ekonomi. Dan sektor manufaktur merupakan sektor yang terpengaruh dengan adanya era globalisasi tersebut.

Tingginya tingkat persaingan dalam era globalisasi tersebut telah memaksa manajemen untuk lebih peka dalam mengantisipasi situasi pasar dengan bekerja lebih efektif dan efisien agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Manajemen berperan sangat penting karena pihak manajemen dituntut harus mempunyai suatu kemampuan untuk dapat mengantisipasi segala situasi dan melakukan fungsinya dengan baik agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Fungsi manajemen yang sangat penting adalah perencanaan. Perencanaan pada dasarnya merupakan pemilihan alternatif-alternatif yang mungkin dilaksanakan dengan pertimbangan dan juga tujuan perusahaan dan sumber-sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan serta kendala-kendala yang dihadapi. Perencanaan yang baik akan meningkatkan efisiensi dan pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan. Tolak ukur

keberhasilan manajemen dalam mengelola suatu perusahaan adalah besar-kecilnya laba yang diperoleh. Laba yang terlampaui rendah dapat menyebabkan kegagalan usaha, sebaliknya laba yang terlampaui tinggi akan mengarahkan pada persaingan yang semakin ketat. Maka manajemen dapat melakukan berbagai cara untuk merealisasi laba yang diharapkan, misalnya:

1. Menekan biaya produksi maupun biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan harga jual sedemikian rupa sehingga dapat mencapai laba yang dikehendaki perusahaan.
3. Meningkatkan volume penjualan sebanyak mungkin.

Untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan harga jual dengan perencanaan laba, maka perusahaan dapat melakukan Analisis *Break Even Point (Break-Even Analysis)*. Suatu perusahaan dikatakan *break even* apabila setelah dibuat perhitungan laba-rugi dari suatu periode kerja atau kegiatan usaha tertentu, perusahaan tidak mengalami kerugian, tetapi juga tidak memperoleh laba. Jika perusahaan tersebut memperoleh hasil dari penjualan atau seluruh penjualan dijumlahkan, jumlah itu sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikorbankan..Analisis Break Even Point digunakan manajemen untuk mengetahui berapa tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami untung maupun rugi. Analisis ini juga dapat sebagai bahan pertimbangan bagi manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan dan sebagai pedoman dalam proses perencanaan laba. Break Even Point diperlukan sebagai alat perencanaan laba karena memberikan informasi kepada manajemen dari jumlah target pendapatan penjualan yang telah dianggarkan, berapa besar pendapatan penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan tersebut tidak menderita kerugian.

CV. Sinar Logam merupakan perusahaan manufaktur yang usaha pokoknya adalah mengolah bahan baku menjadi produk jadi, dan pada akhirnya menjual produk jadi tersebut. Dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan menghadapi banyak masalah. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Perbandingan antara anggaran dan realisasi penjualan, biaya,
dan laba tahun 2003-2007

(dalam ribuan Rp)

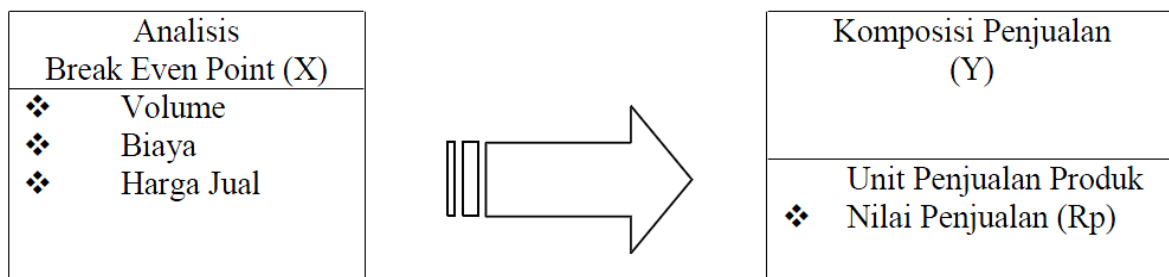
Th.	Anggaran			Realisasi			% Penyimpangan		
	Penjualan	Biaya	Laba	Penjualan	Biaya	Laba	Penjualan	Biaya	Laba
2003	3.973.758	3.439.131	534.626	3.768.391	3.288.517	479.873	(5,17)	(4,38)	(10,24)
2004	3.987.640	3.634.450	353.190	3.691.234	3.333.440	357.793	(7,43)	(8,28)	1,30
2005	4.215.592	3.750.422	465.170	4.032.131	3.554.228	477.902	(4,35)	(5,23)	2,73
2006	4.179.226	3.641.345	537.881	4.195.454	3.706.203	489.250	3,88	1,78	(9,04)
2007	4.083.735	3.535.990	547.744	3.880.129	3.383.398	496.730	4,99	(4,51)	(10,27)

Sumber: CV. Sinar Logam (Data Diolah)

Berdasarkan prasarvei yang dilakukan penulis, masalah yang dapat teridentifikasi adalah: “Perusahaan belum menerapkan Analisis Break Even Point dalam menentukan jumlah penjualan yang harus dicapai agar mendapatkan laba yang diinginkan. Dalam perencanaan laba, kita harus mengetahui titik pulang pokok/titik impas/Break Even Point. Tiga faktor yang mempengaruhi Break Even Point yang perlu diperhatikan, yaitu: harga jual

produk, biaya, dan jumlah/volume penjualan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan. Biaya mempengaruhi harga jual, sedangkan harga jual mempengaruhi volume penjualan dan penjualan pada akhirnya akan mempengaruhi laba. volume penjualan yang besar dapat ditingkatkan dengan cara membuat suatu rencana kegiatan untuk masa yang akan datang, baik rencana jangka pendek maupun rencana jangka panjang. Perencanaan ini sangat erat kaitannya dengan kebijaksanaan yang akan diambil oleh pihak manajemen, misalnya dalam penetapan tingkat harga jual, penetapan tingkat laba, penetapan volume penjualan, serta pengendalian biaya. Laba optimal dapat juga dicapai melalui peningkatan penjualan atas produk yang memberikan margin kontribusi yang paling besar.

Break Even Point sebagai alat analisis yang dipengaruhi oleh biaya, harga jual, dan volume penjualan ini sangat berguna untuk menentukan titik di mana perusahaan tidak menderita kerugian. Jadi analisis Break Even Point dapat digunakan untuk membantu mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa paradigma penelitiannya adalah:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Telaah Literatur dan Pengembangan Hipotensi

Pengertian Biaya dan Penggolongan Biaya

Pengertian Biaya

Untuk melaksanakan tanggung jawab perencanaan dan pengendalian, manajer membutuhkan informasi tentang organisasi. Dari sudut pandang akuntansi, kebutuhan-kebutuhan informasi manajer paling sering berkaitan dengan biaya-biaya organisasi. Menghasilkan pendapatan tidaklah menjamin adanya laba. Pengetahuan mengenai biaya-biaya dapat membuat perbedaan signifikan dalam keberhasilan keuangan sebuah perusahaan. Entitas-entitas bisnis yang sangat memahami dan mengendalikan biaya-biaya mereka biasanya yang menimba sukses. istilah biaya didefinisikan sebagai pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa. Pengorbanan mungkin diukur dalam kas yang dikucurkan, aktiva yang ditransfer, jasa yang diberikan, dan lain-lain. Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa di dalam biaya terdapat unsur-unsur, yaitu:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis.
2. Pengukuran daalm unit moneter/diukur dalam satuan uang.
3. Yang telah terjadi/yang secara potensial akan terjadi.
4. Untuk pencapaian suatu tujuan/pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Penggunaan istilah biaya (cost) dan beban (expense) sering kali dicampur aduk, bahkan istilah ini sering diidentikkan. Tetapi pada dasarnya istilah ini mempunyai arti yang

berlainan. Yaitu bahwa jika biaya telah dihabiskan dalam proses menghasilkan pendapatan, maka biaya tersebut dinyatakan kadaluarsa (*expire*). Biaya yang kadaluarsa ini disebut beban. Di setiap periode, beban akan dikurangkan dari pendapatan dalam laporan laba rugi untuk menentukan laba periode tersebut. Sedangkan biaya (*cost*) masih memberikan manfaat ekonomi di masa yang akan datang.

Penggolongan Biaya

Pemisahan biaya yang ada dalam suatu perusahaan dapat digolongkan menjadi tiga bagian yaitu:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap (*fixed costs*) adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah, terlepas dari perubahan tingkat aktivitas dalam kisaran relevan (*relevant range*) tertentu. Tidak sebagaimana halnya biaya variabel, biaya tetap tidaklah terpengaruh oleh perubahan aktivitas selama periode tertentu. Dalam biaya tetap, biaya per unit akan berubah pada saat terdapat perubahan tingkat produksi. Manakala tingkat produksi melonjak, maka jumlah konstan dari biaya tetap tidak akan tersebar kepada lebih banyak unit yang diproduksi. Hal ini akan menekan biaya tetap per unit. Fungsi biaya dapat dinyatakan oleh persamaan berikut:

$$Y = a$$

di mana,

Y = Taksiran biaya tetap

a = Jumlah konstan

2. Biaya Variabel

Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlah keseluruhannya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas bisnis. Contoh biaya variabel adalah komisi penjualan dan biaya pokok barang dagangan yang dijual dalam perusahaan dagang. Biaya variabel kerap diasumsikan linier (yakni, hubungan fungsional antara biaya dan keluaran dinyatakan dalam bentuk garis lurus). Asumsi hubungan linier ini berarti bahwa biaya per unit keluaran dianggap konstan pada segala tingkat keluaran. Hubungan ini dinyatakan oleh persamaan:

$$Y = bX$$

di mana,

Y = Taksiran biaya variabel

X = Taksiran tingkat keluaran/aktivitas

b = biaya konstan per unit

3. Biaya Campuran

Biaya campuran (*mixed cost*) adalah biaya yang mengandung unsur-unsur biaya variabel dan tetap. Biaya campuran disebut juga dengan biaya semivariabel (*semivariable cost*). Biaya campuran terjadi karena hubungan jumlah biaya dengan basis aktivitas, disebut fungsi biaya (*cost function*), memiliki unsur yang konstan (atau tetap) terhadap perubahan volume aktivitas dan unsur yang variabel terhadap perubahan volume aktivitas. Sebagian dari biaya campuran ini berubah seiring dengan volume atau pemakaian, dan sebagian lagi berperilaku tetap selama periode tertentu. Contohnya adalah biaya telepon dan gaji wiraniaga. Sebagian biaya telepon yang harus dibayar

pelanggan berperilaku tetap (yakni biaya abonemen), sedangkan bagian lainnya bereprilaku variabel karena tergantung pada banyaknya pemakaian pulsa telepon. Unsur tetap dari biaya campuran menunjukkan biaya minimal untuk memperoleh jasa, sedangkan unsur variabelnya berasal dari perubahan aktivitas. Terdapat tiga metode untuk memilah-milah biaya campuran ke dalam unsur-unsur variabel dan tetapnya. Metode-metode tersebut adalah:

a. *High-Low Method*

Metode titik tinggi-rendah (*high-low method*) berupaya memilah jumlah biaya masa lalu dengan hanya memeriksa dua observasi, yang hanya mewakili biaya tertinggi dan terendah, atau kemungkinan lain, tingkat aktivitas tertinggi dan terendah di masa silam, di sepanjang kisaran observasi. Perbedaan pada biaya yang diamati pada kedua titik ekstrim tersebut lalu dibagi berdasarkan perubahan aktivitas di antara kedua titik ekstrim tersebut guna menentukan jumlah biaya variabelnya.

b. *Scattergraph Method*

Scattergraph method memperhitungkan semua data biaya melalui pemakaian suatu grafik. Estimasi biaya dengan *scattergraph method* memakai format grafik yang mirip dengan yang digunakan untuk *high-low method*. Sekalipun demikian, tidak sebagaimana halnya *high-low method*, yang hanya memakai angka biaya tertinggi dan terendah, *scattergraph method* ini memakai angka-angka biaya pada semua tingkat produksi di masa lalu. Karena scattergraph method memakai semua data yang tersedia, *scattergraph method* ini cenderung lebih akurat dibandingkan *high-low method*.

c. *Least-Squares Method*

Metode least-squares memperhitungkan semua data ketika menaksir formula biaya. Metode ini lebih memakan waktu dibandingkan metode scattergraph, namun obyektif dan memakai semua data. Metode ini mengacu kepada pengukuran jumlah rata-rata perubahan dari sebuah variabel (misalnya biaya pabrikasi) yang berkaitan dengan kenaikan unit dalam jumlah satu atau lebih variabel (umpamanya, keluaran).

Sebenarnya tidak ada biaya yang dapat digolongkan sebagai biaya yang benar-benar tetap. Jumlah dari biaya tetap masih dianggap tetap hanya apabila tidak melewati kapasitas maksimum produksi yang telah ditetapkan atau yang disebut "*relevant range is defined as the normal range of activity with in which a firm expect to operate.*" Relevant range ini merupakan suatu rentang batas/kapasitas maksimum yang telah ditetapkan. Selama masih dalam rentangan/jangkauan walaupun tingkat aktivitas yang dihasilkan berbeda, biaya tetap yang ditimbulkan masih tetap konstan.

Analisis Break Even Point

Pengertian Break Even Point

Analisis impas (break even point) adalah jumlah pendapatan output yang akan menyamakan pendapatan total dengan biaya total-yaitu, jumlah penjualan output yang akan menghasilkan laba operasi \$0 (nol). Jadi analisis break even point tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang break even saja, tetapi juga mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.

Penentuan Tingkat Break Even

Perhitungan titik pulang pokok dapat membantu dalam menganalisis hubungan laba dengan volume penjualan. Untuk dapat menentukan tingkat break even, maka biaya yang terjadi harus dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Ada dua cara untuk menentukan impas yaitu pendekatan teknik persamaan dan pendekatan grafis.

1. Perhitungan impas dengan pendekatan teknik persamaan

Laba dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$y = cx - bx - a$$

Keterangan:

y = laba

b = biaya variabel per satuan

c = harga jual per satuan

a = biaya tetap

x = jumlah produk yang dijual

Dalam keadaan impas, persamaannya adalah sebagai berikut:

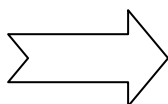
$$0 = cx - bx - a$$

$$cx = bx + a$$

Keterangan:

$$cx = bx + a$$

$$cx - bx = a$$



$$x = \frac{a}{c - b}$$

pendapatan penjualan = biaya

laba kontribusi = biaya tetap

Jadi rumus perhitungan impas dalam satuan produk yang dijual adalah:

$$\text{Impas (dlm Rp penjualan)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Bi. variabel / satuan}}{\text{Harga jual / satuan}}}$$

$$\text{Impas (dlm satuan produk yg dijual)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual/satuan} - \text{Biaya variabel/satuan}}$$

Catatan: $1 - b/c$ disebut marginal income ratio atau contribution margin ratio, yaitu hasil bagi laba kontribusi dengan pendapatan penjualan. Jadi impas dalam rupiah penjualan dapat pula dihitung dengan rumus berikut ini:

$$\text{Impas (dlm Rp penjualan)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Contribution margin ratio}}$$

atau

$$\text{Impas (dlm Rp penjualan)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Bi. variabel}}{\text{Pendapatan penjualan}}}$$

2. Pendekatan Grafis

Perhitungan impas dapat dilakukan juga dengan menentukan titik pertemuan antara garis pendapatan penjualan dengan garis biaya dalam suatu grafik. Titik pertemuan antara garis pendapatan penjualan dengan garis biaya merupakan titik impas. Untuk dapat

menentukan titik impas, harus dibuat grafik dengan sumbu datar menunjukkan volume penjualan, sedangkan sumbu tegak menunjukkan biaya dan pendapatan.

Hubungan Analisis Brek Even Point dengan Perencanaan Laba

Untuk dapat mencapai laba yang besar (dalam perencanaan maupun realisasinya) manajemen dapat melakukan berbagai langkah, misalnya:

- a. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
- b. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
- c. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Perencanaan (planning) terdiri atas (a) pemilihan tujuan organisasi, memprediksi hasilnya dengan cara pencapaian tujuan yang berbeda, memutuskan bagaimana cara mencapai hasil yang diinginkan dan (b) mengkomunikasikan tujuan serta cara bagaimana mencapai tujuan tersebut kepada seluruh bagian dalam organisasi. Jika laba sebagai tujuan, maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan berarti menetapkan berapa tingkat laba yang diinginkan dan cara-cara apa yang dapat dipergunakan untuk mencapai laba tersebut. Hal ini dilakukan agar perusahaan menjadi lebih terarah dan terpadu dalam melakukan kegiatan organisasinya karena telah memiliki sasaran yang jelas. Misalnya jumlah penjualan menurun akibat kondisi ekonomi nasional, sulit memperoleh bahan baku atau adanya pembatasan, serta permintaan yang tidak stabil, menyebabkan perencanaan laba menjadi suatu keharusan. Tanpa adanya perencanaan yang baik akan menyebabkan perusahaan menjadi salah arah dan jatuh bangkrut. Ada tiga faktor yang mempunyai kaitan yang erat dengan perencanaan laba maupun realisasinya, yaitu:

- a. Biaya
- b. Harga jual
- c. Volume penjualan

Harga jual yang bersaing dapat meningkatkan volume penjualan, peningkatan ini nantinya akan mempengaruhi biaya. Jika jumlah produksi meningkat tidak melebihi batas/kapasitas tertentu (*relevant range*), maka biaya per unit akan lebih rendah. Analisis Break Even Point dapat juga digunakan untuk menentukan jumlah penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai suatu laba yang direncanakan. Laba yang ingin dicapai dapat dinyatakan dalam jumlah tetap dari laba (rupiah atas persentase dari total penjualan). Dengan adanya perencanaan, maka pihak manajemen pemasaran menjadi jelas apa yang menjadi sasarannya, sehingga mereka dapat menentukan langkah yang tepat untuk mencapai volume penjualan tersebut.

Pengaruh Komposisi Produk Terhadap Laba

Sebagian besar perusahaan pada umumnya menjual lebih dari satu lini produk pada bermacam-macam harga jual. Produk-produk yang dijual sering pula mempunyai biaya-biaya variabel per unit yang berlainan. Harga jual dan biaya variabel yang masing-masing berlainan antara satu produk dengan produk lainnya akan membuat lini-lini produk yang ada mempunyai margin kontribusi yang berbeda-beda pula. Produk yang mempunyai margin kontribusi yang lebih tinggi menyumbang lebih banyak kepada biaya tetap dan laba bersih dibandingkan produk yang margin kontribusinya lebih rendah. Dengan demikian, pada saat produk dengan margin kontribusi yang lebih tinggi memberikan proporsi yang relatif lebih besar terhadap jumlah penjualan, maka labanya akan lebih besar dibandingkan pada tingkat penjualan yang sama yang terdiri atas produk-produk dengan margin kontribusi yang rendah.

Oleh karena itu, volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai titik impas atau meraih laba sasaran tertentu bagi perusahaan yang menjual lebih dari satu lini produk sangatlah tergantung pada bauran penjualan. Bauran penjualan (*sales mix*) menggambarkan persentase dari setiap penjualan lini produk terhadap jumlah penjualan. Analisis bauran penjualan (*sales mix analysis*) melibatkan penentuan kombinasi paling menguntungkan dari penjualan produk pada saat perusahaan menjual lebih dari satu lini produk atau menawarkan lebih dari satu jenis jasa. Yang sangat terkait erat dengan analisis bauran penjualan adalah kajian profitabilitas lini produk yang dirancang untuk mencari produk-produk mana yang merugikan perusahaan. Analisis impas akan lebih rumit diterapkan dalam hal perusahaan menjual lebih dari satu lini produk. Sebabnya adalah produk-produk yang berbeda akan mempunyai harga jual yang berlainan, biaya yang berbeda, dan margin kontribusi yang tidak serupa. Implikasinya, titik impas akan tergantung pada bauran di mana bermacam-macam produk dijual.

Yang penting dan memegang peranan kunci dalam perencanaan laba terhadap komposisi penjualan produk adalah ratio margin kontribusi. Untuk meningkatkan laba, produk yang mempunyai ratio margin kontribusi tinggi yang harus lebih dominan dalam susunan komposisi penjualan produk.

Metodologi Penelitian

Metode Penelitian

Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitiannya terdiri atas:

1. Variabel Bebas

Adalah sejumlah gejala atau faktor yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab munculnya gejala atau faktor lainnya. Dalam hal ini, variabel bebasnya adalah Break Even Point.

2. Variabel Terikat

Adalah sejumlah gejala atau faktor yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas tertentu. Variabel terikatnya adalah perencanaan komposisi penjualan.

Operasionalisasi variabel bertujuan agar variabel yang menjadi objek penelitian dapat diukur/dinilai.

❖ Analisis Break Even Point

Adalah suatu keadaan di mana perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya tidak mengalami keuntungan maupun menderita kerugian (penghasilan sama dengan total biaya atau labanya sama dengan nol). Dalam hal ini, Break Even Point sebagai variabel bebas (variabel independent) mempunyai indikator-indikator: volume penjualan, biaya, dan harga jual.

❖ Komposisi Penjualan

Adalah pemilihan alternatif dari berbagai produk yang dijual sehingga dapat diperoleh titik impas dalam rangka pencapaian target laba. Komposisi penjualan sebagai variabel terikat (variabel dependen) mempunyai indikator-indikator yaitu banyak dari produk yang terjual/unit penjualan produk dan nilai penjualan (Rp).

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah:

1. Data Primer

Adalah segala informasi, keterangan, serta data lainnya yang secara langsung diperoleh dari CV. Sinar Logam.

2. Data Sekunder

Adalah data-data yang relevan dengan tujuan penelitian yang berasal dari sumber-sumber lainnya.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan bahan-bahan yang diperlukan melalui:

1. Studi Kepustakaan (Library Research)

Studi kepustakaan ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penelitian dari bahan-bahan kepustakaan, seperti: literatur-literatur yang relevan, buku-buku perpustakaan, dokumen-dokumen, majalah, naskah, dan tulisan-tulisan. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder dengan cara mempelajari buku-buku yang ada di perpustakaan, catatan kuliah, serta literatur-literatur lainnya. Riset kepustakaan ini merupakan landasan teori yang menjadi pedoman pembahasan masalah.

2. Penelitian Lapangan (Field Research)

Penelitian lapangan adalah metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan mendatangi lapangan perusahaan, yaitu CV. Sinar Logam secara langsung untuk memperoleh data yang dapat mendukung penelitian tersebut. Untuk memperoleh data dalam penelitian lapangan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Interview atau wawancara, adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pembicaraan langsung (tatap muka) dengan pihak perusahaan CV. Sinar Logam. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan pokok permasalahan.
- b. Obsevasi, adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap objek penelitian, dalam hal ini adalah perusahaan CV. Sinar Logam.
- c. Dokumentasi, adalah teknik pengumpulan data (data sekunder) yang dilakukan dengan cara melakukan kategorisasi dan pengelompokan data dari bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, brosur-brosur, dan lain-lain, sebagai pelengkap dalam memperoleh data yang belum diperoleh pada teknik yang lain.

Metode Analisis

Untuk membahas dan menganalisis data-data yang telah diperoleh tersebut, maka digunakan metode analisis:

- 1. Analisis Kualitatif, yaitu analisis yang dilakukan dengan cara membandingkan antara teori yang ada dengan praktik yang dilakukan oleh CV. Sinar Logam.
- 2. Analisis Kuantitatif, yaitu analisis yang dilakukan untuk menghasilkan jawaban yang benar melalui perhitungan tertentu.

Rumus yang digunakan dalam penentuan BEP:

1. Teknik Persamaan

$$\text{Impas (dml Rp penjualan)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Bi. variabel / satuan}}{\text{H arg a _ jual / satuan}}}$$

$$\text{Impas (dml satuan produk yg dijual)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual/satuan} - \text{Biaya variabel/satuan}}$$

2. Metode Laba Kontribusi (The Contribution Margin Method)

$$\text{Impas (dlm Rp penjualan)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Contribution margin ratio}}$$

atau

$$\text{Impas (dlm Rp penjualan)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Bi. variabel}}{\text{Pendapatan}_{\text{penjualan}}}}$$

Hasil dan Pembahasan

Peranan Analisis Break Even Point pada Perencanaan Komposisi Penjualan

Analisis break even point dapat memberikan informasi mengenai produk-produk yang memberikan kontribusi yang tinggi bagi keuntungan perusahaan. Tentunya produk-produk inilah yang perlu mendapat prioritas dalam hal peningkatan penjualannya. Data-data penjualan dan biaya tahun 2008 yang diperoleh penulis berdasarkan hasil survei yang dilakukan telah terlampir dalam Lampiran 1 dan 2. Data untuk volume penjualan bulanan didapat dari rata-rata berdasarkan total penjualan tahun 2007. Sedangkan rata-rata biaya tetap/bln sebagaimana dapat dilihat pada Lampiran 1, yaitu sebesar Rp 48.119.409,25 {(Rp 242.521.823+Rp334.91.088):12 dengan data untuk biaya diperoleh berdasarkan standar biaya per unitnya. Harga jual yang tercantum dalam lampiran 2 adalah harga jual bersih.

Berdasarkan data-data di atas selanjutnya dapat dilakukan analisis untuk menentukan besarnya margin kontribusi yang merupakan jumlah yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan kemudian menjadi laba untuk periode tersebut. Dengan demikian, pihak manajemen dapat mengetahui produk-produk yang perlu diprioritaskan.

Tabel 2
Analisis Margin Kontribusi unit (dalam unit dan Rupiah)

Jenis Produk	Rata-rata Penjualan/bln	Sales Mix	Harga Jual	Biaya Variabel	Margin Kontribusi	Ratio CM	Ranking
Periuk no. 8	840	19,63%	29.500	21.978	7.522	25.50%	XII
no. 10	552	12,90%	36.500	26.765	9.735	26.67%	VIII
no. 16	377	8,81%	73.500	54.530	18.970	25.81%	XI
no. 18	230	5,38%	86.000	62.109	23.891	27.78%	V
no. 20	180	4,21%	112.000	79.878	32.122	28.68%	III
no. 24	232	5,42%	142.000	97.824	44.176	31.11%	I
Kuali no. 18	351	8,20%	34.000	25.177	8.823	25.95%	X
no. 22	316	7,38%	51.000	37.602	13.398	26.27%	IX
no. 24	340	7,95%	72.000	52.243	19.757	27.44%	VI
no. 26	176	4,11%	105.000	75.600	29.400	28.00%	IV
no. 30	417	9,75%	140.000	99.610	40.390	28.85%	II
no. 32	268	6,26%	180.000	131.400	48.600	27.00%	VII
TOTAL	4.279	100.00%					

Sumber: CV. Sinar Logam, 2008 (data diolah)

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin (unit)} &= \frac{\text{Rp } 1.074.163.562,00}{51.374 \text{ unit}} \\ &= \text{Rp } 20.908,70/\text{unit} \\ &= \text{Rp } 20.909/\text{unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Titik impas (unit)} &= \frac{\text{Rp } 577.432.911,00}{\text{Rp } 20.908,70/\text{unit}} \\ &= 27.616,87 \text{ unit} \\ &= 27.617 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Titik impas (rupiah)} &= \frac{\text{Rp } 577.432.911,00}{1 - \frac{\text{Rp } 2.805.965.938}{\text{Rp } 3.880.129.500}} \\ &= \text{Rp } 2.085.822.450,00 \end{aligned}$$

Posisi volume titik impas yang harus dicapai perusahaan atas penjualan produk-produknya agar tidak mengalami kerugian adalah 27.617 unit. Untuk mengetahui komposisi penjualan produk CV. Sinar Logam tahun 2007 pada keadaan titik impas tersebut, maka dilakukan pengalokasian masing-masing produk berdasarkan perbandingannya. Pengalokasian ini perlu agar dapat diketahui bagaimana posisi titik impas masing-masing produk tersebut pada tahun 2007. Ada kemungkinan walaupun secara total perusahaan meraih keuntungan, tetapi terhadap suatu produk yang berada di bawah posisi titik impas atau dengan kata lain tingkat penjualan produk tersebut mengalami kerugian. Tingkat penjualan masing-masing produk yang dicapai CV. Sinar Logam tahun 2007 tidak ada yang mengalami kerugian. Tingkat penjualan yang terjadi pada masing-masing produk tersebut besarnya adalah 1,86 kali dari posisi impas (51.374 unit: 27.616,87 unit).

Perusahaan memperoleh laba dari penjualan tahun 2007 sebesar Rp 496.730.651,00 dengan total margin kontribusi 27,68% (Rp 1.074.163.562 : Rp 3.880.129.500), maka titik impas serta *margin of safety* yang harus dicapai adalah Rp 2.085.822.450,00 dan 46,24% {(Rp 3.880.129.500,00 – Rp 2.085.822.450,00) : Rp 3.880.129.500,00}. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa titik impas dan *margin of safety* yang harus dicapai cukup tinggi. Untuk mengatasi masalah tersebut, pihak manajemen memutuskan untuk meningkatkan harga jual periuk no. 8 (yang mempunyai sales mix lebih tinggi dibandingkan produk lainnya) pada tahun yang akan datang (2008). Di samping itu, tindakan tersebut diambil sehubungan juga dengan pengalaman tahun-tahun yang lalu, di mana setiap tahun rata-rata biaya variabel meningkat sebesar 7,5%. Kenaikan ini berlaku untuk semua produk, yang disebabkan oleh akibat kenaikan bahan baku dan biaya tenaga kerja.

Pada perencanaan tahun 2008 harga jual mengalami kenaikan, untuk periuk no. 8 sampai dengan no. 20 dan kualiti no. 18 sampai dengan no. 26, serta no. 32 sebesar 10%. Sedangkan untuk periuk no. 24 dan kualiti no. 30 tidak mengalami perubahan harga. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa bila harga jual tidak dinaikkan, sedangkan biaya variabel meningkat, maka akan semakin menyebabkan margin kontribusinya bertambah

kecil. Untuk mendapatkan suatu pandangan apakah perencanaan ini patut dilaksanakan, maka dilakukan analisis Break Even Point. Analisis ini menggunakan komposisi yang sama dengan tahun 2007 agar dapat lebih melukiskan dan memahami hubungan biaya variabel dan harga jual tersebut dalam upaya meningkatkan laba pada tahun 2008. Berdasarkan data-data di atas, dapat diketahui bagaimana margin kontribusi sesudah adanya perubahan kondisi tersebut. Ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Ternyata perubahan kondisi ini menyebabkan terjadinya kenaikan dan penurunan terhadap besarnya jumlah margin kontribusi pada masing-masing produk. Besarnya tingkat kenaikan margin kontribusi yang terjadi adalah akibat selisih antara kenaikan harga jual dengan jumlah kenaikan biaya variabelnya. Terjadinya perubahan margin kontribusi dari masing-masing produk tersebut juga akan mengubah ratio margin kontribusinya. Ratio margin kontribusi yang mengalami penurunan adalah periuk no. 24 dan kualii no. 30, sedangkan untuk ukuran periuk dan kualii yang lain mengalami kenaikan untuk proyeksi di tahun yang akan datang.

Perubahan margin kontribusi tersebut otomatis akan mempengaruhi laba perusahaan berdasarkan analisis BEP terhadap keputusan tersebut, maka prediksi laba yang diperoleh tahun 2008 adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Titik impas (rupiah)} &= \frac{\text{Rp } 577.432.911,00}{1 - \frac{\text{Rp}3.016.408.391}{\text{Rp}4.158.483.450}} \\ &= \text{Rp } 2.102.528.363,00 \end{aligned}$$

Ternyata keputusan yang diambil pihak manajemen menciptakan kondisi yang lebih baik dengan diperolehnya peningkatan laba sebesar Rp 67.911.497,00 (Rp 564.642.148,00 – Rp 496.730.651,00) atau 13,67% dari laba yang diperolehnya pada tahun 2008. Kenaikan laba tersebut menyebabkan posisi titik impas mengalami penurunan menjadi Rp 2.102.528.363,00 dan persentase margin kontribusinya mengalami kenaikan sebesar 6,32% {(Rp 1.142.075.059 – Rp 1.074.163.562) : Rp 1.074.163.562}.

Peningkatan laba pada kondisi ini lebih banyak dipengaruhi oleh produk periuk no. 8 karena memiliki tingkat penjualan yang tertinggi. Maka dengan adanya peningkatan harga jual, sumbangan margin kontribusi yang diberikan pada perusahaan akan lebih meningkat pada tahun 2007 yang lalu. Bahkan peningkatan ini merupakan peningkatan margin kontribusi yang tertinggi yang terjadi di antara semua ukuran produk yang ada. Sedangkan untuk periuk no. 24 dan kualii no. 30 mengalami penurunan tingkat margin kontribusinya, sehingga sumbangan yang diberikan kepada perusahaan menjadi berkurang. Tingkat penurunan ini dapat diimbangi dengan besarnya peningkatan margin kontribusi periuk no. 8, sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian bahkan mengalami peningkatan laba. Jadi, faktor yang menyebabkan produk periuk no. 8 dapat memberikan peningkatan laba karena adanya peningkatan margin kontribusi yang didukung oleh tingkat penjualan yang tertinggi.

Selain keputusan yang mengakibatkan perubahan tersebut, pimpinan CV. Sinar Logam juga merencanakan peningkatan volume penjualan pada tahun 2008 ini naik sebesar 10% dibandingkan dengan volume penjualan tahun lalu (*sales mix* tidak berubah). Upaya untuk mendukung peningkatan target penjualan ini, perusahaan juga mengadakan peningkatan kapasitas produknya guna mengimbangi kenaikan akan permintaan pasar. Dengan adanya peningkatan kapasitas produk, pihak perusahaan harus melakukan penambahan mesin-mesin produksi karena kapasitas yang ada sekarang sudah tidak

memungkinkan untuk dilakukan penambahan. Di samping meningkatkan kapasitas produksi, perusahaan juga mengadakan penambahan armada kendaraan operasionalnya untuk menunjang target penjualan tersebut.

Semua tindakan ini akan mengakibatkan rata-rata biaya tetap per bulan meningkat menjadi Rp 52.115.250,00/bulannya (berdasarkan kebijakan perusahaan). Kenaikan biaya tetap ini lebih banyak karena bertambahnya biaya penyusutan akibat pembelian aktiva tetap tersebut. Sebelum pelaksanaan kebijaksanaan tersebut, maka dilakukan Analisis Break Even Point untuk mendapatkan gambaran atas pandangan yang jelas sebagai bahan pertimbangan. Hal ini dilakukan agar perencanaan yang akan dilaksanakan pihak manajemen CV. Sinar Logam dapat memberikan laba yang terbesar. Perubahan terjadi pada volume penjualan dan biaya tetap, yaitu sebesar Rp 52.115.250,00/bln.

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata tertimbang (unit)} &= \frac{\text{Rp } 1.256.309.023,00}{56.512 \text{ unit}} \\
 &= \text{Rp } 22.230,84/\text{unit} \\
 &= \text{Rp } 22.231/\text{unit} \\
 \\
 \text{Titik impas (rupiah)} &= \frac{\text{Rp } 625.383.000,00}{1 - \frac{\text{Rp } 3.318.126.777}{\text{Rp } 4.574.435.800}} \\
 &= \text{Rp } 2.277.126.353,00
 \end{aligned}$$

Rencana peningkatan target penjualan sebesar 10% pada tahun 2008 menyebabkan kenaikan laba perusahaan menjadi Rp 630.926.023,00, yaitu naik 27,02% dibandingkan laba yang dihasilkan pada tahun 2007. Titik impas pada perencanaan tahun 2008 mengalami peningkatan, dikarenakan adanya peningkatan total biaya tetap sebesar Rp 577.432.911,00 menjadi Rp 625.383.000,00. Besarnya total margin kontribusi tetap tidak mengalami perubahan yaitu Rp 27,68% (sesuai dengan keputusan sebelumnya) karena peningkatan total penjualan sebanding dengan peningkatan total biaya variabelnya. Meningkatnya laba jika dibandingkan dengan tahun lalu juga tercermin pada batas keamanannya (*margin of safety*) yang mengalami peningkatan sebesar 3,98% menjadi 50,22%.

Kenaikan laba pada perencanaan di atas dipengaruhi 2 faktor, yaitu:

1. Kenaikan harga jual terutama untuk periuk no. 8 yang menyebabkan total margin kontribusi bertambah besar walaupun biaya variabel meningkat. Ini disebabkan oleh total biaya variabel dapat ditutupi oleh kenaikan margin kontribusi dari produk tersebut.
2. Kenaikan volume penjualan dapat menutupi kenaikan akan biaya tetap akibat penambahan kapasitas produksi.

Analisis Alternatif Perubahan dalam Hubungannya dengan Perencanaan Laba

Prediksi laba pada perencanaan komposisi penjualan bauran CV. Sinar Logam untuk tahun 2008 sebenarnya masih dapat ditingkatkan dengan memperbaiki komposisi penjualan produk-produk tersebut. Prioritas yang perlu diutamakan sesuai dengan analisis margin kontribusi sebelumnya adalah produk periuk. Produk ini memiliki margin kontribusi yang tertinggi. Berdasarkan komposisi yang dibentuk sebagai perencanaan pada tahun 2008 mengikuti prioritas di tahun 2007, di mana penjualan tertingginya dimiliki oleh periuk

sebesar 19,63%. Tetapi periuk ini juga yang memiliki margin kontribusi yang terkecil diantara produk yang lainnya. Kondisi ini menyebabkan laba perusahaan lebih kecil dibandingkan jika pihak manajemen merencanakan untuk meningkatkan penjualan produk yang memiliki margin kontribusi tertinggi, yaitu periuk.

Perencanaan komposisi penjualan bauran yang terbentuk untuk tahun 2008, tidak menampilkan komposisi yang terbaik, karena urutan margin kontribusi terendah menempati tingkat penjualan yang tertinggi. Hal ini merupakan kebalikan dari yang seharusnya, di mana jika tingkat margin kontribusi suatu produk rendah maka posisi tingkat penjualannya harus lebih rendah dari produk yang memiliki margin kontribusi yang lebih tinggi. Banyaknya kendala-kendala yang timbul dalam mekanisme pasar, seperti selera konsumen, para pesaing, peraturan pemerintah, dan sebagainya.

Demikian pula yang terjadi pada CV. Sinar Logam selama bertahun-tahun produk periuk selalu menjadi produk unggulan karena ukurannya sedang dan lebih disukai konsumen. Berdasarkan pengalaman ini, maka pihak manajemen CV. Sinar Logam dalam menyusun perencanaan penjualan bauran pada tahun 2008 mengadakan perubahan kondisi serta meningkatkan target volume penjualan seperti yang dapat dilihat pada sebagai upaya meningkatkan laba di tahun tersebut. Tindakan ini diambil karena pihak manajemen mengetahui kekuatan produk tersebut di pasaran. Pada dasarnya tindakan atau kebijaksanaan ini cukup baik, tetapi efek peningkatan laba akan lebih baik lagi jika pihak manajemen dapat merencanakan formasi komposisi yang lebih tepat dibandingkan hanya menggunakan komposisi bauran tahun 2007 sebagai standar target penjualan di tahun 2008.

Tidak mengabaikan kekuatan produk periuk yang sekaligus sebagai kelemahan bagi CV. Sinar Logam, penulis mencoba melakukan Analisis Break Even Point terhadap beberapa alternatif komposisi penjualan bauran yang nantinya diharapkan dapat diterapkan sebagai perencanaan laba pada tahun 2008. Penerapan kebijaksanaan tersebut dilakukan dengan mengkombinasikannya pada setiap alternatif perubahan komposisi. Karena kondisi yang tercipta akibat kebijaksanaan tersebut jauh lebih baik dibandingkan dengan kondisi di tahun 2007, tetapi kondisi ini tidak ditunjang oleh komposisi penjualan yang baik.

Analisis perubahan komposisi ini hanya dapat dilakukan terhadap produk di luar dari produk periuk no. 8. Hal ini dikarenakan seperti yang telah disebutkan di atas bahwa produk tersebut selalu memegang tingkat penjualan tertinggi. Oleh karena itu, dalam melakukan analisis Break Even Point diasumsikan bahwa tingkat penjualan periuk no. 8 untuk tahun 2008 adalah 19,63% (tabel 2), sesuai dengan kebijaksanaan yang ditetapkan oleh pihak manajemen CV. Sinar logam bahwa *sales mix* tidak mengalami perubahan. Berdasarkan asumsi atau batasan ini, maka hanya tersisa 80,37% (100%-19,63%) dari total perencanaan volume penjualan yang dapat dianalisis perubahan komposisi penjualan baurannya. Analisis dari alternatif perubahan komposisi ini menggunakan angka perbandingan penjualan (*sales mix*) yang tetap pada perencanaan komposisi penjualan bauran untuk tahun 2008 dan telah dibulatkan.

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata tertimbang (unit)} &= \frac{\text{Rp } 1.322.766.552,00}{\text{-----}} \\
 &= \mathbf{56.520 \text{ unit}} \\
 &= \mathbf{\text{Rp } 23.403,51/\text{unit}.} \\
 &= \text{Rp } 23.404/\text{unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Titik impas (rupiah)} &= \frac{\text{Rp } 625.383.000,00}{1 - \frac{\text{Rp}3.320.613.048}{\text{Rp}4.643.379.600}} \\ &= \text{Rp } 2.195.316.067,00. \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata tertimbang (unit)} &= \frac{\text{Rp } 1.376.518.008,00}{56.520 \text{ unit}} \\ &= \text{Rp } 24.354,53/\text{unit} \\ &= \text{Rp } \mathbf{24.355/\text{unit}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Titik impas (rupiah)} &= \frac{\text{Rp } 625.383.000,00}{1 - \frac{\text{Rp}3.397.709.592}{\text{Rp}4.774.227.600}} \\ &= \text{Rp } 2.169.038.663,00 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata tertimbang (unit)} &= \frac{\text{Rp } 1.429.266.120,00}{56.520 \text{ unit}} \\ &= \text{Rp } 25.287,79/\text{unit} \\ &= \text{Rp } 25.288/\text{unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Titik impas (rupiah)} &= \frac{\text{Rp } 625.383.000,00}{1 - \frac{\text{Rp}3.764.416.680}{\text{Rp}5.193.682.800}} \\ &= \text{Rp } 2.272.523.559,00 \end{aligned}$$

Berdasarkan ketiga alternatif perubahan komposisi penjualan bauran tersebut, ternyata alternatif pertama memberikan laba yang terendah. Indikasi rendahnya laba yang akan dihasilkan pada komposisi ini dapat diketahui dari hasil rata-rata tertimbang margin kontribusi yang terkecil. Sebab semakin kecil rata-rata tertimbang margin kontribusi suatu komposisi, makin kecil pula laba yang akan disumbangkan kepada perusahaan. Penurunan titik impas menyebabkan batas keamanannya meningkat menjadi 52,72%.

Pada alternatif kedua tingkat penjualan kualii no. 30 dinyatakan menjadi 6% yang sebelumnya 9,75%. Sebaliknya untuk tingkat penjualan kualii no. 32 dinaikkan menjadi 10%. Komposisi ini ternyata menghasilkan laba sebesar Rp 751.135.008,00 atau 19,05% lebih tinggi dari perencanaan pihak manajemen CV. Sinar Logam sebelumnya yang hanya sebesar Rp 630.926.000,00. Alternatif kedua komposisinya lebih baik daripada alternatif pertama. Hal ini dapat diketahui dari peningkatan akan rata-rata tertimbang margin kontribusi yang dihasilkan alternatif kedua. Peningkatan laba ini ternyata mengakibatkan juga penurunan terhadap titik impasnya, tetapi walaupun terjadi penurunan titik impas, batas keamanan mengalami peningkatan menjadi 54,57%. Peningkatan laba pada alternatif satu yang hanya 10,53% ternyata mengalami penurunan titik impas sebesar 3,59%.

Alternatif ketiga, tingkat penjualan produk periuk no. 24 ditingkatkan menjadi 12% yang sebelumnya hanya 5,42%, dan kualii no. 26 juga mengalami peningkatan sebesar 3,89%

menjadi 8%, sedangkan untuk periuk no. 20 dan kualii no. 26 diturunkan. Komposisi penjualan yang terbentuk sudah mengikuti peringkat ranking margin kontribusi kecuali untuk produk periuk no. 8 karena itu rata-rata tertimbang margin kontribusi mengalami peningkatan yang tertinggi, yang otomatis akan menghasilkan laba yang tertinggi di antara ketiga alternatif yang ada. Begitu juga jika dilihat dari batas keamanan yang mengalami peningkatan menjadi 56,24%. Kenaikan laba ini ternyata juga mengakibatkan titik pulang pokok mengalami sedikit penurunan, yaitu sebesar 0,20% dari titik pulang pokok perencanaan komposisi penjualan bauran CV. Sinar Logam. Dan didukung dengan adanya peningkatan laba sebesar 27,41%. Dari analisis ini dapat diketahui bahwa ketiga alternatif perubahan komposisi tersebut di atas tidak menghasilkan hasil yang terbaik dalam upaya meningkatkan laba. Sebab peningkatan laba ini tidak memberikan efek yang berarti bagi CV. Sinar Logam atau dengan kata lain peningkatan yang dialami masih rendah. Hal ini terlihat pada alternatif ketiga yang hanya mengalami peningkatan laba sebesar 27,41% saja.

Hasil yang tidak efektif merupakan akibat terhadap ketentuan yang bersifat vital yang merupakan hasil kebijaksanaan pihak pimpinan CV. Sinar Logam. Ketentuan itu menetapkan bahwa tingkat penjualan tertinggi pada komposisi penjualan dikuasai oleh produk periuk walaupun tingkat kontribusinya terendah. Keputusan ini timbul karena produk ini telah memiliki pangsa pasar tersendiri dibandingkan dengan produk-produk ukuran lainnya. Akibatnya produk tersebut selalu menempatkan diri pada tingkat penjualan yang tertinggi dari total penjualan CV. Sinar Logam setiap tahunnya. Jadi, kondisi inilah yang menyebabkan timbulnya ketidakefektifan dalam membentuk alternatif perubahan komposisi penjualan bauran.

Oleh karena itu, dengan tidak adanya keterbatasan, maka upaya untuk mendapatkan suatu komposisi yang memberikan laba terbaik yang dapat terbentuk, misalnya seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata tertimbang (unit)} &= \frac{\text{Rp } 1.623.304.152,00}{56.520 \text{ unit}} \\
 &= \text{Rp } 28.720,88/\text{unit} \\
 &= \text{Rp } 28.721/\text{unit} \\
 \\ \\
 \text{Titik impas (rupiah)} &= \frac{\text{Rp } 625.383.000,00}{1 - \frac{\text{Rp } 4.252.711.848}{\text{Rp } 5.876.016.000}} \\
 &= \text{Rp } 2.263.753.536,00
 \end{aligned}$$

Alternatif keempat ini terbentuk tanpa adanya keterbatasan atau ketentuan yang menghalanginya dalam membentuk komposisi yang sesuai dengan peringkat margin kontribusinya. Tindakan ini dilakukan dengan menurunkan tingkat penjualan produk periuk no. 8 karena memiliki margin kontribusi terendah, serta menaikkan tingkat penjualan produk periuk no. 24 yang memiliki margin kontribusi terbesar menjadi 13% (tertinggi). Ternyata laba yang dihasilkan dari komposisi tersebut meningkat menjadi Rp 997.921.152,00 atau naik sebesar 58,17% dibandingkan dengan perencanaan pihak manajemen. Peningkatan laba ini tentunya juga meningkatkan besarnya rata-rata tertimbang margin kontribusi menjadi yang tertinggi diantara alternatif-alternatif yang ada, yaitu sebesar Rp 28.720,88/unit. Adanya peningkatan laba ini, maka batas keamanan yang harus dicapai juga meningkat menjadi

61,47%. Hal ini dikarenakan naiknya total penjualan bauran tersebut. Untuk mendapatkan perbandingan yang jelas antara alternatif ini dengan alternatif yang lainnya, serta dengan perencanaan komposisi penjualan bauran yang ditetapkan oleh pihak manajemen perusahaan, maka disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3
Analisis Perbandingan antara Perencanaan dengan Alternatif Perubahan

Keterangan	Perencanaan yang telah ditetapkan	Alternatif I	Alternatif II	Alternatif III	Alternatif IV
Laba	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp
% Kenaikan Rata-rata tertimbang (CM)	630.926.000,00	697.383.552,00	751.135.008,00	803.883.120,00	997.921.152,00
Titik Pulng	-	10,53%	19,05%	27,41%	58,17%
Pokok Batas Keamanan	Rp 22.230,84	Rp 23.403,51	Rp 24.354,53	Rp 25.287,79	Rp 28.720,88
	Rp 2.277.126.353,00	Rp 2.195.316.067,00	Rp 2.169.038.663,00	Rp 2.272.523.559,00	Rp 2.263.753.536,00
	50,22%	52,72%	54,57%	56,24%	61,47%

Sumber: CV. Sinar Logam, 2008 (data diolah)

Hasil perbandingan antara alternatif perubahan komposisi tersebut jelas terlihat bahwa alternatif keempat merupakan komposisi yang paling ideal untuk diterapkan pada CV. Sinar Logam. Dikatakan ideal karena formasi yang terbentuk mengikuti aturan peringkat ranking margin kontribusi. Tentunya sulit bagi CV. Sinar Logam menerapkan komposisi yang ideal tersebut karena adanya keterbatasan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya. Maka hanya alternatif ketiga diantara semua alternatif tersebut yang paling baik dan dapat diterapkan pada CV. Sinar logam karena dengan tidak mengabaikan keterbatasan yang ada masih dapat membentuk komposisi yang mengikut peringkat analisa ranking margin kontribusi. Sedangkan alternatif yang lain membentuk komposisi tanpa memperhatikan peringkat margin kontribusi yang ada. Hal ini dapat terlihat dari hasil rata-rata tertimbang margin kontribusinya, di mana makin besar nilainya maka komposisi yang terbentuk makin baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis Break Even Point sebagai alat untuk menentukan komposisi penjualan dalam pencapaian target laba pada CV. Sinar Logam, ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Komposisi penjualan produk CV. Sinar Logam yang terbentuk selama ini tidak didasarkan atas analisis Break Even Point sehingga tidak mencapai target laba yang seharusnya dapat diterima perusahaan.
2. Perencanaan komposisi penjualan CV. Sinar Logam terbentuk berdasarkan mekanisme dan kondisi pasar. Hal ini terlihat dari kebijaksanaan pihak manajemen perusahaan yang lebih memprioritaskan penjualan pada produk unggulannya, yaitu periuk no. 8 yang memberikan margin kontribusi terkecil.
3. Dalam proses produksi, biaya variabel pada CV. Sinar Logam mengalami kenaikan rata-rata 7,5% per tahunnya. Hal ini disebabkan karena tidak efisiennya dalam pengeluaran biaya produksi. Hasil perbandingan antara perencanaan manajemen dan alternatif perubahan komposisi, terlihat bahwa alternatif perubahan 3 cukup layak untuk diterapkan dalam CV. Sinar Logam.

Saran

Untuk mencapai laba yang optimal terhadap komposisi penjualan produk CV. Sinar Logam yang memiliki keterbatasan seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, saran-saran penulis adalah sebagai berikut:

1. Pihak manajemen seharusnya menggunakan analisis Break Even Point dalam menentukan komposisi penjualan produknya sehingga dapat mencapai target laba yang diinginkan.
2. Kebijakan yang ditetapkan pihak manajemen perlu diimbangi dengan perbaikan komposisi dengan tidak mengabaikan keterbatasan yang ada. Dengan cara lebih mengkonsentrasikan diri untuk meningkatkan dan merebut pangsa pasar produk yang memberikan margin kontribusi tinggi.
3. Dalam melakukan proses produksi, CV. Sinar Logam diharapkan dapat meningkatkan efisiensi produk-produk yang dihasilkan. Karena dengan peningkatan efisiensi tersebut akan menekan biaya variabel per unit, yang kemudian akan meningkatkan margin kontribusi produk tersebut. Berdasarkan keempat alternatif yang ada, sebaiknya pihak manajemen CV. Sinar Logam memilih alternatif ketiga karena alternatif ini tetap memperhatikan keterbatasan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Hansen, Don R. & Maryanne M. Mowen. 2004. *Akuntansi Manajemen*. Edisi ke-7. Salemba Empat. Jakarta.
- Horngren, Charles T. & George Foster. 2005. *Akuntansi Biaya: Penekanan Manajerial*. Edisi ke-11. PT. INDEKS Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mulyadi, M.Sc., Drs., Ak. 1999. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-5. Cetakan ke-6. YKPN. Yogyakarta.
- _____ 2001. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi ke-3. Salemba Empat. Jakarta.
- Munawir, S., Drs., Ak. 1995. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi ke-4. Cetakan ke-5. Liberty. Yogyakarta.
- Simamora, Henry. 2002. *Akuntansi Manajemen*. Cetakan ke-4. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiri, Slamet, Akt., M.B.A., Dr. & Sulastiningsih, Dra., M.Si., 2004. *Akuntansi Manajemen: Sebuah Pengantar*. Edisi ke-3. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.