

ANALISIS COST VOLUME PROFIT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA SEAGA LEATHER AND NATURAL HANDICRAFT YOGYAKARTA

Heru Kuncorowati

Dosen STIE Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta

Abstract

This research aim to detect to what analysis cost profit volume serve the purpose of profit planning tool in Seaga Leather and Natural Handicraft Yogyakarta. Analysis tool that used in this research analysis break even point. This analysis be used to detect break even point value in also in unit to determine how many unit that must be sold to fulfil profit target that appointed by company. From analysis calculation result break even point, got break even point value in rupiah for product box laundry as big as Rp. 60.104.703,10 and for file product holder as big as Rp. 26.046.563,24. while in unit unit is got break even point for product box laundry as much as 382 units and for file product holder as much as 382 units. While calculation from profit that appointed for product box laundry as big as Rp. 15.000.000, - so product that must be sold as much as 477 units and for profit that appointed for file product holder as big as Rp. 8.000.000, - so product that must be sold as much as 473 units.

Keyword: *analysis cost profit volume, profit planning*

LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam perkembangan dunia usaha dewasa ini, seiring dengan pertumbuhan usaha dibidang industri maka persaingan antar perusahaan khususnya dibidang yang sejenis semakin meningkat. Untuk menjaga kesinambungan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat tersebut, diperlukan penanganan dan pengelolaan yang baik. Tingkat keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kesempatan masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu tugas manajemen adalah merencanakan masa depan perusahaan agar sedapat mungkin semua peluang dan kesempatan dimasa yang akan datang dapat diraih guna menuju peningkatan dan perkembangan perusahaan kearah yang lebih baik.

Perencanaan laba yang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mencapai laba optimal. Dalam kaitannya dengan perencanaan pencapaian laba, salah satu alat perencanaan laba yang dapat digunakan ialah Analisis *Break Even Point*. *Break Even* sering disebut titik impas atau peluang pokok adalah suatu keadaan perusahaan di mana jumlah total penghasilan besarnya sama dengan jumlah total biaya, atau suatu keadaan perusahaan diman rugi-labanya sebesar nol,

perusahaan tidak memperoleh laba tetapi juga tidak menderita rugi (Mulyadi, 1984: 72). Analisa *Break Even Point* ialah suatu pendekatan perencanaan laba formal, yang didasarkan atas hubungan-hubungan yang ditetapkan antara biaya-biaya dan penghasilan-penghasilan (Weston J. Fred, 1981: 55). Analisa ini merupakan alat untuk menetapkan titik, dimana hasil penjualan akan menutup jumlah biaya-biaya. Jika suatu perusahaan ingin mencegah kerugian, maka hasil penjualannya harus dapat menutup semua biaya, baik biaya-biaya variabel yang berubah sebanding dengan perubahan produksi, maupun biaya-biaya tetap yang tidak berubah, jika produksi berubah. Dengan kata lain analisis ini dapat dipergunakan untuk mengetahui keterkaitan antara biaya tetap (*fixed cost*), biaya variabel (*variable cost*) dan tingkat pendapatan (*revenue*) pada berbagai tingkat operasional.

Model yang paling banyak dipakai dalam analisis ini adalah dengan menggunakan grafik *Break Even*. Karena grafik ini memiliki keunggulan selain memberikan informasi mengenai keterkaitan antara biaya dan pendapatan, grafik ini juga menunjukkan laba atau kerugian yang akan dihasilkan pada berbagai tingkat keluaran (*output*). (Rangkuti Freddy, 2006 : 84). Titik impas terjadi jika pendapatan dari penjualan (*R*) berada pada titik keseimbangan dengan biaya total (*TC*). Karena analisa ini mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan dan volume kegiatan, maka analisa ini sering pula disebut "*Cost-Volume-Profit Analysis*". Dengan mengetahui besarnya nilai titik impas maka kita dapat menentukan berapa jumlah minimal produk yang harus dijual (*budget sales*) dan harga jual (*sales price*) apabila kita menginginkan laba tertentu. Dengan menggunakan *budget sales* tersebut kita juga dapat mengetahui besarnya *Margin of Safety* yang harus dipertahankan perusahaan. *Margin of Safety* adalah persentase batas penurunan penjualan sampai dengan keadaan titik impas. *Margin of Safety* (*MOS*) ini juga merupakan batas resiko penurunan penjualan hingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau menderita rugi (Harjito, Agus dan Martono, 2005: 265). Dalam mengadakan analisa *Cost Volume Profit*, digunakan asumsi-asumsi dasar sebagai berikut: biaya dibagi dalam golongan biaya variabel dan golongan biaya tetap; besarnya biaya variabel secara totalitas berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi/ penjualan; besarnya biaya tetap secara totalitas tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi/ penjualan; harga jual per unit tidak berubah selama periode yang dianalisa; perusahaan hanya memproduksi satu macam produk dan apabila diproduksi lebih dari satu macam produk, perimbangan penghasilan penjualan antara masing-masing produk atau *sales mix*-nya adalah tetap konstan (Riyanto Bambang, 2001: 360). Berdasarkan asumsi tersebut maka titik impas akan berubah bila asumsi-asumsi tersebut mengalami perubahan diantaranya: adanya perubahan

harga jual, adanya perubahan Biaya Tetap (FC) dan Biaya Variabel (VC), adanya perubahan komposisi penjualan (*sales mix*).

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana penerapan analisis *Cost-Profit-Volume* dalam perencanaan laba di SEAGA Leather and Natural Handicraft. Untuk mengantisipasi agar permasalahan tidak meluas dan pembahasan lebih terarah pada analisis ini, maka penulis membatasi masalah tentang perhitungan analisis *Cost Volume Profit* dalam perencanaan laba yang berkaitan dengan penentuan volume penjualan yang harus dipenuhi untuk mencapai titik impas (*Break Even Point*). Adapun periode akuntansi yang diamati adalah tahun 2007 dan dibatasi dua macam produk yaitu *box laundry* dan *file holder*.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakuakn untuk mengetahui bagaimana penerapan analisis *Cost-Profit-Volume* di SEAGA Leather and Natural Handicraft. Selain itu juga dipakai sebagai bahan referensi bagi penelitian lain dalam materi yang berhubungan dengan ini, khususnya pembahasan mengenai perhitungan *Cost Volume Profit* dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan titik impas. Hasil penelitian ini, dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak perusahaan sebagai acuan dan kajian baik di masa sekarang atau masa mendatang untuk menentukan kebijaksanaan dalam perencanaan laba.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Analisis *Cost-Volume-Profit*

Menurut Selamat Sugiri Analisis *Cost-Volume-Profit* adalah sebuah teknik atau alat yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara volume, biaya total, pendapatan total dan laba. Analisis ini sangat berguna, terutama untuk perencanaan laba dalam tahun anggaran tertentu. (Sugiri, Selamat. 1994:107). Sedangkan menurut Henry Simamora, analisis *cost-volume-profit* adalah analisis pola-pola perilaku biaya yang mendasari hubungan antara biaya, volume, dan laba. (Simamora, Henry. 1999:160).

Pengertian *Break Even Point* (BEP) atau Titik Impas

Menurut Mulyadi *Break Even* sering disebut titik impas atau peluang pokok adalah suatu keadaan perusahaan di mana jumlah total penghasilan besarnya sama dengan jumlah biaya total, atau suatu keadaan perusahaan diman rugi-labanya sebesar nol, perusahaan tidak memperoleh laba tetapi juga tidak menderita rugi. (Mulyadi, 1984: 72). Jadi analisis *Break Even Point* (BEP) adalah analisis untuk menentukan volume penjualan minimal yang harus dipenuhi perusahaan agar pendapatan dari hasil penjualan tersebut sama dengan biaya total yang dikeluarkan

sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian dan juga tidak mendapatkan keuntungan.

Pengertian Biaya

Kata biaya sering menjadi alih bahasa dari *cost* atau *expense*. *Cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis tertentu untuk memperoleh sumber daya ekonomi lainnya. Contohnya adalah sejumlah kas yang dikeluarkan (dikorbankan) untuk membeli barang dagangan. Sedangkan *expense* adalah pengorbanan sumber daya ekonomis untuk memperoleh penghasilan (*revenue*). Contohnya jika barang dagangan tadi dijual maka *cost* yang melekat pada barang dagangan tersebut kini berubah menjadi *expense*. (Slamet Sugiri, 1994 : 21).

Penggolongan Perilaku Biaya

Keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan laba jangka pendek berkaitan dengan penggolongan perilaku biaya. Adapun penggolongan perilaku biaya digolongkan menjadi 3 yaitu: Biaya Tetap adalah biaya-biaya yang di dalam jarak kapasitas (*range of Capacity*) tertentu totalnya tetap, meskipun volume kegiatan perusahaan berubah-ubah (Abdul Halim dan Bambang Supomo 1990 :18); Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding atau proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan (Abdul Halim dan Bambang Supomo 1990 : 15); Biaya Semi Variabel atau Semi Tetap adalah biaya-biaya yang totalnya selalu berubah tetapi tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Berubahnya biaya ini tidak dalam tingkat perubahan yang konstan. Biaya ini dapat dikelompokkan pada yang tingkat perubahannya semakin tinggi dan yang tingkat perubahannya semakin rendah. Dalam biaya semi variabel ini terkandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel (Abdul Halim dan Bambang Supomo 1990 : 15).

METODE PENELITIAN

Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data dari bagian administrasi di SEAGA Leather and Natural Handicraft Yogyakarta berupa sejarah singkat, struktur organisasi, dan informasi-informasi lainnya. Untuk data sekunder berupa data biaya yang dibutuhkan untuk perhitungan *break even* antara lain biaya variabel, biaya tetap, harga jual, data penjualan dan kapasitas maksimal di perusahaan tersebut

Instrumen Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Break Even Point*. Analisis *Break Even Point* merupakan teknik-teknik perencanaan laba dalam jangka pendek atau dalam satu periode akuntansi tertentu dengan mendasarkan

analisisnya pada variabilitas penghasilan penjualan maupun biaya terhadap volume kegiatan sehingga teknik-teknik tersebut akan dapat digunakan dengan baik sebagai alat perencanaan laba jangka pendek. Dalam penentuan *Break Even Point* (BEP) ada dua satuan yang digunakan, yaitu :

1. Dalam Satuan Unit

Terdapat dua cara dalam perhitungan BEP dalam satuan unit

- a. Titik impas terjadi pada saat pendapatan total (TR) sama dengan biaya total (TC), dimana: TR = harga per unit dikalikan kuantitas = P x Q; TC = Biaya tetap ditambah biaya variabel = FC + VC Karena : TR = TC, maka

$$P/u \cdot Q = FC + VC/u \cdot Q$$

$$P/u \cdot Q - VC/u \cdot Q = FC$$

$$Q (P/u - VC/u) = FC$$

$$\text{Dimana kuantitas dalam keadaan BEP(unit) = } \frac{FC}{P/\text{unit} - VC/\text{unit}}$$

- b. Berdasarkan margin kontribusi per unit

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

Maka BEP dengan margin kontribusi per unit :

$$\text{BEP}_{(\text{unit})} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

2. Dalam Satuan Rupiah

Adapun keadaan BEP dalam rupiah dapat dicari dengan mengalikan kuantitas pada posisi BEP dengan harga jualnya. Keadaan BEP dalam rupiah dapat dicari sebagai berikut :

Pada keadaan QBE = $\frac{FC}{P - VC}$ \longrightarrow kedua ruas dikalikan harga per unit/ P

Sehingga :

$$P \cdot QBE = \frac{FC}{P/P - VC/P} \times P$$

Keterangan :

P= Penjualan, Q= Kuantitas, TR = *Total Revenue* , TC = *Total Cost*, VC= *Variabel Cost* , FC= *Fixed Cost* , BEP = *Break Even Point*

Cara lain yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan rasio margin kontribusi. Langkah-langkah dalam menghitung titik impas adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Margin Kontribusi

Margin Kontribusi merupakan selisih antara hasil penjualan dan seluruh komponen biaya variabel (produksi, administrasi dan penjualan) (Sugiri, Slamet.

1994 : 107). Margin Kontribusi = Total Penjualan – Biaya Variabel

2. Menentukan Rasio Marjin Kontribusi

Menurut Henry Simamora rasio marjin kontribusi adalah persentase marjin kontribusi dibandingkan dengan penjualan (Simamora, Henry. 1999:163). Rasio marjin kontribusi adalah marjin kontribusi dibagi penjualan.

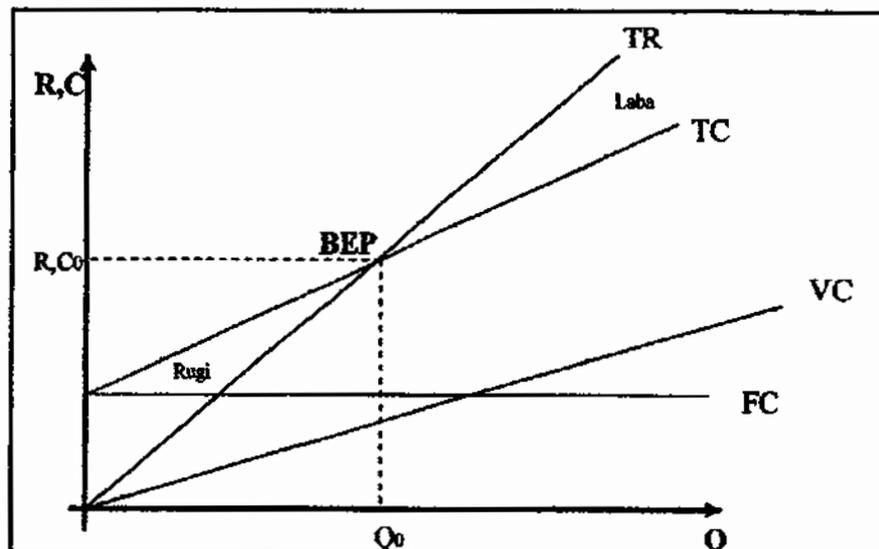
3. Menentukan Titik Impas Dalam Rupiah

Setelah diketahui rasio marjin kontribusi maka dapat dihitung titik impas dalam satuan rupiah dengan rumus : $BEP \text{ (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Marjin Kontribusi}}$

4. Menentukan Titik Impas Dalam Unit

Titik impas dalam satuan unit dapat diperoleh dengan membagi titik impas dalam satuan rupiah dengan penjualan per unit.

Pada grafik *break even* pada gambar 1.1 berikut titik impas akan jelas terlihat yaitu pada perpotongan antara garis biaya total (TC) dan garis pendapatan total (TR).



Sumber : Harjito, Agus & Martono. 2005. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Ekonnesia.

GAMBAR 1
GRAFIK BEP

Keterangan :

Q0= Kuantitas produk dalam keadaan BEP (dalam unit), R,C0 = Penghasilan dan Biaya pada keadaan BEP (dalam Rupiah)

ANALISIS DATA

Perhitungan Marjin Kontribusi

Unit telah diketahui besarnya biaya variabel untuk masing-masing produk maka dapat dihitung besarnya marjin kontribusi untuk masing-masing produk.

Perhitungan yang mendetail mengenai margin kontribusi untuk masing-masing produk dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

TABEL 1
MARJIN KONTRIBUSI MASING-MASING PRODUK TAHUN 2007

Produk	Penjualan	Biaya Variabel	Margin Kontribusi
<i>Box Laundry</i>	130.252.500	93.628.610	36.623.890
<i>File Holder</i>	39.168.000	13.754.296	25.413.704

Sumber : Intern Perusahaan, data diolah kembali

Perhitungan Rasio Margin Kontribusi

Tabel 2 menggambarkan rasio margin kontribusi untuk tiap produk pada tahun 2007.

TABEL 2
RASIO MARJIN KONTRIBUSI TAHUN 2007

Produk	Margin Kontribusi	Penjualan	Rasio Margin Kontribusi
<i>Box Laundry</i>	36.623.890	130.252.500	0.281176
<i>File Holder</i>	25.413.704	39.168.000	0.648838

Sumber : Intern Perusahaan, data diolah kembali

Analisa Titik Impas

Dengan diketahuinya besarnya rasio margin kontribusi untuk tiap produk maka besarnya titik impas untuk tiap produk dapat diketahui. Tabel 3 akan menggambarkan titik impas untuk tiap produk selama tahun 2007, yaitu :

TABEL 3
TITIK IMPAS TIAP PRODUK TAHUN 2007

Produk	Biaya Tetap	Rasio Margin Kontribusi	Titik Impas
<i>Box Laundry</i>	16.900.000	0.281176	60.104.703,1
<i>File Holder</i>	16.900.000	0.648838	26.046.563,24

Sumber : Intern Perusahaan, data diolah kembali

Perhitungan Titik Impas Dalam Satuan Unit

Untuk mencari besarnya titik impas dalam satuan unit dapat diperoleh dengan cara titik impas dalam rupiah dibagi dengan harga jual untuk masing-masing

produk. Berikut Tabel 4 menggambarkan titik impas dalam unit untuk tiap produk selama tahun 2007.

TABEL 4
TITIK IMPAS DALAM SATUAN UNIT TAHUN 2007

Produk	Titik Impas	Harga Jual	Titik Impas
<i>Box Laundry</i>	60.104.703,1	157.500	381,6171625
<i>File Holder</i>	26.046.563,24	72.000	361,7578228

Sumber : Intern Perusahaan, data diolah kembali (pembulatan keatas)

Pengujian Titik Impas

Titik impas terjadi pada saat pendapatan total (TR) sama dengan biaya total (TC), dimana: $TR = P \times Q$; $TC = FC + VC$ maka pengujian titik impas untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

a. Produk *Box Laundry*

$$TR = TC \text{ dengan kata lain } P \times Q = FC + VC$$

$$157.500 \times 381,6171625 = 16.900.000 + (113.214,7642 \times 381,6171625)$$

$$60.104.703,1 \approx 60.104.697,07$$

b. Produk *File Holder*

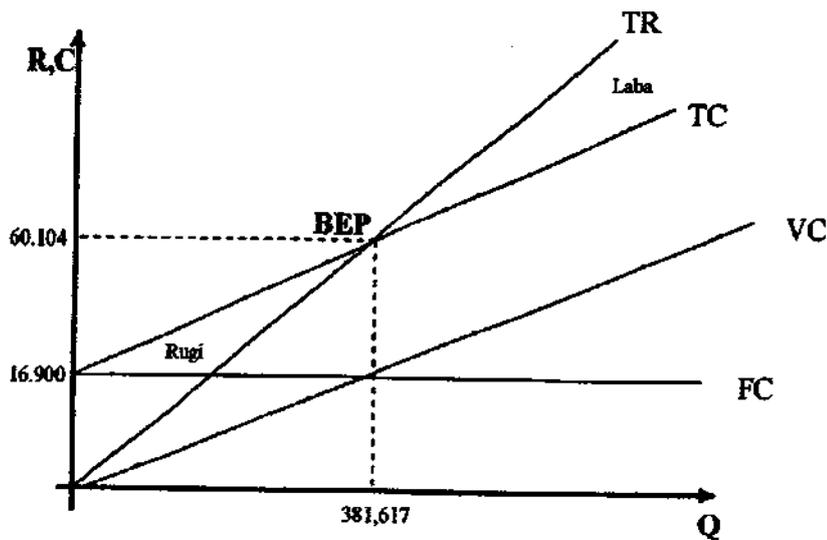
$$TR = TC \text{ dengan kata lain } P \times Q = FC + VC$$

$$72.000 \times 361,7578228 = 16.900.000 + (25.283,63235 \times 361,7578228)$$

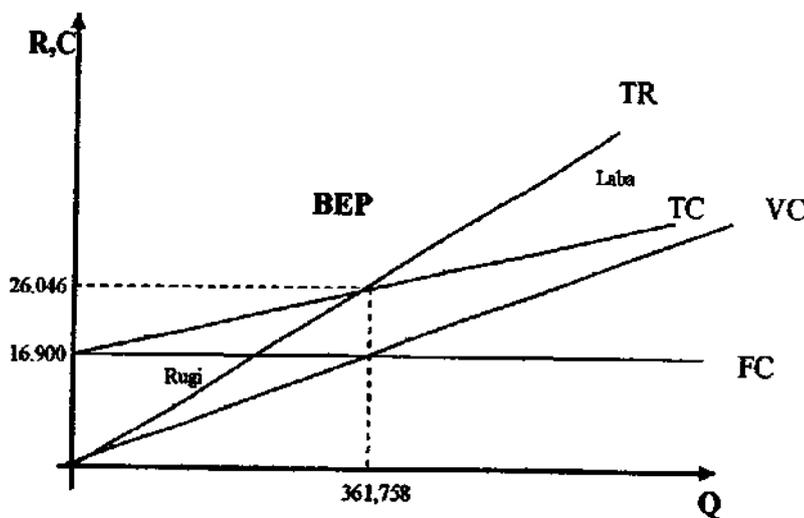
$$26.046.563,24 \approx 26.046.551,79$$

Grafik Titik Impas

Model yang paling banyak dipakai dalam analisa titik impas adalah dengan menggunakan grafik titik impas. Gambar 2 dan 3 berikut menggambarkan posisi titik impas untuk masing-masing produk.



GAMBAR 2
GRAFIK BEP PRODUK
BOX LAUNDRY



GAMBAR 3
GRAFIK BEP PRODUK
FILE HOLDER

SIMPULAN

Berdasarkan dari analisis data dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan data biaya yang tersedia, analisis *cost volume profit* dapat digunakan pada SEAGA Leather and Natural Handicraft sebagai alat perencanaan laba.
2. Dengan melalui analisa *cost volume profit* didapatkan informasi untuk mencapai titik impas maka penjualan yang harus terjual untuk produk *box*

laundry adalah sebanyak 382 unit sedangkan untuk produk *file holder* adalah sebesar 362 unit.

3. Titik impas telah terbukti dari pengujian jumlah pendapatan total (TR) sama dengan jumlah biaya total (TC) sebagai berikut :

a. Produk *Box Laundry* : TR = TC (60.104.703,1 ≈ 60.104.697,07)

b. Produk *File Holder* TR = TC (26.046.563,24 ≈ 26.046.551,79)

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari analisis data, penulis memberikan saran sebagai berikut : menerapkan analisis *cost volume profit* pada SEAGA Leather and Natural Handicraft dapat membantu perencanaan laba untuk memperoleh gambaran target penjualan yang harus dicapai; untuk mempermudah perhitungan titik impas, maka sebaiknya SEAGA Leather and Natural Handicraft melakukan pencatatan biaya secara lebih terperinci untuk tiap tahun produksinya; untuk menjamin ketepatan nilai titik impas, sebaiknya SEAGA Leather and Natural Handicraft dalam pencatatan biaya, penjualan maupun dalam perhitungan titik impas menggunakan sistem komputerisasi untuk menunjang pihak manajemen dalam pengambilan keputusan. dengan menggunakan analisis sensitivitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, E. Zainal. 2006. *Dasar-Dasar Penulisan Karya Ilmiah*. Edisi Revisi. Jakarta : Grasindo.
- Harjito, Agus dan Martono. 2005. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Ekonesia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Mulyadi. 1984. *Akuntansi Biaya Untuk Manajemen*. Edisi IV. Yogyakarta : BPFE.
- _____. 1993. *Akuntansi Manajemen*. Edisi II. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Munawir, S. 2001. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi IV. Yogyakarta : Liberty.
- Riyanto, Bambang. 1995. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*. Edisi IV. Yogyakarta : BPFE.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Simamora, Henry. 1999. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiri, Slamet. 2004. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : UII Press.
- Supriyono, R.A. 1987. *Akuntansi Biaya*. Edisi II. Yogyakarta : BPFE.

**Analisis Cost Volume Profit sebagai Alat Perencanaan Laba.....
(Heru Kuncorowati)**

Sutrisno. 2003. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Ekonesia Kampus Fakultas Ekonomi Ull.

Welsch, H. Gordon. 1998. *Anggaran : Perencanaan dan Pengendalian Laba*. Edisi Pertama. Jakarta. Diterjemahkan oleh Purwatiningsih.