

**SKRIPSI**

**ANALISIS PERENCANAAN LABA PADA USAHA BUTIK  
ADELA COLLECTION DI BELOPA KABUPATEN LUWU**

**NUR HIKMAH HANDAYANI**

**105730478414**



**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2018**

**HALAMAN JUDUL**

**ANALISIS PERENCANAAN LABA PADA USAHA BUTIK  
ADELA *COLLECTION* DI BELOPA KABUPATEN LUWU**

**Oleh**

**NUR HIKMAH HANDAYANI**

**NIM 105730478414**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Rangka  
Menyelesaikan Studi Program Studi Strata 1 Akuntansi**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2018**

## **PERSEMBAHAN**

Karya Ilmiah Skripsi ini kupersembahkan kepada Kedua orang tua ku Bapak dan Ibunda ku tercinta yang tak pernah lelah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini.

Sahabat seperjuanganku yang selalu memberi semangat dan dukungan serta canda tawa yang sangat mengesankan selama masa perkuliahan, terima kasih buat kalian semua.

## **MOTTO HIDUP**

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.

“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Dimana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh Allah Mahakuasa atas segala sesuatu” (Q.S Al-Baqarah : 148).



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**Jl. Sultan Alauddin no. 259gedungigra lt.7 Tel. (0411) 860 837 Makassar**



**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : "Analisis Perencanaan Laba pada Usaha Butik Adela  
*Collection* di Belopa Kabupaten Luwu"  
Nama Mahasiswa : Nur Hikmah Handayani  
No. Stambuk : 105730478414  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan di ujikan didepan Panitia  
Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada tanggal 31 Agustus 2018 pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 31 Agustus 2018

Menyetujui,

Pembimbing I,


  
**Drs. H. Sanusi A.M., SE., M.Si**  
NIDN. 0027035501

Pembimbing II,

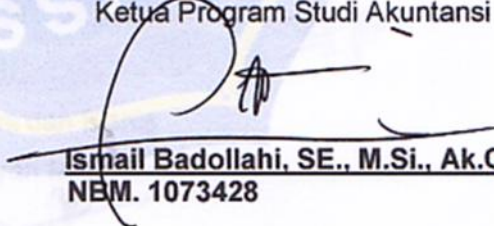
  
**Abd Salam HB, SE., M.Si., Ak.Ca**  
NIDN. 0931126607

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

  
**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM. 903078

Ketua Program Studi Akuntansi

  
**Ismail Badollahi, SE., M.Si., Ak.Ca**  
NBM. 1073428





**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin no. 259 gedung iqra lt.7 Tel. (0411) 860 837 Makassar



**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas nama **NUR HIKMAH HANDAYANI, NIM : 105730478414**, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0009/2018 M, Tanggal 19 Dzulhijjah 1439 H/31 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 19 Dzulhijjah 1439 H  
31 Agustus 2018 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE., MM  
(Rektor Unismuh Makassar) 
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM  
(Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis) 
3. Sekretaris : Dr. Agussalim HR, SE., MM  
(WD 1 Fak. Ekonomi dan Bisnis) 
4. Penguji : 1. Dr. Muryani Arsal, SE., MM., Ak., CA   
2. Ismail Rasulong, SE., MM   
3. Abd. Salam HB, SE., M.Si., Ak., CA   
4. Sitti Zulaeha, S.Pd., M.Si 

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM : 903 078



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin no. 259 gedung iqra lt.7 Tel. (0411) 860 837 Makassar



**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Hikmah Handayani  
Stambuk : 105730478414  
Program Studi : Akuntansi  
Dengan Judul : "Analisis Perencanaan Laba pada Usaha Butik  
Adela Collection di Belopa Kabupaten Luwu".

Dengan ini menyatakan bahwa :

**Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya  
sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia  
menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 31 Agustus 2018



:buat Pernyataan,

**Nur Hikmah Handayani**

Diketahui Oleh :

Dean Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Ketua Program Studi Akuntansi

**Ismail Badollahi, SE., M.Si., Ak.Ca**  
**NBM. 1073428**

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena Rahmat Karunia-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi dimaksudkan untuk memenuhi berbagai syarat guna menyelesaikan studi pada Universitas Muhammadiyah Makassar. Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Adapun judul skripsi ini adalah **“Analisis Perencanaan Laba pada Usaha Butik Adela *collection* di Belopa Kabupaten Luwu.”**

Skripsi ini penulis dedikasikan sepenuhnya kepada kedua orang tuaku tercinta Hamzah dan Yasni. Terima kasih untuk semua kasih sayang, doa yang tak pernah putus, pengorbanan, serta dukungan yang sangat besar untuk ananda. Tak cukup hanya sekedar “terima kasih” untuk membasuh keringat dan tetesan air mata yang mengalir selama membesarkan ananda. Namun percayalah dalam setiap hembusan nafas ini adalah doa memohon surga jadi balasan termanis bagi jasa pahlawanku Bapak dan Ibu tersayang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE., MM. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Ismail Badollahi, SE., M.Si., Ak.Ca, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Drs. H. Sanusi A.M., SE., M.Si, selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Abd. Salam HB, SE., M.Si., Ak.Ca selaku pembimbing II, yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan petunjuk bagi penulis hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
7. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
8. Saudara-saudaraku Nur Ayu Handayani, Nur Halizah Handayani, K' Irha Haspan, K' Wana dan K' Yusri Haspan terima kasih atas semua doa dan semangat untuk peneliti.
9. Kepada sahabat-sahabatku, Anti, Tata, Mala, Nadi, Ekha, Lini dan teman-teman angkatan 2014 yang tidak sempat saya sebutkan namanya satu persatu. Semoga pertemanan ini akan tetap hadir dan melekat dalam hati kita masing-



masing dan terima kasih atas semua bantuannya serta pengalaman berharga yang kalian berikan padaku selama ini.

10. Kepada Ansarullah yang selama ini memberikan semangat serta doa kepada penulis sampai penyelesaian skripsi ini.

11. Semua pihak yang telah membantu penulis, karena keterbatasan tempat sehingga tidak dapat dituliskan namanya, namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis. Semoga segala bantuan yang diberikan walau sekecil apapun memperoleh ganjaran di sisi-Nya.

Sebagai manusia yang penuh kekurangan, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik isi maupun penulisannya walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak, karena kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Akhir kata saya ucapkan: Tiada gading yang tak retak, jika ada kekurangan dalam penulisan skripsi ini, saya sebagai penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar dan semoga semua bantuan dan partisipasi yang diberikan kepada penulis bernilai ibadah di sisi Allah SWT, Amin Ya Rabbal Alamin.

***Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.***

Makassar,

2018

**Penulis**

## ABSTRAK

NUR HIKMAH HANDAYANI, 2018. **Analisis Perencanaan Laba pada Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu**, Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muahammadiyah Makassar. (Dibimbing oleh pembimbing I Bapak H. Sanusi A.M, dan pembimbing II Bapak Abd. Salam.HB).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar *break event point* dan jumlah *contribution margin* yang dialami dan dicapai oleh butik pada tahun 2016,2017 dan 2018. Perencanaan laba memerlukan alat bantu yang menggunakan analisis data *break event point* dan analisis *contribution margin*. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan pencapaian titik impas dalam Rupiah dan dalam kuantitas di setiap tahunnya. Ini disebabkan karena adanya perbedaan besarnya biaya-biaya yang dikeluarkan usaha butik setiap tahun. Namun, untuk setiap tahun, dapat dilihat bahwa penjualan yang dilakukan oleh butik sudah baik dan selalu berada di atas titik impas, yang berarti perusahaan mampu untuk mencapai keuntungan setiap tahunnya.

Kata Kunci : *break event point*, *perencanaan laba*.

## **ABSTRACT**

*NUR HIKMAH HANDAYANI, 2018. Profit Planning Analysis on Adela Collection Boutique Business in Belopa of district Luwu, Thesis Accounting Study Program Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University of Makassar. (Guided by Supervisor I H. Sanusi A.M, and Advisor II Abd. Salam.HB).*

*This study aims to determine how much the break event point and contribution margin amount experienced and achieved by boutiques in 2016, 2017 and 2018. Profit planning requires tools that use data analysis of break event point and contribution margin analysis. The results of the study show that there is a difference in achieving the break-even point in Rupiah and in the quantity in each year. This is because there is a difference in the amount of costs incurred by boutique businesses every year. However, for every year, it can be seen that the sales made by boutiques are good and are always above the break-even point, which means the company is able to achieve profits every year.*

*Keywords: break event point, profit planning*

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>SAMPUL ..</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL.....</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b> .....	v
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR .....</b> .....	vii
<b>ABSTRAK BAHASA INDONESIA .....</b> .....	x
<b>ABSTRACT.....</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI .....</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL .....</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b> .....	82
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kerangka Teori .....	8
1. Pengertian Perencanaan.....	8
2. Perencanaan laba .....	15
3. Pengertian Biaya .....	15

4. Penggolongan Biaya .....	17
5. Pengertian Break Even Point .....	22
6. Konsep Contribution Margin .....	32
B. Tinjauan Empiris .....	33
C. Kerangka Pikir .....	37
D. Hipotesis .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sumber data.....	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
C. Defenisi Operasional .....	40
D. Metode Pengumpulan data .....	40
E. Metode Analisis .....	41
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
B. Visi dan Misi Usaha Butik Adela <i>Collection</i> .....	45
C. Struktur Organisasi Usaha Butik Adela <i>Collection</i> .....	45
D. Deskripsi Tugas.....	46
E. Produk Usaha Butik Adela <i>Collection</i> .....	47
F. Kebijakan dalam menentukan kenaikan laba.....	48
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Metode / Strategi Pemasaran .....	50
B. Volume Penjualan .....	53
C. Pengklasifikasian Biaya .....	55
D. Perencanaan Laba .....	59
1. Analisis <i>Break Event Point</i> .....	59



2. Analisis <i>Contribution Margin</i> .....	65
3. Analisis Perencanaan Laba .....	69
E. Pembahasan .....	75
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	80
<b>LAMPIRAN</b> .....	81

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 5.2 Laporan Penjualan Produk Pakaian Butik Adela <i>Collection</i> .....	52
Tabel 5.3 Volume Penjualan Produk Usaha Butik Adela <i>Collection</i> .....	54
Tabel 5.4 Volume Penjualan dan Harga Jual.....	55
Tabel 5.5 Alokasi Biaya Tetap tahun 2016 dan 2017 .....	57
Table 5.6 Alokasi Biaya Variabel tahun 2016 dan 2017 .....	58
Tabel 5.7 Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Total .....	59
Tabel 5.8 Laporan Laba / Rugi 2016 dan 2017.....	60
Tabel 5.9 Laporan Laba / Rugi 2018 .....	72
Tabel 5.10 Analisis Perencanaan Laba Tahun 2018 .....	74

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Grafik <i>Break Event Point</i> .....	28
Gambar 2.2 Kerangka Pikir .....	38
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Usaha Butik <i>Adela Collection</i> .....	46

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha, terutama antar perusahaan yang mengeluarkan produk sejenis. Di Indonesia memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap setiap perusahaan yang ada. Dalam mewujudkan hal itu, pemerintah mengusahakan pembangunan disegala sektor. Salah satu sektor yang menjadi sasaran pembangunan itu adalah di bidang sektor ekonomi, termasuk di dalamnya pembangunan perusahaan industri yang menghasilkan barang-barang atau jasa.

Agar mampu bertahan dalam persaingan, diperlukan perencanaan yang baik, hal ini merupakan tanggungjawab manajemen dalam mengelola perusahaan dan menetapkan sasaran yang akan dicapai dimasa yang akan datang dalam proses yang disebut perencanaan. Pelaksanaan rencana memerlukan pengendalian agar efektif dalam mencapai sasaran dan tujuan dari perusahaan yang telah ditetapkan tersebut maka manajer diberi tugas dan tanggungjawab dalam batasan tertentu. Manajer bertanggungjawab atas wewenang serta pendelegasian tugas manajemen puncak.

Mendelegasikan tugas dan tanggungjawab manajemen puncak dapat konsentrasi pada perencanaan. Selain itu juga dapat memberikan kesempatan kepada bawahan untuk lebih berinisiatif dalam tugas dan tanggungjawabnya, sehingga ia dapat memberikan masukan terhadap suatu perencanaan jangka pendek yang akan dibuat untuk periode berikutnya. Karena unit dari pada struktur organisasi yang telah didelegasikan untuk melaksanakan yang telah dibuat, maka setiap unit itu dapat disebut pusat pertanggungjawaban dengan menerapkan sistem informasi akuntansi pertanggungjawaban.

Informasi akuntansi pertanggungjawaban merupakan informasi penting dalam proses pengendalian manajemen. Pengendalian dapat dilakukan dengan cara memberikan peran bagi manajer, merencanakan pendapatan atau biaya-biaya yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan yang menjadi tanggungjawabnya, kemudian menyajikan informasi realisasi pendapatan dan biaya tersebut menurut manajer yang bertanggungjawab.

Struktur perencanaan laba merupakan tugas manajer keuangan dan pembuat kebijakan perusahaan. Prosedur yang diperlukan guna menyusun kebijakan perencanaan dan membantu mencegah kesalahan pengelolaan keuangan. Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang penting dalam sebuah perusahaan yang nantinya



akan mempengaruhi kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan secara langsung.

Perusahaan dalam mencapai keberhasilan tersebut di tuntut untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan pekerjaannya agar dapat memperoleh pelanggan dan menjadi *market leader* dari produk yang mereka tawarkan. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu kemampuan manajemen yang baik dalam perumusan kebijakan dan pemilihan berbagai cara alternative untuk menghasilkan keuntungan yang diharapkan.

Usaha Butik Adela *Collection* yang merupakan salah satu kegiatan jual beli pakaian dalam melaksanakan kegiatannya perlu memiliki program kerja. Sebagai lembaga ekonomi yang umumnya berusaha untuk mencari keuntungan, maka Usaha Butik Adela *Collection* menggunakan kriteria efisiensi sebagai alat ukurnya. Dalam usaha ini akuntansi dituntut untuk membuat perencanaan, faktor ini sangat penting bagi perusahaan karena akan mempengaruhi secara langsung kelancaran aktivitas maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Usaha Butik Adela *Collection* dalam mencapai tingkat efisiensi untuk menghasilkan keuntungan yang diharapkan, maka Usaha Butik Adela *Collection* melaksanakan berbagai kegiatan. Semua kegiatan yang telah ditetapkan oleh Butik Adela *Collection*. Untuk itu, Usaha

Butik Adela *Collection* tidak dapat melepaskan diri dari masalah biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diterima. Dengan demikian perusahaan dapat mengetahui memperoleh keuntungan atau tidak.

Salah satu kriteria yang digunakan adalah penentuan *break even point*. Meningkatkan bahwa dalam perencanaan laba, *break even point* merupakan *profit planing approach*, yang didasarkan pada hubungan antara biaya dan penghasilan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan/menetapkan *break even point* sebagai pedoman untuk perencanaan laba bagi perusahaan yang bersangkutan.

*Break even point* merupakan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan. Dengan demikian mengharuskan pimpinan perusahaan untuk memenuhi pada volume penjualan berapa penghasilan penjualan dapat menutupi biaya totalnya agar perusahaan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh keuntungan. Syamsudin (2011:91) menyatakan analisis *break event point* adalah sangat penting bagi perusahaan karena hal itu akan (1) memungkinkan perusahaan untuk menentukan tingkat operasi yang harus dilakukan agar semua *operating cost* dapat tertutup. (2) untuk mengevaluasi tingkat-tingkat penjualan tertentu dalam hubungannya dengan tingkat keuntungan.

Usaha Butik *Adela Collection* di Belopa Kabupaten Luwu yang bergerak di bidang penjualan produk pakaian dan aksesoris, khususnya wanita. Di mana dengan mengetahui *break even point* pihak perusahaan dapat mempertahankan omzet. Untuk itu, *break even point* berguna sebagai pedoman dalam hubungannya dengan perencanaan laba. Di samping itu juga berguna untuk menerapkan prinsip kehati-hatian agar tidak terjadi penurunan omzet sampai di bawah titik impas.

Tujuan akhir dari setiap perusahaan adalah mempertahankan dan memaksimalkan keuntungan (laba),dimana untuk pencapaiannya memerlukan penerapan strategi manajemen yang benar dalam perusahaan, perolehan laba dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu volume produksi, harga jual, dan biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan juga mempengaruhi volume produksi, sedangkan volume produksi akan mempengaruhi biaya. Analisa *break event point* adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume aktivitas.

Usaha Butik *Adela Collection* merupakan kegiatan usaha bisnis yang mencari keuntungan melalui penjualan produk-produknya,maka Usaha Butik *Adela Collection* ini memiliki pertimbangan biaya yang didasarkan pada pencapaian keuntungan yang optimum, diperlukan

suatu perlakuan akuntansi yang tepat atas pengakuan pendapatan dan beban agar menyajikan suatu laporan keuangan yang wajar sesuai standar akuntansi yang diterima umum.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan kajian yang lebih mendalam dalam bentuk penelitian dengan judul “***Analisis Perencanaan Laba Pada Usaha Butik Adela Collection di Belopa Kabupaten Luwu.***”

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

“Apakah perencanaan laba dengan menggunakan metode *Break Event Point* sudah tepat diterapkan pada Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu”.

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk Mengetahui Perencanaan Laba yang dilakukan oleh Usaha Butik Adela *Collection* dengan menggunakan metode *Break Event Point*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian, yaitu :

1. Manfaat Teoritis :

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk menelaah sejauh mana fungsi pengetahuan yang telah diperoleh di bandingkan dengan penerapan ilmu dalam praktek.
- b. Menambah referensi bacaan sekaligus bahan kajian lebih lanjut terutama bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar
- c. Sebagai acuan dan bahan pustaka untuk penelitian lanjutan pada obyek yang sama.

2. Manfaat Praktis :

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi masyarakat agar lebih berpartisipasi dalam memajukan pertumbuhan perekonomian.

3. Manfaat Kebijakan :

Manfaat kebijakan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bahan masukan kepada perusahaan atau badan usaha lainnya tentang perencanaan dan pengendalian keuangan sehingga akan mempermudah perusahaan dalam memutuskan kebijakan apa yang akan diambil oleh pihak manajemen.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Pengertian Perencanaan**

Menurut (Horngren 2008 : 52) Perencanaan adalah metode mendetail yang telah dirumuskan sebelumnya untuk melakukan atau membuat sesuatu. Rencana itu sering dibuat dalam bentuk cerita dan membuat tujuan atau sasaran dan alat untuk mencapai tujuan tersebut atau suatu rencana itu dapat dibuat dalam bentuk anggaran, bagan atau karangan kerja dalam istilah keuangan atau grafik dalam suatu unit.

Perencanaan merupakan langkah awal dalam menjalankan suatu usaha sebelum menentukan dalam pengambilan keputusan. Baik buruknya atau berhasil tidaknya keputusan dalam usaha tergantung dari matangnya rencana tersebut. Perencanaan merupakan fungsi dari manajemen dalam suatu organisasi atau lembaga yang tujuannya kearah jangka panjang atau ke masa depan.

Perencanaan merupakan suatu pondasi bagi jalannya serta keberhasilan usaha. Dengan adanya perencanaan maka pihak manajemen akan lebih mudah menjalankan aktivitasnya.

Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang sangat penting, dalam fungsi-fungsi ini ditentukan sasaran yang akan dicapai, dan fungsi tersebut membantu dalam mengidentifikasi peluang-peluang maupun ancaman di masa mendatang, dengan perencanaan para karyawan diharapkan dapat bekerja ke arah tujuan yang sama, sehingga dapat terhindar dari kekeliruan yang tidak diinginkan. Dengan terhindarnya kesalahan-kesalahan tersebut maka efisiensi dan efektivitas dapat berjalan dengan lancar. Efisiensi dan efektivitas menyebabkan biaya dalam usaha dapat ditekan seminimum mungkin sehingga tujuan usaha dapat dicapai dengan baik.

Fungsi perencanaan berkaitan dengan penetapan tujuan dan sasaran organisasi, serta penentuan strategi dan kebijaksanaan untuk mencapai tujuan yang dimaksud yang diimplementasikan dalam bentuk rencana kegiatan (program atau proyek) serta rencana penggunaan sumber-sumber ekonomi yang dinyatakan dalam satuan moneter (anggaran) dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Perencanaan sangat penting, sebab tujuan dari suatu perusahaan, baik perusahaan yang mengejar keuntungan (*profit seeking*) maupun tidak adalah untuk kelangsungan hidup dan perkembangannya. Kelangsungan hidup dan perkembangan

perusahaan ini hanya mungkin dapat diperoleh bila perusahaan beroperasi secara efektif dan efisien, untuk itu dibutuhkan adanya suatu rencana yang baik dan tepat.

Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai tujuan itu, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan fungsi-fungsi lain, pengorganisasian, pengarahan dan pengontrolan tak akan dapat berjalan.

Perencanaan sebagai unsur pengambilan keputusan (*decisionmaking*) merumuskan tujuan-tujuan perusahaan dan kebijaksanaanya sebagai standar kerja untuk pegangan dalam pelaksanaan, pengembangan program dan strateginya.

Hal ini diungkapkan oleh, Halim et al (2013:5) mengemukakan bahwa

“Planning (perencanaan) adalah proses penentuan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan oleh suatu organisasi pada masa yang akan datang, termasuk diantaranya adalah penetapan tujuan organisasi dan metode atau cara untuk mencapai tujuan tersebut.”

Perencanaan sebagai suatu proses analisis dan pengambilan keputusan yang berakhir bila suatu rencana khusus telah

dikembangkan. Rencana dapat berupa rencana informal atau rencana formal. Rencana informal adalah rencana yang tidak tertulis dan bukan merupakan tujuan bersama anggota suatu organisasi. Sedangkan rencana formal adalah rencana tertulis yang harus dilaksanakan suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu.

Stephen Robbins dan Mary Coulter mengemukakan tujuan perencanaan sebagai berikut :

- a. Untuk memberikan pengarahan baik untuk manajer maupun karyawan nonmanajerial. Dengan rencana, karyawan dapat mengetahui apa yang harus mereka capai, dengan siapa mereka harus bekerja sama, dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi.
- b. Untuk mengurangi ketidakpastian. Seorang manajer membuat rencana, ia dipaksa untuk melihat jauh ke depan, meramalkan perubahan, memperkirakan efek dari perubahan tersebut, dan menyusun rencana untuk menghadapinya.
- c. Untuk meminimalisir pemborosan. Dengan kerja yang terarah dan terencana, karyawan dapat bekerja lebih efisien dan mengurangi pemborosan.
- d. Untuk menetapkan tujuan dan standar yang digunakan dalam fungsi selanjutnya, yaitu proses pengontrolan dan

pengevaluasian. Proses pengevaluasian atau evaluating adalah proses membandingkan rencana dengan kenyataan yang ada.

Tujuan perusahaan adalah laba, dan perencanaan diperlukan untuk mencapainya, karena laba tidak datang dengan sendirinya. Salah satu alasan yang mendorong perusahaan untuk menyusun rencana untuk menghadapi waktu yang akan datang ialah perlu dengan berbagai alternatif pilihan, sehingga perusahaan harus mempersiapkan diri sejak awal, alternatif manakah yang akan dipilih.

Beberapa perbedaan antara kegiatan perencanaan dengan kegiatan yang bukan perencanaan. Maka yang disebut perencanaan harus ada hal-hal/nilai sebagai berikut :

1. Perencanaan bukan aktivitas individu murni

Perencanaan dibuat oleh individu yang bergabung menjadi kelompok, dimana masing-masing individu memiliki spesifikasi keahlian, yang nantinya akan bekerja secara bersama-sama untuk mempengaruhi tindakan kelompok, organisasi-organisasi, atau pemerintah dengan tujuan untuk kesejahteraan masyarakat umum.

2. Perencanaan tidak berorientasi masa sekarang

Perencanaan diharapkan dapat membuat suatu proyeksi dengan melihat trend-trend yang ada, sehingga harapannya

proyeksi-proyeksi yang telah dibuat dapat dijadikan suatu acuan untuk pengambilan keputusan jangka pendek yang mempertimbangkan masa depan.

3. Perencanaan tidak di buat rutin

Perencanaan adalah tindakan yang berorientasi masa depan, dan hasil yang diinginkan untuk mendapatkannya akan sangat lama, sehingga tidak dapat dibuat secara rutin.

4. Perencanaan biasanya memiliki sedikit atau tidak memiliki pendekatan trial and error sama sekali dalam pemecahan masalah Pembuatan keputusan yang berdasarkan pada uji penambahan dan perbandingan, sebagaimana diformalkan dalam “penambahan keputusan” adalah bukan perencanaan.

5. Perencanaan bukan hanya bayangan dari masa depan yang diinginkan.

Pemikiran seperti strategi-strategi pemikiran sosial tanpa bermaksud untuk melaksanakannya atau mau melaksanakannya namun tanpa kekuasaan, ini merupakan pemikiran yang produktif, namun ini bukan perencanaan.

6. Perencanaan bukan hanya membuat suatu rencana.

Perencanaan tidak hanya tindakan pada tingkat tertentu, akan tetapi persoalannya tidak selalu bagaimana membuat

keputusan lebih rasional, melainkan bagaimana memperbaiki kualitas tindakan.

7. Perencanaan harus meliputi komitmen dan kekuasaan

Perencanaan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manusia dengan proses yang panjang dan membutuhkan pemikiran yang berat, dengan pengambilan kebijakan-kebijakan tertentu yang mengakomodasikan kebutuhan masyarakat secara umum.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan bahwa perencanaan harus berhubungan dengan masyarakat, berorientasi masa depan, tidak bersifat rutin, sengaja, strategis, dan dihubungkan dengan tindakan. Maka menurut Ernest R.Alexander perencanaan merupakan aktivitas sosial atau organisasi dalam pengembangan strategi tindakan masa depan yang optimal untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Apabila perencanaan telah disusun bersama berdasarkan asas partisipasi aktif pada semua kegiatan perusahaan dan pentahapan rencana telah dituangkan dalam bentuk rencana jangka panjang dan rencana jangka pendek, maka harus diadakan pengujian atau penilaian kewajarannya secara menyeluruh agar perencanaan yang disusun merupakan landasan untuk pengorganisasian, pelaksanaan kegiatan dan pelaksanaan pengawasan.

## **2. Perencanaan Laba**

Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat di mana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan laba-rugi, neraca, kas, dan modal kerja untuk jangka pendek.

Munawir, (2011: 184) menyatakan bahwa Perencanaan laba adalah perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan yaitu memperoleh laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba memiliki selisih antara pendapatan yang di terima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan. Perencanaan laba memiliki hubungan antara biaya, volume dan harga jual. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan mempengaruhi volume produksi.

## **3. Pengertian Biaya**

Suatu perusahaan yang memproduksi barang atau jasa atau yang memperjual belikan barang, dalam melaksanakan aktifitas



memerlukan pengorbanan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pengorbanan atau biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan, merupakan pengorbanan nilai-nilai dan faktor-faktor produksi. Pengorbanan tersebut dimaksudkan untuk menciptakan keuntungan atau laba perusahaan semaksimal mungkin.

Sebelum membahas pokok permasalahan yang telah dikemukakan, terlebih dahulu mengemukakan pengertian tentang biaya karena dalam perhitungan analisis titik impas diperlukan data tentang biaya.

Berikut ini dikemukakan beberapa pengertian dari biaya, seperti yang dikemukakan oleh Mulyadi, (2012:8) menyatakan bahwa :

“Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Selanjutnya Hendra S. Raharjaputra, (2011:110) menyatakan bahwa :

“Costs adalah biaya dalam arti pengorbanan/pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau individu yang berhubungan langsung dengan output/produk yang dihasilkan oleh perusahaan/perseorangan tersebut”.

Dari pengertian biaya yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan yang dilakukan yang diukur dengan nilai uang terhadap barang dan jasa, dimana arti pengorbanan itu diharapkan akan diperoleh suatu keuntungan.

Penyajian dan analisa dari data-data biaya akan memberikan kegunaan atau berikut:

- a. Perencanaan laba dengan menggunakan budget-budget sebagai alat.
- b. Pengendalian biaya-biaya melalui akuntansi tanggung jawab.
- c. Pengukuran laba tahunan atau laba berkala termasuk penilaian persediaan.
- d. Memberi bantuan dalam menetapkan harga jual dan suatu kebijaksanaan harga.
- e. Memberikan data-data biaya yang bersangkutan-paut untuk proses analisa untuk pengambilan keputusan.

#### **4. Penggolongan Biaya**

Dalam setiap proses produksi barang dan jasa bagi perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa selalu melibatkan unsur-unsur biaya yang berbeda-beda di mana penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan yang bersangkutan.

Untuk menunjang perincian biaya secara efisien, perlu diuraikan penggolongan biaya secara jelas demi menghindari kekeliruan. Penggolongan biaya diperlukan untuk menyajikan biaya yang dipergunakan bagi akuntansi dalam menyusun atau menetapkan harga pokok, baik harga pokok produksi maupun harga pokok penjualan.

Berikut ini dikemukakan penggolongan biaya menurut Mulyadi, (2012:13) sebagai berikut :

a. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut : biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, dan biaya zat warna.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Penggolongan biaya ini didasarkan fungsi-fungsi dimana biaya tersebut terjadi atau berhubungan, seperti fungsi-fungsi pokok yang terdapat dalam perusahaan manufaktur adalah fungsi-fungsi produksi, administrasi umum dan pemasaran misalnya, oleh karena itu biaya-biaya dalam perusahaan manufaktur

dapat digolongkan menjadi biaya-biaya produksi, administrasi, umum dan pemasaran.

- c. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Biaya dapat dihubungkan dengan sesuatu yang dibiayai atau objek pembiayaan. Jika suatu pengolahan bahan baku menjadi produk maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa produk atau jika perusahaan menghasilkan jasa, maka sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi 2 golongan yakni :

1. Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi.
2. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

- d. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas

Penggolongan biaya ini digunakan untuk keperluan pengendalian biaya dan pengambilan keputusan. Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya di

golongkan menjadi: biaya variabel, biaya semi variabel, biaya semi fixed, dan biaya tetap.

e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Penggolongan ini dilakukan sehubungan dengan pembebanan biaya itu dalam periode akuntansi tertentu. Hal ini dilakukan supaya perhitungan laba rugi dan penentuan harga pokok produk atau penjualan dapat dilakukan secara teliti. Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi 2 yakni :

1. Pengeluaran modal (*capital expenditures*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Namun tidak seluruh pengeluaran modal dibebankan di dalam periode akuntansi dimana pengeluaran tersebut terjadi tetapi dibagikan kepada periode-periode yang menikmati manfaat pengeluaran tersebut. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva, untuk promosi besar-besaran, dan pengeluaran unit riset dan pengembangan suatu produk.
2. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Penggolongan biaya tersebut di atas, yang erat hubungannya dengan pembahasan skripsi ini adalah penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

Selanjutnya akan dikemukakan beberapa pendapat yang memberikan pengertian tentang biaya tetap dan biaya variabel. Mulyadi, (2012:16) menyatakan bahwa :

“Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.”

Berikut ini adalah pengertian biaya tetap dan biaya variabel yang di kemukakan oleh Bastian Bustami dan Nurlela, (2010:15) menyatakan bahwa :

“Biaya tetap adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relavan tertentu, tetapi secara per-unit berubah. Biaya variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relavan, tetapi secara per-unit tetap. Biaya semivariabel adalah biaya yang di dalamnya mengandung unsur tetap dan memperlihatkan karakter tetap dan variabel.”

Berdasarkan pengertian biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel yang telah dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dari waktu ke waktu meskipun terjadi perubahan volume kegiatan perusahaan.

Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional atau sebanding atau sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Sedangkan biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tetapi tidak secara proporsional atau tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

Biaya semi variabel ini tidak dimasukkan dalam perhitungan break even point. Oleh karena itu harus ditegaskan atau dipisahkan mana yang harus dalam golongan biaya tetap dan biaya variabel.

## **5. Pengertian *Break Even Point***

Salah satu alat akuntansi dalam melakukan analisis berhubungan dengan tingkah laku biaya adalah *Break Even Point*.

Pengertian batas batas *break even point* adalah sebagai berikut : Impas adalah suatu keadaan dimana suatu usaha tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas apabila jumlah penghasilan sama dengan biayanya, atau apabila *margin income (contribution margin)* hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

Pengertian analisis *break even point* di kemukakan oleh Krismiaji dan Aryani (2011:170), bahwa *Break even point* atau titik impas sebagai sebuah titik dimana jumlah pendapatan penjualan sama dengan jumlah biaya. Dengan demikian pada titik ini perusahaan tidak memperoleh laba, namun juga tidak menderita rugi ( $\text{laba}=0$ ).

Selanjutnya, Kasmir, (2013: 332) memberikan pengertian *Analysis Break Even* adalah :

“Analisis *Break even point* biasanya lebih sering digunakan apabila perusahaan mengeluarkan suatu produk yang artinya dalam memproduksi sebuah produk tentu berkaitan dengan masalah biaya yang harus dikeluarkan kemudian penentuan harga jual serta jumlah barang atau jasa yang akan diproduksi atau dijual ke konsumen.”

Kemudian Bastian dan Nurlela (2009:87) menyatakan bahwa :

“*Break even point* adalah suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang manajer perusahaan untuk mengetahui volume (jumlah) penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian ataupun tidak pula memperoleh laba .”

Berikut ini pengertian *Analisa Break Even Point* menurut Lukman Syamsuddin, (2011:90) menyatakan bahwa :



“Analisa break even point yang seringkali juga disebut dengan istilah “ *cost volume profit analysis* ” adalah sangat penting bagi perusahaan karena hal itu akan : 1. Memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan tingkat operasi yang harus dilakukan agar semua operating cost dapat tertutup, dan 2. Untuk mengevaluasi tingkat-tingkat penjualan tertentu dalam hubungannya dengan tingkat keuntungan.”

Selanjutnya dalam mengadakan *break even point*, digunakan asumsi-asumsi dasar sebagai berikut :

- a. Biaya di dalam perusahaan di bagi dalam golongan biaya variabel dan golongan biaya tetap.
- b. Besarnya biaya variabel secara totalitas berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi/penjualan. Ini berarti bahwa biaya variabel perunitnya adalah tetap sama.
- c. Besarnya biaya tetap secara totalitas tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi/penjualan. ini berarti bahwa biaya tetap per unitnya berubah-ubah karena adanya perubahan volume kegiatan.
- d. Harga jual per unit tidak berubah selama periode yang dianalisa.
- e. Perusahaan yang memproduksi satu macam produk. Apabila diproduksi lebih dari satu macam produk, pertimbangan

penghasilan penjualan antara masing-masing produk atau “sales misalnya adalah tetap konstan”.

*Break even point* secara umum dapat memberikan informasi kepada pimpinan, bagaimana pola hubungan antara volume penjualan, cost/biaya, dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada level penjualan tertentu. *Break even point* dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan mengenai hal-hal sebagai berikut :

1. Jumlah penjualan minimal yang harus di pertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
3. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
4. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *break even point* adalah suatu alat yang sangat bermanfaat dan penting diketahui manajemen perusahaan, karena dengan demikian dapat menunjukkan sebab-sebab keadaan yang menguntungkan maupun merugikan.

Kegunaan *break even point* adalah sebagai berikut :

- a. *Break even point* dapat dipakai sebagai alat pemberi informasi kepada manajemen secara sederhana dan singkat.
- b. *Break even point* dapat digunakan sebagai alat pedoman dalam pengambilan keputusan terutama yang menyangkut biaya, pendapatan dan perencanaan biaya.
- c. *Break even point* dapat pula memberikan gambaran tentang biaya dan hasil produknya yang diharapkan secara menyeluruh didalam aktivitas utama perusahaan dimasa mendatang .
- d. *Break even point* dapat digunakan sebagai landasan untuk mengendalikan kegiatan operasional yang sedang berjalan, yaitu sebagai sarana untuk antara realisasi dengan perhitungan berdasarkan analisa *break even point* sebagai alat pengendali atau *controlling*.
- e. *Break even point* dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual, yaitu setelah diketahui hasil-hasil perhitungan menurut analisa *break even point* dan laba yang ditargetkan.

Demikian penting *break even point* ini untuk mengetahui keuntungan ataupun kerugian yang dialami perusahaan. Dengan kata lain, pada keadaan itu keuntungan dan kerugian sama dengan nol. Hal tersebut dapat terjadi bila perusahaan dan operasinya menggunakan biaya tetap, dan volume penjualan hanya cukup

untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel. Apabila penjualan hanya cukup untuk menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, maka perusahaan menderita kerugian. Dan sebaliknya akan memperoleh keuntungan, bila penjualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap yang harus dikeluarkan.

Selanjutnya, untuk menghitung *break even point* digunakan cara pendekatan sebagai berikut :

1. Atas dasar unit

$$\text{Break Event Point} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

2. Atas dasar dalam rupiah

Perhitungan break even point atas dasar dalam rupiah menurut, Satrijo Budiwibowo (2012:19) dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

FC = Total Biaya tetap

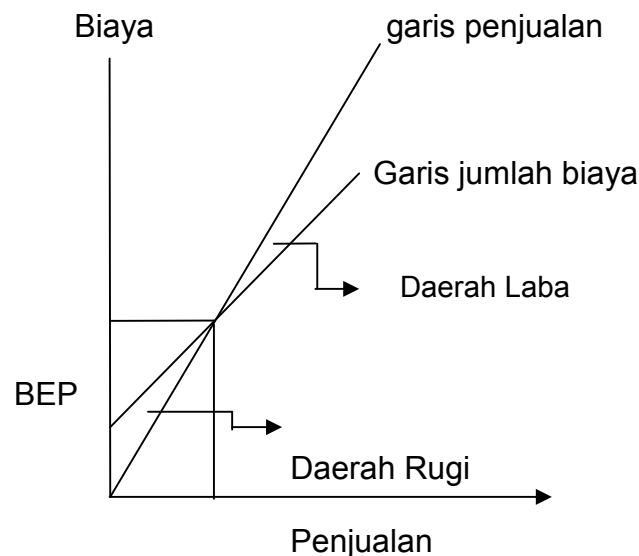
VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan/Nilai Jual dalam rupiah

1 = Konstan

### 3. Pendekatan Grafik

Salah satu cara untuk menentukan *break even point* adalah dengan membuat gambar/grafik yang menunjukkan jumlah rupiah hasil Jual, kuantitas yang dijual, biaya variabel, biaya tetap, laba marginal, laba pada tingkat penjualan tertentu serta *break even point* itu sendiri. Titik *Break Event Point* dapat dilihat pada grafik berikut ini :



**Gambar 2.1 : Grafik *Break Event Point***

### 4. Pendekatan *Trial and Error*

Perhitungan break even point dapat dilakukan dengan cara coba-coba, yaitu dengan menghitung keuntungan neto dari suatu volume produksi tertentu. Apabila perhitungan tersebut menghasilkan keuntungan maka diambil volume produksi yang lebih rendah. Apabila dengan mengambil suatu volume produksi

tertentu, perusahaan menderita kerugian maka kita mengambil volume produksi yang lebih besar. Demikian dilakukan seterusnya hingga dicapai volume produksidimana penghasilan penjualan tepat sama dengan besarnya biaya total.

Manfaat lain yang bisa diambil dengan menggunakan konsep *break even point* yaitu sebagai berikut :

a. Perencanaan Penjualan atau Produksi

Pada setiap awal periode perusahaan sudah harus mempunyai perencanaan produksi dan penjualan. Rencana produksi dan penjualan bisa direncanakan dengan menggunakan konsep *break even point*.

b. Perencanaan Harga Jual Normal

Salah satu keputusan yang harus diambil oleh manajer keuangan adalah penentuan harga jual. Harga jual merupakan sejumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang/jasa yang diinginkan. Bagi perusahaan harga jual harus bisa menutup semua biaya dan target keuntungan. Apabila tidak bisa menutup target laba, apalagi biaya yang dikeluarkan berarti perusahaan dalam kondisi rugi. Dalam membuat rencana harga jual, perusahaan mendasarkan pada

proyeksi penjualan yang telah direncanakan, serta target laba pada periode yang bersangkutan.

c. Perencanaan Metode Produksi

Analisis *break even point* ini juga sering digunakan untuk menentukan alternatif pemilihan metode produksi atau mesin produksi. Ada mesin produksi yang mempunyai karakteristik biaya tetap rendah tetapi biaya variabel tinggi (sering disebut padat karya) atau biaya tetap tinggi tetapi biaya variabel perunit rendah (sering disebut padat modal).

d. Titik Tutup Pabrik

Apabila kondisi perusahaan sudah menunjukkan biaya total melebihi penjualan totalnya, yang artinya bahwa perusahaan beroperasi dibawah titik *break even*, apakah perusahaan sebaiknya ditutup atau tetap dipertahankan. Untuk itu manajemen harus menganalisis apakah kondisi yang demikian akan berlanjut dalam waktu yang relatif lama, atau tidak. Ada kemungkinan manajemen harus memutuskan untuk menghentikan sementara atau seterusnya apabila kondisi sudah sedemikian parahnyanya. Alat yang dapat digunakan manajemen dalam mengadakan analisis penutupan perusahaan tersebut

adalah analisis titik tutup pabrik atau sering disebut *shut down point*. Apabila perusahaan beroperasi dibawah *break even point* berarti perusahaan secara akuntansi mengalami kerugian namun secara *cash flow* atau aliran kas perusahaan masih mendapatkan sisa kas, selama penerimaan penghasilan masih bisa menutup biaya variabel dan biaya tetap tunai. Biaya tetap tunai adalah biaya tetap yang dikeluarkan secara tunai seperti pembayaran gaji, biaya promosi, sewa gedung, dan biaya tetap tunai lainnya. Artinya pada kondisi tersebut perusahaan masih bisa membayar gaji karyawannya, walaupun untuk membayar biaya tetap tidak tunai (penyusutan) tidak mencukupi. Tetapi kalau penerimaan penjualan tidak bisa menutup biaya variabel dan biaya tetap tunai, maka perusahaan sudah harus ditutup.

*Break even point* secara umum dapat memberikan informasi kepada pimpinan, bagaimana pola hubungan antara volume penjualan cost dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada level penjualan tertentu. Sehingga analisis *break even point* sering juga disebut *cost volume profit analysis*.



## 6. Konsep *Contribution Margin*

Margin kontribusi adalah selisih antara hasil penjualan setelah dikurangi biaya variabel. Jumlah margin kontribusi dapat digunakan untuk menutup biaya tetap dan membentuk laba. *Break even point* yang dicari dengan metode margin kontribusi dicapai ketika jumlah margin kontribusi sama besarnya dengan biaya tetap.

Apabila *contribution margin* lebih besar daripada biaya tetap, berarti penghasilan penjualan lebih besar daripada biaya total, maka perusahaan mendapatkan keuntungan. Demikian pula yang terjadi sebaliknya, bila *contribution margin* lebih kecil dari biaya tetap maka perusahaan dalam keadaan rugi karena dari hasil penjualan yang diperoleh tidak mampu menutupi seluruh biaya tetap yang dikeluarkan. Bila menggunakan konsep *contribution margin*, titik impas akan tercapai pada volume penjualan dimana *contribution margin* tetap sama besarnya dengan biaya tetapnya.

Pemakaian model CVP menurut Blocher, dkk (2010:505) secara efektif membutuhkan pemahaman mengenai tiga konsep tambahan: margin kontribusi, rasio margin kontribusi, dan laporan laba rugi kontribusi. Margin kontribusi dapat dinyatakan dalam unit maupun total. Margin kontribusi per unit (*unit contribution margin*) merupakan selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit:

$$P - V = \text{Margin kontribusi per unit}$$

Untuk menghitung besarnya *contribution margin* digunakan rumus yang dikemukakan oleh Blocher, dkk (2010: 505) :

$$CM = \text{Penghasilan Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

Konsep *contribution margin* dengan *contribution margin ratio*, yaitu persentasi kontribusi atas pendapatan modal (total revenue), yang mana dapat dihitung dari kontribusi satuan terhadap harga satuan atau jumlah kontribusi terhadap jumlah pendapatan.

Dengan demikian untuk menghitung besarnya *contribution margin ratio* digunakan formulasi sebagai berikut :

$$CMR = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}} \times 100 \%$$

## B. Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 1.1

## Penelitian Terdahulu

N O	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	METODE ANALISIS	HASIL PENELITIAN
1.	Merry Beatrix Malombek e (2013)	Analisa <i>Break-Even-Point</i> Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado	Metode deskriptif kuantitatif. Data yang dianalisa dalam penelitian ini yaitu laporan produksi/non produksi perusahaan, harga produk, volume penjualan, biaya aktual baik operasional maupun non operasional	Membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel, menghitung <i>BreakEven Point</i> untuk ketiga produk yang diambil menjadi sampel, menghitung <i>margin of safety</i> terdapat bahwa ketiga produk yaitu, taaries, bread, dan pastry mampu memperoleh keuntungan, dengan. Keuntungan ini bergerak secara signifikan dari hasil penjualan Holland Bakery telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.
2.	Christine Praticia Ponomban (2013)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pt. Tropica Cocoprime	Analisis data <i>break even</i> dan analisis margin pengaman	Menunjukkan adanya perbedaan pencapaian titik impas dalam Rupiah dan dalam kuantitas di setiap tahunnya. Ini disebabkan karena adanya perbedaan besarnya

				biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan setiap tahun
3.	Ricky Budiman Samahati (2013)	Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sedona Manado	Metode analisis yang dipakai yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan rumus <i>break even poin</i> atas dasar <i>sales</i> dalam Rupiah, perhitungan perencanaan laba, serta rumus <i>margin of safety</i> (tingkat keamanan) yang dinyatakan dalam Rupiah dalam bentuk persentase.	menunjukkan pada tahun 2011 dan 2012 Hotel Sedona tidak mengalami kerugian dan laba pada tahun 2011 lebih besar dari laba tahun 2012. Dengan mengasumsikan 10% pada biaya-biaya variabel dan 10% pada volume operasional, maka perencanaan laba dan pendapatan ditahun 2013 lebih banyak dibandingkan pada tahun 2011 dan 2012.
4.	1) Reisty Mangundap, 2) Hariyanto Sabijon 3) Victorina Tirajoh (2014)	<i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada <i>Shmily Cupcakes</i>	Analisis <i>Break Even (BE)</i> atau <i>Break Even Point (BEP)</i> yang biasa disebut titik pulang pokok / titik impas.	Menjelaskan bahwa perusahaan dengan memperhitungkan <i>margin of safety</i> dan <i>contribution margin</i> dapat memaksimalkan metode <i>break even point</i> sebagai metode untuk melakukan penjualan di atas titik impas dan meminimalisasi kerugian.
5.	Joy Toar Pangeman	Analisis Perencanaan	Metode analisis yang digunakan	Menunjukkan secara umum

	an (2016)	Laba Perusahaan Dengan Penerapan <i>Break Even Point</i> Pada Pt. Kharisma Sentosa Manado	adalah Analisa deskriptif.	kinerja penjualan dan pengelolaan biaya-biaya yang dilakukan oleh PT. Kharisma Sentosa Manado sudah efisien. Selama tahun 2013-2015 PT. Kharisma Sentosa Manado mampu menjual mobil Xenia Sporty 1.3 (MT) di atas titik impas dengan kata lain PT. Kharisma Sentosa Manado mampu memperoleh keuntungan, dan keuntungan ini bergerak cukup signifikan dari hasil penjualan dan hal tersebut berarti PT. Kharisma Sentosa Manado telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.
6.	1) Rinda Christina 2) Rini Aprilia (2013)	Analisis Hubungan <i>Break Even Point</i> Dengan Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada Cv. Adi Putra Utama Palembang	Metode analisis yang digunakan adalah Analisa deskriptif kuantitatif	Menyimpulkan bahwa dalam perencanaan laba dengan menggunakan analisis <i>break even point</i> dapat digunakan untuk memprediksi biaya yang akan terjadi untuk pihak manajemen

				perusahaan mempertimbangkan untuk menggunakan analisis tersebut, karena analisis <i>break even point</i> ini mengupas keterkaitan antara biaya dan volume penjualan sehingga perusahaan dapat merencanakan laba dengan lebih baik lagi.
--	--	--	--	---

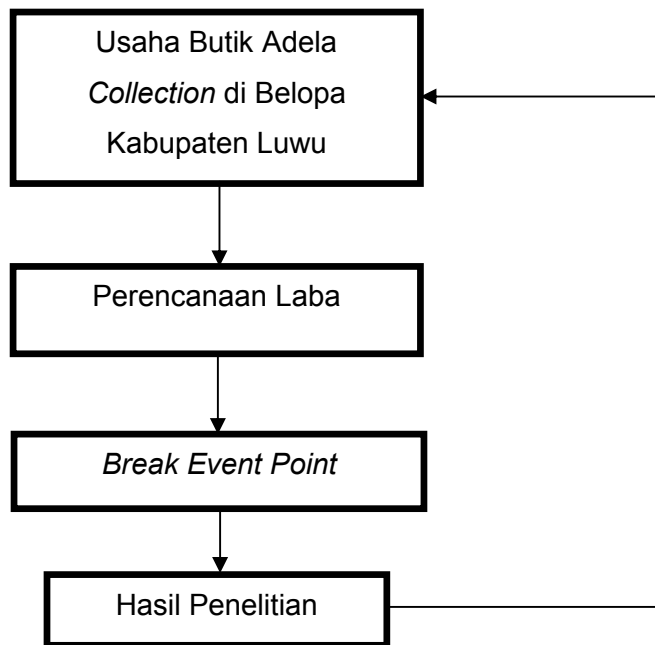
Sumber : Hasil diolah

### C. Kerangka Pikir

Perusahaan Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu menggunakan metode *Break Even Point* untuk menganalisis perencanaan dan pengendalian keuangan. Disamping itu juga untuk mengetahui volume penjualan Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu belum mendapat laba atau rugi. Sehingga itu dijadikan dasar oleh pimpinan sebagai pengambilan keputusan dimasa yang akan datang.

Dimana dalam menjalankan suatu aktivitas Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu tidak terlepas dari perencanaan dan pengendalian keuangan karena perencanaan dan pengendalian memegang peranan yang penting dalam kegiatan operasi perusahaan untuk proses pelaksanaan aktivitasnya.

Untuk lebih jelasnya kerangka pikir Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu dapat digambarkan pada bagan dibawah ini :



**Gambar 2.2 :**

**Kerangka Pikir**

**D. Hipotesis**

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan adalah “diduga bahwa perencanaan laba telah dilakukan dengan alat bantu metode *Break Even Point* pada Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu”.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan yang diteliti dalam bentuk angka-angka berupa harga jual, biaya tetap dan variable yang diperoleh dari laporan laba rugi dan masih memerlukan pengelolaan kembali dan dapat digunakan untuk pembahasan lebih lanjut.

##### **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen serta laporan-laporan yang tertulis dari Butik Adela Collection di Kabupaten Luwu yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam proposal ini.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Butik Adela Collection di Belopa Kabupaten Luwu yang bertempat di Jl. Topoka No. 33 yang dilaksanakan selama 2 Bulan yaitu Mei sampai dengan Juli 2018.



### C. Defenisi Operasional

1. *Break even point Rupiah* ( $BEP_{Rp}$ ) adalah jumlah barang yang dijual, yang dalam perusahaan manufaktur diproduksi terlebih dahulu.
2. *Break even point ( Unit )* adalah jumlah produk yang dihasilkan impas dalam unit.
3. Perencanaan Laba meliputi kegiatan menentukan apa yang harus di kerjakan oleh Butik Adela *Collection* di Kabupaten Luwu untuk mencapai tujuan atau laba maksimal.
4. *Contribution margin* adalah pecahan dari kontribusi penjualan yang menyeimbangkan biaya tetap atau selisih antara penjualan dengan biaya variabel pada tingkat kegiatan tertentu.

### D. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka dilakukan metode pengumpulan data yaitu :

1. Penelitian Lapangan (*Field research*)

Penelitian lapangan yaitu penelitian dilakukan langsung ke lapangan atau untuk memperoleh data secara langsung terhadap objek yang diteliti dengan menempuh cara-cara sebagai berikut :

- a. Teknik Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab langsung secara lisan dengan pimpinan dan karyawan perusahaan yang ada hubungannya dengan penulisan proposal ini.
- b. Teknik Pengamatan (Observasi), yaitu pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.

## 2. Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Penelitian ini dilakukan dengan cara menelaah pustaka dengan mengambil literatur yang mendukung kerelevanan permasalahan yang diangkat untuk mendapatkan kejelasan yaitu melalui literature buku-buku, skripsi, dan berbagai tulisan yang bersumber dari internet.

### **E. Metode Analisis**

Berdasarkan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya, maka dalam menganalisis dan membuktikannya, penulis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu metode analisis dalam bentuk angka-angka, untuk menganalisis data dan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dapat digunakan metode analisis sebagai berikut :

1. Untuk menentukan besarnya *break even point* atas dasar ( unit ) digunakan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{BEP (Unit) = \frac{FC}{P - VC}}$$

Dimana :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel Per unit

P = Harga Jual per Unit

BEP ( Unit ) = Jumlah Produk yang dihasilkan impas  
dalam unit

2. Untuk menentukan besarnya *break even point* atas dasar ( rupiah )  
digunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

FC = Total Biaya tetap

VC = Biaya variabel

S = Hasil Penjualan

1 = Konstan

3. Untuk menentukan penjualan minimal didalam menentukan laba  
yang direncanakan adalah :

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{FC} + \frac{\text{Target Laba}}{(1 - \text{Tarif Pajak})}}{\text{Target Laba} + \text{Tarif Pajak}}$$

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM USAHA BUTIK ADELA COLLECTION**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu**

Butik *Adela Collection* merupakan kegiatan usaha yang bergerak di bidang penjualan busana pakaian yang menawarkan berbagai macam desain pakaian bermotif. Usaha ini dirintis oleh Ibu Hj. Nuhra sejak Agustus 2012. Lokasi Usaha Butik *Adela Collection* cukup strategis karena berada di pusat Kota yang berdekatan dengan area pasar, perkantoran dan perbankan sehingga mudah untuk dijangkau.

Usaha Butik *Adela Collection* terletak di Jl. Topoka No. 33, Belopa Kabupaten Luwu. Butik *Adela Collection* ini memiliki berbagai macam motif pakaian dengan ciri khas yang tersebar di seluruh nusantara ini. Terlihat sampai sekarang Butik *Adela Collection* mampu bersaing dengan butik-butik lainnya dan memiliki peminat / konsumen yang banyak. Jadi tidak diragukan lagi untuk masalah kualitas dan harga, karena Butik *Adela Collection* telah bersaing di pasaran.

**B. Visi dan Misi Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu**

1. Visi :

- a. Menjadikan busana muslim sebagai tren berpakaian yang sopan dan bernilai bagi seluruh masyarakat pada umumnya dan bagi umat muslim dan muslimah pada khususnya
- b. Bisa mengangkat ekonomi bangsa indonesia dengan memanfaatkan peluang industri *fashion*

2. Misi :

- a. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dalam pengadaan kebutuhan masyarakat
- b. Membantu meningkatkan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat sekitar melalui industri *fashion*.
- c. Selalu meningkatkan kinerja dan kualitas produk dengan berpijak pada kedisiplinan dengan harapan terwujudnya pelayanan yang memuaskan terhadap semua konsumen.

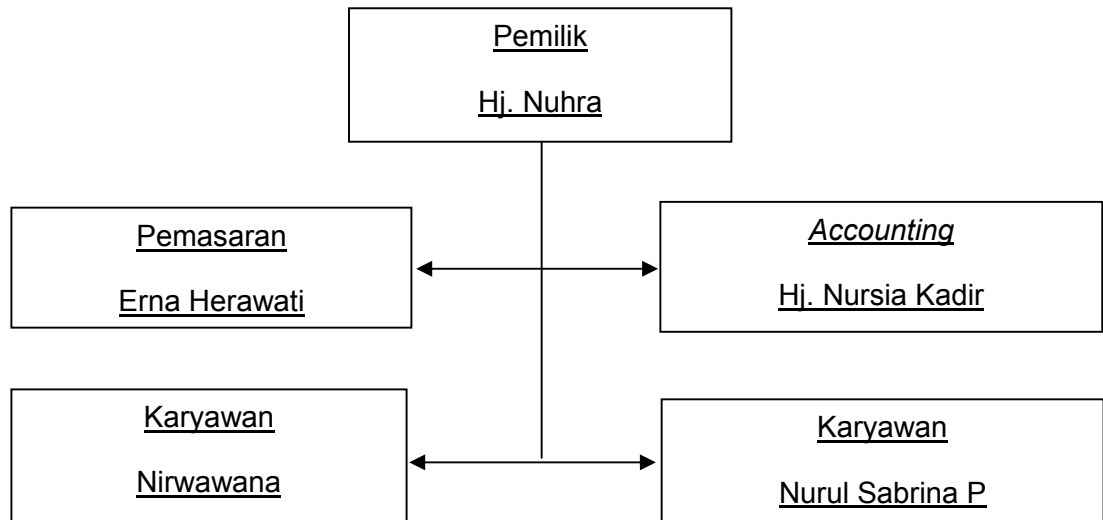
**C. Struktur Organisasi Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu**

Struktur organisasi ini menjelaskan bagian yang terlibat dalam proses yang ada pada Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.3

Gambar 4.3

**Bagan Struktur Organisasi Usaha Butik Adela *Collection***



**Gambar 4.3 Struktur Organisasi Usaha Butik Adela *Collection***

**D. Deskripsi Tugas**

Fungsi dan tanggung jawab dari setiap komponen organisasi adalah sebagai berikut :

a. Pemilik

Bertugas untuk mengatur dan mengambil seluruh keputusan untuk memajukan Butik mengawasi kinerja karyawan dan memberikan kesejahteraan pada karyawan.

b. Pemasaran

Pemasaran berperan mempromosikan hasil produk yang dihasilkan, menjual, serta menerima pesanan. Bagian pemasaran bertanggung jawab atas kepuasan pelanggan / konsumen.

c. *Accounting*

*Accounting* berperan mengatur aliran kas masuk dan keluar. Bagian *accounting* bertanggungjawab atas kelancaran keuangan. Lancar tidaknya keuangan mempengaruhi berkembangnya suatu usaha.

d. Karyawan

Karyawan berperan menawarkan produk yang ada di butik terutama produk yang terbaru, membantu pelanggan dalam mencari dan mengemas produk, melayani pembeli pada saat melakukan pembayaran, serta mengawasi dan menjaga produk agar tidak hilang atau rusak.

**E. Produk Usaha Butik Adela *Collection***

Butik *Adela Collection* dalam usahanya untuk tetap mempertahankan keberadaannya sebagai pelayanan penjualan di bidang pakaian dan asesoris lainnya sebagai pelengkap fashion yang menyediakan produk-produk yang mempunyai ciri khas bordir, dan



payet, inovatif, dan berkualitas tinggi. Menurut Hj. Nuhra adapun produk Butik Adela *Collection* sebagai berikut:

1. Pakaian Gamis Syar'i
2. Pakaian Blues
3. Gaun Pesta
4. Kemeja
5. Mukena
6. Batik
7. Jilbab
8. Celana Jeans
9. Tas
10. Sepatu

**F. Kebijakan Usaha Butik Adela *Collection* Dalam Menentukan Kenaikan Laba**

Usaha Butik Adela *Collection* tentu memiliki asumsi ekonomi yang dimana usaha butik Adela *Collection* perlu memperhitungkan harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah memaksimisasi laba. Dalam era persaingan global, kondisi yang dihadapi semakin banyak variable yang berpengaruh terhadap daya saing setiap usaha, sehingga tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat

menghasilkan laba maksimum, oleh karena itu, butik menetapkan mark up sebesar 15% di tahun 2016, 15% di tahun 2017. dan perencanaan laba di tahun 2018 sebesar 20% dari total jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh butik *Adela Collection*.

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Metode atau Strategi Pemasaran Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu

Strategi yang diunggulkan dalam meningkatkan penjualan produk pakaian Butik Adela *Collection* selama ini, strategi yang digunakan hanya mengikuti kegiatan pakaian baik muslim maupun non muslim, *media online*, dan *face to face*, pada intinya semua strategi yang digunakan memiliki keunggulannya masing-masing.

Menurut Erna Herawati, strategi yang dapat meningkatkan penjualan produk pakaian Butik Adela *Collection* adalah:

##### 1. Strategi produk (*product*)

Strategi produk yang digunakan pada produk Butik Adela *Collection* yaitu dengan memilih pakaian yang akan dijual kembali kepada pihak konsumen maka Butik Adela *Collection* memilih secara cermat berbagai macam jenis bordiran, payet dan tapis pakaian, hal tersebut tentunya untuk menyesuaikan kebutuhan konsumen dengan perkembangan *trend fashion* yang *uptodate*. Memberikan produk yang berkualitas tinggi untuk memuaskan keinginan konsumen agar konsumen tertarik untuk kembali membeli produk Butik Adela *Collection*.

## 2. Strategi Harga (*Price*)

Selain memberikan inovasi pada produk juga menentukan segmentasi pasar bagi para konsumen yaitu dengan memberikan harga yang mampu dijangkau oleh konsumen, khususnya oleh kalangan menengah ke atas. Adapun harga yang diberikan mulai dari harga Rp. 100.000 hingga Rp. 1.350.000 untuk jenis pakaian dan Mukena, sedangkan untuk pelengkap butik lainnya seperti tas, Jilbab dan Sepatu berkisar Rp. 45.000 hingga Rp. 300.000. Dengan demikian strategi harga Butik Adela *Collection* dapat bersaing dengan butik yang lain.

## 3. Strategi Tempat (*Distribution*)

Menurut hasil penelitian bahwa tempat-tempat yang banyak di kunjungi, mudah di jangkau oleh konsumen untuk mendapatkan produk Butik Adela *Collection* seperti di pusat-pusat perbelanjaan (Pasar), Pusat Keramaian, dan di berbagai pameran dan perlombaan di daerah Belopa. Dengan berkembangnya tempat untuk mendistribusikan Butik Adela *Collection* maka akan memudahkan para konsumen.

## 4. Strategi promosi (*Promotion*)

Strategi promosi Butik Adela *Collection* dilakukan oleh bagian pemasaran atau *marketing* yang bertanggung jawab untuk

kegiatan promosi ke masyarakat. Pelayanan yang baik juga menentukan konsumen tertarik untuk membeli produk *Butik Adela Collection*.

Kegiatan promosi yang dilakukan di Pameran *Luwu Expo 2017* di Lapangan Andi Djemma *Expo2017* di Belopa.

**Tabel 5.2**  
**Laporan Penjualan Produk Pakaian Butik Adela Collection**  
**di Belopa Kabupaten Luwu**  
**Tahun 2017**

No.	Tahun	Bulan	Penjualan Produk	Jumlah Pendapatan Pertahun
1	2016	Februari-Desember	85 Unit	Rp. 102.097.765,9
2	2017	Januari-Desember	90 Unit	Rp. 127.248.554,55

Sumber : *Butik Adela Collection*

Tabel tersebut diperoleh dari Hj. Nursia Kadir sebagai yang bertugas dalam Bendahara, yang bertujuan untuk mempermudah penulis dalam menganalisis tentang peningkatan jumlah penjualan *Butik Adela Collection* yang cukup cepat meskipun *Butik Adela Collection* baru berdiri  $\pm$  6 tahun, tetapi penjualan produk setiap tahunnya dapat meningkat.

Data secara terinci tidak dapat diberikan oleh *Butik Adela Collection* karena data penjualan merupakan rahasia perusahaan. Tabel diatas membuktikan banyak peminat yang tertarik membeli

produk pakaian Butik Adela *Collection* yang mempunyai ciri khas dengan berbagai macam bordir, tapis dan payet.

## **B. Volume Penjualan Usaha Butik Adela *Collection***

Usaha butik adalah salah satu jenis usaha yang memberikan pelayanan jasa kepada konsumen. Jenis kain yang dipilih oleh usaha butik Adela *Collection* telah ditentukan dan disepakati berdasarkan kebutuhan konsumen. Biasanya pemilihan pakaian yang disediakan oleh usaha butik mulai dari pemilihan warna, motif dan tekstur. Selain menjual pakaian yang sudah jadi, Butik Juga juga menyediakan bahan pelengkap lainnya yang terdiri dari Tas dan Sepatu yang disesuaikan dengan model busana.

Usaha Butik Adela *Collection* dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, tidak dapat melepaskan diri dari adanya suatu pengorbanan yang disebut biaya. Mustahil apabila perusahaan dapat berjalan dalam artian melaksanakan aktivitasnya tanpa mengeluarkan biaya yang merupakan suatu bentuk pengorbanan yang harus dilakukan. Dimana dengan pengorbanan akan diperoleh pendapatan yang diharapkan akan lebih banyak dari nilai pengorbanan itu sendiri.

Jenis pakaian yang di jual oleh Butik Adela *Collection* ada 10 jenis yaitu :

**Tabel 5.3 Volume Penjualan pada Usaha Butik Adela *Collection***

Jenis Pakaian dan Pelengkap Lainnya	Unit yang terjual	Harga (Rp)	
		2016	2017
Gamis Syar'i	19	700.000	700.000
Blues	20	110.000	130.000
Gaun	12	300.000	300.000
Kemeja	16	100.000	110.000
Mukena	13	850.000	350.000
Batik	20	150.000	200.000
Jilbab	34	45.000	75.000
Celana Jeans	18	170.000	210.000
Sepatu	15	250.000	300.000
Tas	8	125.000	145.000
<b>Total</b>	<b>175</b>		

Sumber : Butik Adela *Collection*

Hasil data yang diperoleh dan sudah diolah dan hasilnya dapat di lihat dalam tabel dibawah ini yang berisi tentang hasil penjualan dan harga jual pada tahun 2016 dan 2017. Sehubungan dengan hal itu penulis memberikan gambaran lewat tabel berikut yang menyajikan

volume dan hasil jual yang ditetapkan oleh Usaha Butik Adela *Collection* pada periode 2016-2017 sebagai berikut:

**Tabel 5.4**  
**Volume Penjualan dan Harga Jual**

Tahun	Total Penjualan	Harga Jual	Total Yang Terjual
2016	102.097.765,9	1.201.150,18	85
2017	127.248.554,55	1.413.873	90

*Sumber: Butik Adela Collection*

### C. Pengklasifikasian Biaya Usaha Butik Adela *Collection*

Usaha Butik Adela *Collection* dalam melakukan perhitungan *Break Event Point*, harus mengelompokan biaya-biaya tersebut ke dalam biaya tetap dan biaya Variabel. Berikut ini adalah tabel pengelompokan atau pengklasifikasian biaya yang terjadi kedalam biaya tetap dan biaya variable.

#### 1. Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap yang dimaksud adalah jumlah totalnya konstan tidak dipengaruhi perubahan volume jual pada periode dan tingkat tertentu.

Adapun komponen biaya tetap ini adalah :

- a. Biaya Karyawan
- b. Biaya Administrasi dan Umum



2. Biaya variabel (*Variabel Cost*)

Biaya variabel yang dimaksud adalah jumlah totalnya berubah-ubah dipengaruhi oleh volume jual pada periode tertentu atau penjualan tertentu. Biaya variable yang dimaksud adalah biaya pemasaran, jenis kain yang dipilih oleh Butik Adela *Collection* dalam menjalankan usahanya ialah kain Cotton Combet, Sifon, Wool, Satin, Cotton Fleece, (untuk segala jenis pakaian ), denim (untuk pakaian jeans), Leather, Suede dan Canvas (untuk jenis sepatu dan tas).

**Tabel 5.5**  
**Usaha Butik Adela *Collection***  
**Alokasi Biaya Tetap Tahun 2016 dan 2017**

Keterangan	Perilaku Biaya	
	2016	2017
<b>Biaya Tetap :</b>		
By. Penyusutan Etalase	Rp. 57.581	Rp. 59.677
By. Penyusutan Ruangan	Rp. 48.387	Rp. 52.420
By. Penyusutan Rak-rak Baju	Rp. 55.952	Rp. 59.500
By. Penyusutan Gantungan	Rp. 7.050	Rp. 10.000
By. Penyusutan Lemari Baju	Rp. 34.919	Rp. 35.480
By. Penyusutan Boneka Manakin	Rp. 20.323	Rp. 21.530
By. Penyusutan Lampu Penerangan	Rp. 27.778	Rp. 30.550
By. Penyusutan Meja	Rp. 8.939	Rp. 9.670
By. Penyusutan kursi	Rp. 5.242	Rp. 5.650
By. Penyusutan Dekor Bunga	Rp. 9.878	Rp. 11.100
By. Penyusutan Alat Pembersih	Rp. 3.508	Rp. 4.160
By. Penyusutan Alat Tulis	Rp. 1.108	Rp. 1.180
By. Gaji Karyawan	Rp. 800.000	Rp. 800.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>Rp. 1.080.666</b>	<b>Rp. 1.100.917</b>

Sumber: Butik Adela *Collection*

**Tabel 5.6**  
**Usaha Butik Adela *Collection***  
**Alokasi Biaya Variabel**  
**Tahun 2016 dan 2017**

Keterangan	Perilaku Biaya	
	2016	2017
<b>Biaya Variabel :</b>		
Gamis Syar'i	Rp. 21.000.000	Rp. 21.000.000
Blues	Rp. 3.300.000	Rp. 3.900.000
Gaun	Rp. 9.000.000	Rp. 9.000.000
Kemeja	Rp. 3.000.000	Rp. 3.300.000
Mukena	Rp. 25.500.000	Rp. 40.500.000
Batik	Rp. 4.500.000	Rp. 6.000.000
Jilbab	Rp. 1.350.000	Rp. 2.250.000
Celana Jeans	Rp. 5.100.000	Rp. 6.300.000
Tas	Rp. 3.750.000	Rp. 4.350.000
Sepatu	Rp. 7.500.000	Rp. 9.000.000
Air dan Listrik	Rp. 500.000	Rp. 700.000
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp. 84.500.000</b>	<b>Rp. 106.300.000</b>

Sumber: Butik Adela *Collection*

Pemisahan biaya-biaya yang terjadi selama tahun 2016 dan 2017 kedalam biaya-biaya tetap dan biaya variable sebagai berikut :

**Tabel 5.7**  
**Biaya tetap, biaya variabel dan biaya total**  
**Usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu**  
**Periode 2016-2017**

No	Tahun	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Total Biaya
1	2016	1.080.665	84.500.000	85.580.665
2	2017	1.100.917	106.300.000	107.400.917

*Sumber* : Usaha Butik Adela *Collection*

#### D. Perencanaan Laba

##### 1. Analisis *Break Even Point*

Analisis *Break Event Point* adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variable, keuntungan dan volume kegiatan.

**Tabel 5.8**  
**Butik Adela Collection**  
**Laporan Laba / Rugi**  
**Tahun 2016 dan 2017(dalam rupiah)**

Uraian	2016 (Rp)	2017 (Rp)
Penjualan	102.097.765,9	127.478.554,55
<b>Di Kurangi :</b>		
Biaya Variabel	( 84.500.000 )	( 106.300.000 )
<b>Di Tambah :</b>		
Margin Kontribusi	17.597.765,3	21.178.554,55
Biaya Tetap	1.080.665	1.100.917
<b>Laba Bersih</b>	Rp. 16.517.100,9	Rp. 20.077.637,55

Sumber : Butik Adela Collection (diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan di atas untuk menghitung *break even point* dapat digunakan perhitungan dengan rumus sebagai berikut :

*Break Even Point* dalam unit,

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

Dimana :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel Per unit

P = Harga Jual per Unit

BEP (Q) = Jumlah Produk yang dihasilkan impas  
dalam unit

a. Pada Tahun 2016

$$FC = 1.080.665$$

$$VC = 994.117,64$$

$$P = 1.201.150,18$$

Maka :

$$\begin{aligned} \text{BEP (Q)} &= \frac{1.080.665}{1.201.150,18 - 994.117,64} \\ &= \frac{1.080.665}{207.032,54} \\ &= 5,2 \text{ Unit} \end{aligned}$$

*Break even point* dalam Rupiah, Satrijo Budiwibowo (2012:19) :

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

Dimana :

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan

b. Pada tahun 2016

$$FC = 1.080.665$$

$$VC = 84.500.000$$

$$S = 102.097.765,9$$

Maka :

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \frac{1.080.665}{1 - 84.500.000 / 102.097.765,9} \\ &= \frac{1.080.665}{1 - 0,82764} \\ &= \frac{1.080.665}{0,17236} \\ &= \text{Rp. } 6.269.813 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 untuk mencapai titik impas dalam penjualan rupiah produk pakaian harus mampu menjual pakaiannya sama dengan Rp. 6.269.813 atau lebih penjualan tersebut dan untuk mencapai unit yang dapat dijual agar produk pakaian tidak menderita rugi maka harus mampu menjual 5,2 unit produk.

Pada tahun 2017 digunakan perhitungan dengan rumus sebagai berikut :

*Break Even Point* dalam unit,

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

Dimana :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel Per unit

P = Harga Jual per Unit

BEP (Q) = Jumlah Produk yang dihasilkan impas dalam unit

a. Pada Tahun 2017

$$\text{FC} = 1.100.917$$

$$\text{VC} = 1.181.111$$

$$\text{P} = 1.413.873$$

Maka :

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \frac{1.100.917}{1.413.873 - 1.181.111} \\ &= \frac{1.100.917}{232.762} \\ &= 5,0 \text{ Unit} \end{aligned}$$

*Break even point* dalam Rupiah, Satrijo Budiwibowo (2012:19) :

b. Pada tahun 2017

$$\text{FC} = 1.100.917$$

$$\text{VC} = 106.300.000$$



$$S = 127.478.554,55$$

Maka :

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \frac{1.100.917}{1 - 106.300.000 / 127.478.554,55} \\ &= \frac{1.100.917}{1 - 0,83387} \\ &= \frac{1.100.917}{0,16613} \\ &= \text{Rp. 6.626.840} \end{aligned}$$

Tahun 2017 Usaha Butik *Adela Collection* mampu mengurangi jumlah unit yang terjual dan memperoleh penjualan rupiah diatas dari tahun 2016 sebesar Rp. 6.626.840. Unit yang mampu terjual di tahun 2017 sebanyak 5,0 unit dan untuk mencapai unit yang dijual agar produk pakaian tidak menderita rugi maka butik *Adela Collection* harus mampu menjual sebanyak 5,0 unit produk pakaian.

Agar Butik tidak terjebak kerugian, maka usaha Butik *Adela Collection* harus senantiasa berjaga-jaga dalam hal terjadinya penurunan omzet volume penjualan tidak lebih kecil dari volume penjualan dalam BEP.

## 2. Analisis *Contribution Margin*

*Contribution Margin* adalah bagian dari hasil penjualan yang digunakan untuk menutupi biaya tetap. Sehingga dengan demikian besarnya *contribution margin* adalah hasil penjualan dikurangi dengan biaya variabel.

Berdasarkan data yang ada pada usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu ini, maka untuk tahun 2016 dapat dihitung besarnya *contribution margin* sebagai berikut :

Hasil penjualan	Rp.	102.097.765,9
Biaya variabel	Rp.	<u>84.500.000</u>
<i>Contribution margin</i>	Rp.	17.597.765,9

Dari perhitungan tersebut terlihat bahwa *contribution margin* yang dihasilkan adalah sebesar Rp. 17.597.765,9 oleh karena biaya tetap yang dikeluarkan sebesar Rp. 1.080.665 maka keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualan adalah :

<i>Contribution margin</i>	Rp.	17.597.765,9
Biaya tetap	Rp.	<u>1.080.665</u>
Keuntungan / laba	Rp.	16.517.100,9

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa perusahaan dalam menerima hasil penjualan Rp. 102.097.765,9 akan memperoleh keuntungan sebanyak Rp.16.517.100,9

Sedangkan *Contribution margin ratio* adalah ratio antara *contribution margin* dengan hasil penjualannya. Untuk usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu dan atas dasar data yang diperoleh tahun 2016 dapat dihitung sebagai berikut :

$$CMR = 1 - \frac{\text{Varicbel Cost (VC)}}{\text{Hasil Penjualan (S)}}$$

Dimana pada tahun 2016 :

$$VC = 84.500.000$$

$$S = 102.097.765,9$$

Maka :

$$\begin{aligned} CMR &= 1 - \frac{84.500.000}{102.097.765,9} \times 100 \% \\ &= 1 - 0,8276 \times 100 \% \\ &= 0,1724 \times 100 \% \\ &= 17,24 \% \end{aligned}$$

*Contribution margin* sebesar 17,24 % memberi arti bahwa setiap perubahan penghasilan penjualan akan

menyebabkan perubahan pada *contribution margin* sebesar 17,24 % dari perubahan hasil penjualan tersebut.

Berdasarkan data yang ada pada usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu ini, maka untuk tahun 2017 dapat dihitung besarnya *contribution margin* sebagai berikut :

Hasil penjualan	Rp. 127.478.554,55
Biaya variabel	<u>Rp. 106.300.000</u>
<i>Contribution margin</i>	Rp . 21.178.554,55

Dari perhitungan tersebut terlihat bahwa *contribution margin* yang dihasilkan adalah sebesar Rp.21.178.554,55 oleh karena biaya tetap yang dikeluarkan sebesar Rp. 1.100.917 maka keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualan adalah:

<i>Contribution margin</i>	Rp. 21.178.554,55
Biaya tetap	<u>Rp. 1.100.917</u>
Keuntungan / laba	Rp. 20.077.637,55

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa perusahaan dalam menerima hasil penjualan Rp. 127.478.554,55 akan memperoleh keuntungan sebanyak Rp. 20.077.637,55

Sedangkan *Contribution margin ratio* adalah rasio antara *contribution margin* dengan hasil penjualannya. Untuk usaha

Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu dan atas dasar data yang diperoleh tahun 2017 dapat dihitung sebagai berikut :

$$CMR = 1 - \frac{\text{Variabel Cost (VC)}}{\text{HasilPenjualan (S)}}$$

Dimana pada Tahun 2017 :

$$VC = 106.300.000$$

$$S = 127.478.554,55$$

Maka :

$$\begin{aligned} CMR &= 1 - \frac{106.300.000}{127.478.554,55} \times 100 \% \\ &= 1 - 0,83387 \times 100 \% \\ &= 0,16613 \times 100 \% \\ &= 16,613 \% \end{aligned}$$

*Contribution margin* sebesar 16,613 % memberi arti bahwa setiap perubahan penghasilan penjualan akan menyebabkan perubahan pada *contribution margin* sebesar 16,613 % dari perubahan hasil penjualan tersebut.

Dari hasil pembahasan analisis *contribution margin* melalui BEP dimana dari tahun 2016 sampai dengan 2017 rata-rata nilai hasil *contribution margin* adalah  $33,853 : 2 = 16,9265$  %, disitu terlihat bahwa usaha Butik dapat menutupi biaya tetap

sehingga usaha Butik Adela *Collection* di Belopa Kabupaten Luwu dapat membuat perencanaan kedepan dengan lebih baik dibanding tahun sebelumnya. Oleh karena itu dengan melalui pengendalian perusahaan dapat membuat strategi untuk tercapainya suatu tujuan organisasi tersebut termasuk usaha Butik Adela *Collection*.

### **3. Analisis Perencanaan Laba**

Perencanaan laba yang baik tentu akan membawa dampak yang baik terhadap perusahaan, terutama mengenai kesinambungan perusahaan tersebut, dari hasil perhitungan di atas kita dapat melihat bahwa usaha Butik Adela *Collection* mengalami kenaikan laba dari tahun 2016 ke tahun 2017, laba tahun 2016 Rp. 16.517.100,3. Laba tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar Rp. 3.560.526,75 sehingga menjadi Rp. 19.877.626,05 . Usaha Butik Adela *Collection* telah menetapkan besarnya perencanaan laba untuk tahun 2016 sebesar 10 % dari total penjualan, dan untuk tahun 2017 sebesar 15 % dari total penjualan.

Perencanaan laba untuk tahun 2018 sebagai berikut :

Target Laba 20 % .tarif pajak 15 %.

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{FC} + \frac{\text{Target Laba}}{(1 - \text{Tarif Pajak})}}{\text{Target Laba} + \text{Tarif Pajak}}$$

Usaha Butik Adela *Collection* menetapkan harga jual sebesar Rp. 1.312.339,70, Biaya Variabel per Unit Rp. 1.050.471,70, dan Biaya Tetap sebesar Rp. 1.050.472.

Ditetapkan target laba sebesar 20 %.

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Rp.1.323.340} + \frac{20\% P}{(1 - 15\%)}}{35\%}$$

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Rp 1.323.340} + \frac{20\% P}{85\%}}{35\%}$$

$$P = \frac{\text{Rp. 1.323.340} + 30\% P}{35\%}$$

$$35\% P = \text{Rp. 1.323.340} + 30\% P$$

$$35\% P - 30\% P = \text{Rp. 1.323.340}$$

$$5\% P = \text{Rp. 1.323.340}$$

$$P = \frac{\text{Rp. 1.323.340}}{5\%}$$
$$= \text{Rp. 26.466.800}$$

Atau dalam unit  $\text{Rp. 26.466.800} / \text{Rp. 1.323.340} = 17 \text{ Unit}$

Sedangkan untuk tahun 2018 laba yang direncanakan masih 20 %, perbedaan di tahun 2016 disebabkan karena saat itu Butik masih dalam masa perkembangan, dan adapun teknik yang digunakan untuk mengetahui volume penjualan untuk mengetahui laba / rugi Butik adalah masih dengan menggunakan analisis *Break Event Point* / analisis titik impas dengan berbagai produk dikarenakan pada Butik Adela *Collection* menyediakan berbagai macam produk layanan.



**Tabel 5.9**  
**Butik Adela Collection**  
**Proyeksi Peningkatan Laporan Laba / Rugi**  
**31 Desember 2018**

Uraian	2017 (Rp)	2018 (Rp)
Penjualan	127.478.554,55	139.108.008
<b>Di Kurangi :</b>		
Biaya Variabel	( 106.300.000 )	( 111.350.000 )
<b>Di Tambah :</b>		
Margin Kontribusi	21.178.554,55	27.758.008
Biaya Tetap	1.100.917	1.323.340
<b>Laba Bersih</b>	Rp. 20.077.637,55	Rp. 26.434.668

Sumber : Butik Adela Collection (diolah)

*Break Even Point* dalam unit,

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

Dimana :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel Per unit

P = Harga Jual per Unit

BEP (Q) = Jumlah Produk yang dihasilkan impas

dalam unit

a. Pada Tahun 2018

$$FC = 1.323.340$$

$$VC = 1.050.471,70$$

$$P = 1.312.339,70$$

Maka :

$$\begin{aligned} \text{BEP ( Q )} &= \frac{1.323.340}{1.312.339,70 - 1.050.472} \\ &= \frac{1.323.340}{261.868} \\ &= 5,0 \text{ Unit} \end{aligned}$$

*Break even point* dalam Rupiah, Satrijo Budiwibowo (2012:19) :

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

Dimana :

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan

b. Pada tahun 2018

$$FC = 1.323.340$$

$$VC = 111.350.000$$

$$S = 139.108.008$$

Maka :

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \frac{1.323.340}{1 - 111.350.000 / 139.108.008} \\ &= \frac{1.323.340}{1 - 0,80045} \\ &= \frac{1.323.340}{0,19955} \\ &= \text{Rp. } 6.631.621 \end{aligned}$$

**Tabel 5.10**  
**Usaha Butik Adela *Collection***  
**Analisis Perencanaan Laba Tahun 2018**

**Tahun 2018**

Laba yang Direncanakan 20 % x Rp. 139.108.008= Rp. 27.821.601,6

Laba yang Terealisasi : diharapkan dapat melebihi laba yang direncanakan yaitu Rp. 27.821.601,6

Sumber : (diolah)

## E. Pembahasan

Hasil penelitian di atas menjelaskan bahwa usaha Butik Adela *Collection* dengan memperhitungkan *Contribution Margin* dapat mengoptimalkan metode *break event point* sehingga perusahaan mampu memperoleh penjualan di atas titik impas dan meminimalisir kerugian. Total penjualan Butik Adela *Collection* pada tahun 2016 sebesar Rp. 102.097.765,9, tahun 2017 sebesar Rp. 127.478.554,55 dan di tahun 2018 pada perencanaan laba sebesar Rp. 139.108.008. sehingga dari hasil penjualannya tersebut dengan menggunakan metode analisis *Break Event Point* usaha Butik Adela *Collection* mampu menunjukkan total pendapatan atau laba yang di perolehnya yaitu pada tahun 2016 sebesar Rp. 6.269.813, tahun 2017 sebesar Rp. 6.626.840 dan perencanaan laba pada tahun 2018 sebesar Rp. 6.631.621. Dalam menilai prospek usaha butik Adela *Collection*, dimana keadaan kinerja penjualan yang terus membaik setiap tahunnya dan terus meningkat dari tahun ke tahun sehingga butik mampu meraih peluang yang ada serta mengatasi berbagai hambatan dan ancaman baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Produk dan volume penjualan yang mengalami kenaikan setiap tahunnya sehingga mampu menghasilkan penjualan dan memperoleh laba. Untuk perencanaan laba pada tahun 2018, menggunakan metode *Break Event Point* sehingga dalam perencanaannya

ditetapkan 20% dari harga jual sebesar Rp. 1.312.339,70 biaya variable per unit Rp. 1.050.471,70 dan biaya tetap sebesar Rp. 1.050.472 sehingga dari hasil analisis tersebut usaha Butik Adela *Collection* mampu memperoleh Laba bersih sebesar Rp. 26.434.668

Penelitian ini sejalan dengan landasan teori sebelumnya yang di kemukakan oleh Reisty Mangundap, Harijanto Sabijon dan Victorina Tirajoh (2014) dalam hasil penelitiannya menjelaskan bahwa “perusahaan dengan memperhitungkan *contribution margin* dapat memaksimalkan metode *Break Event Point* sebagai metode untuk melakukan penjualan di atas titik impas dan meminimalisasi kerugian”. Landasan teori selanjutnya yang mendukung penelitian ini adalah Rinda Christina dan Rini Aprilia (2013) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa “dalam perencanaan laba dengan menggunakan analisis *break event point* dapat digunakan untuk memprediksi biaya yang akan terjadi untuk pihak manajemen perusahaan mempertimbangkan untuk menggunakan analisis tersebut, karena analisis *break event point* ini mengupas keterkaitan antara biaya dan volume penjualan sehingga perusahaan dapat merencanakan laba dengan lebih baik lagi”.

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti dapat berpendapat bahwa dalam perencanaan laba dengan menggunakan analisis *Break Event Point* sangat tepat digunakan dalam berbagai kegiatan usaha-

usaha kecil terkhusus kepada usaha atau perusahaan yang baru akan memulai membuka usahanya. Dengan menggunakan alat bantu metode *break event point* perusahaan mampu merencanakan laba dimasa yang akan datang dan mampu memperoleh keuntungan dari hasil penjualannya tersebut.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat *Break event point* yang dicapai oleh usaha Butik Adela *Collection* pada penjualan dapat mencapai keuntungan diatas rata-rata. Hal itu menunjukkan bahwa *owner* telah melakukan penjualan di atas titik impas serta memperoleh banyak keuntungan.
2. *Break event point* Usaha Butik Adela *Collection* pada tahun 2016 adalah Rp. 6.269.813 sedangkan tahun 2017 sebesar Rp. 6.626.840 dan pada perencanaan laba tahun 2018 *break event point* sebesar Rp. 6.631.621
3. Selama tahun 2016-2017 Usaha Butik Adela *Collection* mampu menjual pakaiannya di atas titik impas dan mampu memperoleh keuntungan, dan keuntungan ini bergerak cukup signifikan dari hasil penjualan. Hal tersebut berarti Usaha Butik Adela *Collection* telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.

## B. Saran

Berkaitan dengan pembahasan dalam skripsi ini, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Usaha Butik Adela *Collection* sebaiknya dapat menerapkan analisis *Break event point* sebagai alat bantu dalam perencanaan laba agar dapat mengetahui titik *Break event point* dan *contribution margin*.
2. Agar penjualan yang dilakukan oleh Usaha Butik Adela *Collection* dapat sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan maka Butik harus memperhatikan batas keselamatan dan penjualan minimal yang harus dipertahankan oleh Usaha Butik Adela *Collection*.
3. Manajemen sebaiknya membuka sejumlah cabang/agen pemasaran khususnya yang berada di wilayah Sulawesi Selatan agar masyarakat lainnya dapat merasakan kualitas produk yang dipasarkan oleh Butik Adela *Collectioni*. Hal ini pun akan mampu menjawab kebutuhan dari permintaan masyarakat tentang tersedianya pemasaran agar mudah dijangkau sehingga mampu pula bagi usaha Butik untuk meraup keuntungan lebih dimasa yang akan datang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Basri. 2003. *Analisis Perencanaan dan Pengendalian Keuangan Melalui Metode Titik Impas (BEP) Pada Perum Pegadaian Cabang Pasar Butung*. Skripsi Tidak diterbitkan. Makassar: Universitas 45. Makassar
- Bastian dan Nurlela. 2009. *Akuntansi Biaya*, Edisi pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Blocher, Stout, Cokins, 2010. *Manajemen Biaya. Penekanan Strategis*. Edisi 5, buku 1. Salemba Empat, Jakarta.
- Budiwibowo, Satrijo. 2012. *Analisis Estimasi Cost Volume Profit (CVP) Dalam Hubungannya Dengan Perencanaan Laba Pada Hotel Tlogo Mas Sarangan*, Pendidikan Akuntansi IKIP PGRI, Madiun.
- Bustami, Bastian, Nurlela. 2010, *Akuntansi Biaya*, Edisi2:Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Erfina. 2014. *Analisis Perencanaan dan Pengendalian Biaya Pemeliharaan Aset Pada CV.HASHAR Utama*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar
- Halim, Abdul. 2013. *Akuntansi Manajerial*. Edisi 2 cetakan ketiga, BPKE Yogyakarta
- Hapsari. 2014. *Manfaat Analisa Breakevent point dalam Pengambilan Keputusan manajemen pada PT. Tunas Baru Sulawesi*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar
- Hariana. 2010. *Analisa Breakevent Point dalam Perencanaan Laba pada PT. Perkebunan Nusantara XIV (Persero) Pabrik Gula Camming*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar
- Horngren. 2008. *Akuntansi Biaya, Penekanan Manajerial*. Jilid 1.PT. INDEKS.Jakarta
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers, Jakarta
- Krismiaji dan Y. Anni Aryani. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Cetakan pertama. Edisi kedua. UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- Malombeke B. M, 2013. *Analisa Break Event Point sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado*, (Online), Vol.1, No.3, (<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/>, diakses 24 Desember 2017).
- Mangundap, dkk. 2014. *Break Event Point sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek*, (Online), Vol.2, No.4,

(<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/>, diakses 24 Desember 2017).

Mulyadi. 2012, *Akuntansi Biaya*, Edisi ke 5, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Pelawiten, A., dan Ilat, V. 2014, Analisis *Cost Volume Profit* untuk Perencanaan Laba pada UD. GLADYS BAKERY, (Online), Vol. 2, No. 2, (<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/>, diakses 17 Agustus 2018).

Raharjaputra, Hendra S. 2011, *Manajemen Keuangan dan Akuntansi*, Salemba Empat, Cetakan Pertama : Salemba Empat, Jakarta.

Riyanto, Bambang. 2001, *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi 4:BPFE, Yogyakarta.

Sugiri, Slamet. 2000, *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta:UPP-AMP YKPN

Syamsuddin, Lukman. 2011, *Manajemen Keuangan Perusahaan:Konsep Aplikasi dalam Perencanaan,Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan*. Edisi Baru. Rajawali Pers. Jakarta.

# DAFTAR LAMPIRAN

**Biaya Operasional**  
**Usaha Butik Adela Collection**  
**Tahun 2016**

**Biaya Tetap**

No.	Uraian	Tahun / Lama Pemakaian X Harga Penyusutan	Jumlah
			2016
1	Penyusutan Etalase	1 / 62 x Rp. 3.570.000	Rp. 57.581
2	Penyusutan Ruangan	1 / 62 x Rp. 3.000.000	Rp. 48.387
3	Penyusutan Rak-rak Baju	1 / 42 x Rp. 2.350.000	Rp. 55.952
4	Penyusutan Gantungan	1 / 30 x Rp. 235.000	Rp. 7.050
5	Penyusutan Lemari Baju	1 / 62 x Rp.2.165.000	Rp. 34.919
6	Penyusutan Boneka Manakin	1 / 62 x Rp. 1.260.000	Rp. 20.323
7	Penyusutan Lampu Penerangan	1 / 36 x Rp. 1.000.000	Rp. 27.778
8	Penyusutan Meja	1 / 62 x Rp. 554.200	Rp. 8.939
9	Penyusutan Kursi	1 / 62 x Rp. 325.000	Rp. 5.242
10	Penyusutan Dekor Bunga	1 / 36 x Rp. 355.600	Rp. 9.878
11	Penyusutan Alat Pembersih	1 / 36 x Rp. 126.300	Rp. 3.508
12	Penyusutan Alat Tulis	1 / 62 x Rp. 68.700	Rp. 1.108
13	Gaji Karyawan	-	Rp. 800.000
<b>Total Biaya Tetap</b>			Rp. 1.080.666

Sumber : Butik Adela Collection

**Biaya Operasional Per Bulan**  
**Usaha Butik Adela Collection**  
**Tahun 2017**

**Biaya Tetap**

No.	Uraian	Tahun / Lama Pemakaian X Harga Penyusutan	Jumlah
			2017
1	Penyusutan Etalase	1 / 62 x Rp. 3.700.000	Rp. 59.677
2	Penyusutan Ruangan	1 / 62 x Rp. 3.250.000	Rp. 52.420
3	Penyusutan Rak-rak Baju	1 / 42 x Rp. 2.500.000	Rp. 59.500
4	Penyusutan Gantungan	1 / 30 x Rp. 300.000	Rp. 10.000

5	Penyusutan Lemari Baju	1 / 62 x Rp.2.200.000	Rp. 35.480
6	Penyusutan Boneka Manakin	1 / 62 x Rp. 1.335.000	Rp. 21.530
7	Penyusutan Lampu Penerangan	1 / 36 x Rp. 1.100.000	Rp. 30.550
8	Penyusutan Meja	1 / 62 x Rp. 600.000	Rp. 9.670
9	Penyusutan Kursi	1 / 62 x Rp. 350.000	Rp. 5.650
10	Penyusutan Dekor Bunga	1 / 36 x Rp. 400.000	Rp. 11.100
11	Penyusutan Alat Pembersih	1 / 36 x Rp. 150.000	Rp. 4.160
12	Penyusutan Alat Tulis	1 / 62 x Rp. 73.200	Rp. 1.180
13	Gaji Karyawan	-	Rp. 800.000
<b>Total Biaya Tetap</b>			<b>Rp. 1.100.917</b>

Sumber : Butik Adela *Collection*

**Daftar Biaya Variabel**  
**Usaha Butik Adela *Collection***  
**Tahun 2016**

No.	Uraian	Harga per Satuan X Bulan	Harga (30 Hari)
			2016 (Rp)
1	Gamis Syar'i	Rp. 700.000 x 30	21.000.000
2	Blues	Rp. 110.000 x 30	3.300.000
3	Gaun	Rp. 300.000 x 30	9.000.000
4	Kemeja	Rp. 100.000 x 30	3.000.000
5	Mukena	Rp. 850.000 x 30	25.500.000
6	Batik	Rp. 150.000 x 30	4.500.000
7	Jilbab	Rp. 45.000 x 30	1.350.000
8	Celana Jeans	Rp. 170.000 x 30	5.100.000
9	Tas	Rp. 125.000 x 30	3.750.000
10	Sepatu	Rp. 250.000 x 30	7.500.000
11	Air dan Listrik	-	500.000
<b>TOTAL</b>			<b>84.500.000</b>

Sumber : Butik Adela *Collection*

**Daftar Biaya Variabel  
Usaha Butik Adela Collection  
Tahun 2017**

No.	Uraian	Harga per Satuan X Bulan	Harga (30 Hari)
			2017 (Rp)
1	Gamis Syar'i	Rp. 700.000 x 30	21.000.000
2	Blues	Rp. 130.000 x 30	3.900.000
3	Gaun	Rp. 300.000 x 30	9.000.000
4	Kemeja	Rp. 110.000 x 30	3.300.000
5	Mukena	Rp. 1.350.000 x 30	40.500.000
6	Batik	Rp. 200.000 x 30	6.000.000
7	Jilbab	Rp. 75.000 x 30	2.250.000
8	Celana Jeans	Rp. 210.000 x 30	6.300.000
9	Tas	Rp. 145.000 x 30	4.350.000
10	Sepatu	Rp. 300.000 x 30	9.000.000
11	Air dan Listrik	-	700.000
<b>TOTAL</b>			<b>106.300.000</b>

Sumber : Butik Adela Collection

**Total Unit Yang Terjual  
Usaha Butik Adela Collection  
Tahun 2016 / 2017**

Tahun	Jumlah Unit
2016	85 Unit
2017	90 Unit
<b>Total</b>	<b>175 Unit</b>

**Data Penjualan  
Hasil Penjualan dan Harga Jual**

	2016	2017
Harga Jual Per unit	Rp. 1.201.150,18	Rp. 1.413.873
Jumlah Produksi	85 Unit	90 Unit
Total Penjualan	Rp. 102.097.765,9	Rp. 127.248.554,55

Sumber : Butik Adela Collection

## RIWAYAT HIDUP



**NUR HIKMAH HANDAYANI.** Lahir di Enrekang 8 Agustus 1995. Anak pertama dari 3 bersaudara merupakan buah hati pasangan Hamzah dan Yasni.

Penulis memulai pendidikan formal pada Sekolah Dasar (SDN 53 Jenne Maeja) pada tahun 2002 dan tamat pada tahun 2008. Pada tahun yang sama penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke sekolah menengah pertama (SMP Negeri 2 Belopa) dan tamat pada tahun 2011. Selanjutnya pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke sekolah menengah kejuruan (SMK PGRI ENREKANG) dan tamat pada tahun 2014. Kemudian di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan kejenjang perguruan tinggi (Universitas Muhammadiyah Makassar) pada fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi studi S1.