

**Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Dalam Menyusun Anggaran
Penjualan Dan Perencanaan Laba
(Studi Kasus pada Pabrik Rokok Semanggi Mas Tulungagung)**

Oleh:

Faizal Akbar¹

Beby Hilda Agustin²

Dewi Wungkus Antasari³

^{1,2,3} Prodi Akuntansi Universitas Islam Kadiri Kediri

e-mail: 1faizalakbar@gmail.com¹

agustin.uniska@gmail.com²

dewiwung@gmail.com³

Abstrak

Penelitian yang dilakukan di Pabrik Rokok Semanggi Mas Tulungagung ini bertujuan untuk mengetahui perhitungan analisis *Break Even Point* sebagai dasar dalam menyusun anggaran penjualan dan perencanaan laba. Permasalahan dalam penelitian ini adalah besarnya realisasi penjualan belum sesuai dengan anggaran penjualan yang telah ditetapkan. Variabel dalam penelitian ini berupa *break even point*, anggaran penjualan dan perencanaan laba mengenai 2 produk rokok Semanggi Mas yang paling laku dipasaran yaitu Rokok Roy Mild dan Rokok Bio Mild.

Jenis penelitian ini termasuk dalam pendekatan deskriptif kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik Analisis dengan memisahkan biaya semi variabel, Analisis *Break Event Point*, Analisis *Margin of Safety*, *Ratio Contribution Margin* dan analisis penjualan minimal. Hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan diperoleh bahwa perencanaan laba kedua produk tersebut juga kurang maksimal, artinya kedua jenis produk tersebut masih rawan untuk mengalami tingkat kerugian khususnya untuk produk rokok Bio Mild. Penerapan analisis *Break Even Point* secara keseluruhan belum mampu memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai langkah menyusun anggaran penjualan pada periode tahun 2019 dan tahun berikutnya, hal ini terlihat dari pencapaian penjualan produk rokok khususnya Bio mild yang berada di bawah Realisasi penjualan tahun 2019.

Kata Kunci : *Break Event Point*, Anggaran Penjualan, Perencanaan Laba.

Abstract

This research, which was conducted at the Semanggi Mas Cigarette Factory, Tulungagung, aims to determine the calculation of Break Even Point analysis as a basis for preparing sales budgets and profit planning. The problem in this research is the amount of sales realization is not in accordance with the sales budget that has been set. The variables in this study are break even points, sales budget and profit planning regarding the 2 most selling Semanggi Mas cigarettes in the market, namely Roy Mild Cigarettes and Bio Mild Cigarettes. This type of research is included in the quantitative descriptive approach, while the data collection techniques used in this research are through interviews, observation and documentation. Analysis technique by separating semi-variable costs, Break Event Point Analysis, Margin of Safety Analysis, Contribution Margin Ratio and minimal sales analysis. The results of the analysis and discussion that have been carried out show that the profit planning of the two products is also less than optimal, meaning that both types of products are still prone to experiencing losses, especially for Bio Mild cigarette products. The application of the Break Even Point analysis as a whole has not been able to provide an overview to the company regarding

the steps to prepare a sales budget for the period 2019 and the following year, this can be seen from the achievement of sales of cigarette products, especially Bio mild which is below the sales realization in 2019.

Keywords: *Break Event Point, Sales Budget, Profit Planning.*

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan didirikan dengan tujuan yang mendasar adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui kemakmuran *stake holder* didalam perusahaan, dengan pencapaian laba sebagai patokan yang dapat di pergunakan untuk kelangsungan hidup. Tujuan perusahaan ini juga menjadi prioritas khususnya perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur. Kegiatan produksi barang mentah menjadi bahan jadi atau sebuah produk tidak lepas dari kinerja manajemen dalam mengelola aspek finansialnya secara tepat dan efektif dalam memenuhi kebutuhan operasional perusahaan. Strategi yang efektif dalam mengelola proses operasional sebuah perusahaan adalah dengan fokus perhitungan dan peramalan penjualan salah satunya melalui kemampuan manajemen dalam mengukur tingkat titik impas, sebagai landasan berpijak dalam menentukan strategi peningkatan produk yang ditawarkan. Seorang manajer memerlukan langkah atau metode yang disebut *Break Event Point*.

Salah suatu teknik yang dapat digunakan oleh manajemen untuk menganalisa tingkat penjualan pada suatu perusahaan adalah *Break Event Point*. Proses menganalisa melalui analisis *Break Even Point* terhadap keadaan perusahaan dilakukan dengan cara yaitu dimana total penghasilan sama dengan total biaya (Fuad et.al, 2016:2). Keadaan impas perusahaan dapat terjadi apabila hasil penjualan hanya cukup untuk menutupi biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan ketika memproduksi suatu produk. Dalam analisis *Break Even Point*, faktor-faktor biaya yang dianalisa adalah biaya tetap dan biaya variabel. Analisis *Break Even Point* juga dapat digunakan sebagai alat bantu bagi manajemen untuk melakukan perencanaan yakni dalam hal membuat perencanaan penjualan dan laba. Analisis *Break Even Point* adalah suatu alat atau teknik yang digunakan oleh manajemen untuk mengetahui tingkat penjualan tertentu perusahaan sehingga tidak mengalami laba dan tidak pula mengalami kerugian (Sigit, 2012:1). Analisis *break even point* digunakan untuk mengetahui tingkat volume penjualan sebelum perusahaan mengalami untung dan mengalami rugi sehingga hal tersebut dapat digunakan manajer untuk menentukan perencanaan penjualan. Analisis *Break Even Point* yang nantinya disusun oleh pihak manajemen dapat dijadikan sebuah dasar dalam menentukan anggaran penjualan perusahaan. Suatu anggaran dapat berfungsi dengan baik bilamana taksiran-taksiran yang termuat di dalamnya cukup akurat, sehingga tidak jauh berbeda dengan realisasinya nanti. Sebagai dasar penaksiran secara lebih akurat, diperlukan berbagai data dan informasi serta pengalaman yang merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam penyusunan anggaran penjualan.

Anggaran penjualan bertujuan untuk mengestimasi banyaknya jumlah unit barang yang akan diproduksi perusahaan dengan menggunakan sejumlah biaya yang telah dianggarkan oleh perusahaan. Estimasi penjualan yang telah disusun oleh pihak manajemen perusahaan dapat memperkirakan laba atau keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan (Fuad et.al, 2016:1). Perusahaan dapat memperoleh laba sebagai salah satu tujuan utama perusahaan apabila jumlah

pendapatan dari hasil penjualan sejumlah unit barang lebih besar dari biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi barang tersebut. Anggaran penjualan yang telah disusun tersebut mampu memberikan informasi peramalan penjualan yang akan menjadi target pihak perusahaan dimasa yang akan datang.

Untuk menyusun anggaran penjualan, diperlukan penaksiran (*forecasting*), khususnya penaksiran tentang jumlah (kuantitas) produk yang diperkirakan akan mampu dijual dengan waktu serta tempat (daerah) untuk melakukan penaksiran. Peramalan tersebut dapat dibedakan menjadi dua melalui kualitatif dengan cara penaksiran yang menitikberatkan pada pendapat seseorang dan melalui kuantitatif dengan cara penaksiran yang menitikberatkan pada perhitungan-perhitungan angka dengan menggunakan berbagai metode statistik (Nabila, 2015:1). Penyusunan anggaran penjualan di dalam kegiatan perusahaan yang luas dan kompleks dengan transaksi yang juga semakin rumit akan dapat dikendalikan sehingga kebijakan perusahaan di masa yang akan datang dapat di awasi. Tahap selanjutnya dalam proses perencanaan laba perusahaan harus memperhatikan juga faktor penyusunan anggaran produksi, anggaran pengadaan bahan baku, anggaran tenaga kerja. Anggaran ini biasanya sangat bergantung pada anggaran penjualan hal ini bisa terlihat jika anggaran penjualan kurang baik, maka *master budget* yang dihasilkan banyak menuai masalah, hal ini akan membuat perusahaan melakukan pemborosan terhadap anggaran yang ada.

Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya. Perencanaan laba yang berhubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting. Proses perencanaan laba yang relevan adalah dengan tahapan menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada, dilanjutkan dengan menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki serta perusahaan harus mampu meningkatkan volume penjualan lebih besar.

Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung merupakan salah satu industri yang bergerak dibidang produksi rokok kretek dimana perusahaan melakukan berbagai upaya ke arah peningkatan volume penjualan dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan. Identifikasi permasalahan yang terjadi di perusahaan pada awal observasi ditemukan beberapa permasalahan terkait penurunan volume penjualan rokok kretek, yang berdampak serius pada perolehan laba perusahaan. Temuan masalah tersebut terlihat dari keterangan manajer yang menyebutkan bahwa besarnya realisasi penjualan belum sesuai dengan anggaran penjualan yang telah ditetapkan. Masalah tersebut yang menjadikan manajemen belum mampu mengambil keputusan dalam mengefisiensikan perolehan laba perusahaan, maka dari itu perlu suatu tindakan aktif dalam menerapkan suatu teknik yang tepat dalam menganalisis besarnya anggaran penjualan tersebut melalui analisis *break even point*.

Berdasarkan latar belakang dan uraian permasalahan diatas, maka penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Analisis *Break Even Point*

Sebagai Dasar Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Dan Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada Pabrik Rokok Semanggi Mas Tulungagung)”.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah : untuk mengetahui bagaimana perhitungan analisis *Break Even Point* sebagai dasar dalam menyusun anggaran penjualan dan perencanaan laba (Studi Kasus Pada Pabrik Rokok Semanggi Mas Tulungagung)”

Tinjauan Pustaka

Break Even Point

Supriyono (2012:516) menyatakan *Break Even Point* atau titik impas adalah keadaan suatu perusahaan yang pendapatan penjualannya sama dengan jumlah total biayanya, atau besarnya *contribution margin* sama dengan total biaya tetapnya, dengan kata lain perusahaan tidak memperoleh laba tetapi juga tidak menderita rugi atau rugi labanya sama dengan nol. Mulyadi (2012:230) menyatakan *Break Even Point* atau impas adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi atau dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenues*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja. Riyanto (2011:291) menyebutkan bahwa analisis *Break Even Point* adalah suatu alat atau teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variable, keuntungan dan volume kegiatan, dan sering pula disebut *Cost Profit Volume Analysis (CPV Analysis)*.

Siregar *et.al* (2013:318) menyatakan “*Break Even Point* dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan dimana perusahaan di dalam operasinya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita rugi”. Berdasarkan beberapa pengertian *Break Even Point* di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa analisis *Break Even Point* adalah teknik analisis yang mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan yang bertujuan untuk menentukan volume penjualan agar perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak memperoleh laba

Teori Anggaran Penjualan

Menurut Garrison, Norren dan Brewer yang diterjemahkan oleh Nuri Handuan (2006:42) menyatakan ‘*Sales budget* (anggaran penjualan) adalah skedul detail yang menunjukkan perkiraan penjualan untuk periode mendatang, penjualan ini biasanya disajikan dalam unit maupun nilai mata uang penjualan’. Nafarin (2013:167) “Anggaran penjualan adalah dasar penyusunan anggaran lainnya dan umumnya anggaran penjualan disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya, sehingga anggaran penjualan sering disebut anggaran kunci.”

Menurut Setiawan (2011:17) menyatakan bahwa anggaran penjualan merupakan dasar dari seluruh penyusunan anggaran lainnya. Anggaran penjualan umumnya memuat tentang jenis produk, volume penjualan, harga per satuan unit produk yang dijual serta nilai total penjualan keseluruhan. Menurut Sasongko dan Parulian (2010:10), menjelaskan bahwa anggaran penjualan merupakan anggaran yang menyajikan informasi tentang perkiraan jumlah barang yang akan dijual oleh perusahaan dan harga jual yang diharapkan diperoleh untuk periode anggaran yang akan datang.

Berdasarkan pengertian di atas, maka definisi anggaran penjualan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa suatu estimasi yang biasanya berisi jenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas), harga barang, waktu penjualan serta tempat penjualannya dan disusun berdasarkan analisis dari penjualan dimasa lampau dan kondisi pasar saat ini.

Perencanaan Laba

Manajemen perusahaan merumuskan rencana yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi. Menentukan tujuan perusahaan termasuk dalam perencanaan yang dilakukan manajemen perusahaan. Salah satu perencanaan yang dilakukan manajemen yaitu perencanaan laba. Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang.

Perencanaan adalah suatu proses dalam menentukan tujuan yang telah di inginkan dengan menggunakan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini perusahaan harus melakukan perencanaan labanya. “Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi perusahaan untuk periode yang akan datang agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan yaitu untuk memperoleh laba” (Carter, 2009:76).

Menurut pendapat Puspita (2012:7) menjelaskan bahwa mengenai perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan implikasi keuangan yang dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi laba, neraca kas, dan modal kerja untuk jangka panjang juga jangka pendek. Perencanaan laba jangka panjang merupakan proses yang berkesinambungan untuk mengambil keputusan secara sistematis dan disertai dengan perkiraan terbaik mengenai keadaan di masa mendatang, mengorganisasikan kegiatan yang diperlukan secara sistematis untuk melaksanakan keputusan. Dengan segala laba dan pertumbuhan yang diharapkan haruslah dipecah kedalam anggaran jangka pendek, agar dapat direncanakan dan dikendalikan secara terarah. Rencana jangka panjang manajemen hanya akan tercapai jika sasaran laba jangka panjang bisa dipenuhi secara memuaskan, dan ini memerlukan pertumbuhan dan tingkat laba yang cukup tinggi dan stabil.

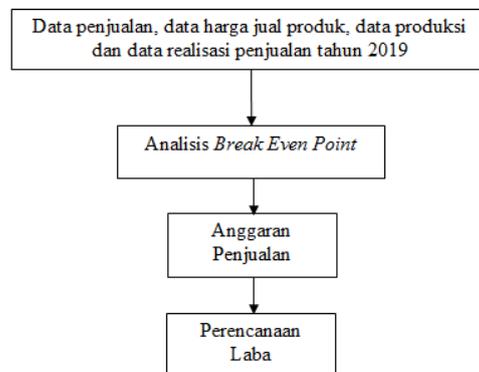
Berdasarkan teori-teori di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan pengertian dari perencanaan laba adalah suatu tindakan yang perlu dilakukan agar dapat menghasilkan laba yang optimal untuk memuaskan pihak-pihak yang berkepentingan yaitu para pemegang saham, Manajemen, konsumen dan pihak pemerintah..

Analisis *Break Even Point* Sebagai Dasar Menentukan Anggaran Penjualan dan Perencanaan Laba

Penyusunan anggaran penjualan yang dilakukan oleh manajemen memerlukan berbagai parameter (angka yang menggambarkan suatu keadaan) seperti *break even point*, *margin of safety* dan laba. *Break even point* memberikan informasi tentang tingkat penjualan suatu usaha yang labanya sama dengan nol. Parameter ini memberikan informasi kepada manajemen dari jumlah target pendapatan penjualan yang dianggarkan, berupa pendapatan minimum yang harus dicapai agar usaha perusahaan tidak mengalami kerugian dan berapa pendapatan

penjualan maksimum yang harus dicapai agar perusahaan mendapatkan keuntungan.

Break even point dalam hubungannya dengan kedua hal tersebut adalah dengan adanya keuntungan atau laba yang diharapkan, dapat digunakan sebagai alat bantu dalam perencanaan kegiatan dan penyusunan anggaran penjualan oleh perusahaan yang akan datang, sehingga akan dapat digunakan untuk menentukan target penjualan maksimum. Analisa impas (*break even point*) dan analisa hubungan antara biaya volume dan laba, merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasikan dan menafsirkan data produksi dan distribusi dalam rangka membantu manajemen di dalam pengambilan keputusan. Dari analisa tersebut dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, supaya perusahaan tidak menderita kerugian (Mulyadi, 2012: 75).



Gambar 1.1 Kerangka Teori

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini melalui pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat, di wawancara, di observasi, serta yang dapat diungkapkan melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, kemudian melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang umum. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer tersebut terdiri dari gambaran umum perusahaan (*company profile*), lokasi perusahaan, visi dan misi perusahaan, tujuan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, sumber daya manusia, data penjualan, data harga jual produk, data produksi dan data realisasi penjualan tahun 2019. Teknik analisis data yaitu menghitung BEP, menentukan rasio *contribution margin*, penjualan minimal dan perencanaan laba.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Break Event Point Untuk Masing-Masing Unit Produk

Berdasarkan data hasil perhitungan yang telah diobservasi oleh peneliti, maka dapat dihitung BEP secara rupiah dan BEP per Unit pada masing-masing produk rokok pada PR Semanggi Mas Tulungagung :

1. Analisis *Break Event Point* Produk Rokok Roy Mild

$$\text{BEP total} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Total Biaya Variabel}}{\text{Total Penjualan}}}$$

$$\text{BEP total} = \frac{4.781.413.899}{1 - \frac{7.493.697.442}{15.465.996.000}}$$

$$\text{BEP total} = \frac{4.781.413.899}{1 - 0,485}$$

$$\text{BEP total} = \frac{4.781.413.899}{0,515}$$

$$\text{BEP total} = \text{Rp. } 9.284.298.833$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa BEP produk rokok Roy Mild diperoleh dari Total biaya tetap setelah pemisahan sebesar Rp. 4.731.077.399,- pada tabel 4.10 dibagi dengan perbandingan antara biaya variabel produk rokok Roy Mild pada tabel 4.10 dan realisasi volume penjualan pada tabel 4.4. Diperoleh nilai *Break Event Point* dalam rupiah Sebesar Rp. 9.284.298.833,-. Nilai BEP dalam unit sebagai berikut :

$$\text{BEP Unit} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

$$\text{BEP Unit} = \frac{4.781.413.899}{7.800 - 3779}$$

$$\text{BEP Unit} = \frac{4.781.413.899}{4.021}$$

$$\text{BEP Unit} = 1.189.110 \text{ Unit}$$

Perhitungan BEP per unit diperoleh dari biaya tetap pada tabel 4.10 dibagi dengan harga jual per unit pada tabel 4.4 dikurangi dengan biaya variabel per unit yang diperoleh dari hasil pembagian total biaya variabel dibagi jumlah realisasi produksi. dapat disimpulkan bahwa agar investasi perusahaan tidak mengalami kerugian maka perusahaan harus memproduksi produk Rokok Roy mild dengan jumlah minimal 1.189.110 unit dengan nilai rupiah sebesar Rp. 9.284.298.833,-.

2. Analisis *Break Event Point* Produk Rokok Bio Mild

$$\text{BEP total} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Total Biaya Variabel}}{\text{Total Penjualan}}}$$

$$\text{BEP total} = \frac{4.781.433.899}{1 - \frac{4.789.344.158}{9.120.972.000}}$$

$$\text{BEP total} = \frac{4.781.433.899}{1 - 0,525}$$

$$\text{BEP total} = \frac{4.781.433.899}{0,475}$$

BEP total = Rp. 10.066.176.629,-

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa BEP produk rokok Bio Mild diperoleh dari Total biaya tetap setelah pemisahan sebesar Rp. 4.781.433.899,- pada tabel 4.10 dibagi dengan perbandingan antara biaya variabel produk rokok Bio Mild pada tabel 4.10 dan realisasi volume penjualan pada tabel 4.4. Diperoleh nilai *Break Event Point* dalam rupiah Sebesar Rp. 10.066.176.629. Nilai BEP dalam unit sebagai berikut :

$$\text{BEP Unit} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

$$\text{BEP Unit} = \frac{4.781.433.899}{6.900 - 3623}$$

$$\text{BEP Unit} = \frac{4.781.433.899}{3277}$$

BEP Unit = 1.459.088 Unit

Perhitungan BEP per unit diperoleh dari biaya tetap pada tabel 4.10 dibagi dengan harga jual per unit pada tabel 4.4 dikurangi dengan biaya variabel per unit yang diperoleh dari hasil pembagian biaya variabel dibagi jumlah realisasi produksi. dapat disimpulkan bahwa agar investasi perusahaan tidak mengalami kerugian maka perusahaan harus memproduksi produk Rokok Bio mild dengan jumlah minimal 1.459.088 unit dengan nilai rupiah sebesar Rp. 10.066.176.629,-

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai Analisis *Break Event Point* yang telah dilakukan untuk kedua jenis produk yaitu Rokok Roy Mild dan Bio Mild, diperoleh hasil bahwa Rokok Roy mild akan mencapai tingkat titik impas (BEP) pada saat perusahaan memproduksi rokok tersebut dengan jumlah 1.189.110 unit dengan nilai titik impas dalam rupiah sebesar Rp. 9.284.298.833,-. Sedangkan untuk rokok Bio Mild perusahaan harus memproduksi minimal 1.459.088 unit dengan nilai titik impas dalam rupiah sebesar Rp. 10.066.176.629,-. Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung lebih baik meningkatkan produksi dari rokok Bio Mild yang memiliki nilai BEP lebih besar dibandingkan dengan produk Rokok Roy Mild.

Analisis Margin Pengaman

Analisis margin pengaman (*Margin of Safety*) untuk memberikan informasi tentang seberapa jauh realisasi penjualan dapat turun dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Berdasarkan data yang telah disajikan maka dapat dihitung MOS masing-masing Produk sebagai berikut :

1. *Margin of Safety* Produk Rokok Roy Mild Tahun 2019

$$\text{MOS Roy Mild} = \frac{\text{Anggaran Penjualan} - \text{BEP}}{\text{Anggaran Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{MOS Roy Mild} = \frac{32.006.130.000 - 9.284.298.833}{32.006.130.000} \times 100\%$$

$$\text{MOS Roy Mild} = \frac{22.721.831.167}{32.006.130.000} \times 100\%$$

$$\text{MOS Roy Mild} = 0,71 \times 100\%$$

$$\text{MOS Roy Mild} = 71\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa anggaran penjualan pada tabel 4.3 dikurangi dengan nilai BEP dibandingkan dengan anggaran penjualan kemudian dikalikan 100%, secara keseluruhan diperoleh nilai prosentase *Margin of Safety* Produk Rokok Roy Mild sebesar 71%. Adapun perhitungan *Margin of Safety* Produk Rokok Roy Mild dalam rupiah sebagai berikut :

$$\text{MOS dalam rupiah} = \text{MOS} \times \text{Anggaran Penjualan}$$

$$\text{MOS dalam rupiah} = 71\% \times 32.006.130.000 = \text{Rp. } 22.724.352.300$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diperoleh hasil nilai prosentase *margin of safety* produk rokok Roy Mild sebesar 71% sedangkan nilai *margin of safety* dalam rupiah sebesar Rp. 22.724.352.300. Hasil ini menjelaskan bahwa *margin of safety* produk rokok Roy Mild berada di atas nilai realisasi penjualan tahun 2019 Rp 15.465.996.000,- artinya tingkat penjualan produk rokok Roy Mild memiliki batas keamanan penjualan, yang cenderung mengalami kenaikan (*surplus*).

2. *Margin of Safety* Produk Rokok Bio Mild Tahun 2019

$$\text{MOS Bio Mild} = \frac{\text{Anggaran Penjualan} - \text{BEP}}{\text{Anggaran Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{MOS Bio Mild} = \frac{18.875.364.000 - 10.066.176.629}{18.875.364.000} \times 100\%$$

$$\text{MOS Bio Mild} = \frac{8.809.187.371}{18.875.364.000} \times 100\%$$

$$\text{MOS Bio Mild} = 0,47 \times 100\%$$

MOS Bio Mild = 47%

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa anggaran penjualan pada tabel 4.3 dikurangi dengan nilai BEP dibandingkan dengan anggaran penjualan kemudian dikalikan 100%, secara keseluruhan diperoleh nilai prosentase *Margin of Safety* Produk Rokok Bio Mild sebesar 47%. Adapun perhitungan *Margin of Safety* Produk Rokok Bio Mild dalam rupiah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{MOS dalam rupiah} &= \text{MOS} \times \text{Anggaran Penjualan} \\ \text{MOS dalam rupiah} &= 47\% \times 18.875.364.000 = \text{Rp. } 8.871.421.080,- \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diperoleh hasil nilai prosentase margin of safety produk rokok Bio Mild sebesar 47% sedangkan nilai margin of safety dalam rupiah sebesar Rp. 8.871.421.080,-. Hasil ini menjelaskan bahwa *margin of safety* produk rokok Bio Mild berada di atas dibawah realisasi penjualan Rp. 9.120.972.000,- pada tabel 4.4 artinya tingkat penjualan produk rokok Bio Mild dalam keadaan yang tidak aman, dengan kata lain penjualan yang mengalami penurunan (*surplus*) yang berindikasi pada kerugian.

Keputusan Perencanaan Laba Menggunakan Analisis *Ratio Contribution Marginal*

Tabel 1
Anggaran Penjualan dan Laba Kontribusi Tahun 2019

Item	Jenis Rokok		Total
	Rokok Roy Mild	Rokok Bio Mild	
Unit Yang terjual	4.103.350	2.735.560	
Harga Jual	7.800	6900	
Penjualan	Rp 32.006.130.000	Rp 18.875.364.000	Rp 50.881.494.000
Biaya Variabel	Rp 7.493.697.442	Rp 4.789.344.158	Rp 12.283.041.600
Contribution Margin	Rp 24.512.432.558	Rp 14.086.019.842	Rp 38.598.452.400
Biaya Tetap	Rp 4.781.413.899	Rp 4.781.413.899	Rp 9.578.827.798
Laba Bersih	Rp 19.731.018.659	Rp 9.304.605.943	Rp 29.035.624.602

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan data perhitungan di atas maka dapat dijelaskan bahwa hasil rasio *contribution margin* untuk produk rokok roy mild sebesar Rp 24.512.432.558. dan Rokok Bio Mild sebesar Rp 14.086.019.842 untuk kontribusi total Rp 38.598.452.400

Menentukan Penjualan Minimal pada Laba yang Ditetapkan

Suatu perusahaan dapat merencanakan tingkat penjualan minimal yang hendak dicapai agar memperoleh suatu keuntungan setelah perusahaan tersebut menetapkan besarnya keuntungan yang diharapkan. Analisis *Break Even Point* sangat penting bagi manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba, khususnya informasi mengenai jumlah penjualan minimum dan besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Besarnya keuntungan yang diinginkan telah ditetapkan,

maka perlu ditentukan besarnya penjualan minimal untuk memperoleh keuntungan yang diinginkan. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{Penjualan Minimal} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{Rasio Contribution Margin}}$$

Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung harus merencanakan keuntungan yang harus dicapai di masa depan. Menentukan target keuntungan atau *profit margin* bagi perusahaan salah satu perencanaan yang dilakukan manajemen perusahaan, dengan target keuntungan tersebut dapat dihitung besarnya penjualan minimal untuk kedua produk rokok Roy Mild dan Bio Mild pada tahun 2019 sebagai berikut :

$$\text{Penjualan Minimal} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{laba}}{\text{Rasio Contribution Margin}}$$

$$\text{Penjualan Minimal} = \frac{4.781.413.899 + 29.019.624.602}{75,9\%}$$

$$\text{Penjualan Minimal} = 44.533.647.563$$

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan Rokok Semanggi Mas tulungagung harus menargetkan penjualan minimal untuk kedua jenis produk rokok Roy Mild dan Bio Mild dengan memproduksi dan mampu melakukan target penjualan sebesar Rp. 44.533.647.563 pada tahun berikutnya. Perhitungan target penjualan masing-masing produk rokok sebagai berikut :

1. Penjualan Minimal Produk Rokok Roy Mild

$$\text{Penjualan Minimal} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Penjualan}} \times \text{Target Penjualan Berikutnya}$$

$$\text{Penjualan Minimal} = \frac{32.006.130.000}{50.881.494.000} \times 44.533.647.563$$

$$\text{Penjualan Minimal} = 0,629 \times 44.533.647.563$$

$$\text{Penjualan Minimal} = \text{Rp } 28.011.664.317$$

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan Rokok Semanggi Mas tulungagung harus menargetkan penjualan minimal untuk jenis produk rokok Roy Mild dengan memproduksi dan mampu melakukan target penjualan minimal sebesar Rp. 28.011.664.317,- pada tahun berikutnya.

2. Penjualan Minimal Produk Rokok Roy Mild

$$\text{Penjualan Minimal} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Penjualan}} \times \text{Target Penjualan Berikutnya}$$

$$\text{Penjualan Minimal} = \frac{18.875.364.000}{50.881.494.000} \times 44.533.647.563$$

Penjualan Minimal = $0,371 \times 44.533.647.563$

Penjualan Minimal = Rp 16.521.983.245

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan Rokok Semanggi Mas tulungagung harus menargetkan penjualan minimal untuk jenis produk rokok Bio Mild dengan memproduksi dan mampu melakukan target penjualan minimal sebesar Rp. 16.521.983.245,- pada tahun berikutnya.

Intepretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada sub bab sebelumnya, maka dapat dijelaskan bahwa keterkaitan *Analisis Break Event Point* dengan perencanaan anggaran penjualan dan laba sangatlah penting. BEP atau titik impas dapat didefinisikan sebagai titik pada saat pendapatan penjualan cukup untuk menutup semua biaya produksi dan penjualan tetapi tidak ada laba yang diperoleh. Titik impas yang dimana perusahaan tidak mendapatkan keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian.

Hasil temuan peneliti terkait *Analisis Break Event Point* pada Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung mengenai dua jenis produk rokok Roy Mild dan rokok Bio Mild. Diperoleh hasil bahwa Rokok Roy mild akan mencapai tingkat titik impas (BEP) pada saat perusahaan memproduksi rokok tersebut dengan jumlah 1.189.110 unit dengan nilai titik impas dalam rupiah sebesar Rp. 9.284.298.833,-. Sedangkan untuk rokok Bio Mild perusahaan harus memproduksi minimal 1.459.088 unit dengan nilai titik impas dalam rupiah sebesar Rp. 10.066.176.629,-.

Berdasarkan analisis di atas Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung pada tahun 2019 dapat mencapai titik impas walaupun disetiap tahunnya terjadi kenaikan dan penurunan baik dalam segi jumlah penjualan dan volume biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan. Hal ini biasa dialami oleh perusahaan-perusahaan dimana terjadi naik turun penjualan dan persaingan dengan perusahaan-perusahaan lain yang sama jenis produk yang ditawarkan. Tetapi dalam hal ini perusahaan mampu menutup biaya-biaya tersebut.

Hasil penelitian mengenai *Margin of Safety* (MOS) atau batas pengamanan anggaran penjualan pada Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung dapat diartikan kelebihan dari penjualan yang dianggarkan diatas titik impas volume penjualan. Margin kemanaan menjelaskan jumlah dimana penjualan dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. PR. Semanggi Mas Tulungagung memiliki *ratio contribution margin* (RCM) 75,9%. Hal ini berarti bahwa PR. Semanggi Mas Tulungagung merencanakan keuntungan sebesar Rp. 50.881.494.000,- untuk tahun 2019. Berdasarkan analisis *ratio contribution margin* (RCM) masing-masing produk diperoleh nilai RCM rokok Roy Mild sebesar 76,5% dan laba sebesar Rp. 19.731.018.659, sedangkan produk Rokok Bio Mild memiliki nilai RCM sebesar 74,6% dan laba sebesar Rp. 9.304.605.943,-. Dapat disimpulkan bahwa maka produksi Rokok Bio Mild lebih diutamakan, karena *ratio margin contribution* Rokok Bio Mild lebih kecil dari pada Rokok Roy Mild yaitu sebesar 74,6%. Artinya hasil ini menunjukkan penjualan Rokok Bio Mild lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki

MOS lebih kecil dari Rokok Roy Mild, semakin kecil MOS berarti semakin cepat perusahaan menderita kerugian.

Analisis di atas menganalisis dan memperhitungkan batas keamanan jumlah penjualan yang boleh berkurang dari rencana semula sehingga perusahaan tidak menderita rugi. Margin keamanan ini di dapat dari perhitungan persentase hasil penjualan dikurang titik impas. Pada perhitungan margin keamanan jika perusahaan mencapai titik margin keamanan maka perusahaan masih memperoleh keuntungan. Semakin tinggi *margin of safety* suatu perusahaan dikatakan semakin baik karena rentang penurunan penjualan yang dapat ditolerir adalah lebih besar sehingga kemungkinan menderita kerugian lebih rendah. Semakin kecil *margin of safety* berarti semakin cepat perusahaan menderita kerugian (Muliono, 2018).

Analisis *Break Event Point* yang telah dilakukan dalam penelitian ini juga menginformasikan mengenai penjualan minimal yang dilakukan oleh Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung pada dua jenis produk rokok Roy Mild dan Bio Mild. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung harus menargetkan penjualan minimal untuk kedua jenis produk rokok Roy Mild dan Bio Mild dengan memproduksi dan mampu melakukan target penjualan total sebesar Rp. 44.596.304.637 pada tahun berikutnya. Penjualan minimal untuk jenis produk rokok Roy Mild dengan memproduksi dan mampu melakukan target penjualan minimal sebesar Rp. 44.533.647.563,- pada tahun berikutnya. Penjualan minimal untuk jenis produk rokok Bio Mild dengan memproduksi dan mampu melakukan target penjualan minimal sebesar Rp. 16.521.983.245,- pada tahun berikutnya.

Hasil penelitian yang telah dilakukan di atas mengenai analisis Break Event Point dapat digunakan untuk memprediksi penjualan dan laba perusahaan. Kajian penelitian ini juga sesuai dengan penelitian dari Fuad *et. al* (2016) yang menyebutkan bahwa analisis break event point lebih cocok digunakan diperusahaan untuk mengikhtisarkan penjualan dan pemaksimalan keuntungan. Penelitian terdahulu lainnya dari Romanda (2017) menjelaskan bahwa perencanaan laba yang dilakukan oleh perusahaan dapat dihitung dari taksiran penjualan dengan menggunakan analisis BEP secara tepat. Hasil penelitian lainnya oleh Nirmala *et. al* (2015) mengatakan bahwa analisis BEP sudah cukup efisien perusahaan mampu memperoleh laba, dan laba ini bergerak cukup signifikan dari hasil penjualan dan hal tersebut berarti perusahaan telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin

KSEIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Analisis *Break Even Point* dalam menyusun anggaran penjualan dan perencanaan laba Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung belum terlaksana dengan baik, hal ini terlihat perhitungan dari nilai *ratio contributian margin* yang diberikan kedua jenis produk tersebut mengalami peningkatan yang tidak signifikan. Secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perencanaan laba kedua produk tersebut juga kurang maksimal, jika dilihat dari *margin of savety* artinya kedua jenis produk tersebut masih rawan untuk mengalami tingkat kerugian khususnya untuk produk rokok Bio Mild.

2. Penerapan analisis *Break Even Point* yang dilakukan di Perusahaan Rokok Semanggi Tulungagung dalam menyusun anggaran penjualan secara keseluruhan memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai langkah menyusun anggaran penjualan pada periode tahun 2019 dan tahun berikutnya, hal ini terlihat dari pencapaian penjualan produk rokok khususnya Bio mild yang berada di bawah Realisasi penjualan tahun 2019.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah di sampaikan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung hendaknya melakukan strategi ikhtisar baik melalui analisis *break even point* atau analisis *payback periode* terkait dengan perencanaan peningkatan produksi kedua produk tersebut, sehingga kontribusi margin dan batas aman atau *margin of safety* produksi dapat tercapai sehingga dapat menghindarkan produksi rokok berlebih dengan melakukan strategi penentuan anggaran penjualan yang optimal guna menunjang perolehan laba yang maksimal.
2. Dilihat dari hasil rasio kontribusimargin seharusnya Perusahaan Rokok Semanggi Mas Tulungagung lebih baik meningkatkan produksi dari rokok Bio Mild yang memiliki nilai BEP lebih besar dibandingkan dengan produk Rokok Roy Mild.
3. Hendaknya Perusahaan memperhatikan juga faktor produksi yang cukup tinggi, dengan melakukan analisis BEP secara berkelanjutan dalam proses sebelum penyusunan anggaran penjualan dan merencanakan laba. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengadakan perluasan usaha atau meningkatkan produksi sesuai dengan kapasitas perusahaan. Sehingga penjualan produk akan melampaui anggaran penjualan yang ditetapkan dan akan berpengaruh positif terhadap kenaikan laba.

Saran peneliti selanjutnya agar dapat memperhitungkan perubahan-perubahan dari segi biaya-biaya yang dikeluarkan dan perubahan volume produksi ataupun penjualan perusahaan dan fokus pada bidang akuntansi manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abyani, Nabila. (2015). *Standar Perencanaan Apartemen*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara
- Brigham, Eugene, F. & Joel F. Houston. (2010). *Manajemen Keuangan*. Edisi 9. Jakarta: Erlangga.
- Buata, Nirmala., Ilat, Ventje., & Pangemanan S, Sifrid. (2015). Analisis Perencanaan Laba Perusahaan Melalui Penerapan *Break Even Point* Pada PT. TIRA *Austenite* Tbk Bitung. (Online). [Tersedia: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7324>, Diakses pada 23 September 2021]
- Carter, William K dan Usry, Milton F. (2014). *Akuntansi Biaya*. Diterjemahkan oleh Krista. Buku 1. Edisi Keempat Belas. Jakarta: Salemba.

- Fuad, Hasan., Yanti, Budi., & Zulbahri, Liza. (2016). *Analisis Break Even Point Dalam Perencanaan Penjualan Air Minum Dalam Kemasan (Studi Kasus Pada CV. Cakrabumi)*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 7, No. 3. (Online). [Tersedia : <http://ojs.unitas-pdg.ac.id/index.php/manajemen/article/view/213>, diakses pada 22 September 2021]
- Garrison, Ray. H dan Eric W. Noreen. (2006). *Akuntansi Manajerial*. Edisi Kesebelas. Buku Satu. Diterjemahkan oleh Nuri Handuan. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, Abdul & Supomo, Bambang. (2005). *Akuntansi Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Komaruddin, Sastradipoera. (2012). *Menejemen Marketing*. Bandung: Kappa Sigma.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya, Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*. Edisi 3. Yogyakarta : PT. BPFE UGM.
- Munandar, M. (2010). *Budgeting Perencanaan Kerja Pengkoordinasian Kerja Pengawasan Kerja*. Yogyakarta : BPFE.
- Nafarin, M. (2013). *Penganggaran Perusahaan*. Edisi ketiga, Cetakan kedua, Buku. 1. Jakarta : Salemba Empat
- Nickels, William G. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Simamora, Henry. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Star Gate Publisier.
- Siregar, Baldric. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono. (2012). *Akuntansi Manajemen: Proses Pengendalian Manajemen..* Yogyakarta: YKPN.
- Syamsuddin, Lukman. (2004). *Manajemen Keuangan Perusahaan (Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan dan Pengambilan Keputusan)*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Wibisono, Handoyo. (2007). *Manajemen Modal Kerja*. Yogyakarta : Andi Offset.