

**SKRIPSI**

**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN  
LABA PADA D'YUMNIES CAKE AND COOKIES  
DI SUNGGUMINASA**

**MUZDALIFAH  
10573 04190 13**



**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**MAKASSAR**

**2017**

**SKRIPSI**

**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN  
LABA PADA D'YUMNIES CAKE AND COOKIES  
DI SUNGGUMINASA**

**MUZDALIFAH  
10573 04190 13**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR**

**2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS XXXXXXXXXX *K EVEN POINT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA D'YUMNIES CAKE AND COOKIES DI SUNGGUMINASA.

Nama Mahasiswa : MUZDALIFAH

No. Stambuk : 105730419013

Fakultas/Jurusan : EKONOMI/AKUNTANSI

Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

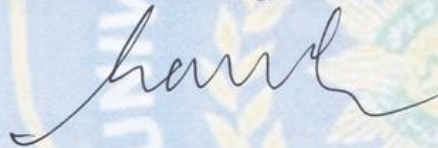
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji Skripsi Strata 1 (S1) pada hari pada program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 16 Oktober 2017

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



**Drs. H. Hamzah Limpo, MS**  
NIDN : 0017075210

**Mira, SE., M.Ak**  
NIDN : 0903038803

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Ketua Jurusan Akuntansi



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






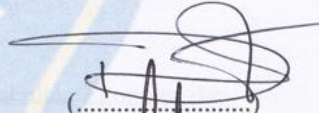
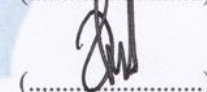
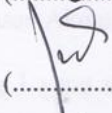
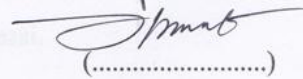
**Ismail Badollahi, SE., M.Si.Ak.CA**  
NBM: 1073428

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama MUZDALIFAH Nim 10573 04190 13 ini telah diperiksa dan diterima oleh panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: Tahun H / 2017 M dan telah dipertahankan didepan penguji pada hari 2017 M sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 16 Oktober 2017

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 : Drs. H. Sultan Sarda, MM  
(WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
4. Penguji :
  1. Dr. Hj. Ruliaty, MM 
  2. Muchriana Muchran, SE, M.Si 
  3. Linda Arisanty Razak, SE., M.Si.,Ak 
  4. Asriati, SE., M.Si 

## KATA PENGANTAR

### **Bismillahirrahmanirahim**

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Esa. Karena limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “**Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada D’Yummies Cake & Cookies**” dapat diselesaikan sesuai dengan harapan.

Penulis sadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan seperti sekarang berkat bantuan dari orang-orang yang selama ini telah membantu, mendukung, dan membimbing penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih buat orang-orang yang berharga dan yang paling penulis sayangi. Ayahanda **H. Kamaruddin** dan ibundaku tercinta **Hj. Rahmatiah** penulis ucapkan banyak terima kasih untuk semua bimbingannya, nasehatnya dan dukungannya hingga penulis bisa jadi seperti sekarang. Untuk kakak saya dan adik-adik saya terima kasih atas kebaikan dan ketulusan dalam memotivasi untuk membantu penulis menggapai gelar sarjana. Disamping itu penulis tak lupa menyampaikan terima kasih kepada:

1. **Bapak Prof. DR. H. Abd. Rahman Rahim, SE., MM** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. **Bapak Ismail Rasulong, SE., MM** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. **Bapak Ismail Badollahi, SE., M.Si, Ak,** selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
4. **Bapak Drs. H. Hamzah Limpo, MS** selaku pembimbing 1 yang selalu membimbing dalam penulisan skripsi ini sampai selesai.

5. **Ibu Mira SE., M.Ak** selaku pembimbing II yang selalu membimbing dalam hal metode penulisan Skripsi ini.
6. Penyemangatku: Aulia Meilani, Hasriati, Devi Andina, Nurafiah.
7. Buat sahabat-sahabatku khususnya khususnya warga **Kelas Ak.4 2013** yang selalu menemani.
8. Buat teman-teman di Akuntansi yang telah banyak membantu selama perkuliahan dan rela untuk meminjamkan catatan dan bukunya, penulis ucapkan banyak terima kasih. Penulis menyadari penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan yang membangun dari pembaca.

Akhirnya penulis berharap semoga Allah SWT memberikan limpahan karunia dan kasih sayang dan memberkati kita semua disetiap langkah yang kita tempuh, Aamiin.

Makassar, Oktober 2017

Penulis

## ABSTRAK

D'Yumnies Cake & Cookies merupakan sebuah toko kue yang juga memperhatikan harga jual, unit yang terjual, dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Hal ini dapat dikaji dalam analisis *break even point*. *Break even point* merupakan total pengeluaran sama dengan total pendapatan. Analisis *break even point* harus membedakan antara pola perilaku biaya, mana yang bersifat variabel, semi variabel dan bersifat tetap. D'Yumnies cake & cookies dalam menganalisis *break even point* membedakan biaya berupa biaya tetap dan biaya variabel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan BEP sebagai dasar penentuan target laba yang dicapai oleh D'Yumnies Cake & Cookies. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Data yang dianalisa dalam penelitian ini yaitu laporan produksi, harga produk, volume penjualan, biaya aktual baik operasional maupun nonoperasional. Hasil penelitian dalam analisis *break even point* pada D'Yumnies Cake & Cookies yaitu membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel, menghitung *break even point* untuk kedua kue tersebut yang diambil sampel, menghitung *contribution margin* pada kedua produk yaitu budapest dan napoleon mampu memperoleh keuntungan. Dengan keuntungan ini bergerak secara signifikan dari hasil penjualan D'Yumnies Cake & Cookies telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.

**Kata kunci:** *break even point, perencanaan laba*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
A. Pengertian dan Klasifikasi Biaya .....	5
1. Pengertian Biaya .....	5
2. Klasifikasi Biaya .....	6
B. Pengertian Perencanaan .....	7
C. Pengertian Laba .....	8



D. Jenis-Jenis Laba .....	12
E. Metode Penetapan Harga Pokok Produk .....	14
F. Metode <i>Break Even Point</i> .....	17
G. Kelemahan Metode <i>Break Even Point</i> .....	23
H. Hubungan BEP dengan <i>Cost Volume Profit</i> .....	24
I. Kerangka Pikir .....	25
J. Penelitian Terdahulu .....	26
K. Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
A. Lokasi dan waktu Penelitian .....	34
B. Jenis dan Sumber Data .....	34
C. Teknik Pengumpulan Data .....	35
D. Metode Analisa .....	36
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	<b>38</b>
A. Sejarah Singkat D'Yumnies .....	28
B. Struktur Organisasi D'Yumnies .....	39
C. <i>Job Description</i> .....	40
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
A. Klasifikasi Biaya Pada D'Yumnies Cake & Cookies .....	42
B. Analisis <i>Break Even Point</i> Pada D'Yumnies Cake & Cookies .....	44
C. Analisis <i>Contribution Margin</i> .....	51
D. Analisis Perencanaan Laba .....	54
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>59</b>

A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	59

**DAFTAR PUSTAKA**

**RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Kerangka Pikir .....	26
Gambar 2. Struktur Organisasi D'Yumnies .....	39

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 2.1. Biaya Bahan Baku .....	42
Tabel 2.2. Jumlah Biaya .....	43
Tabel 2.3. Volume Penjualan D'Yumnies .....	44
Tabel 2.4 analisis <i>Contribution Margin</i> .....	53
Tabel 2.5. Hasil Analisis Perencanaan Laba D'Yumnies .....	56

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Setiap perusahaan baik itu perusahaan jasa, perdagangan dan industri selalu berusaha agar tetap hidup dan berkembang. Untuk dapat tetap hidup dan berkembang, perusahaan harus ditunjang dengan laba yang diperoleh dari usahanya. Untuk mencapai tingkat efisiensi tertentu dan menghasilkan keuntungan yang diharapkan, perusahaan melaksanakan berbagai kegiatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk itu, perusahaan 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 Titik Impas (BEP). Dalam perencanaan laba, analisis titik impas merupakan *profit planning approach*, yang didasarkan pada hubungan antara biaya dan penghasilan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan/menetapkan titik impas sebagai pedoman untuk perencanaan laba bagi perusahaan yang bersangkutan.

Analisis titik impas merupakan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan bertambah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

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. Begitu pula halnya yang berlaku di D'Yumnies, di mana dengan mengetahui titik impas pihak pimpinan dapat mempertahankan omzet. Untuk itu, analisis titik impas 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.

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

Penelitian yang dilakukan oleh Christine Praticia Ponomban (2013) menemukan bahwa selama tahun 2010,2011,2012 dapat dilihat pencapaian titik impas yang terbesar ada pada tahun 2011 sedangkan pencapaian titik impas yang terendah ada pada tahun 2012. Dan dalam pencapaian kuantitas yang terbesar ada pada tahun 2011 dan pencapaian kuantitas yang terendah

ada pada tahun 2012. Di setiap tahunnya, penjualan yang dilakukan perusahaan sudah baik dan selalu berada di atas statistik impas dengan kata lain perusahaan sudah mampu mencapai keuntungan di setiap tahunnya.

Berbeda dengan hal itu, Merry Beatrix Malombeke (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa selama tahun 2011 tahun yang diambil sampel untuk penelitian Holland Bakery memproduksi produk *taaries*, *bread*, dan *pastry* di atas titik impas dengan kata lain Holland Bakery mampu memperoleh keuntungan, dan keuntungan ini bergerak cukup signifikan dari hasil penjualan dan hal tersebut berarti Holland Bakery telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk menyusun proposal dengan judul “**Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada D’Yumnies Cake & Cookies**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut : “Bagaimana penggunaan alat perencanaan laba melalui metode *break even point* pada D’yumnies Cake & Cookies”

## **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk menganalisis penerapan *Break Even Point* sebagai dasar penggunaan alat penentuan target laba yang dicapai pada D’yumnies Cake & Cookies.

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

##### a. Manfaat Teoritis

Bagi mahasiswa, dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang akuntansi dan memberi pengalaman belajar yang dapat mengembangkan pengetahuan terutama dalam bidang yang diteliti.

##### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan perbandingan dari penelitian yang telah ada serta dapat menambah kepustakaan yang diperlukan untuk penelitian yang serupa, yang memiliki topik yang sama sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pengertian dan Klasifikasi Biaya**

##### **1. Pengertian biaya**

Salah satu konsep penting dalam akuntansi manajemen adalah konsep kos. Agar pemahaman terhadap akuntansi manajemen lebih baik, seseorang perlu memahami arti kos. Kos (*cost*) adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang. Kos diukur dalam satuan mata uang.

Saat barang dan jasa dimanfaatkan, kos akan menjadi biaya. Kos yang belum dimanfaatkan dikelompokkan sebagai aset. Biaya (*expense*) adalah kos barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan adalah nilai barang yang dijual atau jasa yang diberikan. Laba atau rugi merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya.

Mursyidi (2008:14) mendefinisikan biaya adalah:

“biaya adalah suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang”.

Sedangkan menurut Armanto Wijaksono (2006:6), “biaya adalah pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sebagai

akuntan mendefinisikan biaya sebagai satuan menetap atas pengorbanan barang dan jasa untuk memperoleh manfaat dimasa yang akan datang”.

## 2. Klasifikasi biaya

Pada umumnya pola perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan. Selanjutnya menggolongkan biaya berdasarkan perilakunya dalam hubungannya dengan volume kegiatan menjadi tiga golongan, yaitu :

- a. Biaya Tetap adalah biaya yang secara totalitas tetap konstan tanpa memandang perubahan tingkat aktivitas. Dengan demikian tidak seperti biaya variable, biaya tetap tidak berpengaruh oleh perubahan volume kegiatan. Akibatnya ketika tingkat aktivitas naik turun, biaya tetap secara totalitas tetap konstan kecuali bila terpengaruh beberapa kekuatan ekstern seperti perubahan harga.
- b. Biaya Variabel (*variable cost*), menurut Simamora (2012:142). Mendefinisikan Biaya variabel sebagai biaya yang jumlahnya berubah sebanding dengan perubahan aktivitas bisnis. Apabila tingkat aktivitas meningkat 10 persen, maka jumlah biaya variabel akan ikut meningkat sebesar 10 persen. Meskipun begitu, biaya variabel per unit jumlahnya tetap ketika terjadi perubahan aktivitas.
- c. Biaya Semi Variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan. Volume kegiatan atau biaya yang akan berubah naik jika volume produksi dinaikkan tetapi tidak proposional. Biaya semi variabel merupakan biaya yang mengandung biaya tetap dan

biaya variabel. Biaya ini pada dasarnya mempunyai karakteristik seperti biaya tetap dan pada aktivitas lain mempunyai karakteristik seperti biaya variabel.

## **B. Pengertian Perencanaan**

Perencanaan sangat penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan, 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 cara berpikir mengenai persoalan-persoalan ekonomi, terutama berorientasi pada masa yang akan datang, berkembang dengan hubungan antara tujuan dan keputusan-keputusan kolektif dan mengusahakan kebijakan dan program.

Perencanaan merupakan salah satu proses lain, atau merubah suatu keadaan untuk mencapai maksud yang dituju oleh perencanaan atau oleh orang/badan yang diwakili oleh perencanaan itu. Perencanaan meliputi: Analisis, kebijakan dan rancangan.

Perencanaan memegang penting dalam keberhasilan perusahaan menyangkut masa depan perusahaan guna menjaga komunitas usaha dan pencapaian tujuan perusahaan. Perencanaan laba perlu dilakukan agar dapat menghasilkan laba yang optimal untuk menentukan pihak-pihak yang berkepentingan yaitu para pemegang saham, manajemen, konsumen, karyawan, pemerintah (Kuswadi, 2005:135).

a. Manfaat Perencanaan Laba

Perencanaan laba memiliki beberapa manfaat antara lain:

- 1) Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah. Hal ini memungkinkan adanya peluang untuk memulai kembali setiap segi operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program.
- 2) Perencanaan laba menyediakan arahan ke semua tingkatan manajemen. Hal ini membantu mengembangkan kesadaran akan laba diseluruh lapisan organisasi dan mendorong kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.
- 3) Perencanaan laba meningkatkan koordinasi antar sesama manajer.
- 4) Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari setiap tingkatan manajemen.
- 5) Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

**C. Pengertian Laba**

Tujuan utama dari perusahaan yaitu untuk memperoleh laba, baik untuk mempertahankan eksistensinya maupun untuk mengembangkan perusahaannya. Menurut dalam bukunya “Pengantar Ekonomi Mikro” mengatakan bahwa : “Laba adalah selisih antara penerimaan atau pendapatan total dan jumlah seluruh biaya”.

Menurut soemarno S.R dalam bukunya Akuntansi Suatu Pengantar 2 definisi laba adalah:

“Selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha”

Menurut Zaki Baridwan dalam bukunya *Intermediate Accounting* definisi laba adalah : Kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama suatu periode kecuali yang timbul dari pendapat (*revenue*) atau investasi oleh pemilik.

Menurut ASSEGAF Ibrahim Abdullah dalam Kamus Akuntansi “*Dictionary of Accounting*” definisi laba adalah “Bagi perusahaan secara keseluruhan adalah kelebihan pendapatan atas seluruh beban dan biaya”.

Perubahan laba kotor yang disebabkan kenaikan volume yang dijual menunjukkan bahwa bagian produksi telah bekerja semakin efisien dalam operasinya.

“Kenaikan laba kotor yang disebabkan oleh faktor ekstern, misalnya adanya kenaikan harga bahan, tingkat upah atau kenaikan harga-harga secara umum”, S. Munawir, (2007:217).

Analisa laporan keuangan meliputi kegiatan analisis laporan neraca, laporan Laba Rugi dan data-data lainnya. Untuk dapat melakukan analisa laporan keuangan perusahaan, diperlukan pengetahuan yang memadai tentang data keuangan perusahaan-perusahaan sejenis atau data tentang industri yang berhubungan dengan perusahaan juga sangat bermanfaat untuk digunakan sebagai bahan analisis, khususnya apabila kita ingin melakukan perbandingan.

Besar kecilnya laba kotor ditentukan oleh biaya produksi dan pendapatan, semakin kecil biaya produksi maka semakin besar laba kotor yang diperoleh perusahaan. Semakin kecil biaya produksi maka semakin kecil pula harga pokok produksi dan jika harga pokok produksi kecil maka harga pokok penjualan juga kecil. Selisih antara penjualan dengan harga pokok penjualan akan besar, selisih inilah yang akan menjadi laba kotor perusahaan, begitu pula sebaliknya.

Analisis perkembangan laba kotor adalah suatu analisis untuk mengetahui sebab-sebab perkembangan laba kotor suatu perusahaan yang membandingkan dua laporan laba rugi suatu perusahaan dari periode yang berbeda. Perkembangan laba kotor perlu dianalisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan tersebut, baik perubahan yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan, sehingga akan dapat diambil tindakan seperlunya untuk periode yang datang. Penyebab perkembangan laba kotor pada dasarnya disebabkan faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan.

Faktor harga pokok penjualan juga dipengaruhi oleh kuantitas produk yang dijual dan harga pokok penjualan yang dijual atau dihasilkan tersebut, oleh karena itu perkembangan laba kotor yang disebabkan oleh perubahan harga pokok penjualan dapat disebabkan oleh perubahan harga pokok rata-rata per satuan dan perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual dengan membandingkan dua laporan perhitungan laba rugi suatu perusahaan dari periode yang berbeda atau dengan membandingkan antara perkembangan

laba kotor yang telah dianggarkan dengan realisasi laba kotor dengan tahun yang bersangkutan akan dapat diketahui perkembangan labanya.

Laporan laba rugi merupakan laporan utama untuk melaporkan kinerja suatu perusahaan, terutama tentang profitabilitas dibutuhkan untuk mengambil keputusan tentang sumber ekonomi yang dikelola oleh sebuah perusahaan dimasa yang akan datang. Informasi tersebut juga sering digunakan untuk memperkirakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan kas dan aktiva yang akan disamakan dengan kas dimasa yang akan datang. Informasi tentang kemungkinan perubahan kinerja juga penting dalam hal ini.

Dari uraian dapat diketahui bahwa laporan laba rugi merupakan suatu laporan sistematis mengenai mengenai penghasilan biaya laba rugi yang diperoleh suatu perusahaan dalam satu periode. Informasi yang disajikan dalam laporan laba rugi meliputi:

a. Bagian pertama

Menunjukkan penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok perusahaan (penjualan barang dagangan/memberikan service) diikuti dengan harga pokok dari barang atau service yang dijual, sehingga diperoleh laba kotor.

b. Bagian Kedua

Menunjukkan biaya-biaya operasi yang terdiri dari biaya penjualan dan biaya umum atau administrasi (*operating expense*).

c. Bagian Ketiga

Menunjukkan harga hasil yang diperoleh diluar operasi pokok perusahaan yang diikuti dengan biaya diluar usaha pokok perusahaan.

d. Bagian Keempat

Menunjukkan laba rugi yang insidental (*extra ordinary gain or loss*) sehingga akhirnya diperoleh laba bersih sebelum pajak pendapatan.

#### **D. Jenis-Jenis Laba**

Dalam bukunya Akuntansi suatu pengantar 1 Soemarsono menyebutkan beberapa laba dalam bagian perhitungan laba rugi yaitu:

a. Laba Bruto

laba bruto yaitu selisih antar penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Laba bruto kadang disebut juga laba kotor. Disebut laba kotor karena jumlah ini masih harus dikurangi dengan biaya usaha.

b. Laba Usaha

Laba usaha yaitu selisih antara laba bruto dan biaya usaha. Laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.

c. Laba Bersih

Laba Bersih yaitu selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua biaya dan kerugian. Laba bersih merupakan angka terakhir dalam laporan laba rugi jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal.



Menurut John J. Wild dalam bukunya Analisis Laporan Keuangan definisi laba adalah “Pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian selama periode pelaporan”.

M. Tuanakotta mengemukakan jenis-jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan laba, yaitu:

- a. Laba Kotor yaitu perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan HPP.
- b. Laba dari operasi yaitu selisih antara laba kotor dengan total beban operasi.
- c. Laba bersih yaitu angka terakhir dalam perhitungan laba rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah dengan beban lain-lain.

Menurut Ahmad Belkaoli dalam menyajikan laporan laba rugi akan terlihat penggolongan dalam penetapan pengukuran laba sebagai berikut:

1. Laba kotor atau penjualan, merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan. Laba ini dinamakan laba kotor hasil penjualan bersih sebelum dikurangi dengan beban operasi lainnya untuk periode tertentu.
2. Laba bersih operasi perusahaan yaitu laba kotor dikurangi dengan sejumlah penjualan, biaya administrasi dan umum.
3. Laba bersih sebelum potongan pajak, merupakan pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan, yaitu perolehan apabila laba dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya-biaya lain-lain.

4. Laba kotor sesudah potongan pajak yaitu laba bersih setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dan biaya nonoperasi dan dikurangi dengan pajak perseroan.

#### **E. Metode Penetapan Harga Pokok Produk**

Ada beberapa metode yang dapat digunakan sebagai rancangan dan variasi, dalam penetapan harga menurut Marras (2008), harga dapat ditentukan atau dihitung :

- a. Harga didasarkan pada biaya total ditambah laba yang diinginkan (*cost plus pricing method*). Metode penetapan harga ini adalah metode yang paling sederhana di mana penjualan atau produsen menetapkan harga jual untuk satu barang yang besarnya sama dengan jumlah laba yang diinginkan (*margin*) pada tiap-tiap unit tersebut sehingga formula menjadi; *cost plus pricing method* = Biaya total + laba = Harga jual. Metode ini mempertimbangkan bahwa ada bermacam-macam jenis biaya dan biaya ini dipengaruhi secara berbeda oleh kenaikan atau penurunan keluaran (*output*) hasil nyata.

*Mark Up Pricing Method Variasi* lain dari metode *costplus* adalah *mark up pricing method* yang banyak dipakai oleh pedagang. Para pedagang yang membeli barang-barang dagangan akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga belinya sejumlah *mar up* (kelebihan harga jual di atas harga belinya). Jadi formulanya menjadi:

$$\text{Harga Beli} + \text{Mark Up} = \text{Harga Jual}$$

b. Harga yang berdasarkan pada keseimbangan antara permintaan dan suplai. Metode penetapan harga yang lain adalah metode menentukan harga terbaik demi tercapainya laba yang optimal melalui keseimbangan antara biaya dengan permintaan pasar. Metode ini memang cocok bagi perusahaan yang tujuan penetapan harga-harganya memaksimalkan laba. Dalam menentukan harga dan mendayagunakannya tentunya perlu pemahaman tentang konsep-konsep istilah berikut seperti;

- 1) Biaya tetap total (*total fixed cost*).
- 2) Biaya Variabel (*Variable cost*).
- 3) Biaya Total (*total cost*).
- 4) Biaya marginal (*marginal cost*).

Analisa *suplai* dan permintaan yang dipakai sebagai dasar penetapan harga kurang didayagunakan dalam kalangan bisnis. Menurut mereka analisa ini hanya masa lalu, tidak bisa didayagunakan sebagai pegangan praktis dalam penetapan harga sekarang dan akan datang.

- c. Penetapan harga yang ditetapkan atas dasar kekuatan pasar. Penetapan harga yang ditetapkan atas dasar kekuatan pasar adalah suatu metode penetapan harga yang berorientasi pada kekuatan pasar di mana harga akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga belinya sejumlah *mark up* (kelebihan harga di atas harga belinya).
- d. Harga berdasarkan keseimbangan antara suplai dan permintaan. Metode ini memang paling cocok bagi perusahaan yang tujuan penetapan harga-harganya memaksimalkan laba. Analisa permintaan dan suplai yang

dipakai sebagai dasar penetapan harga kurang didayagunakan dalam kalangan bisnis.

- e. Penetapan harga atas dasar kekuatan pasar. Penetapan harga ini merupakan suatu metode penetapan harga yang berorientasi pada kekuatan pasar dimana harga jual dapat ditetapkan sama dengan harga jual pesaing, di atas harga pesaing atau di bawah harga pesaing.

Menurut Murti-John (2012) metode penetapan harga sebagai berikut:

- a. Menghitung seluruh biaya tiap unit ditambah margin tertentu (laba yang dikehendaki).
- b. Menghitung terlebih dulu titik pulang pokok penjualan atau *break even point* yaitu titik dimana jumlah penerimaan penjualan persis sama dengan seluruh biaya yang dikeluarkan ( $\text{Total Revenue} = \text{Total cost}$ ), apabila penjualan berada di bawah BEP, maka perusahaan menderita kerugian.
- c. Menetapkan harga yang setinggi-tingginya. Hal ini biasanya mempunyai tujuan:
  - 1) Untuk berjaga-jaga terhadap kekeliruan di dalam penetapan harga.
  - 2) Untuk mempertinggi citra produk.
  - 3) Untuk mencapai keuntungan per kesatuan produk yang tinggi.

Kelemahan metode ini ialah:

- i. Sulit untuk menemukan pembeli yang bersedia membeli produk baik produk itu masih baru maupun yang telah berada pada tahap kejenuhan.
  - ii. Memberi kesempatan kepada pesaing untuk merebut konsumen.
- 4) Menetapkan harga yang serendah-rendahnya. Strategi ini dapat dipakai apabila perusahaan menginginkan volume penjualan yang tinggi dan laba tiap kesatuan produk relatif rendah. Namun demikian strategi ini dirasa lebih agresif dapat memperkuat kedudukan perusahaan di pasar.

Dalam penetapan harga, sering kita jumpai harga ditetapkan secara:

- a) Psikologis. Penetapan harga ini biasanya diberikan pada para penyalur atau pengecer.
- b) Bertingkat. Penetapan ini juga lebih sering digunakan oleh pengecer daripada pedagang besar atau oleh perusahaan sendiri.
- c) Pemberiaan potongan pembelian: di sini penjual memberikan potongan (*discount*) yaitu, pengurangan dari harga yang ada dan potongan ini diwujudkan dalam bentuk tunai.

#### **F. Metode *Break Even Point* (BEP)**

Menurut Alwi (2009:265) menyatakan bahwa "*break even point* adalah suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan itu tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi.

Mulyadi (2007) menjelaskan bahwa:

“impas adalah suatu keadaan diaman suatu usaha tidak memperoleh laba dan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi, dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenue*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja”.

Hansen dan Mowen (2011) menyatakan “*break even point is where total revenues equal costs, the point is zero profits*”.

*Break even point* dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan di mana perusahaan di dalam operasinya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, pada keadaan itu keuntungan dan kerugian sama dengan nol. Hal ini bisa terjadi, bila perusahaan di dalam operasinya menggunakan biaya tetap, dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan variabel. Apabila penjualan hanya cukup menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, maka perusahaan menderita rugi. Dan sebaliknya akan memperoleh keuntungan, bila penualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap yang harus dikeluarkan.

Analisis *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* sering juga disebut dengan *cost volume, profit analysis*.

Analisis *break even point* dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan antara lain mengenai:

- a. Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
- c. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
- d. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang akan diperoleh.

Volume penjualan di mana penghasilannya (*revenue*) tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian dinamakan *Break Even Point*.

Rumusan untuk menghitung BEP = titik impas

- a. Atas dasar rupiah

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

- b. Atas dasar unit

$$\text{BEP} = \text{TR} - \text{TC}$$

$$\text{TR} - \text{TC} = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times \text{Q}) - \text{TC} = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times \text{Q}) - (\text{VC} + \text{FC}) = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times \text{Q}) - (\text{Q} \times \text{Unit VC} + \text{FC}) = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times Q) - (Q \times \text{Unit VC}) - FC = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times Q) - (Q \times \text{Unit VC}) - FC = 0$$

$$Q = \frac{FC}{(\text{Unit Price} - \text{Unit VC})}$$

Sehingga diperoleh rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

S = Penjualan

BEP (Rp) = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

BEP (Q) = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam unit

### **Manfaat Analisa *Break Even Point* Dalam Pengambilan Keputusan**

Karena anggaran perusahaan adalah alat bantu manajemen di bidang perencanaan dan pengawasan, maka penggunaan alat BEP dalam sistem penganggaran harus menggunakan data anggaran. Dengan demikian tingkat *Break Even* yang dihasilkan akan merupakan perkiraan *break even* untuk waktu yang akan datang. Kegunaan BEP yang di anggarkan adalah:



Bukan untuk membantu menentukan berupa jumlah penjualan yang dapat diharapkan, melainkan untuk memberikan gambaran tentang batas jumlah penjualan minimal yang harus diusahakan agar perusahaan tidak menderita rugi. Hal itu penting karena kemunduran dalam penjualan yang disebabkan oleh berbagai hal dapat saja terjadi, artinya penjualan riil lebih kecil dari penjualan yang dianggarkan.

Bila perusahaan tidak ingin menderita rugi, maka pimpinan harus tahu batas pengurangan penjualan yang dapat ditolerir. Dan batas dimaksud dapat ditentukan melalui analisa *Break Even* dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang direncanakan. Tetapi akan lebih tepat kiranya bila dikatakan bahwa jumlah penjualan yang dapat diraih oleh perusahaan bukannya ditentukan dengan perhitungan-perhitungan yang dibuat di atas kertas, melainkan lebih ditentukan dengan perhitungan-perhitungan yang dibuat di atas kertas, melainkan lebih ditentukan oleh berbagai upaya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan itu dalam kaitannya dengan situasi persaingan yang dihadapi di pasar penjualan. Dalam keadaan pasar yang dikuasai oleh pembeli, penentuan sasaran penjualan dengan memperhatikan situasi persaingan kiranya akan lebih tepat dibanding dengan cara yang lain.

Analisa *Break Even Point* dalam hal ini bermanfaat untuk menilai apakah sasaran penjualan yang telah ditentukan kiranya akan memberikan keuntungan atau tidak, dan berapa jauh kemungkinan penjualan dapat ditolerir.

Analisa *Break Even* juga dapat dipakai untuk menentukan jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh pada persyaratan tertentu, misalnya penjualan yang memberikan sejumlah laba tertentu. Jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh akan sama dengan penjualan pada keadaan *break even* ditambah sejumlah penjualan yang lain yang diperlukan untuk memperoleh laba yang dimaksud.

*Break Even Point* amatlah penting kalau kita membuat usaha agar kita tidak mengalami kerugian, apa itu usaha jasa atau manufaktur, diantara manfaat BEP adalah:

1. Alat perencanaan untuk hasilkan laba.
2. Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
3. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.
4. Mengganti system laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan dimengerti.

Setelah kita mengetahui betapa manfaatnya BEP dalam usaha yang kita rintis, komponen yang berperan disini yaitu biaya, dimana biaya yang dimaksud adalah biaya variabel dan biaya tetap, dimana pada prakteknya untuk memisahkannya atau menentukan suatu biaya itu biaya variabel atau tetap bukanlah pekerjaan yang mudah. Biaya tetap adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh kita untuk produksi ataupun tidak, sedangkan biaya variabel

adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produksi jadi kalau tidak produksi maka tidak ada biaya ini.

### **G. Kelemahan Metode Perhitungan Analisis *Break Even Point***

Keterbatasan dari analisis *break even point* :

#### 1. Asumsi tentang linearity

Harga jual per unit maupun *variabel operating cost* per unit tidaklah berdiri sendiri terlepas dari volume penjualan yang artinya tingkat penjualan yang melewati titik tertentu hanya akan dicapai dengan jalan menurunkan harga jual per unit. Hal ini tentu saja akan menyebabkan garis *revenue* tidak akan lurus melainkan melengkung. *Variabel operating cost* per unit juga akan bertambah besar dengan meningkatnya volume penjualan mendekati kapasitas penuh. Hal ini bisa saja disebabkan karena menurunnya efisiensi tenaga kerja atau bertambah besarnya upah lembur.

#### 2. Klasifikasi biaya

Kelemahan kedua dari analisis *break even point* adalah kesulitan di dalam mengklasifikasi biaya karena adanya biaya variabel di mana biaya ini tetap sampai dengan tingkat tertentu dan kemudian berubah-ubah setelah melewati titik tersebut.

#### 3. Jangka waktu penggunaan

Kelemahan lain dari analisis *break even point* adalah jangka waktu penerapannya yang terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi perusahaan selama setahun.

## H. Hubungan BEP dengan *Cost Volume Profit*

*Cost Volume Profit* (CVP) adalah alat yang menghubungkan kaitan antara Biaya, volume, dan profit (laba) dari suatu perusahaan dengan fokus kepada lima hal berikut:

- a) Harga Produk (*Prices of products*)
- b) Volume Produksi
- c) *Variable Expense* per unit
- d) *Total Fix Expense* (Biaya Yang sifatnya tetap tidak terpengaruh oleh fluktuasi kuantitas produksi)
- e) *Mix of Product sold* (Product bauran dalam penjualan)

Dengan bantuan CVP ini, manajemen dapat menentukan volume penjualan dan bauran produk yang dibutuhkan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan dengan sumber daya yang dimiliki.

- a) Dalam melakukan analisis CVP didasarkan pada suatu asumsi.
- b) Semua biaya dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
- c) Jumlah biaya tetap tidak berubah dalam kisaran tertentu dari data yang dianalisis.
- d) Biaya variabel berubah seiring dengan perubahan dalam volume produk atau kegiatan dalam kisaran tertentu dari volume yang dianalisis.

CVP ini berguna dalam mengkalkulasikan BEP (*Break Even Point*). Langkah awal dalam menghitung BEP adalah menentukan *Contribution Margin*. *Contribution Margin* adalah saldo dari *revenue* (pendapatan) setelah dikurangi *variable expense* (Biaya tak tetap). Nilai tersebut sudah mencakup

*fixed expense*. Jadi seandainya *contribution margin* lebih kecil dari pada *fixed expense*, maka bisa dipastikan bahwa perusahaan ada dalam keadaan rugi (*loss*).

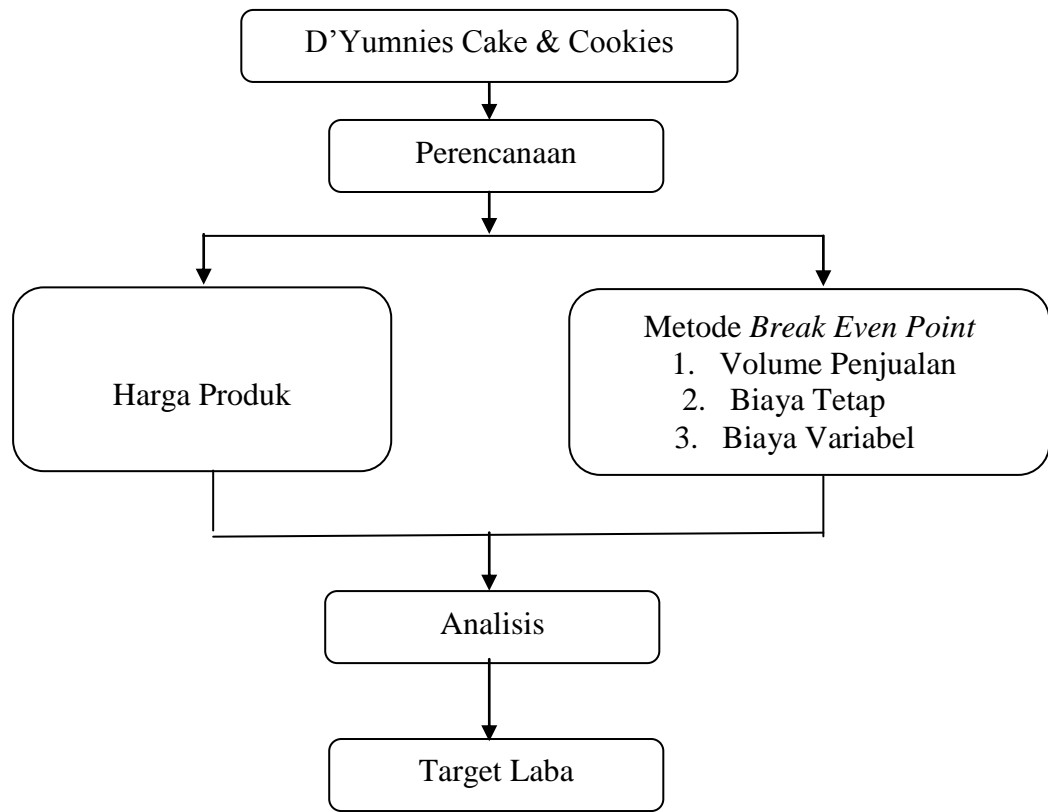
$$\text{Contribution margin} = \text{Revenues} - \text{Variabel}$$

$$\text{Contribution margin per unit} = \text{Revenues per unit} - \text{variable expense}$$

## I. Kerangka Pikir

Uma Sekaran (1992) dalam Sugiono (2013) mengemukakan bahwa, kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.

Berdasarkan uraian serta penjelasan diatas tentang latar belakang, tinjauan pustaka dengan teori-teori yang telah dijelaskan sebelumnya terhadap penelitian ini, maka sebagai kerangka pikir dari penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Kerangka Pikir**

## J. Penelitian Terdahulu

Muhammad Yusuf Andrianto, dkk (2012). “Analisis Estimasi *Cost-Volume-Profit (CVP)* Dalam Hubungannya Dengan Perencanaan Laba Pada Hotel TLOGO Mas Sarangan”. Berdasarkan hasil penelitian Muhammad Yusuf Andrianto menyimpulkan bahwa *Cost-Volume-Profit (CVP)* dalam hubungannya dengan perencanaan laba pada hotel Tlogo Mas Sarangan. Hasil analisis perencanaan laba Hotel Tlogo Masa Sarangan menetapkan sebesar 10% dari total penjualan. Hal ini terlihat dari fluktuasi kenaikan laba yang dialami tiap tahunnya mulai dari tahun 2009 hingga 2011.

Nengah Sudjana, dkk (2016). “Analisis *Break Even Point (BEP)* Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Pada CV. Langgeng Makmur Bersama Lumajang Periode 2012-2014)”. Berdasarkan hasil penelitian peneliti menyimpulkan bahwa penerapan analisis *break even point* sebagai alat untuk perencanaan laba CV. Langgeng Makmur Bersama pada kurun waktu 2012-2013 dilakukan melalui beberapa tahapan, pertama yaitu biaya diklasifikasikan serta memisahkan biaya yang berhubungan dengan volume kegiatan perusahaan sehingga dapat dikelompokkan ke dalam biaya tetap, biaya variabel, biaya semi variabel. Kedua, yaitu mengelompokkan dan mengidentifikasi biaya semivariabel kedalam jenis biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode kuadrat kecil., menentukan kontribusi margin, menentukan *break even point*, *margin of safety* serta *minimal sales*.

Merry Beatrix Malombeke (2013). “Analisa *Break Even Point* Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado”. Berdasarkan hasil penelitian Merry menyimpulkan bahwa selama tahun 2011 tahun yang diambil sampel untuk penelitian Holland Bakery memproduksi produk *taaries*, *bread*, dan *pastry* di atas titik impas dengan kata lain Holland Bakery mampu memperoleh keuntungan, dan keuntungan ini bergerak cukup signifikan dari hasil penjualan dan hal tersebut berarti Holland Bakery telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.

Christine Praticia Ponomban (2013). “Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Tropica Cocoprime”. Berdasarkan hasil penelitian peneliti tersebut menyimpulkan bahwa kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan produk cukup tinggi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengadakan perluasan produksi atau meningkatkan volume produksi sesuai dengan kapasitas perusahaan. Sehingga biaya tetap dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya dan akan berpengaruh positif terhadap kenaikan laba.

Ricky Budiman Samahati (2013). “Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sedona Manado”. Berdasarkan hasil penelitian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa *Break Even Point* Hotel Sedona Manado tahun 2011 adalah Rp. 10,689,703,558.93 sedangkan tahun 2012 adalah Rp. 10,813,378,046.61. dan pada perencanaan 2013 *break even point* Hotel Sedona Manado adalah Rp. 10,903,001,880.93.

Agustina Pradita Marhaeni (2011). “Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Industri Kecil Tegel di Kecamatan Pedurungan Periode 2004-2008 (Studi Kasus Usaha Manufaktur). Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut, peneliti menarik kesimpulan bahwa dengan diketahuinya ramalan BEP yang akan datang maka pimpinan dapat mencapai tujuan sesuai dengan waktu yang direncanakan yang bertujuan untuk menetapkan produk mana yang dapat menjadi unggulan dilihat dari *break even point*, *margin of safety* dan *profit margin*.

Vivin Ulfathu Choiriyah, dkk (2016). “Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada tingkat Laba Yang Diharapkan (studi Kasus pasa Perhutani Pluwod Industri Kediri Tahun 2013-2014). Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa



penggunaan metode *break even point (BEP)mix* dapat menjelaskan komposisi produk maupun sebaran penjualan dalam satuan moneter.

Retno Ariyanti, dkk (2014). “Analisis *Break Even Point* Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan dan Laba”. Berdasarkan penelitian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa *Break Even Point* (BEP) merupakan suatu keadaan pada saat perusahaan tidak mengalami laba dan tidak mengalami kerugian atau impas.

Berdasarkan uraian penelitian sebelumnya bentuk disajikan dalam tabel 1 di bawah ini:

**Tabel 1**  
**Daftar Hasil Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian dan Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
1.	Merry Beatrix Malombeke. (2013)	Analisa <i>Break Even Point</i> Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado	Analisis deskriptif yaitu dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan variabel yang diteliti dalam suatu situasi. <i>Break Even Point</i> , perencanaan laba.	Dari penelitian yang dilakukan pada Holland Bakery Manado telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.
2.	Agustina Pradita Marhaeni. (2011)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Industri Kecil Tegel di Kec. Pedurungan Periode 2004-2008 (Studi Kasus	Analisis kuantitatif yaitu menyajikan rangkuman data atau nilai yang dihitung berdasarkan data yang tersedia atau data yang dikumpulkan kemudian disajikan dalam bentuk instrumen analisis tabel. <i>Break even point, profitability, profit planning.</i>	Dari penelitian yang dilakukan pada industri kecil tegel di Kec. Pedurungan dengan analisa <i>break even point</i> maka diketahui berapa biaya yang harus dikeluarkan dan berapa besar

		Usaha Manufaktur)		labanya, dengan demikian maka pimpinan dapat menekan biaya produksi dengan tidak mengurangi keuntungan.
3.	Christine Praticia Ponomban. (2013)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Tropica Cocoprima	Analisis deskriptif yaitu dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan variabel yang diteliti dalam suatu situasi. <i>Break Even Point</i> , perencanaan laba	Dari penelitian yang dilakukan pada PT. Tropica Cocoprima penjualan yang dilakukan perusahaan sudah baik dan selalu berada di atas statistik impas (perusahaan sudah mampu mencapai keuntungan disetiap tahunnya)
4.	Ricky Budiman Samahati. (2013)	Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sedona Manado	Analisis deskriptif yaitu dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan variabel yang diteliti dalam suatu situasi. <i>Break Even Point</i> , <i>cost-volume-profit</i> .	Dari penelitian yang dilakukan pada Hotel Sedona Manado memiliki tingkat keuntungan berdasarkan <i>Margin of Safety</i> .
5.	Muhammad Yusuf Andrianto, Nengah Sudjana, Devi Farah Azizah. (2016)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Pada CV. Langgeng Makmur Bersama Lumajang Periode	Analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang memberikan fakta-fakta maupun kejadian secara sistematis dan akurat kemudian mendeskripsikan, mencatat dan menganalisis kondisi-kondisi yang sekarang	Dari penelitian yang dilakukan pada CV. Langgeng Makmur dilakukan melalui beberapa tahapan.

		2012-2014)	ini terjadi. Volume penjualan, BEP <i>Mix, margin of safety.</i>	
6.	Satrijo Budiwibowo. (2012)	Analisis Estimasi <i>Cost-Volume- Profit(CVP)</i> Dalam Hubungannya Dengan Perencanaan Laba Pada Hotel Tlogo Mas Sarangan	Analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang memberikan fakta-fakta maupun kejadian secara sistematis dan akurat kemudian mendeskripsikan, mencatat dan menganalisis kondisi- kondisi yang sekarang ini terjadi. <i>Cost-volume- profit</i> , perencanaan laba, metode analisis kuadrat terkecil dan analisis titik impas	Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Hotel Tlogo Mas Sarangan mengalami penurunan profit.
7.	Retno Ariyanti, Sri Mangesti Rahayu, Achmad Husaini. (2014)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan dan Laba (Studi Kasus Pada PT. Cakra Guna Cipta Malang Periode 2011-2013)	Analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang memberikan fakta-fakta maupun kejadian secara sistematis dan akurat kemudian mendeskripsikan, mencatat dan menganalisis kondisi- kondisi yang sekarang ini terjadi. <i>Break event point</i> , perencanaan, volume penjualan, laba.	Dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Cakra Guna Cipta Malang dengan metode <i>break even point</i> merupakan keadaan pada saat perusahaan tidak mengalami laba dan tidak mengalami kerugian atau impas.
8.	Vivin Ulfathu Choiriyah, Moch. Dzulكرون AR., Raden Rustam Hidayat. (2016)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat	Analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang memberikan fakta-fakta maupun kejadian secara sistematis dan akurat	Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Perhutani Plywood Industri menunjukkan bahwa rencana

		Laba Yang diharapkan (Studi Kasus Pada Perhutani Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014)	kemudian mendeskripsikan, mencatat dan menganalisis kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi. <i>Break even point, costs, sales and profit.</i>	penjualan pada tingkat laba yang sesuai dengan yang diharapkan.
9.	Suci Mulya Wijayanti, Darminto, Muhammad Saifi. (2014)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Salah Satu Alat Perencanaan Penjualan dan Laba (Studi pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk)	Analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang memberikan fakta-fakta maupun kejadian secara sistematis dan akurat kemudian mendeskripsikan, mencatat dan menganalisis kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi. <i>Break even point, perencanaan penjualan dan laba.</i>	Dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT Ultrajaya Milk Industry tidak mengalami rugi dan tidak pula mendapatkan laba atau berada di titik impas.
10.	Elfrida Lestari, Rini Dwiastutiningsih. (2007)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Indricipta Aditama	Analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang memberikan fakta-fakta maupun kejadian secara sistematis mendeskripsikan, mencatat dan menganalisis kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi. <i>Break even point, costs, sales and profit.</i>	Dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT Indricipta Aditama mengalami penurunan profit.

## H. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga *break even point* dapat digunakan sebagai alat untuk perencanaan laba pada D'YummiesCake & Cookies di Sungguminasa.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada D'Yumnies yang beralamat di Jl. Pallantikan 1. Komp. Cemara Hijau Asri, Sungguminasa-Gowa. Sedangkan waktu penelitiannya dilakukan bulan Juli dan Agustus.

##### **B. Jenis dan Sumber Data**

###### 1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah:

- a. Data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari dalam perusahaan yang bukan dalam bentuk angka-angka tetapi dalam bentuk lisan maupun tertulis seperti gambaran umum perusahaan, prosedur-prosedur perusahaan, pembagian tugas masing-masing departemen dalam perusahaan.
- b. Data Kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk angka-angka, seperti laporan jumlah pengeluaran, laporan biaya-biaya yang terkait, dan lain-lain.

###### 2. Sumber Data

Sedangkan sumber data yang digunakan penulis dalam penulisan proposal ini adalah:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan mengadakan pengamatan secara langsung pada perusahaan serta melakukan

wawancara langsung dengan pihak pimpinan dan sejumlah yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Data primer ini ada dua yaitu :

a) Data umum perusahaan

Data umum perusahaan ini berupa data mengenai sejarah singkat perusahaan struktur organisasi kedudukan tugas dan fungsi serta fasilitas yang dimiliki perusahaan.

b) Data khusus perusahaan

Data khusus perusahaan ini berupa data pemasukan, data yang berkaitan dengan penentuan harga produk dan data laporan pendapatan dan biaya.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Secara keseluruhan data yang dimaksud adalah Penggunaan Bahan Baku, Biaya Variabel, Biaya Tetap.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Pada penelitian ini untuk memperoleh data yang relevan dalam menganalisis permasalahan tersebut maka penulis menggunakan dua metode yaitu:

- 1) *Library Research*, yaitu pengumpulan data teoritis dengan cara menelaah berbagai buku literatur, pustaka yang lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.
- 2) *Field Research* yaitu pengumpulan data lapangan dengan cara sebagai berikut:
  - a) Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti dan mengumpulkan data yang diperlukan.
  - b) Interview, yaitu mengadakan wawancara dan tanya jawab dengan pimpinan serta karyawan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.
  - c) Dokumentasi adalah pengumpulan data yang menyangkut dokumen-dokumen Brownies Amanda yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti.

#### **D. Metode Analisa**

Metode yang digunakan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu menyajikan rangkuman data atau nilai yang dihitung berdasarkan data yang tersedia atau data yang dikumpulkan kemudian disajikan dalam bentuk instrumen analisis tabel, yang selanjutnya akan dilakukan penjumlahan dan prosentase yang kemudian akan disimpulkan.

a. atas dasar unit

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

Dimana :

Q = Jumlah unit kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual



P = Harga jual per unit

VC = Biaya Variabel per unit

FC = Biaya Tetap

b. Penjualan atas dasar rupiah

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

Dimana :

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan

Untuk menentukan besarnya *contribution margin* :

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

Menentukan besarnya laba yang direncanakan digunakan rumus :

$$\text{Penjualan (Q)} = \frac{FC + \text{Laba yang direncanakan}}{P - VC}$$

$$\text{Penjualan (Rp)} = \frac{FC + \text{Laba yang direncanakan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Dimana:

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Sejarah Singkat D'Yumnies Cake & Cookies**

D'Yumnies Cake & Cookies merupakan usaha yang bergerak di bidang industri pembuatan kue yang berdiri pada tahun 2012. Awal mulanya bernama Kayla yumni Cake, namun pemiliknya berpikiran nama usahanya terlalu panjang dan akhirnya pada tahun 2015 di ganti menjadi D'yumnies Cake. Yang singkatan dari nama anak pemilik, yaitu Dinda Sata Yumnies. Pada awal pendiriannya usaha ini banyak mengalami hambatan khususnya dalam menyediakan sarana dan prasarana. Namun karena ketabahan dan kesabaran pimpinan bersama karyawannya untuk melanjutkan usaha ini sehingga semuanya dapat diatasi dengan baik. Usaha pembuatan kue ini beralamat di Jl. Pallantikang 1, Komp. Cemara Hijau Asri, Blok A No. 1 Sungguminasa – Gowa.

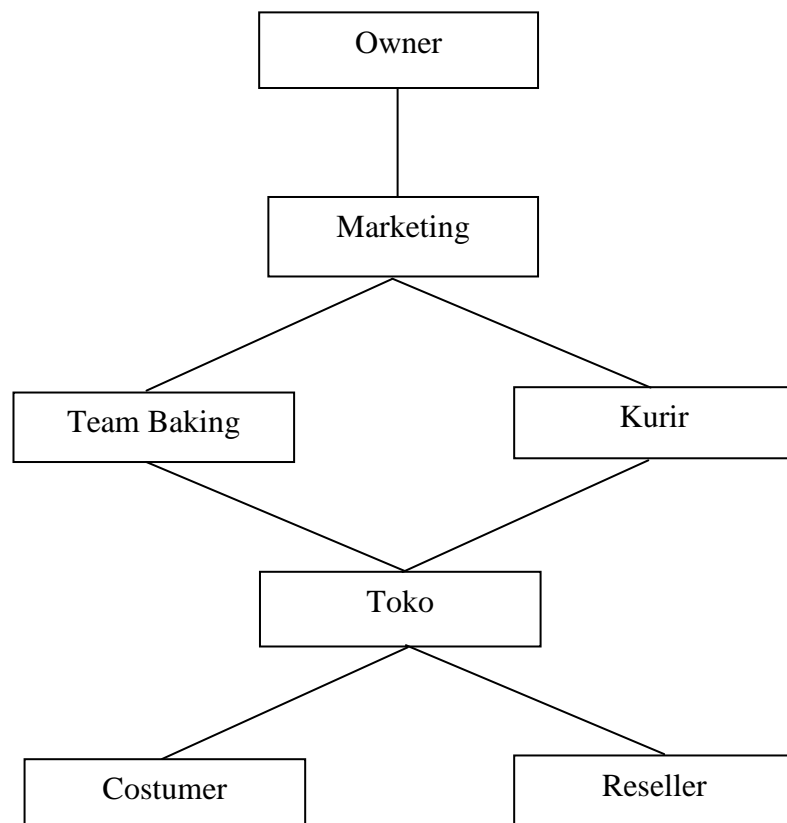
D'Yumnies Cake & Cookies di atas, senantiasa berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Untuk lebih meningkatkan volume penjualannya, perusahaan ini telah menempuh berbagai sistem produksi dan penjualan sehingga keuntungan terus meningkat.

Setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya tidak terlepas dari transaksi-transaksi keuangan, baik transaksi intern maupun transaksi dengan pengusaha lain ataupun dengan pihak lain. Untuk itu maka setiap fungsi dalam usaha memerlukan perhatian yang lebih serius. Hal ini

berarti tidak dapat merendahkan salah satu fungsi dengan fungsi yang lainnya.

## B. Struktur Organisasi D'Yumnies Cake & Cookies

Struktur organisasi D'Yumnies Cake & Cookies bahwa tiap-tiap atasan mempunyai bawahan tertentu untuk melaksanakan tugas-tugas dari pekerjaan masing-masing. Seluruh kekuasaan berasal dari atas yang kemungkinan mengatur ke bagian-bagian bawahnya dan masing-masing bagian tersebut bertanggungjawab penuh pada bagian-bagian di atasnya. Struktur organisasi D'Yumnies seperti tertera dalam gambar berikut:



**Gambar 2**

### **Struktur Organisasi D'Yumnies**

Sumber : D'Yumnies Cake & Cookies

### **C. *Job Description***

Berikut ini akan diuraikan secara terperinci tugas dan kewajiban masing-masing unsur yang terdapat di dalam struktur organisasi tersebut diatas, adalah sebagai berikut:

#### a. Owner

- 1) Bertanggungjawab penuh dalam melaksanakan tugasnya untuk kepentingan usaha dalam mencapai tujuannya.
- 2) Menyusun rencana kerja yang akan dijalankan oleh pengusaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- 3) Berhak dan berwenang bertindak untuk mewakili perseroan.

#### b. Marketing

- 1) Merencanakan produk apa yang akan dipasarkan.
- 2) Menetapkan harga jual.
- 3) Merencanakan promosi.
- 4) Merencanakan proses distribusi.
- 5) Pelayanan konsumen.

#### c. Team baking

- 1) Bertanggungjawab dalam melaksanakan koordinasi dalam membina kerja sama team yang solid.
- 2) Bertanggungjawab dalam mencapai suatu target pekerjaan yang telah ditetapkan dan sesuai dengan aturan.

#### d. Kurir

- 1) Mengirim barang tepat waktu.

- 2) Memastikan barang yang diterima oleh konsumen atau pelanggan dalam keadaan baik dan tidak rusak.
  - 3) Menjaga keamanan barang.
- e. Costumer
- 1) Membeli produk yang dijual
  - 2) Mengkritik/memberikan saran kepada penjual
- f. Reseller
- 1) Menjual kembali suatu produk yang telah dibeli.

**BAB V**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**A. Klasifikasi Biaya Pada Usaha D'Yumnies Cake & Cookies**

Analisis *Break Even Point* dimulai dengan mengklasifikasi pembagian biaya yang terjadi dalam perusahaan sesuai dengan sifat masing-masing dari biaya tersebut.

Sesuai dengan informasi yang penulis peroleh dari usaha D'Yumnies maka biaya bahan baku terdiri dari:

**Tabel 2.1**  
**D'Yumnies Cake & Cookies**  
**Total Biaya Bahan Baku**  
**Tahun 2015-2016**

<b>Bahan Baku</b>	<b>Tahun</b>	
	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Budapest:</b>		
Telur	7.680.000	9.125.000
Gula Pasir	3.242.000	6.400.000
Tepung Herculex	2.050.000	3.250.200
Tepung Almond	2.440.000	3.500.000
<b>Total Biaya Bahan Baku Budapest</b>	<b>15.412.000</b>	<b>22.275.200</b>
<b>Napoleon:</b>		
Telur	6.600.000	7.960.000
Maizena	2.900.000	3.600.000
Gula Pasir	1.800.000	2.300.000
Susu Cair	1.864.000	2.994.000
Tepung Terigu	1.270.000	2.310.000
Cream Tar	1.228.000	2.380.000
<b>Total Biaya Bahan Baku Napoleon</b>	<b>15.662.000</b>	<b>21.544.000</b>
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>	<b>31.074.000</b>	<b>43.819.200</b>

Sumber Data: D'Yumnies Cake & Cookies

Adapun klasifikasi pembagian biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel yang terdiri dari, sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
**D'Yumnies Cake & Cookies**  
**Jumlah Biaya Tetap & Biaya Variabel**  
**Tahun 2015-2016**

Keterangan	Tahun	
	2015	2016
<b>Biaya Tetap :</b>		
1. Biaya Tenaga Kerja Langsung	17.500.000	19.000.000
2. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	2.250.000	3.000.000
3. Biaya Tenaga Kerja Pemasaran	4.175.000	4.425.000
4. Biaya Tenaga Kerja Umum	1.250.000	1.300.000
5. Biaya Listrik Telepon & Air	3.000.000	3.150.000
6. Biaya Pemeliharaan Gedung	1.100.000	1.250.000
7. Biaya Penyusutan Gedung	1.000.000	1.150.000
8. Biaya Penyusutan Peralatan	1.250.000	1.437.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>31.525.000</b>	<b>34.712.000</b>
<b>Biaya Variabel:</b>		
1. Biaya Bahan Baku	31.074.000	43.819.200
2. Biaya Pemeliharaan Peralatan & Mesin	750.000	862.000
3. Biaya Lain-Lain	5.000.000	6.000.000
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>36.824.000</b>	<b>50.681.200</b>

Sumber Data: D'Yumnies Cake & Cookies

Dalam hal penentuan biaya variabel, sangat dipengaruhi oleh penjualan perusahaan, dimana D'yumnies cake & cookies dalam melaksanakan produksi. Itu menunggu pesanan dari pihak konsumen, oleh karena itu sebelum lebih lanjut memaparkan biaya variabelnya, maka akan dikemukakan terlebih dahulu hasil penjualan atau pesanan konsumen pada D'yumnies mulai 2015-2016.

**Tabel 2.3**  
**D'Yummies Cake & Cookies**  
**Volume Penjualan**  
**Berdasarkan Pesanan, Tahun 2015-2016**

Keterangan	Tahun					
	2015			2016		
	Buah	Harga Jual	Total Penjualan	Buah	Harga Jual	Total Penjualan
Budapest	1.729	40.000	69.160.000	2.061	40.000	82.440.000
Napoleon	1.961	35.000	68.635.000	2.231	35.000	78.085.000
<b>Total</b>	<b>3.690</b>		<b>137.795.000</b>	<b>4.292</b>		<b>160.525.000</b>

Sumber Data: D'Yummies Cake & Cookies

Tabel 2.3 menunjukkan bahwa hasil penjualan D'yummies dari tahun 2015 sampai dengan 2016 mengalami peningkatan, ini dapat dilihat mulai dari tahun 2015 sebesar 3.690 buah, tahun 2016 sebesar 4.292 buah. Sedangkan harga jual yang ditetapkan oleh D'Yummies sebagai berikut untuk tahun 2015-2016 harga kue Budapest sebesar Rp. 40.000, harga kue Napoleon tahun 2015 Rp. 35.000 dan pada tahun 2016 harga budapest dan napoleon tetap sama dengan tahun sebelumnya. Dengan hal tersebut maka hasil penjualan D'Yummies Cake & Cookies untuk Tahun 2015 sebesar Rp. 137.795.000,- dan untuk tahun 2016 sebesar Rp. 160.525.000,-

#### **B. Analisis *Break Even Point* Pada D'Yummies Cake & Cookies**

Untuk dapat menghitung *break even point* digunakan perhitungan dengan rumus sebagai berikut:

*Break Even point* dalam rupiah,

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

Dimana :



FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan

Sebelum melakukan perhitungan *break even point* dalam rupiah harus diketahui terlebih dahulu biaya per unit sebagai berikut:

1. Tahun 2015

$$\begin{aligned} BEP(Q) \text{ Budapest} &= \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual} - \text{jumlah biaya variabel perunit}} \\ &= \frac{31.525.000}{40.000 - 21.310} \\ &= \frac{31.525.000}{18.690} \\ &= 1.686 \text{ Buah} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} BEP(Q) \text{ Napoleon} &= \frac{31.525.000}{35.000 - 18.788} \\ &= \frac{31.525.000}{16.212} \\ &= 1.944 \text{ Buah} \end{aligned}$$

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

$$FC = 31.525.000$$

$$VC = 36.824.000$$

$$S = 137.720.000$$

Maka :

$$\begin{aligned} BEP(Rp) &= \frac{31.525.000}{1 - \frac{36.824.000}{137.720.000}} \\ &= \frac{31.525.000}{1 - 0,26} \end{aligned}$$

$$= \frac{31.525.000}{0,74}$$

$$= 42.601.351,35$$

Perhitungan diatas menunjukkan *break even* tahun 2015 atas dasar rupiah sebesar Rp. 42.601.351,35

2. Tahun 2016

$$BEP(Q) \text{ Budapest} = \frac{34.712.000}{40.000 - 24.602}$$

$$= \frac{34.712.000}{15.398}$$

$$= 2.254 \text{ Buah}$$

$$BEP(Q) \text{ Napoleon} = \frac{34.712.000}{35.000 - 22.727}$$

$$= \frac{34.712.000}{12.985}$$

$$= 2.673 \text{ Buah}$$

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

$$FC = 34.712.000$$

$$VC = 50.681.000$$

$$S = 160.450.000$$

Maka :

$$BEP(Rp) = \frac{34.712.000}{1 - \frac{50.681.200}{160.450.000}}$$

$$= \frac{34.712.000}{1 - 0,31}$$

$$= \frac{34.712.000}{0,69}$$

$$= 50.307.246,38$$

Perhitungan diatas menunjukkan *break even* tahun 2016 atas dasar rupiah sebesar Rp. 50.307.246,38

Hasil perhitungan *Break Even Point* diketahui bahwa untuk mencapai titik impas dalam penjualan pada D'Yumnies tahun 2015 harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan Rp. 42.601.357,35 atau lebih dari penjualan tersebut, dan Tahun 2016 D'Yumnies harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan Rp. 50.307.246,35 atau lebih dari penjualan tersebut.

**D'Yumnies Cake & Cookies**  
**Laporan Rugi-Laba 2015**  
**(kue budapest)**

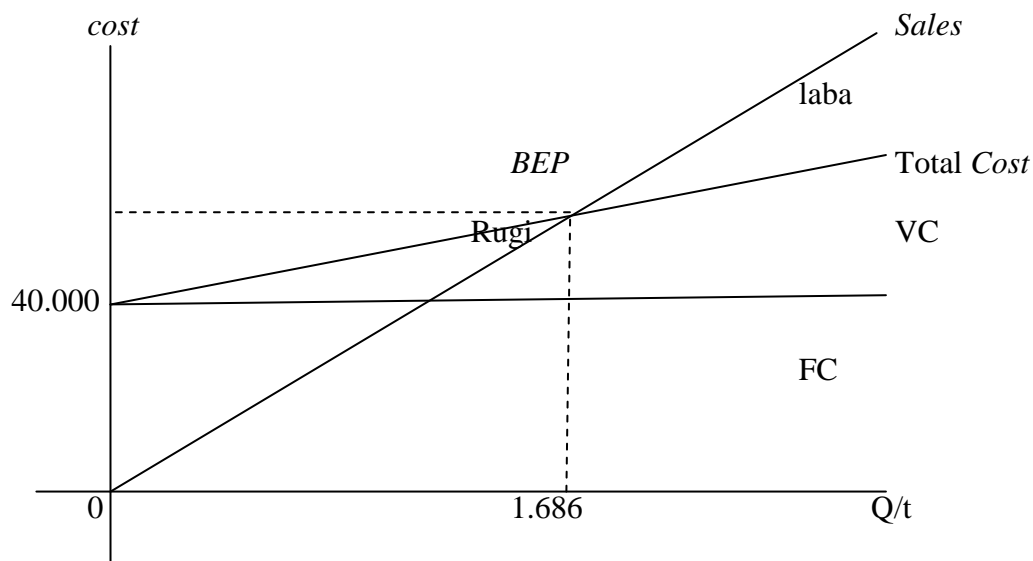
Penjualan (1686xRp.40.000) = Rp. 67.440.000

Biaya Variabel (1686xRp.21.310)=Rp. 35.928.660

Biaya Tetap =Rp. 31.525.000 +

Total *BEP*              Rp. 67.440.000        

Rugi/Laba              Rp.      0



**D'Yummies Cake & Cookies**  
**Laporan Rugi-Laba 2015**  
**(kue Napoleon)**

Penjualan (1944xRp. 35.000) Rp. 68.040.000

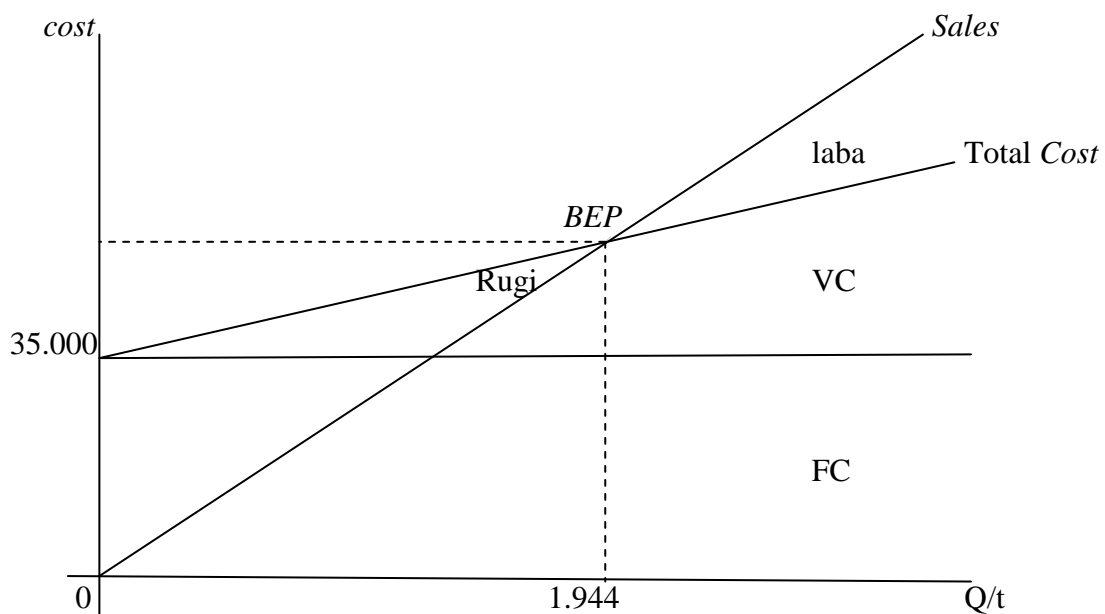
Biaya Variabel (1944xRp. 18.788) = Rp. 36.523.872

Biaya Tetap = Rp. 31.525.000

Rp. 68.040.000

Rugi/Laba

Rp. 0



**D'Yummies Cake & Cookies**  
**Laporan Rugi-Laba 2016**  
**(Kue Budapest)**

Penjualan (2.254xRp. 40.000) Rp. 90.160.000

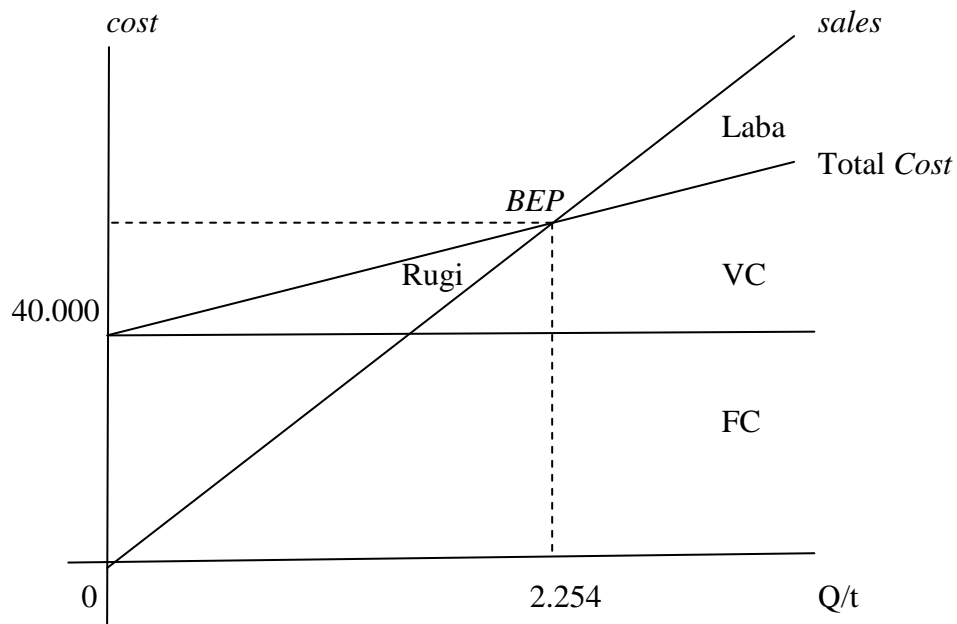
Biaya Variabel (2.254xRp. 24.602)= Rp. 54.452.908

Biaya Tetap = Rp. 34.712.000 +

Total BEP Rp. 90.160.000

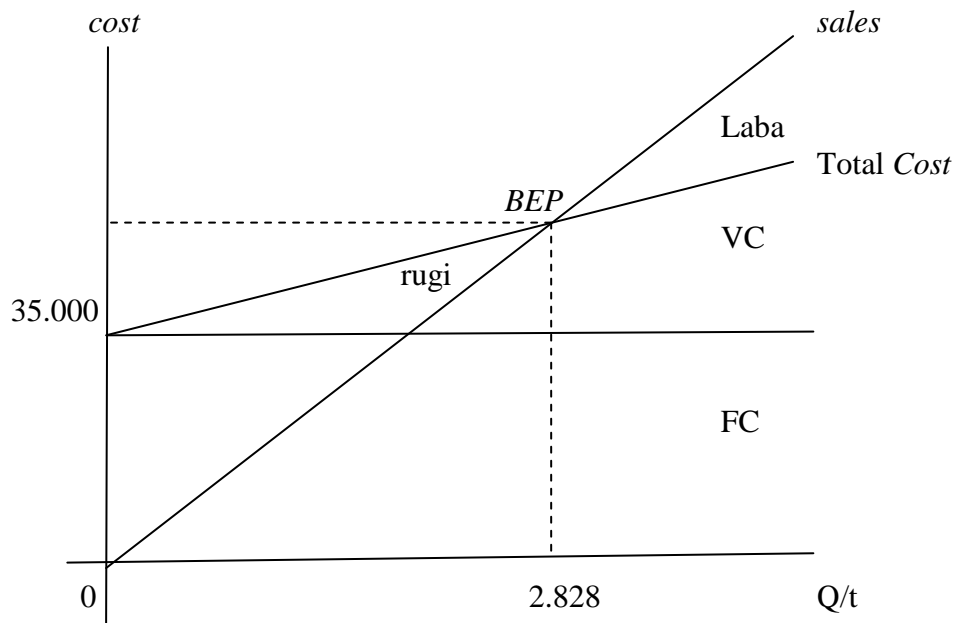
Rugi/laba

Rp. 0



**D'Yummies Cake & Cookies**  
**Laporan Rugi-Laba 2016**  
**(Kue Napoleon)**

Penjualan (2.828xRp. 35.000)		Rp. 98.980.000
Biaya Variabel (2.828x Rp. 22.727) =		Rp. 64.271.956
Biaya tetap	= Rp. 34.712.000 +	
	Total <i>BEP</i>	<u>RP. 98.980.000</u>
Rugi/Laba		Rp. 0



Pada ke empat grafik di atas dapat dilihat bahwa *break even* adalah titik potong antara jumlah biaya (garis jumlah biaya) dengan jumlah penjualan (garis penjualan). Daerah rugi dimana garis jumlah biaya diatas garis penjualan atau dengan kata lain jumlah biayanya lebih besar daripada jumlah penjualan. Daerah laba sebaliknya, dimana garis penjualan diatas atau lebih besar dari pada garis jumlah biaya.

Jadi bila :  $Sales (S) - Total Cost = Laba (\pi)$

$$: FC + VC = Total Cost$$

adapun dampak dari grafik di atas adalah, sebagai berikut:

1. Dalam hal ini *fixed cost* haruslah konstan selama periode atau *range of output* tertentu.
2. variabel *cost* dalam hubungan dengan *sales* haruslah konstan.
3. *Sales price* perunit tidak berubah dalam periode tertentu.
4. *sales mix* adalah konstan.

### C. 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.

1. Besarnya *contribution margin* D'Yumnies untuk tahun 2015 dapat dihitung sebagai berikut :

Hasil penjualan	Rp. 137.795.000
Biaya Variabel	<u>Rp. 36.824.000</u>
<i>Contribution Margin</i>	Rp. 100.971.000

Perhitungan tersebut terlihat bahwa *contribution margin* yang dihasilkan adalah Rp. 100.971.000,- oleh karena biaya tetap yang dikeluarkan sebesar Rp. 31.525.000. maka keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualan adalah :

<i>Contribution margin</i>	Rp. 100.971.000
Biaya Tetap	<u>Rp. 31.525.000</u>
Keuntungan	Rp. 69.446.000

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa perusahaan dalam menerima hasil penjualan Rp. 137.971.000 akan memperoleh keuntungan sebanyak Rp. 69.446.000,-

*Contribution margin ratio* D'Yumnies berdasarkan data yang diperoleh tahun 2015, dapat dihitung sebagai berikut:

$$CMR = 1 - \frac{\text{biaya variabel}}{\text{hasil penjualan}}$$

Dimana :

$$VC = 36.824.000$$

$$S = 137.795.000$$

Maka :

$$CMR = 1 - \frac{36.824.000}{137.795.000} \times 100\%$$

$$= 1 - 0,26 \times 100\%$$

$$= 0,74 \times 100\%$$

$$= 0,74 \text{ atau } 74\%$$

Analisis perhitungan *contribution margin ratio* di atas menunjukkan bahwa produk yang diproduksi oleh perusahaan mampu memberikan *contribution margin* terhadap laba sebesar 74%.

2. Besarnya *contribution margin* D'Yumnies untuk tahun 2016 dapat dihitung sebagai berikut :

Hasil penjualan	Rp. 160.525.000
Biaya variabel	<u>Rp. 50.681.200</u>
<i>Contribution margin</i>	Rp. 109.843.800

Perhitungan tersebut terlihat bahwa *contribution margin* yang dihasilkan adalah sebesar Rp. 109.843.800. Oleh karena biaya tetap yang dikeluarkan sebesar Rp. 34.712.000, maka keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualan adalah :

<i>Contribution margin</i>	Rp. 109.843.800
Biaya tetap	<u>Rp. 34.712.000</u>
Keuntungan/Laba	Rp. 75.131.800



Hasil perhitungan menunjukkan bahwa perusahaan dalam menerima hasil penjualan Rp. 160.525.000 akan memperoleh keuntungan sebanyak Rp. 75.131.800

*Contribution margin ratio* D'Yummies berdasarkan data yang diperoleh tahun 2016, dapat dihitung sebagai berikut:

$$CMR = 1 - \frac{\text{biaya variabel}}{\text{hasil penjualan}}$$

Dimana :

$$VC = 50.681.200$$

$$S = 160.525.000$$

Maka :

$$\begin{aligned} CMR &= 1 - \frac{50.681.200}{160.525.000} \times 100\% \\ &= 1 - 0,31 \times 100\% \\ &= 0,69 \times 100\% \\ &= 0,69 \text{ atau } 69\% \end{aligned}$$

Analisis perhitungan *contribution margin ratio* di atas menunjukkan bahwa produk yang diproduksi oleh perusahaan mampu memberikan kontribusi margin terhadap laba sebesar 69%.

**Tabel 2.4**  
**D'Yummies Cake & Cookies**  
**Analisis Contribution Margin**  
**Tahun 2015-2016**

Tahun	S	VC	CM	FC	L	CMR
2015	137.795.000	36.824.000	100.971.000	31.525.000	69.446.000	74%
2016	160.525.000	50.681.200	109.843.800	34.712.000	75.131.800	69%

#### D. Analisis Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan perencanaan kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implementasi keuangannya dalam bentuk proyeksi perhitungan laba-rugi, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. Perusahaan menetapkan perencanaan laba sebesar 20% dari hasil penjualan. Berikut adalah bentuk perencanaan laba D'Yumnies cake & cookies.

1. Perencanaan laba D'Yumnies Cake & Cookies berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2015 dapat diketahui sebagai berikut:

Volume penjualan yang harus dicapai sesuai dengan laba yang direncanakan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan (unit) Budapest} &= \frac{\text{biaya tetap+laba yang direncanakan}}{\text{Harga jual/unit}-\text{Biaya variabel/unit}} \\
 &= \frac{31.525.000+13.834.000}{40.000-21.310} \\
 &= \frac{45.357.000}{18.690} \\
 &= 2.426 \text{ Buah}
 \end{aligned}$$

Untuk mendapatkan laba sebesar 20% (Rp.13.834.000), D'Yumnies Cake & Cookies harus mampu menjual sebanyak 2.426 unit kue Budapest.

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan (unit) Napoleon} &= \frac{\text{Biaya Tetap+Laba yang direncanakan}}{\text{Harga jual/unit}-\text{Biaya Variabel/unit}} \\
 &= \frac{31.525.000+13.727.000}{35.000-18.788} \\
 &= \frac{45.252.000}{16.212} \\
 &= 2.791 \text{ buah}
 \end{aligned}$$

Untuk mendapatkan laba sebesar 20% (Rp.13.727.000), D'Yumnies Cake&Cookies harus mampu menjual sebanyak 2.791 buah kue Napoleon.

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan (Rp)} &= \frac{\text{biaya tetap+laba yang diharapkan}}{1-\frac{\text{biaya variabel}}{\text{pendapatan penjualan}}} \\
 &= \frac{31.525.000+38.945.000}{1-\frac{36.824.000}{194.725.000}} \\
 &= \frac{70.470.000}{1-0,18} \\
 &= \frac{70.470.000}{0,82} \\
 &= \text{Rp. 85.939.024,39}
 \end{aligned}$$

Perhitungan di atas menunjukkan *break even point* tahun 2015 berdasarkan perencanaan atas dasar rupiah sebesar Rp. 85.939.024,39

2. Perencanaan laba D'Yumnies Cake&Cookies berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2016 dapat diketahui sebagai berikut:

Volume penjualan yang harus dicapai sesuai dengan laba yang direncanakan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan (unit) Budapest} &= \frac{\text{Biaya Tetap+Laba yang diharapkan}}{\text{Harga Jual/unit}-\text{Biaya Variabel/unit}} \\
 &= \frac{34.712.000+16.448.000}{40.000-24.602} \\
 &= \frac{51.200.000}{15.398} \\
 &= 3.325 \text{ buah}
 \end{aligned}$$

Untuk mendapatkan laba sebesar 20% (Rp.16.448.000), D'Yumnies Cake&Cookies harus mampu menjual sebanyak 3.325 buah kue budapest.

$$\text{Penjualan (unit) napoleon} = \frac{\text{Biaya Tetap+Laba yang diharapkan}}{\text{Harga jual/unit}-\text{Biaya Variabel/unit}}$$

$$= \frac{34.712.000+15.617.000}{35.000-22.727}$$

$$= \frac{50.329.000}{12.372}$$

$$= 4.068 \text{ buah}$$

Untuk mendapatkan laba sebesar 20% (Rp.15.617.000), D'yumnies Cake&Cookies harus mampu menjual sebanyak 4.068 buah kue napoleon.

$$\text{Penjualan (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang diharapkan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Pend. Penjualan}}}$$

$$= \frac{34.712.000 + 55.076.000}{1 - \frac{50.681.200}{275.380.000}}$$

$$= \frac{89.788.000}{1 - 0,18}$$

$$= \frac{89.788.000}{0,82}$$

$$= \text{Rp. } 109.497.560,98.023$$

Perhitungan diatas menunjukkan *break even* tahun 2016 berdasarkan perencanaan atas dasar rupiah sebesar Rp.109.497.560,98

**Tabel 2.5**  
**D'Yumnies Cake & Cookies**  
**Hasil Analisis Perencanaan Laba D'Yumnies Tahun 2015 & 2016**  
**Perencanaan Laba 20% Dari Penjualan**

Tahun	Produk	Buah	Harga Jual	Total penjualan	BEP
2015	Budapest	2.426	40.000	97.040.000	<b>85.939.024,39</b>
	Napoleon	2.791	35.000	97.685.000	
		<b>5.217</b>		<b>194.725.000</b>	
2016	Budapest	3.325	40.000	133.000.000	<b>109.497.560,98</b>
	Napoleon	4.068	35.000	142.380.000	
		<b>7.393</b>		<b>275.380.000</b>	

Tabel 2.7 menunjukkan bahwa jika perusahaan merencanakan laba 20% dari penjualan, maka perusahaan harus mampu menjual produk berdasarkan perencanaan. Pada tahun 2015 untuk mendapat total penjualan sebesar Rp.194.725.000, perusahaan harus mampu menjual produk sebanyak 5.217 masing-masing kue budapest 2.426 buah dan kue napoleon 2.791 buah. Tahun 2016 total penjualan sebesar 275.380.000 dengan menjual produk sebanyak 7.393 unit, masing-masing kue budapest 4.068 buah angka penjualan yang setinggi-tingginya, namun perlu juga memperhitungkan kemungkinan dan kue napoleon 4.068 unit.

Untuk dapat mencapai angka penjualan tersebut, perusahaan tidak hanya memperhatikan bagaimana mencapai berubahnya faktor biaya tetap dan biaya variabel. Dengan asumsi D'Yumnies dapat menekan biaya variabel misalnya menekan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Penekanan biaya variabel ini berpengaruh pada harga jual yang ikut menurun sehingga banyak permintaan dari masyarakat karena harganya yang terjangkau. Semakin banyak permintaan meningkatkan kualitas penjualan. Untuk mengintenskan penjualan, D'yumnies Cake & Cookies dapat meningkatkan biaya tetap berupa Oven. Kebijakan ini sangat berpengaruh demi tercapainya perencanaan laba yang diharapkan.

Dalam hal ini nampak jelas bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba yang ingin dicapai adalah harga jual, kuantitas penjualan, serta biaya tetap dan biaya variabel. Hal tersebut dapat dilihat dari alternatif-alternatif yang telah dilakukan bahwa perubahan salah satu faktor, dua faktor, ataupun

kesemua faktor akan mempengaruhi persen laba yang dicapai dari hasil penjualan tersebut.

Dampak yang terjadi terhadap perencanaan laba jika terjadi perubahan harga yaitu: Kenaikan harga jual per unit akan menurunkan titik impas penjualan, sedangkan penurunan harga jual per unit akan menaikkan titik impas penjualan (BEP).

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis maka hasil yang diperoleh adalah *Break Even Point* (titik impas) dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba pada D'Yumnies Cake & Cookies. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Merry Beatrix Malobeke setelah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin. Sebagaimana kita dapat melihat pada tabel 2.6 dapat teridentifikasi perencanaan laba pada D'Yumnies.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari uraian terdahulu dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. D'Yumnies Cake & Cookies dalam merencanakan laba belum menggunakan perhitungan *BEP*.
2. Pabrik D'Yumnies Cake & Cookies belum memisahkan biaya tetap dan biaya variabel, sehingga manajemen sulit untuk mengadakan perencanaan dan pengawasan biaya.
3. Dengan tidak dilaksanakannya pemisahan biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan sulit untuk merencanakan laba yang diinginkan.

#### **B. Saran-Saran**

Agar D'Yumnies Cake & Cookies dapat berkembang dan bertumbuh, maka menurut hemat peneliti menyarankan:

1. Agar *Break Even Point* D'Yumnies Cake & Cookies tahun 2015 mencapai sebesar Rp. 85.939.024,39 sedangkan tahun 2016 mencapai sebesar Rp.109.497.560,98.
2. Jika D'Yumnies menginginkan laba 20% dari penjualan maka perusahaan tersebut akan memperoleh laba untuk tahun 2015 sebesar Rp. 38.945.000 dengan melakukan penjualan sebesar Rp. 194.725.000 atau sebanyak 5.217 buah, dan untuk tahun 2016 memperoleh laba sebesar Rp. 55.076.000 dengan melakukan penjualan sebesar Rp. 275.380.000 atau sebanyak 7.393 buah.

3. Pada *Contribution margin* yang dicapai oleh D'Yumnies Cake and Cookies adalah 74% untuk tahun 2015 sedangkan tahun 2016 sebesar mencapai 69%.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, kamaruddin. 2014. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Alwi, S. (2005). *Alat-Alat Analisis Dalam Pembelanjaan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Andrianto, M. Y., Sudjana, N., & Azizah, D. F. 2016. *Jurnal Administrasi. Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba (STudi Pada CV. Langgeng Makmur Bersama Lumajang Periode 2012-2014, Vol.35 No.1*
- Armanto W.2006. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Graha ilmu
- Ariyanti, R., & Husaini, A. 2014. *Jurnal Administrasi Bisnis. Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Keputusan Terhadap Perencanaan Volume Dan Laba, Vol. 11 No.*
- Budiwibowo, S. 2012. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan. Analisis Estimasi Cost-Volume-Profit (CVP) Dalam Perencanaan Laba Pada Hotel Tlogo Mas Sarangan, Volume 1,.*
- Choiriyah, V. U., & Hidayat, R. R. 2016. *Jurnal Administrasi Bisnis. Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Dan Laba Yang Di Harapkan, Vol. 25 No.5*
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. 2009. *Akuntansi Manajerial* (Edisi 8-). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Harahap, S. S. 2006. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. (P. R. Persada, Ed.). Jakarta.
- Lestari, E. 2011. No Ti. *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba PAada PT. Indritama Cipta*.
- Malombeke, M. B. 2013. *Jurnal EMBA. Analisa Break Even Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado, Vol. 1 No.*
- Marhaeni, A. P. 2001. No Titl. *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Industri Kecil Tegel Di Kecamatan Perudungan Periode 2004-2008*.
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat

- Mulya, S. M. 2014.. *Analisis Break Even Point Sebagai Salah Satu Alat Perencanaan Penjualan Dan Laba (Studi Kasus PT Ultrajaya Milk Industry)*.
- Munawir. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Ponomban, C. P. 2013. Jurnal EMBA. *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan PT. Tropica Cocoprime, Vol. 1 No.*
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen*. (S. Saat, Ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Salman, K. R., & Farid, M.2016. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta Barat: Indeks Jakarta.
- Samahati, R. B. 2013. *Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sedona Manado, Vol. 1 No.*
- Simamora, H. 2013. *Akuntansi Manajemen Edisi III. Stard Date Publisier, Jakarta. JOUR.*
- Simamora, H. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Star Gate Pubisher
- Siregar, B., Suropto, B., Hasporo, D., Lo, E. W., & Biyanto, F. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- S. Munawir, 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta
- Sujarweni, V. W. 2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. 2015. *Akuntansi Manajemen*. (Mona, Ed.). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

## RIWAYAT HIDUP



MUZDALIFAH yang biasa dipanggil Ifa lahir di Sinjai pada tanggal 26 September 1995. Penulis merupakan anak ke 2 dari pasangan H. Kamaruddin dan Hj. Rahmatiah. Penulis yang berasal dari daerah Kabupaten Sinjai tepatnya di Kecamatan Sinjai Utara. Penulis mengawali Pendidikan di SD Negeri 103

Bontompare lulus tahun 2007, dan melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 1 Sinjai Utara lulus tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 2 Sinjai Utara lulus tahun 2013.

Di tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Aktif di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ekonomi & Bisnis Jurusan Akuntansi,. Semasa menempuh pendidikan penulis juga aktif di berbagai organisasi guna menunjang pembentukan karakter penulis di antaranya: pada saat SMP penulis aktif di organisasi PMR (sebagai anggota Regu). Pada saat SMA penulis aktif di organisasi PMR (sebagai wakil ketua).