

Analisis Break Even Point sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT Garuda Food Putra Putri Jaya TBK Periode 2018-2021

Putri Faradilla¹ Yenni Samri Juliati Nasution² Laylan Syafina³

putrifaradillasa@gmail.com

Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Dalam perencanaan, hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan yang sangat penting. Perencanaan memerlukan alat bantu berupa analisis biaya volume-laba. Salah satu teknik analisis biaya-volume-laba adalah analisis break even point atau analisis titik impas. Titik impas sendiri diartikan sebagai keadaan suatu perusahaan yang tidak memperoleh keuntungan dan menderita kerugian (labanya sama dengan nol). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perhitungan *break even point* dalam perencanaan laba serta bagaimana tingkat *margin of safety* pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk tahun 2018-2021. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder berupa laporan keuangan PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan harus dapat melakukan penjualan sebesar 4.820.397 unit agar tidak menderita kerugian. Dari estimasi penjualan sebesar Rp8.799.579.901.024 untuk mencapai perencanaan laba tahun 2022. Secara keseluruhan dari tahun 2018-2021 perusahaan telah melewati break even point (titik impas) baik dalam unit ataupun rupiah. Tingkat *margin of safety* tahun 2018-2021 selalu mengalami kenaikan yaitu sebesar 77% sampai dengan 80%. Dimana jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan perusahaan mengalami kerugian pada tahun 2018 adalah sebesar Rp. 6.197.688.931.485, tahun 2019 sebesar Rp. 6.582.132.457.445, tahun 2020 sebesar Rp. 6.091.954.326.214, dan tahun 2021 sebesar Rp. 7.039.663.920.819.

Kata Kunci : *Break Even Point (BEP), Perencanaan Laba*

PENDAHULUAN

Ada banyak tipe perusahaan yang berdiri dan beroperasi di Indonesia, satu diantaranya adalah perusahaan manufaktur. Dilihat dari sudut ekonomi, kesejahteraan taraf hidup masyarakat akan meningkat sebab banyaknya tenaga kerja yang diserap perusahaan manufaktur. Umumnya, perusahaan tersebut dikenal sebagai sebuah perusahaan yang menciptakan produk yang diperlukan oleh pasar. Perusahaan akan semakin banyak menjalankan serangkaian proses produksi manakala permintaan pasarnya semakin besar. Dimana, akan ada banyak faktor yang dilibatkan dalam proses produksi diantaranya SDA (Sumber Daya Alam), SDM (Sumber Daya Manusia) dan peralatan mesin-mesin besar.

Zaman sekarang ini, daya beli konsumen tidak pasti (berubah-ubah) karena kemajuan dunia yang semakin pesat. Persaingan antar perusahaan akan semakin meningkat terlebih pada tipe perusahaan yang serupa (sejenis). PT. GarudaFood Putra Putri Jaya Tbk adalah satu perusahaan yang beroperasi di bidang industri makanan ringan terlebih produk-produk yang terbuat dari coklat, biskuit, kacang dan pengolahan susu. Meski begitu, pasar Indonesia mulai dimasuki banyak produk minuman dan makanan dari negara luar seiring berkembangnya perekonomian. Hal tersebut yang memicu persaingan yang semakin ketat dalam usaha industri yang sejenis. Karenanya untuk menaikkan mutu, pelayanan dan keunggulan sebuah produk yang dipunya perusahaan perlu diupayakan oleh tiap manajemen perusahaan mengingat tingkat persaingan yang semakin tinggi (A. A. Tarigan, 2019).

Dalam mendirikan dan membentuk sebuah perusahaan, tentulah ada sasaran/tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan publik ataupun swasta yakni untuk mendapatkan laba supaya bisa menjamin keberlangsungan operasional perusahaan dan bagi pembangunan ekonomi melalui pemberian kontribusi pada umumnya serta pendapatan tertentu (Pohan & Syafina, 2022).

Secara optimal tujuan perusahaan ialah merencanakan dan memakai sumber daya yang ada demi tercapainya tujuan perusahaan. Oleh karena itu,

menjaga keberlangsungan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat membutuhkan keterampilan manajemen yang baik (Silaen, 2021).

Kemajuan perusahaan bisa dipercepat dengan manajemen perusahaan yang diwajibkan untuk melahirkan kebijakan-kebijakan yang menyokong peraih tujuan perusahaan. Laba adalah satu tolak ukur untuk menilai kesuksesan dan keberhasilan manajemen. Supaya resiko yang ada bisa diatasi dengan baik, bagian manajemen perusahaan haruslah mempunyai keahlian yang tinggi misalnya dengan membuat *planning*, manajemen sudah mempunyai alat untuk memprediksi target laba dan penjualan yang hendak dijalankan oleh perusahaan.

Berhasil atau tidaknya pengelolaan usaha, tolak ukur yang kerap kali dipakai sebuah perusahaan adalah keuntungan (laba) yang dihasilkan dengan tiga faktor yang mempengaruhi diantaranya biaya, volume penjualan dan harga jual sebuah produk. Harga jual ditentukan oleh biaya lalu mempengaruhi volume penjualan, kemudian penjualan mempengaruhi volume produksi lalu volume produksi mempengaruhi biaya. Sebab ketiga tersebut satu sama lain saling berkorelasi. Maka dari itu, peranan yang sangat penting dipegang oleh perencanaan, keterkaitan antara biaya, volume hingga laba. (Yulianto, 2018).

Dimana, analisis biaya volume-laba dipakai sebagai alat bantu dalam melakukan perencanaan dengan analisis *break even point* (titik impas) sebagai salah satu tekniknya. Titik impas diistilahkan dengan nama balik modal, artinya perusahaan tidak menerima keuntungan dan tidak juga mengalami kerugian. Karenanya, sebuah perusahaan disebut impas kalau saja total pendapatan sama dengan total biaya (Rahmah, 2020).

Bagi manajemen, analisis BEP (*Break Even Point*) dijadikan sebagai alat bantu dalam menetapkan *budgeting* dan *planning*, yaitu mampu meningkatkan kesesuaian dalam membuat prediksi produksi (penjualan), laba atau rugi, biaya-biaya karenanya validitas dan reliabilitas laporan keuangan yang dibuat perusahaan terkait akan bisa ditingkatkan (Kusuma Sofian; Azazy, Yusup, 2020).

Pada penelitian ini objeknya adalah PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk yang menjalankan operasional usaha intinya Perseroan mencakup kategori makanan dan minuman. Dibawah ini adalah sajian tabel yang mencakup informasi terkait keseluruhan biaya produksi, penjualan dan keuntungan yang diperoleh PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk:

Tabel 1.1
Data Penjualan, Total Biaya Produksi dan Laba
PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk:

| Tahun | Penjualan | Biaya Produksi | Laba |
|--------------|-------------------|-----------------------|-----------------|
| 2018 | 8.048.946.664.266 | 4.622.425.036.342 | 425.481.597.110 |
| 2019 | 8.438.631.355.699 | 4.473.402.481.782 | 435.766.359.480 |
| 2020 | 7.711.334.590.144 | 4.192.698.746.956 | 245.103.761.907 |
| 2021 | 8.799.579.901.024 | 5.080.368.035.434 | 492.637.672.186 |

Sumber: PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

Berpedoman pada tabel diatas, nampak di tahun 2020 penurunan terjadi pada penjualan dan laba. Pada tahun 2020, sebesar 8,62% angka yang turun dalam penjualan bersih Perseroan sebab kinerja ekonomi nasional yang merosot sebagai akibat adanya pandemi *Covid-19*. Sementara, sebesar 43,75% angka yang turun dalam laba tahun berjalan Perseroan sebagai akibat dari keadaan ekonomi dan bisnis yang melemah di tahun 2020. Perubahan-perubahan tersebut tidak selaras dan sejalan dengan teori Wahyudi (2010) yang menyebutkan bahwa “*Break Even Point* dan tingkat keuntungan yang diraih perusahaan dipengaruhi oleh perubahan hasil penjualan dan biaya produksi.”

Supaya perusahaan tidak melalui penurunan maupun peningkatan laba seperti yang dialami PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk berlandaskan tabel tersebut, karenanya perusahaan harus melaksanakan analisis BEP (*Break Even Point*) guna mencanangkan berapa biaya produksi, penjualan hingga laba guna meminimalkan adanya kerugian yang dialami perusahaan serta untuk melihat

bagaimana rancangan laba di masa depan. Sebeb keterkaitan antara perencanaan laba dan titik impas ini keduanya berbicara mengenai anggaran yang didalamnya mencakup harga produk, volume penjualan dan biaya dimana keseluruhannya tertuju pada peraihan keuntungan (laba). Tak hanya itu, titik impas pun bisa dijadikan indikator untuk meningkatkan laba atau malah penurunan laba yang tidak sampai menimbulkan kerugian untuk perusahaan.

Melalui pemaparan-pemaparan latar belakang diatas, karenanya penulis berminat untuk mengangkat penelitian dengan judul “**Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk Periode 2018-2021**”.

A. Rumusan Masalah

Berpedoman pada identifikasi masalah yang sudah diuraikan diatas, sehingga dalam penelitian ini terdiri atas beberapa rumusan masalah diantaranya:

1. Bagaimanakah analisis biaya volume laba untuk perencanaan laba pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk?
2. Apakah penjualan yang dilakukan PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk telah melewati batas titik impas pada tahun 2018-2021?
3. Bagaimana cara mengetahui *margin of safety* (margin keamanan) pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk?

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya dimaknai sebagai sesuatu yang dikorbankan dalam sektor ekonomi (diukur dalam satuan uang) guna melahirkan barang dan jasa yang besar harapan bisa memunculkan nilai guna/total keuntungan di masa

sekarang ataupun mendatang. Akuntan mendefinisikan biaya (*cost*) sebagai sumber daya yang dilepaskan (*forgone*) ataupun dikorbankan (*sacrificed*) guna meraih sasaran tertentu (W. J. Tarigan, 2022).

Ada perbedaan antara *cost* (biaya) dengan *expense* (beban) sehingga tidak bisa disamakan. *Cost* (biaya) dimaknai sebagai pengorbanan secara ekonomis yang sengaja dikeluarkan untuk menghasilkan barang dan jasa, sementara *expense* (beban) adalah pengorbanan yang dibutuhkan untuk merealisasikan hasil dan dihubungkan dengan pendapatan pada periode berlangsung. Pengorbanan yang tidak ada keterkaitannya dengan realisasi hasil penjualan tidak dianggap sebagai *expense* atau *cost* melainkan *loss* (Ginting, 2022).

Sebagaimana dari analisa terdahulu yang dilakukan oleh Wasilah Abdulah dan Firdaus Ahmad Dunia, biaya yaitu nilai pengorbanan yang sengaja dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang bermanfaat untuk masa mendatang serta memiliki nilai guna melampaui satu periode akuntansi. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi, biaya yaitu sumber ekonomi yang dikorbankan dan dihitung dalam satuan uang, yang sudah terjadi atau yang bisa saja terjadi dalam tujuan tertentu.

Oleh sebab itu, ditarik kesimpulan bahwa biaya adalah sumber ekonomi yang dengan sengaja dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang memiliki nilai guna di masa mendatang.

b. Objek Biaya

Objek biaya (*cost object*), adalah konsep yang teramat berguna untuk menentukan biaya produk, menetapkan keputusan dan mengevaluasi kinerja. Objek biaya merupakan aneka produk, pelanggan, aktivitas, jasa hingga unit organisasi dimana biaya dibebankan. Objek biaya umumnya terdiri atas produk, jasa hingga pelanggan, sedangkan departemen produksi bisa dibutuhkan sebagai wadah untuk menampung biaya atau objek biaya (Mariantha, 2018).

Biaya bisa saja memiliki keterkaitan secara langsung ataupun tidak langsung dengan objek biaya. *Direct cost* (biaya langsung) adalah biaya yang bisa diamati dengan akurat dan mudah sebagai objek biaya. *Indirect cost* (biaya tidak langsung) adalah biaya yang bisa diamati dengan akurat dan mudah sebagai objek biaya. Contoh sederhananya, apabila hotel ialah objek biaya, oleh sebab itu biaya pendingin dan pemanas ruang hotel merupakan biaya langsung. Meski begitu, manakala objek biayanya merupakan *catering* yang ada di hotel tersebut (atau produk yang dihasilkan), oleh sebab itu biaya utilitas ini termasuk biaya tidak langsung (Kholmi, 2019).

Objek biaya umumnya terdiri atas produk, jasa hingga pelanggan, sedangkan departemen produksi bisa dibutuhkan sebagai wadah untuk menampung biaya atau objek biaya, bergantung pada fokus prioritas manajemen perangkat apakah pada departemen produksi atau biaya produk. Konsep objek biaya termasuk pada konsep luas dan menyeluruh. Konsep itu mencakup jasa, *batch*, departemen, jasa, penyedia jasa telepon, pemasok, pelanggan dan lain sebagainya. Tiap hal dimana biaya bisa diamati dan memiliki peran utama dalam strategi manajemen boleh dianggap sebagai objek biaya (Blocher, 2007).

c. Konsep Biaya Dalam Islam

Dalam agama Islam, Allah SWT senantiasa memerintahkan umatnya untuk memanfaatkan sumber daya yang ada dan tetap mengedepankan prinsip keadilan serta menjauhi yang namanya eksploitasi sumber daya yang tersedia. Produksi merupakan salah satu upaya untuk mempergunakan sumber daya yang tersedia. Dalam menjalankan aktivitas produksi, seorang produsen tentunya akan berupaya untuk mendapatkan laba dengan berupaya meminimalisir biaya yang dikeluarkan.

Dalam Islam, biaya dihubungkan dengan proses produksi yang dimaknai sebagai biaya yang sengaja dikorbankan oleh perusahaan dalam

menciptakan sebuah produk tercakup didalamnya ialah biaya untuk gaji karyawan, pembelian bahan baku dari produk dan lain-lain. Namun demikian, secara Islami yang membedakan biaya-biaya produksi dengan biaya umumnya adalah segi halal dan haram dalam biaya itu sendiri. Pada akuntansi manajemen syariah lebih condong pada sumber pembiayaan, sebab dalam Islam untuk membuat dan memproduksi barang atau jasa sifatnya harus jelas (*qath'i*). Adapun jelas yang dimaksud adalah melahirkan produk halal dan biaya yang dipakai dalam aktivitas produksi tersebut jelas asalnya.

Tak semua pengeluaran yang ada dalam operasional digolongkan sebagai biaya tetapi ada pengeluaran tertentu berupa harta yang sudah seharusnya dikeluarkan sebagai umat Islam untuk diberikan pada orang-orang yang membutuhkan, tak hanya itu ada beberapa klasifikasi biaya Islami yang tak termasuk dalam pengukuran biaya produksi (Khoirunnisa & Achiria, 2019)

Pengeluaran dalam konsep akuntansi syariah menyatakan bahwa pengeluaran tidak seluruhnya bisa diakui sebagai biaya. Konsepnya adalah dalam Islam biaya yang tidak bisa diakui sebab tidak sejalan dengan syariat agama diuraikan dibawah ini :

1. Pembelian barang haram, yang sudah jelas-jelas ditentang keras oleh agama Islam. Pembelian barang haram merupakan sebuah transaksi yang harus di jauhi sebab tidak selaras dengan syariat agama sebab kegiatan usaha dalam Islam keseluruhannya itu dinilai dari halal dan haramnya. Karenanya, tak sekadar faktor ekonomi saja yang menjadi dasar terjadinya sebuah operasional usaha.
2. Biaya suap (*risywah*). Dalam Islam tidak diakui sebagai biaya dan jelas-jelas diharamkan sebab Rasulullah akan melaknat orang yang terlibat dalam transaksi suap menyuap.

3. Sedekah, Infaq dan Wakaf pengeluaran yang ada kaitannya dengan infaq. Dalam Islam, wakaf dan sedekah tak diakui sebagai biaya melainkan sebagai investasi untuk bekal di akhirat.
4. Pembayaran bunga bank. Dalam Islam, nominal yang dikeluarkan untuk membayar bunga bank tidak diakui sebagai biaya sebab ketentuannya yang pasti haram. Bunga bank dianggap riba sehingga tidak diakui dalam agama Islam sebagai biaya dan malah dianggap sebagai sebuah kerugian.
5. Pengeluaran untuk zakat. Dalam Islam tidak diakui sebagai biaya, sebab konsepnya di tiap harta yang dipunya didalamnya adal hak orang lain karenanya pengeluaran dalam wujud membayar zakat tidak digolongkan sebagai biaya melainkan pengeluaran untuk menunaikan zakat malah diakui sebagai pengembalian hak milik orang yang membutuhkan sebab zakat sendiri merupakan sebuah instrumen pemerataan pendapatan dalam agama Islam.

d. Penggolongan Biaya

Untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi, perusahaan manufaktur memerlukan proses produksi yang membutuhkan berbagai jenis biaya tambahan selama berlangsungnya setiap fase produksi tersebut Biaya digolongkan dengan aneka jenis cara (Harmain, Nurlaila, et al., 2019). Biasanya, pengklasifikasian biaya ini ditetapkan atas dasar sasaran yang ingin di capai melalui penggolongan tersebut sebab dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different cost for different purpose*”. Ada beberapa jenis penggolongan biaya seperti berikut ini (Khadaffi, 2018) :

a) Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok

1) Biaya Produksi (*Cost Product*)

Ialah biaya yang muncul dan dipakai untuk pengolahan bahan baku menjadi produk yang siap untuk dipasarkan. Harga pokok produksi yang dipakai dibentuk oleh biaya produksi guna

mengukur produk yang sedang proses hingga produk jadi. Tujuannya ialah untuk menetapkan harga jual dan kebijakan manajemen lainnya dan dipakai untuk pelaporan eksternal.

2) Biaya Pemasaran

Ialah biaya yang timbul akibat aktivitas pemasaran produk yang dijalankan. Contohnya biaya iklan, biaya angkut dari perusahaan ke pembeli, gaji pegawai bagian penjualan, gaji karyawan bagian lainnya yang menjalankan aktivitas pemasaran, biaya *sample* (contoh) dan sebagainya.

3) Biaya Administrasi dan Umum

Ialah biaya-biaya yang dengan sengaja dikeluarkan untuk mengontrol, mengarahkan dan mengoperasikan perusahaan atau biaya-biaya yang dipakai untuk handle aktivitas produksi dalam pemasaran produk.

b) Penggolongan Biaya Berdasarkan Fungsi Produksi

1) Biaya Bahan Baku Langsung

Pada umumnya, biaya ini bisa secara langsung diamati ke dalam bentuk produk. Melalui tiap produk yang dibuat, unsur biaya bahan baku langsung akan bisa dilihat dan ditentukan.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Merupakan biaya yang timbul sehubungan dengan pengerjaan dan penciptaan produk serta pekerjaan yang dijalankan bisa diamati secara langsung melalui produk yang dilahirkan.

3) Biaya Overhead Pabrik

Merupakan biaya yang sifatnya mendukung dalam pengolahan sebuah produk. Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam menciptakan produk apabila tidak bisa diklasifikasikan ke dalam biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung karenanya diklasifikasikan dalam biaya overhead pabrik.

c) Penggolongan Biaya dari Aspek Keutamaan Biaya dalam Proses Produksi

1) Biaya Utama (*Prime Cost*)

Termasuk didalamnya biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku. Dikatakan sebagai biaya utama sebab dua unsur biaya tersebut tergolong sebagai unsur dasar dalam menghasilkan produk.

2) Biaya Konversi (*Conversion Cost*)

Termasuk didalamnya biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Dikatakan sebagai biaya konversi sebab dua unsur biaya tersebut termasuk biaya yang mengubah bahan baku menjadi produk siap dipakai (jadi).

Beberapa penggolongan biaya menurut (Pramawati, 2021) :

a) Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya Dengan Sesuatu yang Dibiayai

Dalam hal ini bisa saja departemen atau produk yang dibiayai. Dalam korelasinya dengan sesuatu yang dibiayai, terdapat dua kelompok biaya diantaranya:

1) Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Merupakan biaya yang secara langsung bisa diamati ke satu unit *output* yakni departemen dan produk. Biaya langsung yang ada kaitannya dengan produk ialah biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku langsung, sementara biaya langsung yang ada korelasinya dengan departemen ialah biaya yang muncul dalam departemen tersebut secara keseluruhan.

2) Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Merupakan biaya yang munculnya tak sekadar dipicu oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya overhead pabrik (*factory overhead*)

cost) adalah biaya tidak langsung yang berkaitan dengan produk, sementara yang ada kaitannya dengan departemen adalah biaya yang berlangsung dalam sebuah departemen, namun lebih dari satu departemen turut merasakan manfaatnya.

b) Penggolongan Biaya Menurut Perilaku Biaya dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Kegiatan

Biaya digolongkan menjadi beberapa jenis berdasarkan perilaku biaya dalam korelasinya dengan volume kegiatan yang berubah, diantaranya :

1) Biaya Variabel

Yakni biaya yang selaras dengan tingkat kegiatan perusahaan yang berubah dan akan kerap berfluktuasi. Adapun yang tergolong dalam kelompok ini ialah biaya bahan baku mencakup bahan baku pendukung dan bahan baku langsung, sebagian overhead pabrik, tenaga kerja langsung dan sebagian biaya pemasaran.

2) Biaya Tetap

Merupakan biaya yang stabil (relatif tidak berubah) meski perubahan tingkat kegiatan terjadi dalam waktu tertentu. Cakupan dalam biaya ini ialah biaya administrasi dan umum, sebagian biaya pemasaran hingga sebagian biaya overhead.

3) Biaya Semivariabel

Merupakan biaya yang didalamnya terkandung sebagian biaya tetap dan sebagian laginya komponen variabel. Contoh biaya semi variabel adalah biaya listrik, air dan telepon. Biaya listrik dan telepon sebagian sifatnya tetap (biaya abonemen bulanan) dan sisanya bersifat variabel (biaya pemakaian).

c) Penggolongan Biaya Menurut Jangka Waktu Manfaatnya

Biaya diklasifikasikan menjadi beberapa jenis berdasarkan jangka waktu manfaatnya, seperti :

1) Pengeluaran Modal (*Capital Expenditure*)

Merupakan biaya yang manfaatnya lebih dari satu periode akuntansi. Ketika terjadinya pengeluaran modal ini sehingga dilaporkan sebagai aset yang dibebankan dalam tahun-tahun yang merasakan manfaatnya melalui amortisasi, depresiasi dan delesi. Adapun contoh pengeluaran modal yang dimaksud adalah pengeluaran untuk membeli aset tetap, pengeluaran untuk penelitian dan perluasan sebuah produk, pengeluaran untuk promosi besar-besaran hingga pengeluaran untuk reparasi besar terhadap aset tetap.

2) Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditure*)

Merupakan biaya yang cuma memiliki manfaat saat pengeluaran berlangsung selama periode akuntansi. Ketika pengeluaran pendapatan ini berlangsung nantinya akan dibebankan sebagai biaya dan disandingkan dengan pemasukan yang didapat dari pengeluaran yang ada. Biaya tenaga kerja dan biaya iklan merupakan contoh pengeluaran pendapatan..

2. Analisis Titik Impas

a. Pengertian Analisis Titik Impas

Dalam melakukan perencanaan keuangan perusahaan, ada sebuah analisis keuangan yang sangat penting dan dikenal sebagai *Break Even Point* (BEP) atau analisis titik impas (pulang pokok). Impas kerap kali dikatakan sebagai *profit planning* (analisis perencanaan laba). Biasanya, kalau perusahaan hendak memunculkan produk baru barulah memakai analisis itu. Maknanya, untuk memproduksi sebuah produk tertentu berhubungan dengan permasalahan biaya yang nantinya dikeluarkan. Selanjutnya, harga jual ditetapkan beserta total barang atau jasa yang hendak diproduksi ataupun diedarkan ke konsumen baik dalam satuan rupiah ataupun unit (Kasmir, 2009).

Titik impas atau BEP (*Break Even Point*) bisa dimaknai sebagai sebuah kondisi yang mana dalam operasional perusahaan tidak menderita kerugian dan tidak pula mendapat keuntungan. Bagi manajemen perusahaan, BEP berperan penting untuk menentukan keputusan yang akan diambil dalam mengembangkan produk atau justru menarik produk pun juga menutup anak perusahaan yang tidak produktif (tidak menghasilkan). Dalam artian lain, sebuah usaha disebut impas kalau saja total *revenue* (pendapatan) bernilai sama dengan total biaya atau bisa juga laba yang diperoleh cuma bisa dipakai untuk menutup biaya.

Pada penelitian yang dilakukan Rosyandi, BEP diartikan sebagai pusat produksi yang mana total biaya produksi akan tetap sama dengan hasil penjualan. Sebagaimana dari analisa terdahulu yang dilakukan oleh Munawir, bahwa analisa *break even point* adalah sebuah analisis yang dimaksudkan menetapkan tingkat penjualan yang wajib diraih sebuah perusahaan supaya perusahaan nantinya tidak mengalami kerugian (keuntungan sama dengan nol).

Analisis *Break Even Point* (BEP) diartikan juga sebagai suatu metode analisa guna mengetahui keterkaitan antara profitabilitas dan volume penjualan. Analisis ini pun dikenal sebagai analisis titik impas, yakni sebuah metode untuk menetapkan titik tertentu yang mana biaya ditutup oleh penjualan, pun juga menggambarkan besaran keuntungan atau kerugian perusahaan bilamana penjualan melebihi atau lebih rendah dari titik.

Informasi terkait penjualan dan biaya yang dikeluarkan diperlukan dalam menganalisa BEP (*Break Even Point*). Kalau saja volume penjualan melampaui biaya yang dikeluarkan maka akan diperoleh laba bersih, sementara bila penjualan sekadar cukup untuk menutup sebagian biaya yang dikeluarkan maka dipastikan kerugian diderita oleh perusahaan karena berada di bawah titik impas. Bukan hanya memberikan informasi

terkait posisi perusahaan dalam situasi yang impas atau sebaliknya, namun analisis BEP pun akan begitu mempermudah manajemen dalam perencanaan dan menetapkan keputusan. Sebab tujuan dan maksud analisis titik impas ini ialah untuk melihat tingkat aktivitas yang mana perolehan hasil penjualan bernilai sama dengan total biaya tetap dan biaya variabel secara menyeluruh.

Analisis *break even* penting bagi manajemen guna mencari informasi tentang keterkaitan antara biaya, volume dan laba, terkhusus besaran realisasi penjualan yang menurun dan penjualan minimum supaya kerugian tidak menimpa perusahaan. Titik impas akan terpengaruh kalau salah satu asumsi dasarnya berubah, karenanya perubahan tersebut juga akan mempengaruhi keuntungan perusahaan (organisasi). Manajer mempergunakan analisis titik impas untuk prediksi dan bukannya kepastian, sebab tak sedikit perusahaan yang asumsi-asumsi dasarnya tidak dipenuhi dengan benar.

Sebelum membuat perencanaan apalagi perencanaan laba, ada beberapa aspek yang harus dipertimbangkan sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an. Dalam Islam, sah-sah saja jika membuat prediksi untuk masa mendatang, asalkan seorang pengusaha tetap memperhatikan dan menjalankan kewajibannya di dunia dan di akhirat. Seperti firman Allah SWT yang tertuang dalam QS. Al-Qashash ayat 77 sebagai berikut:

وَأَبْتَعْ فِي مَآءِ اتِّكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ

Artinya: Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Ayat tersebut menguraikan bahwa jangan sampai laba (keuntungan) yang didapat justru membuat manusia terlena dan lalai akan kewajiban di dunia dan akhiratnya. Adapun yang termasuk kewajiban dunia ialah saat perusahaan mendapat laba janganlah sampai mengesampingkan hak para karyawan, merusak area sekitar atau bahkan melakukan eksploitasi. Sementara kebijakan di akhirat mencakup ibadah puasa, tekun beribadah, menunaikan zakat dan lainnya. Melalui pemaparan tersebut karena bisa dibuat kesimpulan bahwa selain mengejar kenikmatan duniawi, seorang pengusaha pun harus mengutamakan bekal akhiratnya supaya dalam hidupnya mencapai keseimbangan. Seperti pada tafsir Ibnu Katsir, nikmat yang bergelimang dan harta yang berlimpah dipergunakan sebagai karunia dari Allah kepadamu untuk bekal kepada Tuhan dan agar semakin mendekatkan diri kepada-Nya melalui amal-amal yang dilakukan dan dengan dilakukannya agar mendapat berkah di dunia maupun akhirat.

Metode *break even point* ditetapkan untuk menghindarkan dan meminimalkan munculnya kerugian seperti yang dijabarkan dalam Firman Allah Surat Fatir (35): 29 sebagai berikut:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا

وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجْرَةً لَّن تَبُورَ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.

Dalam ayat tersebut, Tafsir Ibnu Katsir menguraikan bahwa Allah SWT memberi kabar pada semua hambanya yang beriman agar senantiasa dan selalu membaca kitabnya, mengimaninya lalu mengamalkan (menerapkan) apa yang tercantum didalamnya pada kehidupan sehari-hari. Kemudian, hamba tersebut menunaikan ibadah salat, berinfaq sebagian rezeki yang diberikan oleh Allah pada hal-hal yang diatur dalam syariat baik di waktu malam ataupun siang, entah itu secara terang-terangan atau sembunyi-sembunyi, bahwa hamba tersebut sesungguhnya sudah mengharapkan perniagaan yang tak akan pernah merugikan.

b. Manfaat Analisis *Break Even Point* (BEP)

Supaya usaha yang kita buat dan jalanlan tidak mengalami kerugian, BEP teramat penting dilakukan entah itu bagi perusahaan manufaktur atau jasa dengan beberapa manfaat diantaranya :

1. Sebagai media dan alat untuk memunculkan keuntungan (laba).
2. Menyediakan informasi sehubungan dengan aneka tingkat volume penjualan pun juga korelasinya dengan kemungkinan mendapat laba berdasar tingkat penjualan yang berkaitan.
3. Melihat keterkaitan harga jual, volume penjualan yang diproduksi hingga biaya-biaya yang dikeluarkan guna nantinya mengetahui laba rugi dalam perusahaan.
4. Melihat total penjualan minimal (satuan uang ataupun unit produk) supaya kerugian tidak dialami perusahaan.
5. Secara menyeluruh, laba perusahaan akan terevaluasi.
6. Sistem laporan yang tebal akan diganti dengan grafik yang gampang dimengerti serta bisa dibaca.

7. Sebagai pertimbangan dalam menetapkan harga jual produk.
8. Sebagai dasar pertimbangan untuk menetapkan kebijakan atau keputusan akan beberapa hal seperti dibawah:
 - a. Mempertahankan total penjualan minimum supaya kerugian tidak terjadi pada perusahaan.
 - b. Guna mendapatkan laba tertentu, maka total penjualan harus dicapai sebaik mungkin.
 - c. Supaya kerugian tidak terjadi pada perusahaan karenanya harus mengetahui penjualan yang berkurang sudah seberapa jauh.
 - d. Guna melihat efek biaya, perubahan harga jual dan volume penjualan terhadap laba yang didapatkan.

c. Asumsi Dasar Analisis *Break Even Point* (BEP)

Sebagai dasarnya, beberapa asumsi khusus dibutuhkan dalam analisis BEP (*Break Even Point*). Posisi titik impas akan terpengaruh kalau saja terjadi perubahan pada salah satu asumsi dasar, karenanya laba perusahaan pun akan terpengaruh karena perubahan tersebut.

Dalam analisis *Break Even Point*, ada beberapa asumsi dasar menurut (Silalahi, 2019) :

1. Biaya tetap dan biaya variabel merupakan dua jenis biaya dalam penggolongan biaya perusahaan. Kalau saja muncul biaya semi variabel wajib dialokasikan ke dalam dua tipe biaya tersebut.
2. Secara proporsional, besaran biaya variabel secara total tidak tetap (berubah-ubah) dengan penjualan atau volume produksi. Maknanya, nilainya tetap sama untuk tiap biaya variabel per-unit.
3. Tidak adanya perubahan dalam besaran biaya tetap secara total walaupun dalam penjualan atau volume produksi terdapat

perubahan. Maknanya, biaya tetap per-unit tidak stabil (berubah-ubah) dipicu oleh volume kegiatan yang berubah.

4. Selama periode analisis, harga jual per unit tetap (tidak berubah).
5. Hanya ada satu produk yang diproduksi perusahaan. Jadi, kalau saja lebih dari satu jenis yang diproduksi, perimbangan pendapatan penjualan tiap-tiap produknya harus tetap.

3. Perencanaan Laba

a. Pengertian Perencanaan Laba

Laba diartikan sebagai target utama perusahaan untuk memperluas usahanya. Sehingga manajemen harus mampu memenuhi target laba yang sudah ditetapkan perusahaan, karenanya perusahaan perlu menyusun sebuah perencanaan yang dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan. Manakala manajemen mampu mengoperasikan perusahaan yang dihitung dengan besarnya profitability (laba) maka sebuah perencanaan akan bisa dijalankan (terrealisasi). Keadaan kinerja keuangan yang sehat dimiliki sebuah perusahaan dalam perolehan laba selama masa tertentu secara produktif dengan memanfaatkan aset. Munculnya kegiatan-kegiatan aset untuk menjalankan produksi nantinya berimbas pada laba yang diperoleh perusahaan (Nurwani, 2021).

Perencanaan merupakan upaya untuk meraih sasaran di masa mendatang dan kurun waktu tertentu yang dicanangkan oleh manajemen perusahaan (Hassanah & Daud, 2019). Salah satu perencanaan yang paling penting dalam perusahaan adalah perencanaan laba, dimana perencanaan ini nantinya akan menetapkan biaya yang sepatutnya dikeluarkan serta tingkat penjualan perusahaan sebab indikator kinerja dan eksistensi perusahaan ditentukan oleh besar kecilnya laba yang dihasilkan (Ulfah Setia Iswara & Susanti, 2017).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Machfoedz, perencanaan profit atau perencanaan laba (*planning budget* atau *plan operation*) merupakan rencana yang dijalankan untuk meraih sasaran perusahaan sebagai bagian dari rencana manajemen yang mencakup tahapan dari operasi di masa mendatang secara menyeluruh dan dikelompokkan ke dalam dua jenis yakni rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang.

Sebagaimana dari analisa terdahulu yang telah dilakukan oleh Harahap, bahwa perencanaan laba berupa rancangan kerja yang sudah dengan cermat dipertimbangkan yang mana implikasi keuangannya disebutkan dalam wujud proyeksi perhitungan kas, neraca, modal kerja dan rugi laba untuk jangka pendek hingga jangka panjang.

Berpedoman pada ulasan diatas boleh dibuat kesimpulan bahwa perencanaan laba (*profit*) merupakan upaya perluasan dari sebuah rancangan kerja demi meraih sasaran perusahaan dalam memperoleh laba yang diinginkan. Karenanya perusahaan akan semakin pesat kemajuannya serta mampu mencapai laba sesuai harapan melalui perencanaan laba yang baik. Untuk mencapai laba yang diharapkan, maka manajemen harus melakukan perencanaan laba yang optimal agar tujuan utama perusahaan dapat tercapai.

b. Manfaat dan Keterbatasan Perencanaan Laba

Pada penelitian yang dilakukan oleh Adolph Matz dkk., manfaat yang dimiliki oleh perencanaan laba diantaranya:

1. Dalam menuntaskan perkara (pemecahan masalah), perencanaan laba akan memberikan pendekatan yang terarah.
2. Menanamkan kebiasaan pada perusahaan guna mengadakan *review* (telaah) yang cermat sebelum menetapkan keputusan serta secara dini memaksa pihak manajemen melakukan penelaahan terkait problema yang tengah dihadapi.

3. Mendorong lahirnya sikap yang sadar akan hemat biaya dan memanfaatkan sumber daya yang maksimum dan melahirkan suasana perusahaan yang tertuju pada peraih laba (keuntungan).
4. Mengontrol rancangan operasi aneka segmen dari organisasi manajemen secara menyeluruh serta merangsang peran serta supaya keputusan final dan *planning* yang saling bersangkutan bisa memperlihatkan organisasi dalam wujud menyeluruh dan terpadu.
5. Memeriksa dan memperbarui secara berkala terkait aturan dan pedoman dasar serta tiap aspek atau segi organisasi akan ditawarkan peluang untuk menilai secara sistematis.
6. Mengoordinasikan dan mempertemukan usaha perusahaan secara menyeluruh ke dalam sebuah prosedur perencanaan anggaran yang terstruktur sebab hanya ini satu-satunya cara yang dirasa paling tepat untuk mengungkap keselamatan aktivitas manajemen perusahaan.
7. Memberikan pengarahannya terkait pemanfaatan daya upaya dan modal dalam aktivitas yang begitu menguntungkan.
8. Menumbuhkan minat dan mendorong standar prestasi yang besar untuk berkompetisi meraih tujuan guna merealisasikan aktivitas yang lebih efektif.
9. Menilai aturan manajemen dan tingkat keahlian tiap penyelenggara serta berperan sebagai standar yang mengukur aktivitas perusahaan.

Selain memiliki manfaat, perencanaan laba pun mempunyai beberapa keterbatasan. Pada penelitian yang dilakukan Adolph Matz dkk, beberapa keterbatasan yang dimiliki perencanaan laba, yaitu sebagai berikut:

1. Tidak pastinya perencanaan atau peramalan yang dilakukan. Jadi, munculnya banyak pertimbangan bisa saja terjadi pada tiap perencanaan. Modifikasi atau perbaikan haruslah dilakukan bila penyimpangan dari estimasi ditemukan.
2. Perhatian manager terhadap tujuan tertentu bisa saja diikat oleh anggaran yang tidak sejalan dengan tujuan perusahaan secara menyeluruh. Karenanya, kecermatan dan ketepatan dibutuhkan guna menyalurkan usaha manager setepat mungkin.
3. Peran dan kerja sama dari anggota manajemen secara menyeluruh diperlukan dalam membuat perencanaan laba. Kemudian, kegairahan dan kepatuhan pelaksanaan terhadap rancangan laba adalah dasar kesuksesan perencanaan.
4. Munculnya *dysfunctional behavior* (penyimpangan fungsi) diakibatkan pemakaian anggaran yang melampaui batas sebagai alat evaluasi. *Dysfunctional behavior* merupakan sikap personal yang berlawanan dengan tujuan dan harapan perusahaan. Supaya anggaran terlihat baik ketika dievaluasi, manager harus berupaya dengan banyak cara untuk meminimalkan atau mengeliminasi munculnya perbedaan dengan anggaran.
5. Peranan bagian administrasi tidak akan diambil alih atau justru dihapus oleh perencanaan laba. Kebalikannya, penyusunan rencana laba dimaksudkan untuk memberikan pemahaman terperinci yang memungkinkan pihak penyelenggara melaksanakan aktivitasnya dengan mengeluarkan hasrat dan keahlian guna meraih tujuan perusahaan.
6. Waktu yang tepat dibutuhkan untuk merealisasikan rencana.

c. Perencanaan Laba dalam Islam

Islam adalah sebuah agama samawi yang mempunyai ajaran yang begitu sempurna. Tak satupun perkara yang di dalam Islam tidak ada

ketetapan, sebab semua perkara sudah diatur didalamnya sehingga tidak ada yang mungkin tidak bisa diselesaikan. Tiga sumber ajaran yang semakin menyokong kesempurnaan agama Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadits (Sunnah) sebagai pedoman utama serta sumber pendukung (pelengkap) yakni *Ijtihad* (Harmain, 2019).

Islam menganggap rencana alam sebagai bagian dari *sunnatullah*, yaitu untuk mengetahui bagaimana Allah SWT berupaya memunculkan alam semesta melalui perencanaan yang tepat diiringi dengan tujuan yang pasti dan jelas. Seperti yang dituangkan dalam Firman Allah SWT, Surah Saad ayat 27 yaitu:

وَمَا خَلَقْنَا السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا بُطُلًا ۚ ذَلِكُمْ ظَنُّ الَّذِينَ كَفَرُوا ۖ فَوَيْلٌ

لِلَّذِينَ كَفَرُوا مِنَ النَّارِ

Artinya: Dan Kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada antara keduanya tanpa hikmah. Yang demikian itu adalah anggapan orang-orang kafir, maka celakalah orang-orang kafir itu karena mereka akan masuk neraka.

Tafsir oleh Ibnu Katsir pada Surah Saad ayat 27 yaitu Allah dalam menciptakan makhluk-Nya tidak semata-merta untuk bermain-main melainkan agar mereka menyembah mengimaninya. Lalu, di hari perhimpunan Allah SWT akan menghimpun mereka dan selanjutnya pahala akan diberikan pada umatnya yang patuh sementara yang kafir akan mendapat azabnya.

Perencanaan (*takhtith*) adalah tahap awal dalam kegiatan bisnis. Sebab perencanaan memang harus dilakukan meskipun sebuah kegiatan manajemen dirasa sudah sempurna. Mengapa? Karena perencanaan adalah tahapan awal dalam sebuah aktivitas untuk memperkirakan hal-hal yang berhubungan dengan pencapaian hasil yang maksimal. Maka, perencanaan

memegang peranan yang sangat penting sebab termasuk dasar dan titik awal bagi aktivitas penyelenggara kedepannya (Simbolon, 2021).

Maka dari itu, perencanaan adalah langkah pertama dalam menentukan kemungkinan apa yang akan terjadi di masa mendatang. Seperti dalam perencanaan laba, sebuah musyawarah harus dilaksanakan sebelum membuat rencana supaya tidak timbul pendapat yang berbeda yang nantinya bisa memicu masalah. Karenanya Islam ada untuk mengarahkan dan menuntun permasalahan tersebut agar menjadi lebih baik.

Tak hanya sekadar melihat laba sebagai pendapatan dikurangkan biaya, namun Islam juga melihat biaya sebagai kebaikan seperti halnya infak, zakat dan sedekah. Dalam Islam, keuntungan tidak berkurang karena biaya yang dikeluarkan namun malah mengundang keberkahan pada laba tersebut (Landali, 2020).

Seperti firman Allah SWT. dalam Surah Al-Ashr ayat 1-3 sebagai berikut:

وَالْعَصْرِ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ
وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ

Artinya: (1) Demi masa; (2) Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian; (3) kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menepati kesabaran.

Tafsir oleh Ibnu Katsir pada Surah Al-Ashr ayat 1-3 yaitu (1) Al-Asr diartikan sebagai masa atau zaman yang padanya Bani Adam bergerak melaksanakan tindakan yang baik dan buruk. Makna yang dimaksud adalah waktu asar berdasarkan riwayat Zaid Ibnu Aslam. Namun yang

lebih dikenal dan terkenal adalah pendapat yang pertama. (2) Allah bersaksi dengan menyatakan bahwa manusia itu betul-betul ada dalam kerugian, yaitu binasa dan rugi. (3) Orang-orang beriman dengan anggota badannya yang melakukan amal-amal saleh akan dikecualikan dari jenis manusia-manusia yang merugi sebab telah menjauhi segala yang dilarang (haram) dan menunaikan (menjalankan) yang halal. Tak hanya itu, orang-orang yang kerap tabah dalam melalui malapetaka dan musibah hingga gangguan yang menyesakkan dari manusia-manusia yang ia arahkan melakukan kebijakan dan ia larang mendekati kemungkaran.

Dalam QS. Al-Ashr, laba dimaknai sebagai beramal saleh, beriman, bersabar dan berdakwah agar terhindar dari kerugian dunia. Maksud kerugian disini adalah perusahaan yang mengalami kerugian entah secara material ataupun non-material. Tiap pelaku usaha hendaknya selalu bersabar untuk semua ketentuan Allah SWT., sebab tak bisa disangkal pasang surut akan dialami oleh tiap aktivitas bisnis entah itu yang melalui kerugian ataupun keuntungan sehingga saat memperoleh laba (untung) hendaklah bersyukur dan bersabar kalau yang didapat malah kerugian.

4. Hubungan Perencanaan Laba dengan *Break Even Point* (BEP)

Bagi pihak manajer industri, perencanaan laba akan sangat berguna untuk membantu dalam menetapkan keputusan, bisa memprediksi anggaran (dana) yang diperlukan serta melihat kekeliruan yang bisa saja muncul sewaktu-waktu. Semua itu bisa diamati dari rancangan laba atau pengalaman masa lalu yang bisa memacu (merangsang) mengarah pada persaingan yang lebih kompleks melalui efisien dan efektivitas.

Dalam perencanaan laba, anggaran adalah permasalahan inti yang dibahas dikarenakan anggaran mencakup biaya-biaya dalam industri secara keseluruhan, harga jual yang sepatutnya ditetapkan dan beberapa volume penjualan produk tertentu. Ketiga hal tersebut saling keterkaitan

dan tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lain, karena volume penjualan dan biaya akan menjadi dasar menetapkan harga jual meskipun keadaan pasar juga harus dilihat pun juga melihat harga jual yang telah ditentukan industri atau perusahaan.

Korelasi yang kuat terjadi pada perencanaan laba dan analisa BEP karena keduanya sama-sama membicarakan tentang anggaran atau didalamnya sama-sama meliputi anggaran yang terdiri atas harga produk, volume penjualan dan biaya yang seluruhnya tertuju pada perolehan laba (keuntungan). Maka dari itu, analisa BEP diperlukan dalam perencanaan guna kemajuan perusahaan di masa mendatang beserta perolehan labanya. Tak sekadar itu, BEP pun dijadikan sebagai indikator dalam meningkatkan laba atau melihat laba yang menurun yang tak memicu kerugian perusahaan.

5. Margin Keamanan (*Margin of Safety*)

Margin keamanan (*margin of safety*) adalah penjualan yang melebihi anggaran atau realisasinya melebihi titik impas (diatas titik impas). Hasil pengukurannya menggambarkan total penjualan seberapa besar bisa turun sehingga bisa tiba pada titik impas yang bisa disebutkan dalam satuan persentase, uang dan unit produk (Samryn, 2012).

Bagi manajemen, pengukuran ini bisa dijadikan sebagai patokan supaya lebih siaga dan berhati-hati dalam mempertahankan tingkat penjualan yang telah diraih, supaya perusahaan tidak melalui kondisi dimana penjualan naik turun hingga bisa saja malah merugikan.

Aneka taktik, strategi hingga tahap-tahap operasional bisa dirumuskan oleh manajemen dengan melihat titik margin keamanan guna bertahan supaya tidak terjadi abrasi dalam penjualan apalagi sampai melampaui angka margin keamanan. Dalam upaya menerapkan fungsi-fungsi manajemen pendekatan analisis korelasi volume, laba dan biaya termasuk pengukuran seperti ini nantinya bisa melahirkan isyarat untuk

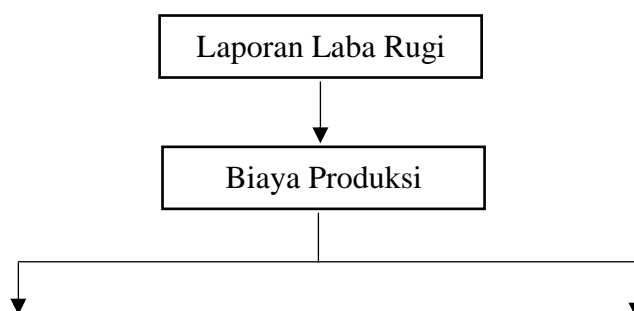
manajemen terkait apa saja yang terjadi dalam perolehan laba perusahaan hingga peraihan tujuan.

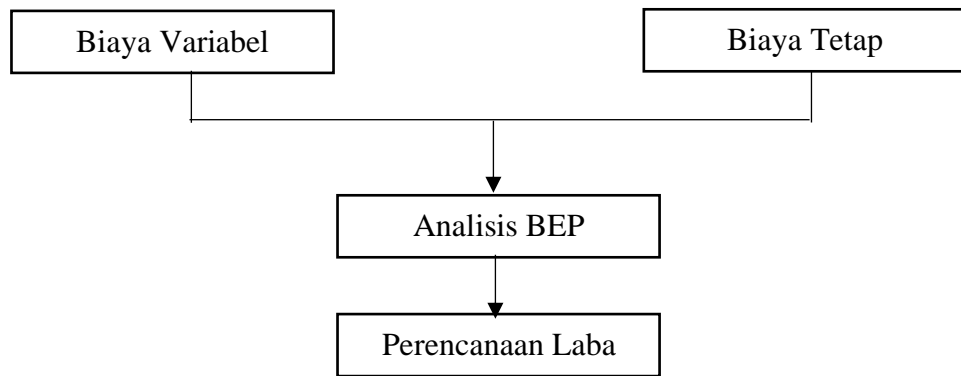
B. Kerangka Berpikir

Penyajian laporan keuangan bermaksud memberitahukan informasi terkait keadaan keuangan perusahaan di masa tertentu untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Para pemakai laporan keuangan memanfaatkan informasi dalam laporan keuangan sebagai patokan dalam memilih alternatif pemanfaatan keterbatasan sumber daya perusahaan. Dalam laporan keuangan, harus diperhatikan bahwa perusahaan akan mengeluarkan laporan laba rugi yang merincikan tentang biaya-biaya yang digunakan perusahaan (Pelu, 2021).

Sebagai alat mengontrol aktivitas perusahaan dan sebagai alat perencanaan, laporan laba rugi memiliki peran yang teramat penting. Berpedoman pada laporan laba rugi, total penerimaan yang nantinya kita peroleh akan diketahui berdasarkan peramalan penjualan hingga biaya-biaya yang akan kita korbankan (Rangkuti, 2005).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi laba diantaranya biaya, harga jual produk dan keuntungan (laba). Harga jual ditentukan oleh biaya lalu kemudian penjualan akan terpengaruh, selanjutnya meraih tingkat keuntungan yang diharapkan dan direncanakan. Maka tiap aktivitas perusahaan yang ada kaitannya dengan penjualan serta total produksi nantinya berpengaruh terhadap tingkat laba yang hendak diperoleh perusahaan, sehingga analisis break even point (BEP) boleh dipaka sebagai acuan dalam proses perencanaan serta target untuk mendapatkan laba (profit) (Ekasari Harmadji, 2022).





Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang dipakai adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu sebuah pendekatan dalam penelitian yang ada kaitannya dengan aktivitas mengumpulkan data guna memberikan gambaran memakai angka dan kata-kata atau profil perusahaan maupun tahapan-tahapan secara garis besar guna menjawab pertanyaan demi sasaran (tujuan) dan manfaat tertentu (Hamzah, 2019).

Penelitian deskriptif satu dari beberapa metode dalam metodologi yang kerap kali dipakai peneliti dalam aneka penelitian yang sifatnya menguraikan hasil berdasar sebuah penelitian yang sudah dilakukan. Metode tersebut akan menguraikan data yang diperoleh tanpa melalui proses manipulasi data dalam sebuah analisa supaya nantinya kesimpulan yang diperoleh akan sejalan dengan tujuan penelitian (Roosinda, 2021).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti menetapkan lokasi penelitian yakni di PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. Perusahaan yang terindeks pada BEI (Bursa Efek Indonesia) dengan periode 2018-2021. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2022 hingga selesai.

**Tabel 3.1
Rencana Penelitian**

| Waktu Kegiatan | Juni 2022 | Juli 2022 | Ags 2022 | Sep 2022 | Okt 2022 | Nov 2022 | Des 2022 | Jan 2023 | Feb 2023 |
|---|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Penyusunan Proposal | | | | | | | | | |
| Bimbingan dan Seminar Proposal | | | | | | | | | |
| Revisi Proposal | | | | | | | | | |
| Analisis, penyusunan, dan bimbingan skripsi | | | | | | | | | |
| Pengajuan sidang meja hijau | | | | | | | | | |

C. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang ada pada penelitian ini ialah data kuantitatif dan data kualitatif. Jenis data yang tergolong kuantitatif ialah aneka jenis laporan perusahaan yakni laporan data penjualan, laporan laba rugi, data biaya-biaya perusahaan hingga data HPP (Harga Pokok Penjualan) yang selaras dengan penelitian ini. Sementara jenis data kualitatifnya ialah data yang sifatnya tertulis seperti struktur organisasi, visi dan misi perusahaan, profile umum perusahaan hingga data tertulis lainnya.

Selain itu, peneliti memakai data sekunder pada saat penelitian. Data sekunder ialah struktur data terkait variabel yang sudah dihimpun dan dikumpulkan oleh pihak-pihak diluar peneliti yang sifatnya historis. Data sekunder bisa saja berasal dari sumber-sumber yang telah ada, misalnya berupa dokumen laporan-laporan, buki, jurnal penelitian dan artikel yang masih berkaitan dengan materi yang sedang peneliti lakukan (Rahmani, 2016). Jadi, data sekunder adalah data yang tidak secara langsung didapat dari sumber yang sudah ada atau sudah tersedia, data yang digunakan berupa laporan keuangan.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Pada penelitian ini, subjek penelitiannya ialah PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. Sementara pendekatan Break Even Point pada laporan keuangan ditetapkan sebagai objek penelitiannya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti memilih studi dokumentasi sebagai teknik untuk mengumpulkan data. Studi dokumentasi adalah upaya untuk memperoleh data sekunder melalui dokumen dan merupakan bagian dari metode pengumpulan kualitatif dengan mencermati atau menganalisa dokumen-dokumen yang dibentuk oleh orang lain maupun subjek penelitian itu sendiri. Teknik yang dijalankan yaitu dokumentasi, berupa pengumpulan data-data atau dokumen-dokumen berupa laporan keuangan perusahaan pada tahun 2018-2020 seperti data HPP (Harga Pokok Penjualan), data penjualan, data biaya-biaya perusahaan hingga laporan laba rugi yang selaras dengan penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, teknik yang dipakai peneliti adalah analisis deskriptif. Adapun maksud dari pemakaian metode ini ialah untuk memperoleh gambaran yang lebih rinci dan jelas terkait sebuah kondisi didasarkan pada informasi/data yang didapat, lalu selanjutnya dikumpulkan, dikelompokkan lalu diinterpretasikan hingga akhirnya diperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menganalisis perkara (*problem*) yang terjadi. Kemudian, metode ini pun dipakai untuk menganalisa dan memperjelas pengukuran guna menetapkan BEP (titik impas) yang nantinya informasi yang didapat akan dijadikan patokan dalam membuat perencanaan. Berikut adalah tahap-tahap yang harus dilakukan:

1. Data-data yang hendak dipakai untuk analisis *Break Even Point* pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk harus dikumpulkan lebih dahulu.
2. Melaksanakan pengukuran BEP (titik impas) dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. *Break Even Point* (BEP) atas dasar Kg

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

Keterangan:

BEP (Q) = volume penjualan pada BEP dalam Kg

FC = biaya tetap (Rp)

VC = biaya variable per Kg (Rp)

- b. *Break Even Point* (BEP) atas dasar penjualan dalam rupiah

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

Keterangan:

BEP (QT) = volume penjualan pada BEP dalam rupiah

FC = biaya tetap (Rp)

VC = biaya variable per Kg (Rp)

S = jumlah penjualan

3. Melakukan perhitungan margin keamanan (*margin of safety*) dengan memakai rumus seperti dibawah ini:

$$Margin\ of\ safety = \frac{sales\ budgete - sales\ at\ break\ even}{sales\ budgeted} \times 100$$

4. Melaksanakan analisis dengan perhitungan *Break Even Point* guna mengetahui mengenai analisis biaya volume laba pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk dalam perencanaan laba
5. Hasil perhitungan BEP harus dianalisis supaya total penjualan yang sudah melampaui batas titik impas atau tidaknya akan diketahui pada tahun 2018-2021.
6. Melaksanakan analisa guna melihat tingkat margin keamanan (*margin of safety*).
7. Penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Riwayat Singkat PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

Awal mula berdirinya PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk ialah di tahun 1994 yang kemudian disebut “Perseroan” atau “Garudafood”, yang sejak tahun 1979 aktivitas usaha Perseroan sebagai perusahaan makanan dan minuman dimulai oleh keluarga pelopor melalui TPJ (PT. Tudung Putrajaya). Sebagai perusahaan yang asalnya dari Pati, Jawa Tengah TPJ memasarkan produk olahan kacang tanah dengan memakai Kacang Garing Garuda sebagai mereknya yang akhirnya dikenal sebagai Kacang Garuda di tahun 1994. Awalnya, Darmo Putro membangun TPJ dengan nama PT. Tudung dan berkiprah dalam usaha tepung tapioka sebagai produsennya. Selanjutnya, SNS (PT. Sinarniaga Sejahtera) dibentuk pada tahun 1997 untuk mendukung kemajuan usahanya dan berkiprah di bidang industri minuman dan makanan. Di tahun yang serupa, perluasan usaha pun juga dilakukan Perseroan dengan membangun pabrik biskuit di Gresik, Jawa Timur.

Seiring dengan selera masyarakat Indonesia yang kerap berubah-ubah, rupanya Perseroan berhasil mencapai keberhasilan dalam memasarkan produk-produk unggul sebab Perseroan mampu menyesuaikan diri serta berinovasi. Tiap-tiap karyawan Perseroan selalu ditanamkan akan budaya inovasi sehingga hal inilah yang menjadi dasar kesuksesan Perseroan. Dewasa ini, Perseroan memproduksi dan mengedarkan produk makanan dan minuman kepada konsumen dengan 7 merek diantaranya Chocolatos, Garuda, Leo, Top Chiz, Gery, Prochiz dan Clevo yang mencakup produk-produk pilus, kacang biskuit, pellet snack, keripik, confectionery, minuman coklat, minuman susu hingga keju termasuk didalamnya produk ekspor dan domestik dengan jumlah SKU sebanyak 267 per 31 Desember 2021. Ternyata, Perseroan ini pun sudah merambah kancah Internasional dengan tertuju pada negara-negara ASEAN dan sudah melaksanakan perjalanan ekspor ke > 20 negara.

Perseroan selalu konsisten dan senantiasa fokus terhadap pengelolaan kualitas atas keseluruhan produknya, hal itu menjadikannya sebagai kunci

kesuksesan Perseroan. ISO sebanyak 22000 : *Food Safety Management System* diperoleh Perseroan sebab skema produksinya mampu memelihara sertifikat kehalalan. Sekarang ini, 3 fasilitas produksi sudah dimiliki Perseroan di Pati, Jawa Tengah. 1 fasilitas produksi di Kawasan Industri Rancaekek, Sumedang, Jawa Barat. 1 fasilitas produksi di Gresik, Jawa Timur dan 1 fasilitas produksi di Cikarang, Jawa Barat per 31 Desember 2021 dengan keseluruhan kapasitas fasilitas produksi Perseroan pertahunnya berada di atas 260.000 ton.

SNS juga mendukung Perseroan sebagai jaringan distribusi dengan skala nasional yang mampu menjangkau 128 depo lebih serta 160 sub-distributor dan merupakan agen yang menyambangi seluruh Indonesia. Tak cuma itu, > 300.000 pelanggan dimiliki oleh SNS terdiri atas institusi, toko modern, grosir dan ritel dan melakukan penjualan produk secara langsung di kancah Internasional (pasar internasional).

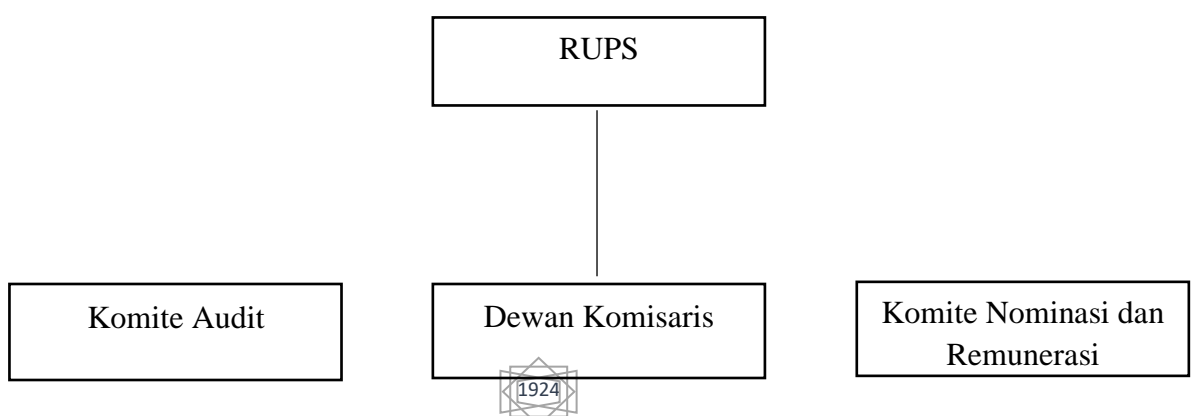
2. Visi dan Misi PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

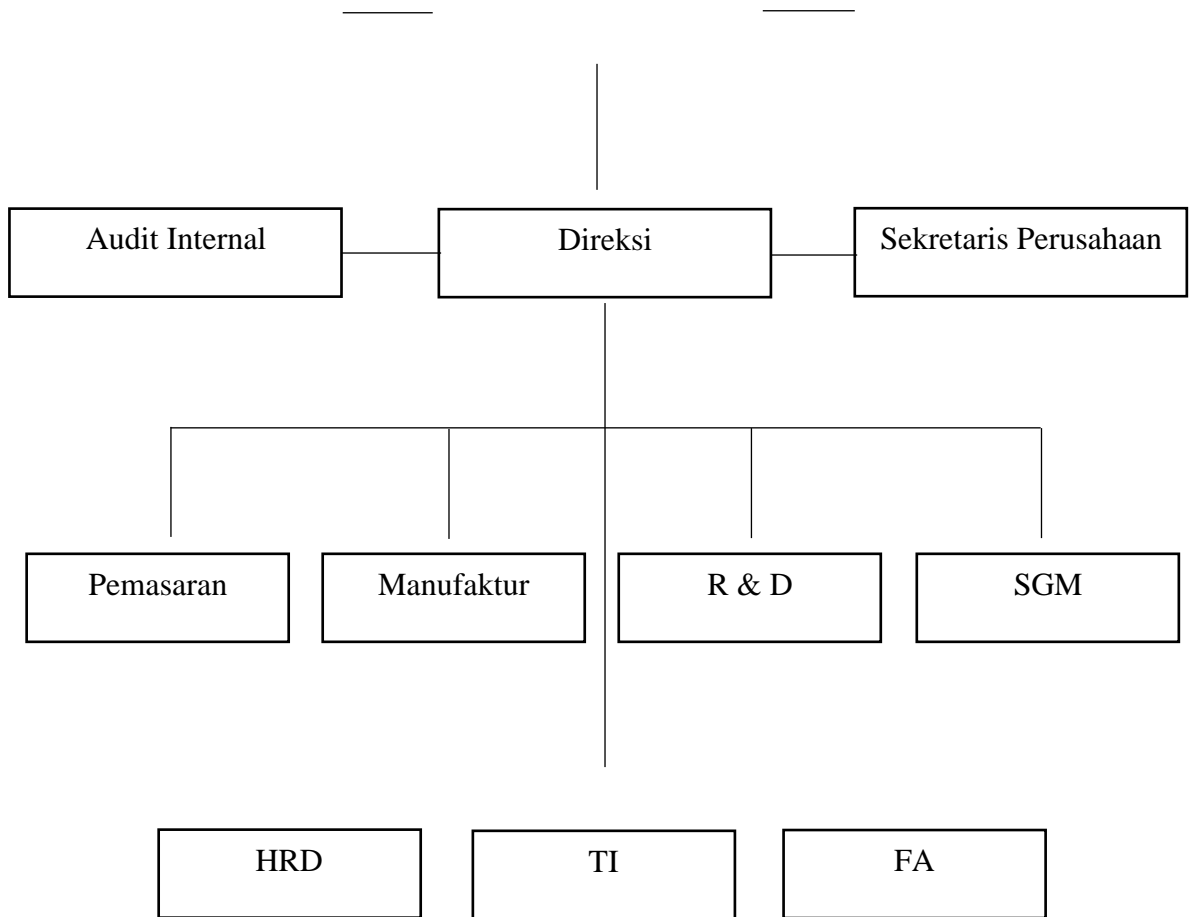
Adapun visi dan misi PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk adalah :

- a. Visi : Memberikan kepuasan untuk tiap konsumen melalui inovasi akan produk-produk makanan dan minuman.
- b. Misi : Melahirkan nilai tambah untuk masyarakat karena kami adalah perusahaan yang menciptakan perubahan dengan dasar prinsip saling menumbuh kembangkan.

3. Struktur Organisasi PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

Berikut adalah struktur organisasi PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk :





Gambar 4.1 Struktur Organisasi

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Dalam perencanaan perusahaan, unsur biaya adalah bagian dengan peran terpenting untuk tiap-tiap perusahaan. Sebuah perusahaan akan mampu menetapkan berapa harga jual perunit-nya dengan mengetahui biaya-biaya yang muncul supaya perusahaan mendapatkan keuntungan pada tingkatan tertentu.

Berdasar perilakunya dalam hubungan terhadap perubahan volume produksi dalam perusahaan terkait sebuah produk tertentu, biaya bisa

diklasifikasikan menjadi biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel. Biaya tetap adalah biaya yang sifatnya stabil (tidak berubah) secara total pada saat bisnis mengalami kenaikan atau penurunan. Biaya variabel adalah biaya yang secara proporsional totalnya naik terhadap peningkatan dalam kegiatan dan secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas perusahaan. Biaya semivariabel ialah biaya yang sebagian tersusun atas biaya tetap dan sebagiannya lagi komponen variabel.

Dalam menganalisis data perusahaan maka disajikan rekapitulasi biaya-biaya variabel dan biaya tetap PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk sebagai berikut :

Tabel 4.1
Rekapitulasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel
PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
Tahun 2018

| KETERANGAN | 2018 | |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|
| | Biaya Tetap | Biaya Variabel |
| Beban Penjualan : | | |
| Promosi dan iklan | 490.037.037.101 | |
| Gaji dan tunjangan | 373.203.544.994 | |
| Beban angkut | | 328.506.555.730 |
| Sewa | 45.256.489.953 | |
| Penyusutan | 29.164.582.852 | |
| Perjalanan dinas | | 29.164.582.852 |
| Amortisasi aset hak guna | - | - |
| Tenaga ahli | 17.944.120.002 | |
| Dokumen ekspor | 16.285.627.921 | |
| Pemeliharaan | 11.146.917.437 | |
| Penelitian dan pengumpulan data | 10.491.868.715 | |
| Listrik, telepon dan keperluan kantor | | 7.221.870.282 |
| Pajak dan perizinan | 6.451.765.657 | |

| | | |
|--|-----------------|----------------|
| Asuransi | 1.327.898.872 | |
| Perlengkapan umum | | 2.159.708.088 |
| Kantin | 1.417.598.821 | |
| Lain-lain (masing-masing di bawah Rp1.000.000.000) | | 2.973.454.846 |
| | | |
| Beban Umum Dan Administrasi : | | |
| Gaji dan tunjangan | 349.849.837.332 | |
| Tenaga ahli dan manajemen | 53.246.702.100 | |
| Penyusutan | 35.110.757.643 | |
| Listrik, telepon dan keperluan kantor | | 31.228.247.423 |
| Perjalanan dinas | | 21.360.813.732 |
| Pemeliharaan | 16.513.885.633 | |
| Penelitian dan pengembangan | 7.570.093.611 | |
| Perlengkapan umum | | 11.544.465.254 |
| Asuransi | 10.594.904.744 | |
| Sewa | 7.303.891.739 | |
| Amortisasi aset tak berwujud | 3.281.344.767 | |
| Jaminan dan perbaikan produk | | 3.692.744.843 |
| Pajak dan perizinan | 4.624.463.645 | |
| Sumbangan dan representasi | | 4.391.566.219 |
| Biaya pelatihan dan seminar | 5.273.572.596 | |
| Transportasi | | 3.502.279.996 |
| Cadangan kerugian penurunan nilai piutang usaha | 3.546.202.250 | |
| Iuran | - | - |
| Amortisasi aset hak guna | - | - |
| Lain-lain (masing-masing di bawah Rp1.000.000.000) | | 2.345.622.873 |
| | | |

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------|------------------------|
| Beban Operasi Lainnya | | 48.046.719.655 |
| Beban Pajak Penghasilan-Neto | 157.025.309.219 | |
| Beban Keuangan | 71.263.058.866 | |
| TOTAL | 1.727.931.476.470 | 496.138.631.793 |

Sumber: Data diolah dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

Tabel 4.2
Rekapitulasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel
PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
Tahun 2019

| KETERANGAN | 2019 | |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|
| | Biaya Tetap | Biaya Variabel |
| Beban Penjualan : | | |
| Promosi dan iklan | 444.200.075.232 | |
| Gaji dan tunjangan | 389.642.779.154 | |
| Beban angkut | | 328.984.099.537 |
| Sewa | 46.823.326.202 | |
| Penyusutan | 33.873.728.149 | |
| Perjalanan dinas | | 28.800.001.012 |
| Amortisasi aset hak guna | - | - |
| Tenaga ahli | 19.402.846.538 | |
| Dokumen ekspor | 14.775.574.490 | |
| Pemeliharaan | 14.607.520.265 | |
| Penelitian dan pengumpulan data | 11.333.377.377 | |
| Listrik, telepon dan keperluan kantor | | 7.873.939.810 |
| Pajak dan perizinan | 6.493.213.563 | |
| Asuransi | 2.505.516.056 | |
| Perlengkapan umum | | 2.005.952.793 |
| Kantin | 1.335.335.077 | |
| Lain-lain (masing-masing di | | 1.335.335.077 |

| | | |
|--|-----------------|-----------------------|
| bawahRp1.000.000.000) | | |
| | | |
| Beban Umum Dan Administrasi : | | |
| Gaji dan tunjangan | 324.747.553.568 | |
| Tenaga ahli dan manajemen | 39.158.011.019 | |
| Penyusutan | 33.309.251.766 | |
| Listrik, telepon dan keperluan kantor | | 32.438.831.428 |
| Perjalanan dinas | | 23.319.215.353 |
| Pemeliharaan | 19.989.224.924 | |
| Penelitian dan pengembangan | 17.059.063.670 | |
| Perlengkapan umum | | 11.290.375.801 |
| Asuransi | 11.209.813.140 | |
| Sewa | 10.646.906.224 | |
| Amortisasi aset tak berwujud | 7.093.042.432 | |
| Jaminan dan perbaikan produk | | 4.759.809.615 |
| Pajak dan perizinan | 4.689.838.622 | |
| Sumbangan dan representasi | | 3.154.000.456 |
| Biaya pelatihan dan seminar | 3.114.599.653 | |
| Transportasi | | 2.909.153.364 |
| Cadangan kerugian penurunan nilai piutang usaha | 2.906.049.429 | |
| Iuran | | 568.525.051 |
| Amortisasi aset hak guna | - | - |
| Lain-lain (masing-masing di bawah Rp1.000.000.000) | | 2.382.716.070 |
| | | |
| Beban Operasi Lainnya | | 57.788.727.828 |
| Beban Pajak Penghasilan-Neto | 144.800.646.365 | |
| Beban Keuangan | 107.016.525.972 | |

| | | |
|--------------|--------------------------|------------------------|
| TOTAL | 1.710.733.818.887 | 507.610.683.195 |
|--------------|--------------------------|------------------------|

Sumber: Data diolah dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

Tabel 4.3
Rekapitulasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel
PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
Tahun 2020

| KETERANGAN | 2020 | |
|--|-----------------|-----------------|
| | Biaya Tetap | Biaya Variabel |
| Beban Penjualan : | | |
| Promosi dan iklan | 251.675.919.589 | |
| Gaji dan tunjangan | 362.113.308.892 | |
| Beban angkut | | 328.930.962.849 |
| Sewa | 5.558.715.567 | |
| Penyusutan | 44.080.999.248 | |
| Perjalanan dinas | | 25.252.321.272 |
| Amortisasi aset hak guna | | 21.585.225.041 |
| Tenaga ahli | 9.734.846.965 | |
| Dokumen ekspor | 13.410.626.041 | |
| Pemeliharaan | 14.282.729.294 | |
| Penelitian dan pengumpulan data | 9.382.127.238 | |
| Listrik, telepon dan keperluan kantor | | 11.022.240.812 |
| Amortisasi merek | - | - |
| Pajak dan perizinan | 5.878.338.432 | |
| Asuransi | 2.731.683.021 | |
| Perlengkapan umum | | 2.116.223.105 |
| Kantin | 1.069.839.572 | |
| Lain-lain (masing-masing di bawah Rp1.000.000.000) | | 2.500.305.355 |
| | | |
| Beban Umum Dan Administrasi : | | |

| | | |
|--|--------------------------|------------------------|
| Gaji dan tunjangan | 373.420.610.664 | |
| Tenaga ahli dan manajemen | 67.795.507.666 | |
| Penyusutan | 24.385.155.320 | |
| Listrik, telepon dan keperluan kantor | | 31.445.462.161 |
| Perjalanan dinas | | 17.875.012.982 |
| Pemeliharaan | 21.621.339.696 | |
| Penelitian dan pengembangan | 7.029.986.664 | |
| Perlengkapan umum | | 8.473.924.047 |
| Asuransi | 12.359.499.728 | |
| Sewa | 1.847.897.931 | |
| Amortisasi aset tak berwujud | 13.201.976.108 | |
| Jaminan dan perbaikan produk | | 2.299.149.216 |
| Jaminan lingkungan kerja | 2.178.203.253 | |
| Pajak dan perizinan | 5.002.155.951 | |
| Sumbangan dan representasi | | 3.341.891.020 |
| Biaya pelatihan dan seminar | 1.331.964.369 | |
| Transportasi | | 5.130.127.865 |
| Cadangan kerugian penurunan nilai piutang usaha | 2.142.310.133 | |
| Iuran | | 1.950.046.252 |
| Amortisasi aset hak guna | | 1.809.764.646 |
| Lain-lain (masing-masing di bawah Rp1.000.000.000) | | 1.112.094.910 |
| | | |
| Beban Operasi Lainnya | | 97.215.317.609 |
| Beban Pajak Penghasilan-Neto | 94.881.135.256 | |
| Beban Keuangan | 135.030.671.665 | |
| TOTAL | 1.473.703.633.753 | 562.060.069.142 |

Sumber: Data diolah dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

Tabel 4.4



**Rekapitulasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel
PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
Tahun 2021**

| KETERANGAN | 2021 | |
|--|-----------------|-----------------|
| | Biaya Tetap | Biaya Variabel |
| Beban Penjualan : | | |
| Promosi dan iklan | 281.659.463.337 | |
| Gaji dan tunjangan | 374.299.473.078 | |
| Beban angkut | | 340.197.590.810 |
| Sewa | 7.863.701.986 | |
| Penyusutan | 67.779.554.467 | |
| Perjalanan dinas | | 22.037.229.987 |
| Amortisasi aset hak guna | - | - |
| Tenaga ahli | 9.430.512.609 | |
| Dokumen ekspor | 14.799.640.427 | |
| Pemeliharaan | 15.612.773.113 | |
| Penelitian dan pengumpulan data | 19.239.587.541 | |
| Listrik, telepon dan keperluan kantor | | 8.448.349.461 |
| Amortisasi merek | | 6.075.268.817 |
| Pajak dan perizinan | 5.473.209.502 | |
| Asuransi | 1.799.399.349 | |
| Perlengkapan umum | | 4.168.098.453 |
| Kantin | 1.082.390.650 | |
| Lain-lain (masing-masing di bawah Rp1.000.000.000) | | 3.359.243.563 |
| | | |
| Beban Umum Dan Administrasi : | | |
| Gaji dan tunjangan | 327.374.576.214 | |
| Tenaga ahli dan manajemen | 64.471.234.619 | |
| Penyusutan | 24.223.732.463 | |

| | | |
|--|--------------------------|------------------------|
| Listrik, telepon dan keperluan kantor | | 33.139.761.433 |
| Perjalanan dinas | | 7.612.896.309 |
| Pemeliharaan | 21.676.782.510 | |
| Penelitian dan pengembangan | 8.133.362.610 | |
| Perlengkapan umum | | 6.512.110.324 |
| Asuransi | 13.178.659.665 | |
| Sewa | 6.392.994.582 | |
| Amortisasi aset tak berwujud | 7.564.923.252 | |
| Jaminan dan perbaikan produk | | 2.663.275.473 |
| Jaminan lingkungan kerja | 7.782.261.652 | |
| Pajak dan perizinan | 7.358.227.197 | |
| Sumbangan dan representasi | | 3.349.381.749 |
| Biaya pelatihan dan seminar | 1.532.740.847 | |
| Transportasi | - | - |
| Cadangan kerugian penurunan nilai piutang usaha | - | - |
| Iuran | - | - |
| Amortisasi aset hak guna | - | - |
| Lain-lain (masing-masing di bawah Rp1.000.000.000) | | 1.740.054.366 |
| | | |
| Beban Operasi Lainnya | | 19.886.216.311 |
| Beban Pajak Penghasilan-Neto | 140.016.834.125 | |
| Beban Keuangan | 171.077.247.615 | |
| TOTAL | 1.598.023.884.061 | 459.189.477.056 |

Sumber: Data diolah dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

2. Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Tahapan selanjutnya adalah mengukur dan menghitung BEP (*Break Even Point*). *Break even point* adalah sebuah kondisi dimana perusahaan

selama masa operasionalnya tidak menghasilkan laba pun juga tidak mengakibatkan kerugian. Makna lainnya, sebuah usaha atau operasional perusahaan disebut impas kalau saja total *revenue* (pendapatan/penghasilan) bernilai serupa atau sama dengan total biaya ataupun laba yang diperoleh hanya sekadar cukup untuk menutupi biaya tetapnya (penghasilan = total biaya).

Berpedoman pada laporan laba rugi PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk tahun 2018-2021 dengan akumulasi biaya variabel, biaya tetap hingga hasil penjualan seperti yang nampak pada tabel dibawah ini, karenanya besarnya BEP (*Break Even Point*) bisa dihitung sebagai berikut:

Tabel 4.5
Perhitungan Break Even Point
PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
Tahun 2018-2021

| Tahun | Harga/Unit | Kuantitas | Penjualan | Biaya Tetap | Biaya Variabel | Biaya Variabel/Unit |
|--------------|-------------------|------------------|-------------------|--------------------|-----------------------|----------------------------|
| 2018 | 23.200 | 346.937.356,218 | 8.048.946.664.266 | 1.727.931.476.470 | 496.138.631.793 | 1.430,05 |
| 2019 | 274.000 | 30.797.924,656 | 8.438.631.355.699 | 1.710.733.818.887 | 507.610.683.195 | 16.481,97 |
| 2020 | 307.590 | 25.070.173,250 | 7.711.334.590.144 | 1.473.703.633.753 | 562.060.069.142 | 22.419,47 |
| 2021 | 457.590 | 19.230.271,424 | 8.799.579.901.024 | 1.598.023.884.061 | 459.189.477.056 | 23.878,47 |

Sumber: Data diolah dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

Untuk harga/unit dihasilkan dari total kapasitas fasilitas produksi selama setahun. Jumlah unit yang dihasilkan atau jumlah (kuantitas produk) merupakan hasil bagi antara penjualan dengan harga perunit. Biaya variabel per unit adalah hasil perhitungan antara biaya variabel dengan kuantitas produk. Berikut ini adalah perhitungan BEP (*Break Even Point*) di tahun 2018-2021.

a. *Break even point* atas dasar Kg (unit):

$$\text{Break Even Point (unit)} = \frac{FC}{P - VC}$$

1. Perhitungan *break even point* (unit) untuk tahun 2018 :

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

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{1.727.931.476.470}{23.200 - 1.430,05}$$

$$BEP \text{ (unit)} = 79.372.322 \text{ unit}$$

2. Perhitungan *break even point* (unit) untuk tahun 2019 :

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

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{1.710.733.818.887}{274.000 - 16.481,97}$$

$$BEP \text{ (unit)} = 6.643.161 \text{ unit}$$

3. Perhitungan *break even point* (unit) untuk tahun 2020 :

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

$$BEP (unit) = \frac{1.473.703.633.753}{307.590 - 22.419,47}$$

$$BEP (unit) = 5.167.798 \text{ unit}$$

4. Perhitungan *break even point* (unit) untuk tahun 2021 :

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

$$BEP (unit) = \frac{1.598.023.884.061}{457.590 - 23.878,47}$$

$$BEP (unit) = 3.684.532 \text{ unit}$$

b. *Break even point* dalam rupiah

$$Break \text{ Even Point} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

1. Perhitungan *break even point* (rupiah) untuk tahun 2018

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

$$BEP = \frac{1.727.931.476.470}{1 - \frac{496.138.631.793}{8.048.946.664.266}}$$

$$BEP = \frac{1.727.931.476.470}{1 - 0.06164019}$$

$$BEP = \text{Rp. } 1.841.438.068.911$$

2. Perhitungan *break even point* (rupiah) untuk tahun 2019

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

$$BEP = \frac{1.710.733.818.887}{1 - \frac{507.610.683.195}{8.438.631.355.699}}$$

$$BEP = \frac{1.710.733.818.887}{0,9398468}$$

$$BEP = \text{Rp. } 1.820.226.252.711$$

3. Perhitungan *break even point* (rupiah) untuk tahun 2020

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

$$BEP = \frac{1.473.703.633.753}{1 - \frac{562.060.069.142}{7.711.334.590.144}}$$

$$BEP = \frac{1.473.703.633.753}{0,92711248}$$

$$BEP = \text{Rp. } 1.589.562.933.888$$

4. Perhitungan *break even point* (rupiah) untuk tahun 2021

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

$$BEP = \frac{1.598.023.884.061}{1 - \frac{459.189.477.056}{8.799.579.901.024}}$$

$$BEP = \frac{1.598.023.884.061}{0,94781689}$$

$$BEP = \text{Rp. } 1.686.004.861.193$$

Melalui hasil perhitungan yang sudah dilaksanakan karenanya *break even point* yang dialami PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk pada

tahun 2018 yaitu sebesar Rp.1.841.438.068.911 atau 79.372.322 unit. Manakala perusahaan cuma bisa memasarkan dan menjual produk sebanyak 79.372.322 unit, maknanya perusahaan tidak menderita kerugian dan tidak juga memperoleh laba. Oleh sebab itu, perusahaan harus sanggup menjual produknya > 79.372.322 unit atau > Rp 1.841.438.068.911 nominal penjualan supaya perusahaan bisa memprediksi kedepannya guna mendapatkan laba atau keuntungan tertentu.

Pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp.1.820.226.252.711 atau 6.643.161 unit. Manakala perusahaan cuma bisa memasarkan dan menjual produk sebanyak 6.643.161 unit, maknanya perusahaan tidak menderita kerugian pun juga tidak memperoleh laba. Oleh sebab itu, perusahaan harus sanggup menjual produknya > 6.643.161 unit atau > Rp 1.820.226.252.711 nominal penjualan supaya perusahaan bisa memprediksi kedepannya guna mendapatkan laba atau keuntungan tertentu.

Pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp.1.589.562.933.888 atau 5.167.798 unit. Manakala perusahaan cuma bisa memasarkan dan menjual produk sebanyak 5.167.798 unit, maknanya perusahaan tidak menderita kerugian dan tidak juga memperoleh laba. Oleh sebab itu, perusahaan harus sanggup menjual produknya > 5.167.798 unit atau > Rp 1.589.562.933.888 nominal penjualan supaya perusahaan bisa memprediksi kedepannya guna mendapatkan laba atau keuntungan tertentu.

Pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp.1.686.004.861.193 atau 3.684.532 unit. Manakala perusahaan cuma bisa memasarkan dan menjual produk sebanyak 3.684.532 unit, maknanya perusahaan tidak menderita kerugian dan tidak juga memperoleh laba. Oleh sebab itu, perusahaan

harus sanggup menjual produknya > 3.684.532 unit atau > Rp 1.686.004.861.193 nominal penjualan supaya perusahaan bisa memprediksi kedepannya guna mendapatkan laba atau keuntungan tertentu.

Sehingga berdasarkan hasil perhitungan BEP tersebut maka dari tahun 2018-2021 PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk sudah melampaui batas titik impas, dimana perusahaan berhasil memperoleh laba dari penjualan yang sudah dilaksanakan dan tidak melalui kerugian.

c. Menghitung *Margin of Safety* (Margin Keamanan)

Break even point ialah alat untuk menetapkan titik yang mana biaya-biaya yang dikorbankan perusahaan akan ditutupi oleh penjualan yang impas. Ketika BEP sudah didapat dan diketahui, karenanya batas keamanan (*margin of safety*) perlu ditetapkan yakni batas minimum penurunan penjualan yang dibolehkan supaya kerugian tidak akan menimpa perusahaan.

Berikut ini adalah penetapan *Margin of Safety* (MOS) pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk:

Tabel 4.6
Sales Budgeted dan Sales Break Even
PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
Tahun 2020 dan 2021

| Tahun | <i>Sales Budgeted</i> | <i>Sales Break Even</i> |
|--------------|------------------------------|--------------------------------|
| 2018 | 8.048.946.664.266 | 1.841.438.068.911 |
| 2019 | 8.438.631.355.699 | 1.820.226.252.711 |
| 2020 | 7.711.334.590.144 | 1.589.562.933.888 |
| 2021 | 8.799.579.901.024 | 1.686.004.861.193 |

Sumber: Data diolah dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

1. *Margins of safety* (MOS) total tahun 2018, bisa diukur sebagai berikut :

$$\text{Margins of Safety (MOS)} = \frac{\text{Sales Budgeted} - \text{Salesat Break Even}}{\text{Sales Budgeted}} \times 100\%$$

MOS dalam rupiah = MOS X Sales Budgeted

$$\text{MOS} = \frac{8.048.946.664.266 - 1.841.438.068.911}{8.048.946.664.266} \times 100\%$$

$$\text{MOS} = 77\%$$

$$\begin{aligned} \text{MOS dalam rupiah} &= 77\% \times 8.048.946.664.266 \\ &= 6.197.688.931.485 \end{aligned}$$

2. *Margins of safety* (MOS) total tahun 2019, bisa diukur sebagai berikut :

$$\text{Margins of Safety (MOS)} = \frac{\text{Sales Budgeted} - \text{Salesat Break Even}}{\text{Sales Budgeted}} \times 100\%$$

MOS dalam rupiah = MOS X Sales Budgeted

$$\text{MOS} = \frac{8.438.631.355.699 - 1.820.226.252.711}{8.438.631.355.699} \times 100\%$$

$$\text{MOS} = 78\%$$

$$\begin{aligned} \text{MOS dalam rupiah} &= 78\% \times 8.438.631.355.699 \\ &= 6.582.132.457.445 \end{aligned}$$

3. *Margins of safety* (MOS) total tahun 2020, bisa diukur sebagai berikut :

$$\text{Margins of Safety (MOS)} = \frac{\text{Sales Budgeted} - \text{Salesat Break Even}}{\text{Sales Budgeted}} \times 100\%$$

MOS dalam rupiah = MOS X Sales Budgeted

$$\text{MOS} = \frac{7.711.334.590.144 - 1.589.562.933.888}{7.711.334.590.144} \times 100\%$$

$$\text{MOS} = 79\%$$

$$\begin{aligned} \text{MOS dalam rupiah} &= 79\% \times 7.711.334.590.144 \\ &= 6.091.954.326.214 \end{aligned}$$

4. *Margins of safety* (MOS) total tahun 2020, bisa diukur sebagai berikut :

$$\text{Margins of Safety (MOS)} = \frac{\text{Sales Budgeted} - \text{Salesat Break Even}}{\text{Sales Budgeted}} \times 100\%$$

MOS dalam rupiah = MOS X Sales Budgeted

$$\text{MOS} = \frac{8.799.579.901.024 - 1.686.004.861.193}{8.799.579.901.024} \times 100\%$$

$$\text{MOS} = 80\%$$

$$\text{MOS dalam rupiah} = 80\% \times 8.799.579.901.024 = 7.039.663.920.819$$

d. Perencanaan laba tahun 2022

Usai menetapkan margin keamanan, perusahaan umumnya harus menentukan target terkait laba yang ingin diraih pada masa waktu tertentu. Berapa angka penjualan minimum yang wajib diraih pada masa tersebut harus ditetapkan perusahaan untuk mendekati target atau mencapai target malah lebih baik. Karenanya, analisis BEP ternyata mampu menentukan dalam perusahaan setidaknya berapa angka minimum penjualan yang harus dicapai. Perencanaan yang diterapkan yakni pengukuran estimasi dari penulis guna mendapat laba di tahun 2022.

Di tahun 2022, perencanaan anggaran penjualan diestimasi naik 30% dari laporan anggaran kontribusi PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk tahun 2021 seperti yang tertera dibawah:

Tabel 4.7
Laporan Anggaran Laba Kontribusi Tahun 2021 Naik 30%

| | PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk |
|-------------------|-------------------------------------|
| Penjualan | 8.799.579.901.024 |
| Biaya Variabel | 459.189.477.056 |
| Margin Kontribusi | 8.340.390.423.968 |
| Biaya Tetap | 1.598.023.884.061 |

| | |
|-------------|-----------------|
| Laba Bersih | 492.637.672.186 |
|-------------|-----------------|

Sumber: Data diolah dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

$$\text{Biaya variabel per unit} = \frac{\text{total biaya variabel}}{\text{kuantiti}}$$

$$\text{Kuantiti} = \frac{\text{pendapatan}}{\text{harga jual per unit}}$$

$$\text{Biaya variabel per unit} = \frac{459.189.477.056}{19.230.271,424} = 23.878,47$$

$$\text{Kuantiti} = \frac{8.799.579.901.024}{457.590} = 19.230.271,424$$

Ratio Contribution Margin (RCM) tahun 2022, bisa diukur dengan rumus:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{margin kontribusi}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{8.340.390.423.968}{8.799.579.901.024} \times 100\% = 95\%$$

1. Perencanaan Laba dan *Break Even Point*

a. *Break even point*

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{RCM}}$$

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{1.598.023.884.061}{95\%}$$

$$\text{BEP (rupiah)} = \text{Rp. } 1.682.130.404.275$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual per unit} - \text{harga variabel per unit}}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{1.598.023.884.061}{457.590 - 23.878,47}$$

$$\text{BEP (unit)} = 3.878.454 \text{ unit}$$

b. Perencanaan laba

Perencanaan laba = $(Q - Q_{BEP}) (P - \text{biaya harga variabel per unit})$

$$492.637.672.186 = (Q - 3.878.454)(457.590 - 23.878,47)$$

$$492.637.672.186 = (Q - 3.878.454)(433.711,53)$$

$$492.637.672.186 = 433.711,53Q - 1.598.023.884.061$$

$$Q = \frac{2.090.661.556.247}{433.711,53}$$

$$Q = 4.820.397 \text{ unit}$$

Sebesar 93% RCM (*Ratio Contribution Margin*) dimiliki PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk tahun 2022. Maknanya, PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk sudah merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp. 1.682.130.404.275 atau harus melakukan penjualan sebesar 4.820.397 unit.

C. Pembahasan

1. Analisis Biaya Volume Laba Untuk Perencanaan Laba

Analisis hubungan biaya-volume-laba merupakan salah satu faktor kunci dalam berbagai keputusan manajemen, misalnya pemilihan jenis atau kelompok produk, strategi pemasaran, pemanfaatan fasilitas produksi, dan sejenisnya. Konsep analisis hubungan biaya-volume-laba termasuk bidang manajemen karena konsep ini berhubungan dengan bagaimana seorang manajer melaksanakan tugasnya. Konsep ini memiliki manfaat yang besar sehingga berfungsi sebagai alat manajemen yang penting untuk mengetahui potensi laba yang belum dimanfaatkan oleh suatu perusahaan.

Analisis hubungan biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis*) memiliki keterkaitan dengan harga jual produk atau jasa, volume atau tingkatan kegiatan, biaya variabel per unit, total biaya tetap, dan komposisi produk atau jasa yang dijual. Analisis biaya-volume-laba seringkali secara sederhana dijelaskan sebagai analisis *break even*. Hal ini kurang tepat karena analisis *break even* hanyalah salah satu bagian dari konsep analisis biaya-volume-laba. Kendati demikian, perusahaan juga harus menyadari bahwa analisis *break even* adalah bagian kunci dari analisis biaya-volume-laba.

Perencanaan laba (*profit*) merupakan perluasan dari sebuah rancangan kerja guna meraih sasaran perusahaan dalam melahirkan laba sesuai dengan keinginan. Perencanaan laba termasuk wujud perencanaan yang teramat berguna untuk perusahaan terlebih dalam menetapkan persentase penjualan dan biaya yang harus dikorbankan perusahaan sebab tinggi atau rendahnya laba nantinya menjadi indikator bagi kinerja dan eksistensi perusahaan.

Pemakaian analisa biaya volume laba perlu diterapkan dalam perencanaan demi kemajuan di masa mendatang terkait perolehan laba. Tak hanya itu, analisa volume laba pun ditetapkan sebagai indikator untuk meningkatkan keuntungan ataupun melihat laba yang menurun namun tak sampai memicu kerugian bagi perusahaan. Karenanya dengan perencanaan laba yang matang dan terkonsep, perusahaan dipastikan akan semakin maju dan bisa mencapai laba yang ditargetkan. Untuk mencapai laba yang diharapkan, maka manajemen harus melakukan perencanaan laba yang optimal agar tujuan utama perusahaan dapat tercapai.

Bilamana sebuah entitas perusahaan memiliki rencana untuk memperoleh laba tertentu karenanya perusahaan harus sanggup memasarkan dan menjual produk-produknya melampaui total penjualan BEP (*Break Even Point*). Terlebih dahulu, sebelum perusahaan mencanangkan perencanaan laba haruslah mengetahui target penjualannya berapa yang harus diraih (dicapai)

sebab fokus utama perusahaan sendiri adalah menghasilkan laba yang semaksimal mungkin. Karenanya perencanaan laba yang matang dan baik dibutuhkan untuk menunjang tujuan tersebut supaya perusahaan mempunyai kemampuan yang memadai dalam mengoordinasi dan mengontrol. Dalam penelitian ini peneliti akan mengestimasi perencanaan laba pada tahun 2022.

Pada tahun 2022, persentase sebesar 30% diestimasi dari adanya kenaikan laba perusahaan dari laba tahun 2021. Pernyataan tersebut didorong oleh aneka faktor yakni daya beli dan daya minat masyarakat akan produk yang ada. Sedangkan kalau diamati dari perhitungan analisis titik impas dalam meraih kenaikan laba, perusahaan harus sanggup melaksanakan penjualan sebesar 4.820.397 unit agar tidak terdeteksi rugi dengan perkiraan penjualan sebesar Rp 8.799.579.901.024.

2. Menentukan *Break Even Point*

Titik impas (*Break Even Point*) didefinisikan sebagai kondisi perusahaan dengan modal yang dipakai, tingkat penjualan dan penghasilan yang didapat ada dalam posisi yang serupa (sama) dengan ciri tidak ada keuntungan ataupun kerugian didalamnya. Bagi manajemen, BEP sangatlah berguna untuk membantu dalam membuat keputusan mengembangkan atau menarik produk hingga menon-aktifkan anak perusahaan yang tidak menghasilkan keuntungan. Dalam artian lain, sebuah usaha disebut impas kalau saja *revenue* (pendapatan/penghasilan) bernilai sama dengan total biaya atau laba kontribusi cuma cukup untuk dipakai menutupi biaya tetap.

Bukan sekadar informasi terkait posisi perusahaan dalam situasi impas atau sebaliknya yang diberikan, analisa BEP juga sangat memudahkan manajemen dalam membuat rencana dan menetapkan kebijakan (keputusan). Sebab tujuan dilakukan analisis titik impas ini adalah untuk melihat tingkat

aktivitas yang mana seluruh biaya tetap dan biaya variabel sama dengan penghasilan dari penjualan.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka *break even point* yang terjadi pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk pada tahun 2018-2021 disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Rekapitulasi Break Even Point
PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
Tahun 2018-2021

| Tahun | Penjualan | BEP (Rp) | BEP (unit) |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 2018 | 8.048.946.664.266 | 1.841.438.068.911 | 79.372.322 |
| 2019 | 8.438.631.355.699 | 1.820.226.252.711 | 6.643.161 |
| 2020 | 7.711.334.590.144 | 1.589.562.933.888 | 5.167.798 |
| 2021 | 8.799.579.901.024 | 1.686.004.861.193 | 3.684.532 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

Sehingga berdasarkan hasil perhitungan BEP tersebut maka dari tahun 2018-2021 PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk sudah melampaui batas titik impas, yang mana perusahaan mampu melahirkan laba dari penjualan yang berlangsung dan tidak terindikasi mengalami kerugian.

3. Menghitung *Margin of Safety*

Margin of Safety (margin keamanan) adalah penjualan yang melampaui target yang dianggarkan atau realisasinya melebihi titik impas. Hasil pengukurannya menggambarkan total penjualan seberapa banyak yang merosot sehingga ada di titik impas dengan disimbolkan dalam satuan persentase, satuan uang dan satuan unit.

Margins of Safety (MOS) menggambarkan jarak antara penjualan di titik impas dengan penjualan yang sudah dirancang. Maka dari itu, *margin of*

safety pun memperlihatkan batas jarak dimana perusahaan akan terindikasi rugi bila penjualan berkurang melebihi batas jarak yang ditetapkan. Melalui perhitungan yang sudah dilakukan sebelumnya, sebesar 77% tingkat *margin of safety* diperoleh pada tahun 2018 yang mengartikan bahwa total maksimal penurunan target pendapatan penjualan tidak memicu kerugian pada perusahaan adalah senilai Rp 6.197.688.931.485 pada struktur biaya dan tingkat penjualan yang ada.

Pada tahun 2019, peningkatan terjadi dari tahun sebelumnya pada *margin of safety* yakni sebesar 78%. Maksudnya, total maksimal penurunan target pendapatan penjualan tidak memicu kerugian pada perusahaan adalah senilai Rp 6.582.132.457.445 pada struktur biaya dan tingkat penjualan yang ada.

Pada tahun 2020, *margin of safety* memiliki nilai sebesar 79%. Maksudnya, total maksimal penurunan target pendapatan penjualan tidak memicu kerugian pada perusahaan adalah senilai Rp 6.091.954.326.214 pada struktur biaya dan tingkat penjualan yang ada.

Pada tahun 2021, *margin of safety* memiliki nilai sebesar 80%. Maksudnya, total maksimal penurunan target pendapatan penjualan tidak memicu kerugian pada perusahaan adalah senilai Rp 7.039.663.920.819 pada struktur biaya dan tingkat penjualan yang ada.

Sebuah perusahaan disebut semakin baik apabila *margin of safety*-nya semakin besar sebab jarak penurunan penjualan yang bisa ditoleransi yakni lebih tinggi karena indikasi kerugian yang kemungkinan terjadi tergolong rendah. Kebalikannya, perusahaan akan semakin mendekati hingga terindikasi mengalami kerugian bilamana nilai *margin of safety*-nya semakin kecil.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Analisis biaya volume laba untuk perencanaan laba pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk pada tahun 2018-2021 tidak menderita kerugian. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti. Perencanaan laba yang harus ditargetkan oleh perusahaan untuk tahun selanjutnya adalah perusahaan harus dapat melakukan penjualan sebesar 4.820.397 unit agar tidak menderita kerugian. Dari estimasi penjualan sebesar Rp8.799.579.901.024.
2. Penjualan yang dilakukan PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk pada tahun 2018-2021 telah melewati batas titik impas baik dalam unit ataupun rupiah, sehingga perusahaan selalu memperoleh laba.
3. Cara mengetahui *margin of safety* (margin keamanan) pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk adalah dengan melakukan perhitungan tingkat *margin of safety* tahun 2018-2021 yang selalu mengalami kenaikan yaitu sebesar 77% sampai dengan 80%. Dimana jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan perusahaan mengalami kerugian pada tahun 2018 adalah sebesar Rp. 6.197.688.931.485, tahun 2019 sebesar Rp. 6.582.132.457.445, tahun 2020 sebesar Rp. 6.091.954.326.214, dan tahun 2021 sebesar Rp. 7.039.663.920.819. Sebuah perusahaan disebut semakin baik apabila *margin of safety*-nya semakin besar sebab jarak penurunan penjualan yang bisa ditoleransi yakni lebih tinggi karena indikasi kerugian yang kemungkinan terjadi tergolong rendah. Kebalikannya, perusahaan akan semakin mendekati hingga terindikasi mengalami kerugian bilamana nilai *margin of safety*-nya semakin kecil, dalam hal ini terdapat penurunan total penjualan yang nyata.

B. Saran

Berpedoman pada pemaparan kesimpulan diatas, karenanya penulis bisa memberikan saran bagi perusahaan diantaranya :

1. Perusahaan sebaiknya mempertimbangkan pemakaian dari analisis *Break Even Point* sebagai alat bantu dalam merencanakan laba yang diinginkan dengan tingkat penjualan yang harus diraih. Analisis *Break Even Point* adalah analisis yang sesuai dan pas bila dipakai oleh perusahaan sebab melalui analisis ini perincian yang detail akan diberikan mulai dari menganalisa biaya-biaya yang dikorbankan, rincian laba dan volume penjualan yang ada ketika periode berlangsung.
2. Terus memperhatikan dan mempertahankan kualitas produk-produk makanan dan minuman yang inovatif agar dapat lebih memuaskan konsumen dan penjualan akan semakin meningkat.
3. Hendaknya selalu melaksanakan pengawasan atas biaya yang dikeluarkan guna meraih laba sesuai harapan dan berusaha menaikkan penjualan supaya bisa meraih target sesuai dengan yang sudah direncanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, G., & Hamidi, H. (2019). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Measurement : Jurnal Akuntansi*, 13(1), 1.
- Blocher, E. J., Chen, K. H., Cokins, G., & Lin, T. W. (2007). *Manajemen Biaya (Buku 1) (Edisi 3)*. Salemba Empat.
- Ekasari Harmadji, D., Aryawati, N. P. A., Pancawati, N. L. P. A., Kartini, E., Saputra, B. W., Rahayuningsih, S., Hidayati, C., Trihastuti, A., & Pandin, M. Y. R. (2022). *Akuntansi Manajemen*. Tahta Media Group.
- Ginting, J. veronika br, Chairia, Ramles, P., & Suria alamsyah putra. (2022).

Akuntansi Biaya. Yayasan Kita Menulis.

- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Literasi Nusantara.
- Harmain, H., Anggriyani, Rasidah, Nurlaila, Olivia, H., Farina, D., Wahyudi, H., & Syafina, L. (2019). *AKUNTANSI SYARIAH DI INDONESIA*. Madenatera.
- Harmain, H., Nurlaila, Safrida, L., Sufitrayati, Alfurkaniati, Ermawati, Y., Ikhsan, A., Olivia, H., Jubi, & Nurwani. (2019). *Pengantar Akuntansi 1 edisi 3*. Madenatera.
- Hassanah, A., & Daud, R. M. (2019). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 190–214.
- Irwadi, M., & Si, A. M. (2021). Analisis Break Even Point (Bep) Untuk Perencanaan Laba Pada Yuri'S Cake and Bakery Sekayu. *Jurnal ACSY Politeknik Sekayu*, XIII(1), 44–52.
- Kasmir. (2009). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana Prenada Media Group.
- Khadaffi, M., Jubi, Hani, S., Isnawati, Yunita, N. A., & Kamilah. (2018). *Akuntansi Biaya Edisi 2*. Madenatera.
- Khoirunnisa, N., & Achiria, S. (2019). Model Perhitungan Biaya Produksi Islami Menggunakan Metode Variable Costing (Studi Kasus Usaha Susu Shi Jeckex Cabang Jogja). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(1), 9-19.
- Kholmi, M. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kusuma Sofian; Azazy, Yusup, I. L. A.-H. (2020). Penerapan Metode Break Even Point Dalam Pembiayaan Mudharabah Di Bprs Hik Cileunyi. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol 7, No 1 (2020): Al-Muamalat*, 35–44.
- Landali, A., Niswatin, & Yusuf, N. (2020). Metafora DOA sebagai makna laba dalam perspektif Islam. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(2), 116–125.
- Mariantha, N. (2018). *Manajemen Biaya*. Celebes Media Perkasa.
- Maruta, H. (2018). Laba, Perencanaan Manajemen, Bagi. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 9–28.
- Maulidin, M. Y. G., Indrawan, A., & Sudarma, A. (2020). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Profit Planning Pada Hotel Wijaya Sukabumi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 4(1), 306–316.

- Mulyono, W. (2018). *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus: UD. Flamboyan Coconut Center Kabupaten Batubara)*. 1–80.
- Nurwani. (2021). Pengaruh Leverage , Ukuran Perusahaan , dan Nilai Perusahaan Terhadap Cash Holding. *Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 2(2), 235–246.
- Pelu, Fahemy Idris dkk. (2021). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pt. Telesindo Shop Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 554–564.
- Pohan, T. R. D., & Syafina, L. (2022). Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Dalam Penilaian Kinerja Pusat Pendapatan PT.Sumber Satwa Sejahtera Di Medan. *JAZ: Jurnal Akuntansi Unihaz*, 5(1), 101–111.
- Pramawati, I. D. A. A. T., Sidharta, J., Astuti, Simbolon, E., Suryadi, D., Mashud, Kartikasari, I., Abdullah, M. K., & Manurung, S. (2021). *Akuntansi Biaya*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Rahmah, N., Kaskoyo, H., Saputro, S. G., & Hidayat, W. (2020). Cost Analysis of Furniture Production: A Case Study at Mebel Barokah 3, Marga Agung Village, Lampung Selatan. *Jurnal Sylva Lestari*, 8(2), 207-217.
- Rahmani, N. A. B. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Press FEBI.
- Rangkuti, F. (2005). *Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Roosinda, F. W., & Dkk. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Zahir Publishing.
- Rosida, R. (2019). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Browcyl Brownis Pisang Khas Makassar. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 1(1).
- Samryn. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Kencana Prenada Media Group.
- Silaen, N. R., Syamsuriansyah, Chairunnisah, R., Sari, M. R., Mahriani, E., Tanjung, R., Triwardhani, D., Haerany, A., Masyuroh, A., Satriawan, D. G., Lestari, A. S., Arifudin, O., Rialmi, Z., & Putra, S. (2021). *Kinerja Karyawan*. Widina Bhakti Persada.
- Silalahi, A. D., Jubi, Kamilah, Lufriansyah, Nainggolan, C. D., Sembiring, M., Darwanis, & Setiawan, P. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Madenatera.
- Simbolon, A. W. (2021). Perencanaan Dalam Islam. *Jurnal Mumtaz*, 1(2), 76–87.
- Tampubolon, H. R. W. (2019). *Analisis Break Even Point (Bep) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Pt . Asam Jawa Medan*.

- Tarigan, A. A., Nst, Y. S. J., & Ismail. (2019). Implementasi Analisis Swot Pada Strategi Marketing Penerbit Buku Di Kota Medan. *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 138–153.
- Tarigan, W. J., Sinaga, M. H., Purba, D. S., & Saragih, M. (2022). *Akuntansi Biaya*. CV. Global Aksara Pers.
- Ulfah Setia Iswara, & Susanti. (2017). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Yang Diharapkan. *Jurnal Riset Akuntansi Keuangan*, 2, 67–76.
- Yulianto, Z. (2018). Analisis Biaya Volume Laba Untuk Perencanaan Laba Pada Perusahaan Es Batu Camplong Di Sampang. *AKTIVA Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 3(1), 76–80.



