

TITIK PULANG POKOK SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA JANGKA PENDEK PERUSAHAAN

Periansya

Staf Pengajar Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya
Jln. Srijaya Negara Bukit Besar Palembang-30139

ABSTRACT

Break Even Point (BEP) can be defined as a situation where the operating company does not earn profits or incur losses (total revenue = total cost). Break even point existence can determine how much to desire his company's profits in the periods or vice versa because the BEP can be known what level of sales in order not to losses or how many units were sold for a minimum sale of the company is not losing. Utilization of BEP technique is very good for companies that operate continuously. As part of the short-term profit planning the preparation can provide policy direction to sales made by the management in anticipation of the all conditions of uncertainty in the future. With the break even point then the company can also find out if the company is running efficiently.

Keywords: *Break Even Point, Fixed Cost, Variable Cost*

PENDAHULUAN

Dewasa ini bahwa sebagian besar kegiatan perekonomian dikelola oleh perusahaan baik itu yang dijalankan berdasarkan prinsip kapitalis ataupun prinsip syariah. Setiap kegiatan yang bergerak di bidang usaha tentu berusaha agar dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas sumber-sumber daya yang dimilikinya dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain yang memiliki jenis usaha yang sama ataupun usaha baru yang dapat menggoyakan kelangsungan usaha dimasa yang akan datang..

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan maka sudah seharusnya kegiatan perusahaan dikelola secara efisien dan efektif sebagai upaya untuk mencapai sasaran perusahaan yang ditetapkan sebelumnya, yaitu untuk mencapai laba yang optimal. Hal ini sangat berkaitan erat dengan pola kebijaksanaan dan strategi yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal adalah dengan cara memaksimalkan penjualan produk-produk perusahaan, baik yang dilakukan secara kredit maupun tunai.

Perusahaan yang dikelola secara baik dan benar umumnya akan cenderung untuk tumbuh dan berkembang lebih baik di masa-masa mendatang. Dengan usaha yang semakin berkembang tersebut maka akan semakin banyak pekerjaan yang akan dikerjakan serta permasalahan yang akan dihadapi oleh pemimpin perusahaan.

Sebagai upaya untuk mempertahankan agar kondisi perusahaan yang baik dan untuk mencapai kemajuan di masa mendatang maka perencanaan laba harus dilakukan sedini mungkin sehingga laba yang dibudgetkan dapat teralisasi.

Budget yang berisi taksiran atau perencanaan pendapatan yang akan diperoleh dan biaya yang akan dikeluarkan dapat memberikan gambaran seberapa besar keinginan yang hendak dicapai perusahaan. Pengaruh dari perubahan laba yang akan

dicapai tidak nampak dalam program anggaran karena angrgran biasanya hanya merencanakan laba untuk satu tingkat/kapasitas kegiatan. Oleh karena itu, anggaran atau budget dapat bermanfaat bagi manajemen apabila disertai perhitungannya diikuti dengan analisa titik pulang pokok, karena untuk mengetahui besarnya titik pulang pokok, perlu diadakan analisa terhadap hubungan antara biaya, volume, harga jual, dan laba.

Analisa titik pulang pokok mempunyai hubungan yang sangat erat dengan program budget, walaupun analisa break event dapat diterapkan dengan data historis, tetapi akan sangat berguna bagi manajemen kalau diterapkan pada data dan taksiran periode yang akan datang. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik menulis tentang Teknik bagaimana menentukan titik pulang pokok dalam suatu perusahaan sebagai alat perencanaan laba jangka pendek perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Bambang Riyanto (1999) Titik Pulang Pokok adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Sedangkan menurut Munawir S (2002) dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana dalam operasinya perusahaan tidak memperoleh laba atau tidak menderita rugi (total penghasilan = total biaya). Pendapat lain seperti Abdullah (2004) analisis *break even point* disebut juga *cost volume profit* analisis.

Menurut Harahap (2004) Titik Pulang Pokok adalah suatu keadaan dimana suatu perusahaan dalam operasinya tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita kerugian atau dengan kata lain total biaya = total penjualan. Artinya seluruh biaya dikeluarkan untuk kegiatan produksi ini dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan. Kegunaan Titik Pulang Pokok antara lain, *pertama*, menganalisa program otomatisasi dimana suatu perusahaan akan beroperasi secara lebih mekanis dan otomatis dapat

mengganti biaya variabel dengan biaya tetap, *kedua*, menelaah dampak dari perluasan tingkat operasi secara umum, dan *ketiga*, untuk membuat keputusan tentang produk baru yang harus dicapai jika perusahaan menginginkan *break even point* dalam suatu proyek yang di usulkan.

Kegunaan lain analisa Titik Pulang Pokok bagi pihak manajemen adalah disamping memberikan gambaran tentang hubungan antara biaya, volume dan laba juga akan dapat membantu atau memberikan informasi maupun pedoman kepada manajemen dalam memecahkan masalah-masalah lain yang dihadapinya seperti *pertama*, penggantian fasilitas pabrik atau investasi dalam aktiva tetap apakah akan menguntungkan bagi perusahaan atau malah sebaliknya, *kedua*, untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan menutup usaha atau tidak dapat memberikan informasi kapan sebaiknya usaha tersebut dihentikan. Suatu usaha harus dihentikan atau ditutup apabila penghasilan yang diperoleh tidak dapat menutup biaya tunainya. Hal ini dilakukan agar perusahaan tidak mengalami bertambahnya kerugian.

Analisis titik pulang pokok berguna apabila beberapa asumsi tersebut adalah *pertama*, biaya yang dikeluarkan perusahaan dapat dikelompokkan dalam biaya variabel dan biaya tetap, *kedua*, besarnya biaya variabel secara total berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi atau penjualan, *ketiga*, besarnya biaya tetap secara total tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi atau penjualan, *keempat*, jumlah unit produk yang terjual sama dengan jumlah per unit produk yang diproduksi, *kelima*, harga jual produk per unit tidak berubah dalam periode tertentu, dan *keenam*, perusahaan hanya memproduksi satu jenis produk, apabila lebih dari satu jenis komposisi masing-masing jenis produk dianggap konstan (tetap).

Sedangkan keterbatasan utama dari analisa *break even point* ini antara lain *pertama*, asumsi tentang linearity, pada umumnya baik harga jual per unit maupun variable cost per unit, tidaklah berdiri sendiri terlepas dari volume penjualan. Dengan kata lain, tingkat penjualan yang melewati suatu titik tertentu hanya akan dicapai dengan jalan menurunkan harga jual per unit. Hal ini bisa saja disebabkan karena menurunnya efisiensi tenaga kerja atau bertambahnya besar upah lembur, *kedua*,

kesulitan didalam mengklasifikasikan kedalam biaya karena adanya semi variable cost dimana biaya ini tetap sampai dengan tingkat tertentu dan kemudian berubah-ubah setelah melewati titik tersebut, *ketiga*, jangka waktu penggunaan, kelemahan lain dari analisa Titik Pulang Pokok adalah jangka waktu penerapannya mempunyai jangka waktu terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk advertensi ataupun biaya lainnya yang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut (tambahan investasi) tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan *operating cost* sudah meningkat, maka akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai *break even point* agar dapat menutupi semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga, *keempat*, harga jual per satuan produk tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau dengan kata lain tidak ada perubahan harga secara umum, dan *kelima*, bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual dan apabila produk yang dijual lebih dari satu macam maka kombinasi penjualannya akan tetap konstan.

PEMBAHASAN

Untuk menentukan tingkat pulang pokok atau *break even point* pada suatu perusahaan, langkah yang paling awal yaitu memisahkan seluruh biaya-biaya antara biaya tetap dengan biaya variabel, dimana biaya tetap itu merupakan biaya yang tidak berubah dalam batasan luaran tertentu, tetapi untuk setiap satuan produksi akan berubah-ubah sesuai dengan jumlah produksi, sedangkan biaya variabel itu merupakan jumlah totalnya akan berubah-ubah sebanding dengan hasil produksi atau volume kegiatan, tetapi untuk satuan akan tetap.

Setelah melakukan pemisahan antara biaya tetap dengan biaya variabel langkah selanjutnya dapat juga dengan menggunakan dua pendekatan yaitu, Pendekatan matematis dan Pendekatan grafis dengan demikian tingkat pulang pokok dapat ditentukan dengan rumus yaitu: seluruh hasil penjualan perusahaan dikurangi dengan biaya variabel maka akan didapatkan margin kontribusi yang bersedia untuk menutupi biaya tetap dan laba, dibawah ini dijelaskan contoh beserta rumus untuk menentukan tingkat titik pulang pokok pada sebuah perusahaan. (Munawir, 2004).

Penentuan biaya tetap dengan biaya variabel (dalam ribuan)			
Budget penjualan	(200.000@Rp.250)		50.000.000
Budget biaya	Tetap (Rp)	Variabel (Rp)	
Bahan baku langsung	-	9.000	
Tenaga langsung	-	10.000	
Overhead pabrik	7.000	3.000	
Biaya Administrasi	6.000	1.000	
Biaya Distribusi	5.000	3.000	
Jumlah	18.000	26.000	44.000.000
Laba yang di budgetkan			6.000.000

Dengan demikian untuk menentukan jumlah penjualan minimal yang harus dicapai agar

perusahaan mencapai *break even point* dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

Penjualan (200.000@Rp 250)	= Rp 50.000.000	= 100 %
Biaya Variabel	= (Rp 26.000.000)	= 52 %
Margin kontribusi	= Rp 24.000.000	= 48 %
Biaya Tetap	= Rp 18.000.000	= 36 %
Laba	= Rp 6.000.000	= 12 %

Berdasarkan data budget tersebut dapat diketahui bahwa setiap penjualan sebesar Rp. 100,- maka Rp. 52,- merupakan biaya variabel (hasil penjualan yang diserap oleh biaya variabel), apabila perusahaan tidak memproduksi maka biaya variabel tidak akan timbul, dengan demikian maka 52% adalah rasio antara biaya variabel dengan hasil penjualan yang disebut juga *Variabel Cost Ratio*. Sementara itu untuk penjualan sebesar Rp. 100,- maka yang dapat

digunakan untuk menutup biaya sebesar Rp. 48 atau 48 %. Biaya tetap ini akan selalu timbul dalam jumlah yang tetap baik perusahaan memproduksi maupun tidak .

Dengan data budget diatas dapat diketahui bahwa *break even point* dalam rupiah dan *break even point* dalam unit dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Break Even Point dalam Rupiah

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{FC}}{\text{Ratio MC}} \\ &= \frac{18.000.000}{48\%} \\ &= \text{Rp.}37.500.000 \end{aligned}$$

Untuk menentukan jumlah satuan barang yang harus dijual dapat ditentukan dengan membagi hasil penjualan pada tingkat titik pulang pokok dengan

membagi hasil penjualan pada tingkat break even point dengan harga jual atau satuan barang tersebut, yaitu:

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Rp } 37.500.000}{\text{Rp.}250} \\ &= 150.000 \text{ satuan} \end{aligned}$$

Atau dengan cara membagi biaya tetap dengan biaya marginal kontribusi/unit:

Break Even Point dalam Unit

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{FC}}{\text{Mc/Unit}} \\ &= \frac{18.000.000}{120} \\ &= 150.000 \text{ Unit} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas berarti bahwa kalau perusahaan tersebut hanya mampu menjual barangnya sebanyak 150.000 unit dengan harga jual per unit sebesar Rp. 250,- tidak akan memperoleh

laba dan juga tidak menderita kerugian dalam kegiatan usahanya dan hal ini dapat dibuktikan sebagai berikut:

Penjualan		Rp. 37.500.000,-
Biaya Tetap	Rp. 18.000.000,-	
Biaya Variabel 52% X Rp.37.500.000,-	Rp 19.500.000,-	Rp. 37.500.000,-
		Rp. 0

Tentu suatu perusahaan akan berusaha agar usaha yang dijalankannya mendapatkan laba, maka untuk mengatasi hal ini perusahaan harus mampu menjual barang nya diatas titik pulang pokok atau 150.000

satuan dengan harga Rp. 250,- /satuan, misal tahun 2009 direncanakan laba sebesar Rp. 3.600.000,- maka untuk mencapai hal tersebut sebagai berikut:

$$\frac{\text{Rp. } 18.000.000,- + \text{Rp. } 18.000.000,-}{0.48} = \text{Rp.}41.250$$

atau = 165.000 Satuan

Perhitungan pembuktiannya adalah sebagai berikut :

Penjualan		Rp. 41.250.000
Biaya tetap	Rp. 18.000.000	
Biaya Variabel 52% x 41.250.000	Rp. 21.450.000	<u>Rp. 39.450.000</u>
Laba		Rp. 1.800.000

Sebagai bagaimana telah di terangkan di dalam analisa titik pulang pokok, maka apabila terjadi kenaikan harga maka akan mengalami efek yang menguntungkan. Dimana titik pulang pokok akan bergeser ke arah yang positif yang berarti tercapainya titik pulang pokok cukup diperlukan jumlah produk yang lebih kecil.

Dalam salah satu asumsi dasar analisa titik pulang pokok bagi suatu perusahaan yang

menghasilkan dua macam produk atau lebih adalah tidak adanya perubahan dalam sales-mixnya. Dimana penjualan campuran atau disebut *Sales-mix* menggambarkan pertimbangan *Sales-revenue* antara beberapa macam produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Sebagai ilustrasi, suatu perusahaan yang menghasilkan dua macam produk, yaitu produk A dan B dimana dari data keuangannya sebagai berikut:

	Produk A	Produk B	Total
Sales:			
	20.000Rp <u>200.000</u>	8.000 Rp <u>200.000</u>	Rp. <u>400.000</u>
VC 60 %	120.000	40% Rp. 80.000	Rp.120.000
FC	<u>40.000</u>	<u>Rp 80.000</u>	<u>Rp.120.000</u>
Bi. Total	<u>160.000</u>	<u>Rp.160.000</u>	<u>Rp.240.000</u>
Keu.Oprs	<u>40.000</u>	<u>Rp. 40.000</u>	<u>Rp. 80.000</u>

Dari data tabel tersebut diatas dapat dihitung :

Sales mix (A:B)=1:1

yaitu 200.000:200.000

Produk MiX =2.5:1 yaitu 20.000:8.000

= Rp.120.000

Dalam unit = $\frac{Rp120.000}{Rp 25.000}$

= 4.800 Unit

BEP total : $\frac{Rp. 120.000}{1 - \frac{Rp. 200.000}{Rp. 400.000}}$

$= \frac{Rp. 120.000}{\frac{1}{2}}$

$= Rp. 240.000$

Sales mix A:B= 1:1

Sales produk A= $\frac{1}{2} \times Rp.240.000$

= Rp.120.000

Dalam unit = $\frac{Rp120.000}{Rp. 10.000}$

= 12.000 Unit

Sales mix B = $\frac{1}{2} \times Rp.240.000$

Dalam analisa Titik Pulang Pokok dapat juga ditentukan *margin of safety* nya atau tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan. Yaitu dengan cara membuat ratio presentase antara selisih penjualan yang dianggarkan dan penjualan pada tingkat titik pulang pokok dengan penjualan yang dianggarkan itu sendiri.

Margin of Safety dapat dinyatakan dalam ratio atau persentase antara penjualan yang di anggarkan dengan volume penjualan pada tingkat break even dari selisih antara penjualan yang di anggarkan dimana tingkat penjualan break even dengan penjualan yang dianggarkan sendiri. Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan penjualan agar tidak mengalami kerugian yaitu:

$$\frac{\text{Penjualan per budget} - \text{Penjualan per break event\%}}{\text{Penjualan per budget}}$$

Dengan menggunakan data sebelumnya maka dapat ditentukan *margin of safety* dengan jalan sebagai berikut untuk tahun 2009:

- $\frac{Rp. 50.000.000 - Rp. 37.500.000}{Rp. 50.000.000} \times 100\% = 25\%$

- $\frac{\text{Rp. } 50.000.000}{\text{Rp. } 37.500.000} = 1,3333$ atau $133,33\% - 100\% = 33,33\%$
- 1. $25\% \times \text{Rp } 50.000.000 = \text{Rp } 12.500.000$ atau 50.000 unit
- 2. $33,3\% \times \text{Rp.}37.500.000,-$
- 3. $= \text{Rp. } 12.500.000$ atau 50.000 unit

Dari data diatas dapat diartikan bahwa sebuah perusahaan harus mencapai tingkat volume penjualan atau realisasi penjualannya tidak boleh turun lebih dari 25% dari penjualan yang direncanakan atau tidak boleh turun lebih dari Rp12.500.000 atau Rp 50.000 unit dari penjualan yang direncanakan agar perusahaan tersebut tidak mengalami rugi tetapi juga belum memperoleh laba. Suatu perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang besar adalah lebih baik bila dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang rendah. Karena dengan adanya *margin of safety* yang besar akan menunjukkan indikasi atau gambaran kepada manajemen berapakah penurunan penjualan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita kerugian tetapi juga belum memperoleh laba, itu sebabnya analisa titik pulang pokok sangat menentukan indikasi tentang penurunan penjualan yang dapat ditolerir. Dengan adanya titik pulang pokok dapat memacu semangat perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

KESIMPULAN

Laporan keuangan perusahaan yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi dan laporan perubahan laba ditahan telah memberikan informasi yang penting untuk pengambilan keputusan. Analisis titik pulang pokok atau titik impas merupakan teknik analisis untuk menentukan tingkat penjualan dan komposisi penjualan yang di perlukan untuk mencapai tingkat laba, dapat membantu pihak

manajemen merencanakan dan sekaligus mencapai laba yang besar.

Pada pembahasan dijelaskan konsep titik pulang pokok yang meliputi, konsep *contribution margin*, biaya variabel dan biaya tetap. Selain itu kegunaan lain bagi manajemen adalah memberikan gambaran atau indikasi tentang hubungan antara biaya, volume, dan laba juga dapat memberikan informasi maupun pedoman kepada manajemen dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya. Kegunaan lain yaitu untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan menutup usaha atau tidak. Usaha yang harus dihentikan apabila penghasilan yang diperoleh tidak dapat menutupi biaya tunainya dan apabila tingkat penjualan berada di titik potongan antara garis penjualan dengan garis biaya tunai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. 2009. *Analisis Kelayakan Investasi Bisnis*, Edisi 1, Jakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Bambang Riyanto. 1999. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi 4, Yogyakarta: Penerbit BPPE.
- Darmianto, Dwi Prastowo. 1995. *Analisa Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta: Penerbit AMP YKPN.
- Munawir, S. 2004. *Analisa Laporan Keuangan*, Yogyakarta: Penerbit Liberty.