

VOLUME 20, NO. 01, NOVEMBER 2021

Analisis

<https://asmistmaria.ac.id/wp/jurnal-analisis/>

JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

**Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan Berdasarkan
Importance-Performance Analysis (IPA)
Studi Kasus di ASMI Santa Maria Yogyakarta
*Benedicta Budiningsih***

**Analisis Teoritis Tentang Keefektifan Organisasi
*Yohannes Suraja***

**Determinan Risiko Bisnis: Studi Empiris
pada Perusahaan-Perusahaan Manufaktur di Indonesia
*Indri Erkaningrum F. & Alexander Jatmiko Wibowo***

**Penggunaan Analisis Persoalan
di SMK Kanisius 1 Pakem Sleman Yogyakarta
*Ignasius Triyana***

**Implementasi E-Retribusi Pasar sebagai Strategi Peningkatan
Pendapatan Daerah di Kota Yogyakarta
*Petrus Sutono***

**Penerapan Manajemen Ekonomi Efisiensi (Eko-efisiensi)
untuk Meningkatkan Daya Saing Produk
*G. Jarot Windarto***

**Analisa “*Break Even*”
(Suatu Pendekatan dalam Perencanaan Penjualan)
*Z. Bambang Darmadi***

**Kualitas Pelayanan Perpustakaan
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
*Belinda Dian Irinita & Bambang Susetyo Hastono***

**Penggunaan Media Sosial sebagai
Media Pemasaran Museum Sonobudoyo Yogyakarta
*Michaella Isti Wikaningtyas & Nurdewi Wijayanti***

ISSN 1978-9750

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
ASMI SANTA MARIA YOGYAKARTA

Analisis

JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

Dewan Redaksi

Pelindung : Drs. Y. Suraja, M.Si., M.M.
Pemimpin Redaksi : Drs. G. Jarot Windarto, M.M.
Redaktur Pelaksana : Dra. M.A. Susi Hermawanti, M.M.
Dewan Redaksi : B. Budiningsih, S.Pd., M.M.
Petrus Sutono, S.E., M.M., M.Ti.
Indri Erkaningrum F., SE., M.Si.
Ignasius Triyana, SIP., M.M.

Mitra Bestari : Dr. R. Kunjana Rahardi, M.Hum.

Administrasi & Sirkulasi : Agustinus Iryanto, S.Kom

Alamat Redaksi

Kantor : Program Studi Manajemen
ASMI Santa Maria
Jalan Bener 14, Tegalorejo, Yogyakarta

Telepon : (0274) 585836

Faksimile : (0274) 585841

Rekening Bank : Bank Niaga Cabang Sudirman
Nomor Rekening 018-01-13752-00-3
a.n. ASMI Santa Maria Yogyakarta

Berlangganan : Langsung menghubungi Alamat Redaksi
u.p. Bagian Administrasi dan Sirkulasi

Jurnal Bisnis dan Akuntansi "Analisis" diterbitkan oleh Program Studi Manajemen ASMI Santa Maria Yogyakarta, dimaksudkan untuk mempublikasikan hasil penelitian empiris terhadap praktik dan proses bisnis kontemporer. Jurnal ini terbit dua kali setahun pada bulan November dan Mei. Redaksi menerima naskah artikel ilmiah hasil penelitian dalam wilayah bisnis dan akuntansi dari para pakar, peneliti, alumni, dan sivitas akademika perguruan tinggi.

Analisis

JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

DAFTAR ISI

Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan Berdasarkan <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA) Studi Kasus di ASMI Santa Maria Yogyakarta <i>Benedicta Budiningsih</i>	1
Analisis Teoritis Tentang Keefektifan Organisasi <i>Yohannes Suraja</i>	18
Determinan Risiko Bisnis: Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan Manufaktur di Indonesia <i>Indri Erkaningrum F. & Alexander Jatmiko Wibowo</i>	29
Penggunaan Analisis Persoalan di SMK Kanisius 1 Pakem Sleman Yogyakarta <i>Ignasius Triyana</i>	43
Implementasi E-Retribusi Pasar sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Daerah di Kota Yogyakarta <i>Petrus Sutono</i>	57
Penerapan Manajemen Ekonomi Efisiensi (Eko-efisiensi) untuk Meningkatkan Daya Saing Produk <i>G. Jarot Windarto</i>	63
Analisa “<i>Break Even</i>” (Suatu Pendekatan dalam Perencanaan Penjualan) <i>Z. Bambang Darmadi</i>	68
Kualitas Pelayanan Perpustakaan Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta <i>Belinda Dian Irinita & Bambang Susetyo Hastono</i>	74
Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Museum Sonobudoyo Yogyakarta <i>Michaella Isti Wikaningtyas & Nurdewi Wijayanti</i>	85

ANALISA "BREAK EVEN" (SUATU PENDEKATAN DALAM PERENCANAAN PENJUALAN)

Z. Bambang Darmadi

Abstract

Actually, a large profit is not a specified measure that the company has done activities efficiently, because efficient activities will be known after the company compares the profits obtained with wealth or capital that produces profits, and the size of the profits depends on the results of sales and costs which paid by the company. To find out the description or relationship between costs, profits, and sales volume, an approach or analysis can be used called "break-even analyzer". through the break even analysis can be used by management in anticipating various changes in conditions that have an impact on company profits and can help determine company policy and decision making in an investment plan.

Keywords : *profits, costs, sales volume, efficient, break even analysis, taking decision by management*

PENDAHULUAN

Bagi manajemen kegiatan untuk mengantisipasi keadaan waktu yang akan datang merupakan tugas yang tidak dapat dianggap ringan dan bahkan harus dilakukan melalui suatu perencanaan/strategi yang tepat agar perusahaan selalu dapat menjalankan segala aktifitasnya, dalam arti perusahaan selalu mendapat keuntungan.

Faktor keuntungan atau laba sering digunakan untuk mengukur perkembangan suatu perusahaan dan bahkan digunakan sebagai ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaan. Sebenarnya keuntungan yang besar belum tentu merupakan ukuran bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan secara efisien, sebab kegiatan yang efisien ini akan dapat diketahui setelah perusahaan membandingkan antara keuntungan yang diperoleh dengan kekayaan atau kapital yang menghasilkan laba tersebut, dan besar kecilnya keuntungan tergantung dari hasil penjualan dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Sedangkan besar kecilnya penjualan ditentukan oleh volume penjualan dan harga barang yang dijual, sehingga variabel biaya, volume dan keuntungan saling terintegrasi satu dengan yang lain dan saling mempengaruhi. Untuk mengetahui

gambaran atau hubungan antara biaya, keuntungan dan volume penjualan, dapat di pakai suatu pendekatan atau analisis yang disebut *Break Even Analysis*. Analisis *break even* ini dapat dipakai oleh manajemen dalam mengantisipasi berbagai perubahan kondisi yang berdampak terhadap keuntungan perusahaan.

Berbagai faktor yang mempengaruhi keuntungan (Supriyono R.A: 1987) adalah :

1. Perubahan harga jual satuan dari barang dagang, produk atau jasa.
2. Perubahan umlah total biaya tetap
3. Perubahan biaya variabel satuan dari barang dagangan, produk atau jasa.
4. Perubahan harga jual satuan, volume penjualan, biaya-variabel satuan, dan biaya tetap.

PERMASALAHAN

Keuntungan merupakan salah satu tujuan yang hendak dicapai oleh suatu perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut manajemen perlu melakukan strategi perencanaan keuntungan secara tepat. salah satu keputusan dalam merencanakan keuntungan adalah menggunakan pendekatan *break even analysis*. Melalui pendekatan ini akan dapat diketahui tingkat penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan tidak

mengalami kerugian, dan tidak mendapatkan keuntungan untuk kemudian dapat melakukan perencanaan keuntungan.

RUMUSAN MASALAH

Apa manfaat dari adanya analisis break even?

PEMBAHASAN

Konsep analisis "Break Even"

Menurut Ellen Christina dkk, (2001:207) analisis *break even point* ini merupakan konsep dari perencanaan dan pengendalian keuntungan yang sifatnya jangka Break event point sering disebut dengan titik impas atau titik pulang pokok, yaitu suatu keadaan perusahaan dimana jumlah total penghasilan besarnya sama dengan jumlah total biaya, atau suatu keadaan.

Menurut (Matz & Usry : 1984) ada tiga faktor yang perlu mendapat perhatian dalam melakukan *break even* :

1. Penetapan volume dan harga jual
2. Penentuan biaya tetap dan biaya variabel
3. Menggabungkan biaya dengan volume.

Sedangkan asumsi yang harus dipenuhi dalam *break even* menurut Welsch (1976) adalah:

1. Konsep biaya variabilitas adalah valid dengan demikian biaya dapat diklasifikasi secara realistis sebagai biaya tetap dan biaya variabel.
2. Ada *relevant range* untuk tingkat kegiatan tertentu
3. Harga penjualan tidak berubah dengan berubahnya volume penjualan.
4. Hanya ada satu produk atau produk ganda, *sales mix* tetap
5. Kebijakan manajemen mengenai operasi tidak akan berubah dalam jangka pendek.
6. Tingkat harga umum pada hakekatnya tetap stabil dalam jangka pendek
7. Tingkat penjualan dan tingkat produksi disinkronkan, yaitu persediaan pada hakekatnya tetap atau nol
8. Efisiensi dan produktifitas per- orang tidak berubah dalam jangka pendek

Break even analysis bertujuan untuk merencanakan suatu kejadian diwaktu yang akan datang, sehingga diperlukan suatu analisis yang sangat cermat dari setiap biaya yang ada, terutama biaya semi variabel (biaya yang memiliki sifat biaya tetap dan biaya variabel)

Tujuan pemisahan biaya, menurut Matz dan Usry (1984), dimaksud untuk:

1. Analisis penetapan biaya langsung dan contribution margin.
2. Analisis profitabilitas pemasaran perwilayah, produk, dan pelanggan.
3. Analisis break even dan analisis volume-laba
4. Analisis biaya diferensial dan komparatif
5. Maksimasi laba jangka pendek dan keputusan minimasi biaya.
6. Keputusan penganggaran modal

Perubahan harga

Perubahan harga jual satuan akan berdampak pada hubungan biaya, volume dan keuntungan. Ada asumsi bahwa penurunan harga hampir selalu diimbangi oleh kenaikan volume, sehingga keuntungan tidak akan berubah/berkurang bahkan mungkin saja akan mengalami peningkatan. Asumsi semacam ini nampaknya dapat diterima, akan tetapi beberapa pengusaha mengalami bahwa penurunan harga tidak selalu mengarah pada kenaikan volume penjualan yang diinginkan dan seandainya terjadi kenaikan volume, seringkali jumlahnya tidak sepadan untuk menutup pengaruh penurunan harga terhadap total keuntungan. Kaitannya dengan penurunan harga yang diimbangi oleh adanya kenaikan volume penjualan akan menyangkut teori permintaan dan harga. Umumnya penurunan harga cukup jika diikuti oleh kenaikan volume, akan tetapi harus diikuti dengan penurunan biaya produksi.

Analisis *break even* dapat dikembangkan untuk produk-produk ganda. Perusahaan yang menjual lebih dari satu jenis produk sering kali memiliki

kesempatan untuk menentukan produk mana yang harus dipromosikan lebih banyak dan meningkatkan keuntungan dengan cara perubahan dalam komposisi *sales mix*.

Kebijakan Manajemen

Kebijakan manajemen timbul karena adanya asumsi-asumsi dalam analisis *break even*. Adanya data penghasilan yang dipakai dalam perhitungan, mengisyaratkan kebijakan mengenai "*sales price, sales mix, and product*". Data biaya tetap menunjukkan kebijakan mengenai jumlah pegawai, depresiasi, jaminan dan asuransi, periklanan, dan riset. Data biaya variabel menunjukkan kebijakan dalam menentukan struktur biaya variabel, mutu bahan mentah, tingkat upah tenaga kerja langsung kondisi penjualan dan teknologi produksi.

Adanya asumsi-asumsi dalam analisis *break even* mengisyaratkan kumpulan kebijakan manajemen yang mempengaruhi ciri biaya dan penghasilan perusahaan, maka hal tersebut berfungsi bagi manajemen untuk mengetahui bagaimana pengaruh keuangan dari kebijakan saat ini. Analisis *break even* dengan asumsi-asumsi kebijakan manajemen yang bermacam-macam dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan.

Manfaat atau gunanya analisis *break even* sebagai sarana operasional ialah kesederhanaannya, namun asumsi-asumsi sederhana yang di pakai sebagai dasar analisis dapat berpengaruh terhadap kecermatan hasilnya. Misalnya kenaikan harga-harga diasumsikan secara umum konstan atau tetap tidak berubah, padahal dalam situasi tertentu perubahan harga adalah dinamis atau tidak konstan.

RUMUS ANALISA "BREAK EVEN"

Dalam perhitungan analisis *break even*, menurut Ellen Christina dkk (2001:208) dapat dilakukan melalui pendekatan persamaan, secara sistematis

persamaan break ven dalam kuantitas atau volume penjualan adalah sebagai berikut

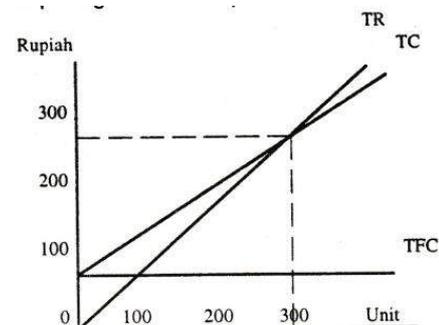
Break even (unit) =

$$\frac{\text{total biaya tetap}}{\text{harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

Break even (rupiah) =

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

Sedangkan pendekatan secara grafik dapat di gambarkan sebagai berikut :



Sumber: Ellen Christina dkk (2001:210)

CONTOH PENERAPAN ANALISA "BREAK EVEN"

CV. DARMADI BAMBANG pada tahun 2021 merencanakan penjualan produk "KRUPUK" merk "JOS-SIP" sebesar 30.000 unit dengan harga per-unitnya sebesar Rp.1.000,-,sedangkan biaya variabel per unitnya adalah sebesar Rp.500,-dan biaya tetapnya sebesar Rp.10.000.000,- dari data tersebut, maka besar-besarnya *break even* dalam unit maupun dalam rupiah dapat dihitung seperti berikut:

- Penjualan = 30.000 X Rp.1.000 = Rp.30.000.000.-
- Biaya variabel = 30.000 X Rp.500 = Rp.15.000.000
- Biaya tetap = Rp.10.000.000

Break even (unit) =

$$\frac{\text{total biaya tetap}}{\text{harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

$$= \frac{10.000.000}{1.000 - 500}$$

$$= 20.000 \text{ (unit)}$$

Break even (rupiah) =

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

$$= \frac{10.000.000}{1 - \frac{15.000.000}{30.000.000}}$$

$$= 20.000.000 \text{ (Rupiah)}$$

Bukti bahwa keadaan *break even* terjadi bila besarnya Total Revenue (TR) = Total Cost (TC) atau B.E = (TR = TC) adalah sebagai berikut :

$$\text{TR} = P \times Q$$

$$= 1000 \times 20.000$$

$$= 20.000.000$$

$$\text{TC} = \text{FC} + \text{VC}$$

$$= 10.000.000 + 500 (20.000)$$

$$= 20.000.000$$

Dari perhitungan tersebut didapat bahwa TR = TC (sebesar 20.000.000) sehingga keadaan *break even* terbukti.

Dengan diketahuinya besarnya *break even*, perusahaan dapat menghitung berapa besarnya keuntungan dan kerugian jika produk yang dijual sebesar 25.000 unit dan sebesar 17.500 unit.

Penyelesaian

Jika perusahaan menjual produk sebesar 25.000 unit maka keadaan perusahaan akan menjadi seperti berikut :

$$\text{TR} = \text{Rp. } 1.000 \times 25.000$$

$$= \text{Rp. } 25.000.000$$

$$\text{TC} = \text{Rp. } 10.000.000 + 500 (25.000)$$

$$= \text{Rp. } 10.000.000 + 12.500.000$$

$$= \text{Rp. } 22.500.000$$

Jadi jika perusahaan menjual produk sebesar 25.000 unit, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan sebesar : Rp. 2.500.000,- (Rp.22.500.000 - Rp. 20.000.000)

Jika perusahaan menjual produk sebesar 17.500 unit maka keadaan perusahaan akan menjadi seperti berikut:

$$\text{TR} = \text{Rp. } 1.000 \times 17.500$$

$$= \text{Rp. } 17.500.000$$

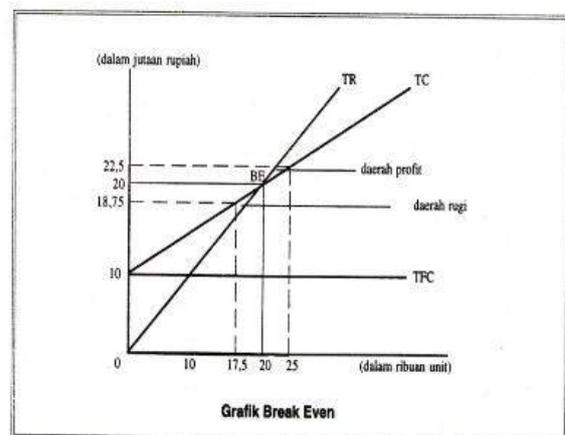
$$\text{TC} = \text{Rp. } 10.000.000 + 500 (17.500)$$

$$= \text{Rp. } 10.000.000 + 8.750.000$$

$$= \text{Rp. } 18.750.000$$

Jika perusahaan menjual produk sebesar 17.500 unit, maka perusahaan akan mengalami kerugian sebesar : Rp.1.250.000,- (Rp. 17.500.000 - Rp.18.750.000,-).

Dari perhitungan tersebut di atas dapat digambarkan grafik *break even* seperti pada gambar di bawah. Dalam menghitung *break even* selain dalam unit dan dalam rupiah, *break even* dapat juga dihitung dengan menggunakan analisa *contribution margin*. Sebagai contoh berikut ini di berikan perhitungan *break even* dengan analisa *contribution margin*.



CV. DARMADI BAMBANG
Mempunyai data seperti tampak pada tabel berikut:

CV. DARMADI BAMBANG		
Anggaran penjualan tahun 2021		
• 750.000 unit harga per-unit Rp.950, sehingga total = (750.000 X Rpp. 950)		Rp. 712.500.000
• Biaya-biaya :		
	Biaya tetap <u>(dalam juta)</u>	biaya variabel <u>(dalam juta)</u>
a. Biaya bahan baku	-	150
b. Tenaga kerja	-	50
c. Overhead	150	40
d. Administrasi & umum	20	5
e. Pemasaran	<u>20</u>	<u>15</u>
	190	260
Total biaya		<u>Rp. 450.000.000</u>
	Laba kotor	Rp. 262.500.000
	Pajak 25 %	Rp. 65.625.000
	Laba bersih	Rp. 196.875.000

Dari data yang tersedia tersebut di atas, maka *break even* dalam unit dan dalam rupiah dengan menggunakan analisa *contribution margin* dapat di hitung sebagai berikut :

- *Break even* atas dasar contribution margin adalah biaya tetap bagi *contribution margin* per-unit
- Contribution margin per-unit sama dengan harga jual per-unit dikurangi biaya variabel per-unit
 $= \text{Rp.}950 - 260.000.000 / 750.000$
 $= \text{Rp.} 950 - 340$
 $= \text{Rp.}610$ (contribution margin per-unit).

Break even atas dasar analisa *contribution margin* dalam unit dan dalam rupiah adalah sebagai berikut :

1. Dalam unit = Rp. 190.000.000 : Rp.610
 = 311.475,40 unit
2. Dalam rupiah = 311.475,40 X Rp.950
 = Rp. 295.901.630,-

KESIMPULAN

Dengan mengetahui tingkat *break even*, maka penjualan minimum dapat direncanakan agar perusahaan tidak menderita kerugian dan dengan pendekatan *break even* inipun manajemen dapat mengkalkulasikan kuantitas produk yang harus dijual, serta dapat membantu manajemen dalam menentukan kebijakan perusahaan dan pengambilan keputusan dalam suatu rencana investasi. Hanya saja analisa *break even* ini dapat diterapkan jika asumsi-asumsi yang ada dapat terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph Matz and Milton F. Usry, *Cost Accounting: Planning and Control*, eight edition, South Wester Publishing, 1984.
- Dominick Salvore, *Managerial Economics In Global Economy*, 2nd edition, Mc Graw-Hill International Book Cc, Singapore, 1993
- Ellen Christina, M Fuad, Sugiarto dan Edy Sukarno, *Anggaran Perusahaan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001
- Glen A., Welsch, *Budgeting: profit planning and control*, fourth edition, Prentice-Hall of India private limited, New Delhi, 1976
- Garrison H., *Managerial Accounting, Concepts for Planning, Control, Decision Making*, third edition, Plano, Texas, Business Publications, inc, 1982.
- Sukanto dan Ssukmawati, *Ekonomi Manajerial*, edisi pertama, Penerbit UAJY, Yogyakarta, 1993.