

Kajian Dasar Perencanaan Laba berdasarkan *Break Even Point* Pekerjaan *Cutting Sticker* pada Pencetakan Stiker di PT. YXY

Rumbel Galingging, M. Ds

rumbel.galingging@trisaktimultimedia.ac.id

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti

ABSTRACT

Break-even analysis or analysis of the cost, volume and profit relationship is a technique for combining, coordinating and interpreting production and distribution data to assist management in making decisions, thus break even point analysis is a tool used to study the relationship between fixed costs, profit variable costs, and sales volume. Profit planning is the expected target for the decisions made regarding the amount of profit to be obtained. The first step in profit planning is running a business in making a decision.

Keywords: *Profit, BEP, COGS, Cutting Sticker*

ABSTRAK

Analisis impas atau analisis hubungan biaya, volume, dan laba merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasikan dan menafsirkan data produksi dan distribusi untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan, dengan demikian analisis impas (*break even point*) adalah suatu alat yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel keuntungan, dan volume penjualan. Perencanaan laba merupakan target yang diharapkan pada keputusan yang diambil, tentang besar laba yang akan diperoleh. Langkah pertama dalam perencanaan laba yaitu menjalankan suatu usaha dalam mengambil sebuah keputusan.

Kata Kunci: Laba, BEP, Harga Pokok, Stiker

1. PENDAHULUAN

Teknologi Grafika kini semakin berkembang pesat, di zaman yang serba menggunakan teknologi. Percetakan semakin di permudah, dengan teknologi-teknologi terbaru. Salah satunya yaitu mesin *cutting sticker*. *Cutting Sticker* dapat diartikan sebagai sebuah teknik pemotongan, bahan *sticker* (*Vynil, Scotlight, Texture, 3M, dsb*) sesuai dengan desain yang diinginkan, entah itu permainan warna ataupun corak.

Sticker adalah salah satu cara yang tepat untuk mengekspresikan berbagai perasaan, pesan, informasi, dan juga merupakan alat promosi yang efektif untuk branding usaha. Lewat *sticker*, dapat mengajak orang lain ikut berekspresi bersama dengan menempelnya pada benda-benda atau tempat yang diinginkan. Dengan layanan *custom cut* yang dapat menyesuaikan bentuk potongan stiker dengan model, memberi kebebasan berkreasi tanpa batas. Lihat makin banyak mobil atau motor dengan striping mewah dan unik, tak jarang desain *sticker* bisa memukau pengelihatan. Dari fakta tersebut bisa disimpulkan bahwa bisnis *Cutting Sticker* sangat menjanjikan. Pengguna mobil atau motor semakin banyak dan peluang bisnis ini tentu semakin besar.

Analisis impas atau analisis hubungan biaya, volume, dan laba merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasikan dan menafsirkan data produksi dan distribusi untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan. Impas sendiri diartikan keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi.

Dapat pula dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika pendapatan sama dengan jumlah biaya.

Dengan demikian analisis impas (*break even point*) adalah suatu alat yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel keuntungan, dan volume penjualan Riyanto (1997:359).

Analisis *Break Even Point* (BEP) atau titik impas yang merupakan teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya total, laba yang diharapkan dan volume penjualan. Secara umum analisa ini juga memberikan informasi mengenai *margin of safety* yang mempunyai kegunaan sebagai indikasi dan gambaran kepada manajemen berapakah penurunan penjualan dapat ditaksir sehingga usaha yang dijalankan tidak menderita rugi. Selain itu apabila penjualan pada *Break Event Point* (BEP) dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan maka akan dapat diperoleh informasi tentang berapa jauh penjualan bisa turun sehingga perusahaan tidak menderita rugi atau tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan. Informasi tentang *margin of safety* ini dapat dinyatakan dalam persentase atau rasio antara penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan pada tingkat impas.

Untuk dapat menentukan analisis *Break Even Point* (BEP) biaya yang terjadi harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. 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. Apabila suatu industri hanya mempunyai biaya variabel, maka tidak akan muncul masalah break even point dalam perusahaan tersebut. Masalah break even baru muncul apabila suatu industri disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Biaya kepemilikan adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan ketika akan membeli suatu mesin cutting. Banyak faktor yang harus diperhatikan ketika akan membeli mesin cetak *cutting*. Biaya sewa adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan yang tidak mau untuk membeli mesin cutting, biasanya dibayar selama jam pemakaian. Ketika perusahaan akan melakukan penyewaan mesin cutting maka hal yang harus diperhatikan adalah seberapa lama akan menggunakan alat tersebut.

2. TINJAUAN TEORITIS

A. Perencanaan Laba

Perencanaan adalah memilih alternatif-alternatif yang mungkin dilaksanakan dengan mempertimbangkan tujuan perusahaan serta sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan dan kendala yang dihadapi, untuk tujuan tersebut manajemen harus mengetahui data yang relevan terutama yang menyangkut penghasilan dan biaya dimasa yang akan datang (Supriyono, 1987:4).

Perencanaan laba merupakan target yang diharapkan pada keputusan yang diambil, mengenai seberapa besar laba yang akan diperoleh. Langkah pertama dalam perencanaan laba yaitu menjalankan suatu usaha dalam mengambil sebuah keputusan. Agar keputusan yang kita ambil sesuai dengan yang diharapkan, maka kita perlu merencanakan tujuan dan sasaran yang sesuai agar dapat dicapai perusahaan.

Fungsi perencanaan adalah menetapkan tujuan dan sasaran dari perusahaan tersebut. Tujuan perusahaan merupakan hal yang paling mendasar dari pengambilan keputusan dalam proses perencanaan. Tujuan perusahaan ini disusun untuk jangka panjang, yang intinya berisi mengenai visi dan misi perusahaan. Sasaran perusahaan merupakan dasar untuk penentuan memperoleh target laba yang ingin dicapai.

Perencanaan laba, atau anggaran memiliki manfaat dan keuntungan sebagai berikut:

- (a) Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah. Manajemen wajib mempelajari semua aspek bisnis dalam mengembangkan anggaran. Hal ini memungkinkan adanya kesempatan untuk menilai kembali setiap segi dari operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program.
- (b) Perencanaan laba menyediakan pengarahan kesemua tingkatan manajemen. Hal itu membantu mengembangkan kesadaran akan laba diseluruh lapisan organisasi dan

merangsang kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.

- (c) Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal tersebut memberikan suatu cara untuk menyesuaikan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita. Anggaran membuat identifikasi dan eliminasi dari halangan serta ketidakseimbangan menjadi mungkin, sebelum kedua hal itu terjadi serta untuk menyalurkan usaha-usaha ke aktivitas-aktivitas yang paling menguntungkan.
- (d) Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama dari setingkat manajemen. Keahlian dan pengetahuan dari semua manajer dibutuhkan untuk mengembangkan rencana paling efektif. Partisipasi dari semua tingkatan mengeluarkan ide-ide dan menyediakan suatu cara untuk mengkomunikasikan tujuan serta untuk memperoleh dukungan atas rencana akhir. Manajer yang berpartisipasi belajar mengenai apa yang diharapkan: yaitu mereka mengembangkan komitmen terhadap cita-cita dimana mereka turut berpartisipasi dalam penetapannya.
- (e) Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu. Hal ini memicu manajer untuk merencanakan kinerja secara efisien.

B. Manfaat Perencanaan Laba

Menurut Matz (1990:6), perencanaan laba mempunyai arti penting bagi

perusahaan karena:

- (a) Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan permasalahan.
- (b) Mengarahkan pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil keputusan.
- (c) Menciptakan suasana organisasi yang terarah pada pencapaian laba, dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya secara maksimal.
- (d) Mengajak peran serta dan koordinasi rencana berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga kepuasan akhir dan rencana yang saling berkait dapat menggambarkan keseluruhan organisasi dalam bentuk rencana yang terpadu dan menyeluruh.
- (e) Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis dari setiap segi dan aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaharui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.
- (f) Mengkoordinasi serta mempertemukan semua upaya perusahaan kedalam suatu prosedur perencanaan anggaran yang terarah.
- (g) Mengarahkan penggunaan modal dan daya upaya pada kegiatan yang paling menguntungkan.
- (h) Mendorong standar prestasi yang tinggi dengan merangsang kegairahan untuk

bersaing, menanamkan hasrat untuk mencapai tujuan, dan menumbuhkan minat untuk melaksanakan kegiatan secara lebih efektif.

- (i) Berperan sebagai tolok ukur atau standar untuk mengukur hasil kegiatan dan menilai kebijaksanaan manajemen dan tingkat kecakapan dari setiap pelaksana.

C. Hubungan antara Perencanaan Laba dan Analisis Break Even Point

Analisis *break even point* dengan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisis *break even point* dan perencanaan laba sama – sama berbicara dalam hal anggaran atau di dalamnya mencakup anggaran yang meliputi biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang kesemua itu mengarah ke perolehan laba. Untuk itu dalam perencanaan perlu penerapan atau menggunakan analisis *break even point* untuk perkembangan dan perolehan laba. Selain itu analisis *break even point* dapat dijadikan tolak ukur untuk menaikkan laba atau untuk mengetahui penurunan laba yang tidak mengakibatkan kerugian pada industri Garrison et. al (2006:60).

D. Manajemen Keuangan Break Even Point

Manajemen Keuangan secara umum (dalam bahasa Inggris disebut *finance*) mencakup tiga area yang saling berkaitan, yaitu perbankan dan pasar modal (*money and capital markets* atau *macro finance*), investasi (*investments*), dan manajemen keuangan (*financial management* atau

business finance).

Manajemen keuangan adalah area yang berkaitan secara langsung dengan pengelolaan dana (*financing and investing activities*) dalam suatu perusahaan. Materi penelitian di bidang ini mencakup keseluruhan aktivitas yang berkaitan dengan usaha mendapatkan dana (*financing*) dan menggunakan dana (*investing*) termasuk fungsi pemenuhan kebutuhan dana sebagai usaha untuk memperoleh dana yang diperlukan dengan biaya yang minimal dan syarat – syarat yang paling menguntungkan, dan fungsi pendanaan sebagai usaha untuk menanamkan (*to invest*) setiap rupiah yang tersedia agar menghasilkan tingkat keuntungan yang maksimal. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa efisiensi dan efektifitas pengelolaan dana adalah prinsip dalam manajemen keuangan.

Sedangkan menurut Horne dan Wachowichz (2005:646), mengemukakan definisi Manajemen Keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan manajemen aktiva dengan beberapa tujuan umum sebagai latar belakangnya. Menurut Darsono (2006:1), definisi Manajemen Keuangan adalah aktivitas pemilik dan manajemen perusahaan untuk memperoleh sumber modal yang semurah–murahnya dan menggunakannya seefektif, seefisien dan seproduktif mungkin untuk memperoleh laba.

Sementara Margaretha (2007:2), menyatakan definisi Manajemen Keuangan adalah proses pengambilan keputusan tentang *asset*, pembiayaan dari *asset*

tersebut, dan pendistribusian dari seluruh *cash flow* yang potensial yang dihasilkan dari *asset* tadi.

Menurut Benny (2009:30) pengertian manajemen Keuangan adalah sebagai berikut Manajemen keuangan dapat diartikan sebagai keseluruhan aktivitas yang bersangkutan dengan usaha untuk mendapatkan, menggunakan, dan mengalokasikan dana tersebut, Manajemen keuangan dapat diartikan sebagai teori dan ilmu pengetahuan tentang mengelola keuangan, Manajemen keuangan dapat pula diartikan sebagai ilmu yang membahas tentang investasi, pembelanjaan dan pengelolaan aset-aset dengan beberapa tujuan menyeluruh yang direncanakan.

Martono dan Harjito (2007:4) mengemukakan bahwa Manajemen Keuangan (*financial Management*), atau dalam literatur lain disebut pembelanjaan, adalah segala bentuk aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, menggunakan dana, dana mengelola asset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh. Dengan kata lain manajemen keuangan merupakan manajemen (pengelolaan) mengenai bagaimana memperoleh asset, mendanai asset, dan mengelola asset sesuai dengan tujuan perusahaan.

Dari definisi tersebut untuk melaksanakan fungsi keuangan diperlukan penentuan Keputusan Keuangan, yaitu: Keputusan Investasi (*Investment Decision*) merupakan keputusan terhadap aktivitas apa yang akan dikelola oleh perusahaan. Keputusan investasi ini merupakan

keputusan yang paling panjang, karena keputusan investasi ini berpengaruh secara langsung terhadap besarnya rentabilitas investasi dan aliran kas perusahaan untuk waktu – waktu yang akan datang. Rentabilitas Investasi (*Return on Investment*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang dihasilkan dari suatu investasi. Keputusan Investasi dilakukan perusahaan dalam beberapa Langkah:

Manajer keuangan perlu menetapkan beberapa aset secara keseluruhan (*total asset*) yang diperlukan dalam perusahaan, dari asset yang diperlukan, perlu ditetapkan komposisi dari aset-aset tersebut, yaitu : berapa jumlah aktiva lancar (*current asset*) dan berapa jumlah aktiva tetap (*fixed asset*). Aktiva lancar dirinci kembali menjadi: berapa jumlah kas, piutang dan persediaan. Aktiva tetap dirinci lagi misalnya berapa jumlah alat kantor, kendaraan, mesin, gedung, dan tanah. Untuk mencapai pemanfaatan asset secara optimal, maka aset-aset yang tidak ekonomis lagi tidak perlu dikurangi, dihilangkan, atau diganti dengan asset yang baru. Pengurangan aset (aktiva) yang sudah tidak ekonomis tersebut diganti dengan aset yang baru, sehingga dapat menghemat biaya operasi. Keputusan pendanaan (*Financing Decision*) keputusan pendanaan menyangkut beberapa hal, diantaranya: Keputusan mengenai penetapan sumber daya yang diperlukan untuk membiayai investasi tersebut yang dapat berupa hutang jangka pendek, hutang jangka panjang, dan modal sendiri. Penetapan tentang pertimbangan pembelanjaan yang terbaik atau sering disebut struktur modal yang

optimum. Struktur modal yang optimum merupakan pertimbangan optimum hutang jangka panjang dan modal sendiri dengan biaya modal rata – rata minimal.

Oleh karena itu, perlu ditetapkan apakah perusahaan menggunakan sumber modal ekstrem yang berasal dari hutang dengan menerbitkan obligasi, atau menggunakan modal sendiri dengan menerbitkan saham baru sehingga beban biaya modal yang ditanggung perusahaan minimal. Kekeliruan dalam pengambilan keputusan pendanaan akan berakibat biaya yang ditanggung tidak minimal. Biaya modal yang muncul berkaitan dengan keputusan pendanaan adalah biaya bunga untuk dana yang berasal dari hutang dan dividen bagi dana yang berasal dari saham atau modal sendiri. Biaya modal berupa bunga lebih mudah diterapkan karena sifatnya akan tetap selama umur hutang (obligasi) . sedangkan penentuan tentang dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham memerlukan kebijakan (*policy*) tersendiri.

Keputusan Pengelolaan Aktiva (*Asset Management Aktiva*) Manajer Keuangan yang konservatif akan mengalokasikan dananya sesuai dengan jangka waktu asset yang didanai. Misalnya, aktiva lancar akan didanai dari hutang lancar yang jangka waktunya lebih panjang dari usia aktiva lancarnya dan sebagian hutang jangka panjang. Aktiva tetap yang tidak disusutkan seperti tanah akan dibiayai dengan modal sendiri dan laba perusahaan atau laba ditahan. Sedangkan asset yang disusutkan seperti bangunan dan mesin serta peralatan dapat dibiayai dengan hutang jangka panjang dan modal sendiri.

Hutang jangka panjang yang digunakan untuk membiayai aktiva yang disusutkan tersebut jangka waktu pengembaliannya lebih panjang dari umur ekonomis aktiva yang dibiayai. Hal ini untuk mengurangi resiko kegagalan dalam pengembalian hutang perusahaan. Selain itu, langkah utama yang perlu dilakukan adalah melaksanakan fungsi keuangan yang akhirnya diharapkan akan menjamin tercapainya tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Adapun fungsi tersebut adalah fungsi pengendalian likuiditas (*Function Leading to Liquidity*).

Sehubungan dengan usaha mencapai tujuan perusahaan maka manajer keuangan harus dapat menjaga dan memperbaiki likuiditas perusahaan. Untuk mencapai likuiditas yang tepat bagi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatannya, manajer keuangan harus melaksanakan fungsi-fungsi sebagai berikut: Peramalan aliran kas (*Forecasting Cash Flow*), Mencari sumber dana (*Rising fund*), baik dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan, Fungsi pengendalian laba (*Function Leading of Profitability*) dalam usaha mencari laba, manajer keuangan dapat dianggap sebagai anggota penuh dalam manajemen perusahaan. Peran manajer keuangan terutama adalah untuk memberikan data spesifik (sebagai input) dalam proses pengambilan keputusan.

E. Pengertian *Break even Point*

Banyak para ahli berpendapat tentang pengertian *break even point* (Titik Impas), dimana pengertian satu dengan yang lain

berbeda, tetapi pada prinsipnya mempunyai konsep dasar yang sama.

Menurut Alwi (1994:265), menyatakan bahwa *break even point* adalah suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan itu tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian (penghasilan = total biaya).

Menurut Mulyadi (1992:72) menyatakan bahwa impas adalah suatu keadaan dimana suatu usaha tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian, dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas apabila jumlah penghasilan sama dengan biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap saja.

Menurut Hansen dan Mowen (2009:40), mengemukakan biaya dan beban sebagai berikut: Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa datang bagi organisasi. Biaya dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat di masa depan. Jika biaya telah digunakan untuk menghasilkan pendapatan, maka biaya tersebut dinyatakan kadaluwarsa. Biaya yang kadaluwarsa disebut beban (*expense*).

Analisis *break even point* bukan semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang tidak mengalami rugi maupun untung saja, tetapi analisis *break even point* mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan serta hubungannya kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang

bersangkutan.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan dikatakan mencapai *break even point* apabila dalam suatu periode kerja tidak memperoleh laba tetapi juga tidak menderita kerugian dimana laba adalah nol. Jadi dapat dikatakan *break even point* hubungan antara volume penjualan, biaya dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada tingkat penjualan tertentu, sehingga analisis *break even point* ini sering disebut dengan *cost, volume, profit* analisis.

Selain itu Analisis *break even point* sangat berguna untuk menentukan kebijaksanaan dalam perusahaan, baik perusahaan yang sudah maju maupun perusahaan yang baru mengadakan perencanaan.

F. Pengertian Contribution Margin (CM)

Menurut Garrison dkk (2013:209) menyatakan bahwa margin kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Jumlah margin kontribusi dapat digunakan untuk menutup seluruh biaya tetap dan dapat menghasilkan laba bersih bagi perusahaan. Persamaan dari rumus *contribution margin* sebagai berikut :

Contribution = Sales Revenue - Variable Cost Margin

Setelah *contribution margin* diketahui maka dapat dihitung persentase kontribusi margin (*contribution margin ratio*) dengan rumus :

Rumus *Break Even Point*

$$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Sales Revenue}}$$

Tabel 1. Contribution Margin Ratio PT. YXY

Keterangan	Biaya/Unit	Rasio
<i>Sales Revenue</i>	14.625	100%
<i>Variable Cost/unit</i>	11.250	77%
<i>Contribution Margin</i>	3.375	23%

(a) *Break Even Point* dalam pcs

$$\frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Sales Revenue}-\text{Variable Cost}}$$

$$BEP = \frac{F}{p-v}$$

F = *Fixed Cost*

P = Penjualan per pcs

v = *Variabel Cost* per pcs

(b) *Break Even Point* dalam Rupiah

$$\frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

(c) Perencanaan Laba

$$\frac{\text{Fixed Cost}+\text{Income}}{\text{Sales Revenue}-\text{Variable Cost}}$$

G. Analisis *Break Even Point*

(1) Asumsi *Break Even Point*

Menurut Mulyadi (2001:232) asumsi mendasar dalam analisis *break even point* adalah:

a) Variabilitas biaya dianggap akan mendekati pola perilaku yang diramalkan. Biaya tetap akan selalu konstan dalam

kisar volume yang dipakai dalam perhitungan titik impas, sedangkan biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volume penjualan.

- b) Harga jual produk tidak berubah-ubah pada berbagai tingkatan kegiatan. Jika dalam usaha menaikkan volume penjualan dilakukan penurunan harga atau memberikan potongan harga maka ini akan mempengaruhi nilai titik impas.
- c) Kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan. Penambahan fasilitas produksi akan berakibat penambahan biaya tetap dan akan mempengaruhi biaya lainnya.
- d) Harga faktor – faktor produksi tidak berubah. Jika harga bahan baku dan upah terlalu jauh berubah maka akan mempengaruhi hubungan biaya, volume dan laba.
- e) Efisiensi produksi dianggap tidak berubah. Apabila terjadi penghematan biaya atau perubahan metode produksi maka akan mempengaruhi biaya, volume dan laba.
- f) Persediaan awal dan akhir dianggap tidak signifikan.
- g) Komposisi produk tidak berubah, jika komposisi produk berubah hal ini akan berpengaruh terhadap pendapatan penjualan.
- h) Dari asumsi – asumsi diatas yang paling pokok adalah volume merupakan satu – satunya yang mempengaruhi biaya.

(2) Unsur-Unsur Pokok Dalam *Break Even Point*

Analisis unsur-unsur yang

mempengaruhi break even point yaitu Biaya, Volume, Harga, harga jual serta laba itu sendiri. Didalam pengertian biaya dan beban didalam bahasa Indonesia belum dibedakan dengan tepat. Sering kali istilah cost digunakan secara sinonim dengan istilah *expense*.

Menurut Mulyadi (2001:233) membedakan antara *cost* dan *expense* sebagai berikut :

- a) *Cost* adalah bagian dari harga perolehan tahun harga beli aktiva yang ditunda pembebanannya atau belum dimanfaatkan dalam hubungannya realisasi penghasilan. Sedangkan *expense* adalah *cost* yang dikorbankan didalam usaha memperoleh penghasilan.
- b) Volume yang terdapat dalam analisis *break even point* adalah jumlah unit produksi atau jumlah unit penjualan.
- c) Harga jual per unit adalah sejumlah uang yang diterima atau piutang yang timbul atas penyerahan barang dan jasa kepada setiap konsumen dalam setiap unitnya.
- d) Harga jual bisa berupa harga jual bersih atau bisa harga jual kotor. Sedangkan yang digunakan dalam analisis break even point adalah harga jual bersih yang terlepas dari berbagai potongan.
- e) Laba adalah keuntungan yang diperoleh perusahaan, dimana keuntungan ini berasal dari penghasilan setelah dikurangi biaya.

Alwi (1994:267) menyatakan: variabel-variabel yang membentuk *break even point* adalah harga jual dan biaya (biaya

tetap dan biaya variabel). Kedua variabel itu saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya, perubahan salah satu variabel yang dimaksud mengakibatkan perubahan besarnya titik *Break Even Point*.

a) Biaya

Terjadinya biaya merupakan suatu akibat dari pengorbanan nilai-nilai produksi yang digunakan dalam proses produksi. Tidak selamanya pengorbanan dapat dianggap sebagai biaya, dapat dilihat dari pendapat beberapa ahli sebagai berikut: Menurut Mulyadi (2005:8) menyatakan bahwa pengertian biaya dalam arti luas adalah biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

b) Jenis Biaya

Menurut Mulyadi (2005:13) terdapat berbagai macam biaya dalam suatu perusahaan, yaitu biaya produksi merupakan biaya – biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya Bahan Baku (*Direct Material Cost*) adalah semua biaya bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Biaya Tenaga kerja langsung (*Direct Labor Cost*) adalah balas jasa yang diberikan pada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Biaya *Overhead* pabrik (*Factory Overhead*

Cost) adalah biaya selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Biaya Administrasi Umum dan Biaya Administrasi tidak umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering disebut pula dengan biaya konversi (*conversion cost*) yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi. Jumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sering pula disebut istilah biaya komersial (*commercial expenses*).

Menurut Freddy (2006:15) mengungkapkan dalam *break even point* biaya digolongkan dalam 3 bagian yaitu: *Total Cost* atau total biaya adalah merupakan gabungan dari biaya tetap dengan biaya variabel, dan *Fixed Cost* atau biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah, berapapun produk yang dihasilkan, yang juga dikenal dengan istilah biaya tidak langsung. *Variable Cost* atau biaya *variable* adalah biaya yang bervariasi tergantung pada jumlah yang dihasilkan, yang juga disebut dengan biaya langsung (*direct cost*).

Berdasarkan uraian – uraian di atas diperoleh bahwa biaya yang harus dikeluarkan pada pelaksanaan produksi pada umumnya bagi perusahaan yang bersangkutan ini terdiri dari berbagai macam. Dalam hal ini, seluruh biaya yang ada di dalam perusahaan dikelompokkan dalam dua kelompok yaitu biaya yang

disebut dengan biaya tetap dan biaya *variable*. Masing-masing biaya tersebut akan mempunyai pola dan perilaku sendiri-sendiri, sehingga di dalam hubungannya dengan analisa impas yang akan dilaksanakan tersebut, biaya ini perlu untuk diketahui jumlahnya masing – masing dan juga hubungan antara biaya tersebut dengan tingkat kegiatan yang ada didalam perusahaan yang bersangkutan tersebut.

c) Spesifikasi Mesin

Tabel 1. Spesifikasi Mesin Mimaki

MERK	MIMAKI (Japan)
<i>Model</i>	CG 60 SR III
<i>Paper Width</i>	90 - 174 mm
<i>Maximum Plotting Width</i>	606 mm
<i>Maximum Speed</i>	70 sm/s (<i>cutting</i>)/.100 cm/s (<i>moving</i>)
<i>Adjustable Speed Range</i>	1-10cm/s (1 cm/s step Adjustment) 1-70cm/s (5 cm/s step Adjustment)
<i>Mechanical Resolution</i>	X Direction : 2.5m / Y Direction : 5m
<i>Repeatabillity</i>	± 0,2 mm / 2 m
<i>Maximum Pressure</i>	500 gram
<i>Drive Motor</i>	DC Motor
<i>Interface</i>	USB 2.0, RS 232 c, Ethernet
<i>Receive Buffer Size</i>	27MB Standard (When Sorting 17MB)
<i>Operating Environment</i>	AC 220v / 50-60Hz
<i>Packing Dimensions</i>	Working Temperature : 5-35 c Relative Humidity : 35%-75%
<i>Weight</i>	24 kg
<i>Packages Include</i>	1 pcs Cutter, CD Software, Buku Manual,Kabel

Sumber<https://deprintz.com/JUAL-MESIN-CUTTING-STICKER-MIMAKI-CG-60-SRIII.html?o=terbaru>

d) Bahan***Sticker Vinyl ORACAL 651***

Adalah *sticker vinyl* kelas *intermediate* atau *polimeric* produksi oracal Jerman. Kualitas dan reputasinya sudah tidak perlu diragukan lagi karena sticker ini merupakan stiker yang sangat terkenal di dunia otomotif di seluruh dunia. Oracal 651 sebenarnya bahan *cutting sticker* bukan bahan stiker digital printing, artinya sticker ini merupakan media *uncoated* atau media yang tidak di-*coating* secara khusus untuk bisa dicetak.

Sebagai *sticker vinyl* kelas *intermediate* atau *polimeric* maka stiker oracal 651 ini memiliki kemampuan untuk dipasang di media datar dan media yang tidak datar seperti *body* motor maupun mobil. Jadi secara *basic sticker oracal* lebih ditujukan untuk aplikasi *wrapping* dan *branding* mobil kelas menengah atas. Jarang sekali digunakan sebagai bahan label karena harganya yang cukup mahal tetapi sangat sering digunakan untuk sticker emblem, sticker bumper mobil, stiker motor dan aneka aksesoris stiker yang berhubungan dengan dunia otomotif.

Karena Oracal 651 merupakan bahan *sticker cutting* maka dia terdiri dari banyak warna seperti umumnya bahan *cutting sticker*.

Spesifikasi *Sticker Oracal 651*

- (a) Ketebalan 70 mikron
- (b) Lem berbasis *solvent* permanen tetapi tidak berbekas terutama jika dipasang kering
- (c) Memiliki ketahanan warna 3 tahun lebih
- (d) Dapat dicetak menggunakan *ecosolvent* atau uv
- (e) Ditujukan untuk pemakaian bidang dan datar lengkung terbatas

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan dalam skripsi ini sesuai dengan pembahasan tentang berapa *break even point*.

Biaya tetap terdiri dari Mesin, Gaji Karyawan, Penyusutan Peralatan, Telpn + Internet, dan Perawatan Mesin selama 1 bulan Total Rp. 8.425.000,-

Tabel 2. Biaya Tetap PT. YXY

NO	KLASIFIKASI BIAYA TETAP	BULAN	
		1	12
1	Mesin Mimaki	Rp 2.500.000,00	Rp 30.000.000,00
2	Gaji Karyawan	Rp 3.900.000,00	Rp. 46.800.000,00
3	Penyusutan Peralatan	Rp. 1.200.000,00	Rp. 14.400.000,00
4	Internet	Rp. 475.000,00	Rp. 5.700.000,00
5	Perawatan Mesin	Rp. 350.000,00	Rp. 4.200.000,00
	Total	Rp. 8.425.000,00	Rp. 101.100.000,00

Biaya variabel selama 1 bulan Total Rp. 6.445.270,-

Tabel 3. Biaya Variabel Perkerjaan Sticker PT. YXY

RINCIAN	BIAYA
Bahan Baku Sticker Oracal	Rp. 348.150,-
Utility	Rp. 997.120,-
Modal Awal	Rp. 5.000.000,-
Total	Rp. 6.445.270,-

A. Menghitung *Break Even Point*

Bahan dengan ukuran 15x10cm

Harga potong :

150cm x Rp. 75,- = Rp. 11.250,-

Untuk Harga Jual satuan Sticker :

Rp. 11.250,- x 30% = Rp. 3.375,-

Total

Rp. 11.250,- + Rp. 3.375,- = Rp.

14.625,-

Dalam pengerjaan *cutting sticker* di pesan sebanyak 100.000 pcs, dengan harga Rp. 14.625,- per-pcs, dan ukuran media potong 150cm². Pada proses pekerjaan *cutting sticker* tersebut biaya tetap sebesar Rp. 8.425.000,-, serta biaya potong stiker sebesar Rp. 75,-. Maka berapa nilai *break even point* saat pekerjaan *cutting sticker* tersebut.

Rincian	Biaya
Biaya Tetap	Rp. 8.425.000,-
Biaya Potong Sticker	Rp. 75,-
Harga Produksi Per-pcs	Rp. 14.625,-
Biaya Variabel per-pcs : 150 x	Rp. 11.250,-

B. Perhitungan Dalam Pcs

$$\begin{aligned}
 BEP &= \frac{F}{p-v} \\
 &= \frac{8.425.000}{(14.625-11.250)} \\
 &= \frac{8.425.000}{3.375} \\
 &= 2.496
 \end{aligned}$$

Break even point dalam unit untuk pekerjaan *cutting sticker* adalah : 2.496 pcs.

C. Perhitungan *Contribution Margin*

(*Sales Revenue* - *Variable Cost*)

Penggunaan konsep *contribution margin* per-pcs (selisih harga jual dengan biaya variabel per-pcs) yaitu sebesar Rp. 14.625,- - Rp. 11.250,- = Rp. 3.375,-. Karena besarnya biaya tetap Rp. 8.425.000,- dan keuntungan untuk menutup biaya tetap (*contribution margin*) per-pcs Rp. 3.375,-, maka untuk menutup seluruh biaya tetap tersebut dibutuhkan penjualan 2.496 pcs atau Rp. 8.425.000,- / Rp. 3.375,-.

Tabel 4. *Break Even Point*

Keterangan	Biaya/Unit	Unit	Total
<i>Sales Revenue</i>	Rp 14.625	2.496	Rp 36.504.000
<i>Variable cost/unit</i>	Rp 11.250	2.496	Rp 28.080.000
<i>Contribution Margin</i>	Rp 3.375	2.496	Rp 8.425.000
<i>Fixed Cost</i>	Rp 8.425.000		Rp 8.425.000
Total	Rp 8.421.625		0

D. Contribution Margin Ratio

Dari biaya variabel dibagi dengan penjualan dari proses pekerjaan *cutting sticker* tersebut ratio kontribusi marjinnnya adalah sebesar:

$$1-11.250/14.625 = 1 - 0,77 = 0,23.$$

Dengan *contribution margin ratio* 0,23 artinya bahwa setiap 23% volume penjualan tidak akan merubah biaya variabel.

Tabel 5. Contribution Margin Ratio

Keterangan	Biaya/Unit	Ratio
<i>Sales Revenue</i>	Rp 14.625	100%
<i>Variable cost/unit</i>	Rp 11.250	77%
<i>Contribution Margin</i>	Rp 3.375	23%
<i>Fixed Cost</i>	Rp 8.425.000	

E. Perhitungan *Break Even Point* dalam Rupiah

$$\frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Cotribution Margin Ratio}} \\ \frac{8.425.000}{23\%} = 36.630.434$$

Break even point dalam Rupiah untuk pekerjaan *cutting sticker* ini adalah : Rp. 36.630.434,-

F. Perencanaan Laba

Apa bila perusahaan ingin mendapatkan laba sebesar Rp. 2.000.000,- maka :

$$\frac{\text{Fixed Cost} + \text{Income}}{\text{Sales Revenue} - \text{Variable Cost}} \\ \frac{8.425.000 + 2.000.000}{(14.625 - 11.250)} \\ \frac{10.425.000}{3.375} = 3.088$$

Jadi untuk mendapatkan laba Rp. 2.000.000,- harus diproduksi sebanyak 3.088 pcs.

5. SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dapat menarik kesimpulan bahwa dalam suatu perusahaan terutama perusahaan *advertising*, perencanaan penjualan dan target laba sangat bergantung terhadap operasional dan produksi perusahaan. Hal tersebut dapat membantu manajemen dalam perencanaan penjualan dan target laba yang diinginkan perusahaan pada periode yang akan datang. Perencanaan target perolehan laba sangat dipengaruhi oleh perhitungan *Break Even Point*, dengan melihat perhitungan laba, perusahaan dapat memprediksi jumlah oplah yang akan di produksi untuk menentukan laba.[]

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Syafarudin. 1994. *Alat-alat Analisis Dalam Pembelajaran*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Benny, Moh. 2009. *Manajemen keuangan bisnis teori dan soal*. Alfabeta Bandung.

- Carter, W.K. (2009). *Akuntansi Biaya Cost Accounting*. Jakarta : Salemba Empat.
- Darsono. 2006. *Manajemen Keuangan*. Jakarta : Diadit Media.
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Garrison, H. Ray; Eric W. Noreen; dan Peter C. Brewer. 2006, *Akuntansi Manajerial*, Buku I edisi kesebelas, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Horne V. James dan John M Wachowicz. 2005. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan (Fundamental of Financial Management)*. Edisi 12. Diterjemahkan oleh Dewi Fitriyani. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen & Mowen. 2004. *Manajemen Biaya, Edisi Bahasa Indonesia*. Buku Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Margaretha, Farah. 2007. *Manajemen keuangan bagi industri jasa*. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta
- Martono dan Harjito 2007. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta, Ekonisia.
- Mulyadi. 1992. Alternatif teknik rehabilitasi dan pemanfaatan lahan alang-alang. Dalam PPT (ed). *Pemanfaatan lahan alang-alang untuk usahatani berkelanjutan*. Pros. Seminar lahan alang alang. Bogor.
- 2001. *Sistem Akuntansi* Edisi Tiga. Jakarta : Salemba Empat.
- 2005, *Akuntansi Biaya*, Edisi Kelima, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Pecetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Matz. Adolph and Milton F. Usry. 1990. *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian*. edisi ke 8, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- (2000), *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 1, Edisi ke 7, (Diterjemahkan oleh Herman Wibowo), Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Riyanto Bambang, 1997, **Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan**, Edisi 4. BPFE, Yogyakarta
- Siregar, Baldric.dkk. 2016. *Akuntansi Biaya*. Jakarta : Salemba Empat.
- Supriyono. 1987. *Akuntansi Biaya Perencanaan & Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan*. Edisi 2. BPFE Yogyakarta.