

ANALISIS *BREAK EVEN POINT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA PT. HADJI KALLA (KALLA TOYOTA) CABANG POSO

ILYAS MARTUNUS *)

Abstract

This study was conducted at PT . Hadji Kalla (Kalla Toyota) Branch Poso in order to determine the volume of sales (units and dollars) in order to Break Even Point (BEP) at PT . HadjiKalla (Kalla Toyota) Branch Poso and to determine the volume of sales at the level of the expected profit . The data used in this research is secondary data, the data obtained from the documents that exist on the PT . Hadji Kalla (Kalla Toyota) Branch Poso and other supporting literature . And then analyzed quantitatively. The results showed bahwa PT . Hadji Kalla (Kalla Toyota) Branch Poso in 2013. BEP BEP per unit mencapai 48 units and dollars on position Rp . 10.472264 billion. Based on the analysis that the PT . Hadji Kalla (Kalla Toyota) Branch Poso can plan sales in 2014 with expected Rp . 5,000,000,000 , - then the company should sell the product as much as 138 unit and on position Rp sales . 30.472264 billion.

Keyword : Break Even Point (BEP), volume of sales, expected profit

**) Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso*

PENDAHULUAN

Industri otomotif saat ini memiliki kemajuan yang sangat pesat seiring dengan pertumbuhan perekonomian bangsa dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi sebagai alat penghubung antara satu tempat ke tempat lain. Secara fungsional otomotif sebagai sarana transportasi memiliki peranan yang sangat besar dalam mengefisienkan dan mengoptimalkan waktu. Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi tersebut menyebabkan tingkat permintaan akan otomotif semakin meningkat.

Meningkatnya permintaan konsumen membuat perusahaan harus siap dalam menghadapi persaingan antara sesama industri otomotif. Sebagaimana diketahui bahwa pesaing utama PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso adalah PT. Hasjrat Abadi Cabang Poso dan PT. Bosowa Berlian Motor. Namun demikian, PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso mempunyai keunggulan dengan dilengkapi bengkel resmi dan penyediaan suku cadang.

PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif yaitu penjualan mobil merk Toyota dengan berbagai type. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Penjualan Mobil Toyota
Tahun 2013

Type	Penjualan Tahun 2013	Harga/Unit (Rp)	Total (Rp)
Innova	22	297.900.000	6.553.800.000
Avanza G	215	175.500.000	37.732.500.000
Avanza E	38	164.800.000	6.262.400.000
Avanza Veloz	59	192.000.000	11.328.000.000
Dyna Casis	61	319.700.000	19.501.700.000
Dyna Damp	29	320.800.000	9.303.200.000
Vios	3	283.700.000	851.100.000
Fortuner	6	528.100.000	3.168.600.000
Yaris	12	253.000.000	3.036.000.000
Hilux Single Cabin	81	183.400.000	14.855.400.000
Hilux Double Cabin	24	380.100.000	9.122.400.000
Rush	28	230.200.000	6.445.600.000
Agya	13	119.800.000	1.557.400.000
Etios	3	180.600.000	541.800.000
Corolla Altis	1	432.500.000	432.500.000
Jumlah	595	4.062.100.000	130.692.400.000

Sumber : PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso, 2014

Untuk pencapaian laba maksimal, maka berdasarkan aktivitas usahanya perusahaan perlu memperhatikan tingkat penjualan. Perolehan laba perusahaan diharapkan mampu menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pihak perusahaan.

PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso telah menawarkan berbagai macam produknya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk studi kasus yaitu Analisis *Break Even Point* sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Keuangan

Dalam buku Manajemen Keuangan, Edisi Kedelapan Eugene F. Brigham, Joul F. Houston (2001) menjelaskan bahwa manajemen keuangan merupakan bidang yang terluas dari tiga bidang keuangan, dan memiliki kesempatan karir yang sangat luas.

Manajemen keuangan sangat penting dalam semua jenis perusahaan, termasuk bank dan lembaga keuangan lainnya, serta perusahaan industri. Manajemen keuangan juga penting dalam kegiatan pemerintah, mulai dari sekolah, rumah sakit, hingga departemen jalan tol. Kesempatan karir dalam manajemen keuangan berkisar mulai dari membuat keputusan untuk perluasan pabrik hingga memilih sekuritas apa yang diterbitkan saat melakukan ekspansi pembiayaan. Jadi, ada implikasi keuangan pada semua keputusan bisnis, dan eksekutif nonkeuangan harus memiliki pengetahuan yang cukup di bidang keuangan dalam membuat suatu analisis.

Manajemen keuangan menyangkut kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian kegiatan keuangan. Mereka yang melaksanakan kegiatan tersebut sering disebut sebagai manajer keuangan.

Manajer keuangan harus mengambil keputusan tentang :

- a) Penggunaan dana.
- b) Memperoleh dana.
- c) Pembagian laba.

Untuk melaksanakan manajemen keuangan tersebut perlu dipahami teori keuangan. Pemahaman teori keuangan tersebut bukan hanya berguna bagi mereka yang bertanggung jawab dalam bidang keuangan dalam suatu organisasi, tetapi juga untuk individu, bagi kita semua dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman teori keuangan akan memudahkan bagi kita untuk memahami berbagai masalah keuangan yang mungkin kita hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Karena itulah masalah keuangan itu merupakan masalah yang menarik. Menarik untuk dipelajari, sehingga dirumuskan suatu teori yang disebut teori keuangan, dan juga menarik untuk dipecahkan atau diselesaikan.

Data keuangan yang dipergunakan untuk analisis keuangan, diambilkan dari laporan-laporan keuangan yang pokok, yaitu neraca dan laporan laba rugi. Umumnya kedua laporan keuangan tersebut disajikan setahun sekali (yaitu pada akhir tahun kalender yang berakhir pada bulan Desember), meskipun sekarang terdapat kecenderungan untuk makin sering penyajiannya (misal setiap triwulan).

Pengertian Biaya

Untuk memproduksi suatu barang, maka diperlukan suatu pengorbanan sumber ekonomi yang harus dilakukan dalam proses produksi. Nilai sumber-sumber ekonomi yang dikeluarkan tersebut adalah merupakan biaya produksi barang yang dihasilkan.

Pengertian biaya dalam arti sempit menurut Mulyadi (1993) dalam buku yang berjudul Akuntansi Biaya mengemukakan bahwa: "Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang dinilai dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai suatu tingkat tertentu."

Biaya produksi tergantung atas teknik produksi yang digunakan untuk memproduksi barang tersebut. Jadi perlu diperhatikan hubungan antara fungsi produksi dengan fungsi biaya. Yang dimaksud dengan fungsi biaya adalah perilaku biaya yang mencerminkan hubungan antara besarnya biaya dengan kuantitas produksi. Disamping itu kita juga mengenal bahwa kuantitas produksi tergantung dari kuantitas faktor produksi.

Untuk mengetahui lebih jelas tentang biaya standar atau dua komponen yang perlu diperhatikan yaitu biaya dan standar. Suatu standar mempunyai norma yang secara umum dapat ditentukan sebagai standar.

Dalam perusahaan suatu standar dapat digunakan untuk jangka waktu yang lama, perubahan harga diperlukan apabila metode produksi atau produksinya telah ketinggalan zaman atau tidak dibutuhkan lagi oleh para konsumen.

Pengklasifikasian Biaya-Biaya

Untuk menentukan besar jumlah biaya yang telah dikorbankan dalam suatu periode tertentu perlu diketahui secara jelas unsur-unsur yang dapat digolongkan sebagai biaya serta dasar dalam menentukan harga pokok barang yang siap untuk dipasarkan, adalah diperhitungkan pula biaya-biaya lainnya yang terjadi selama dari kegiatan proses produksi sampai produksi tersebut siap untuk dijual di pasar. Adapun pengorbanan yang termasuk biaya, dapat dijadikan dasar penentuan nilai persediaan terhadap produk yang belum terjual sampai pada periode tertentu. Unsur biaya-biaya yang dimaksud disini dapat diklasifikasikan (digolongkan) secara berbeda-beda, tergantung dari jenis dan keperluan perusahaan yang bersangkutan.

Dalam hubungannya dengan pengklasifikasian terhadap biaya-biaya, berikut ini akan dikemukakan pendapat beberapa ahli antara lain menurut Matz Usry (1997) yang menggolongkan biaya ke dalam 4 (empat) golongan yang didasarkan atas kaitannya/ hubungannya antara biaya dan produk, volume produksi, departemen pabrikase serta satu periode akuntansi suatu perusahaan, yaitu :

- a) Biaya dalam hubungannya dengan produk

Penggolongan mengkaitkan biaya pada operasi suatu perusahaan. Total biaya operasi terdiri dari biaya pabrik dan biaya komersil.

b) Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi

Terdapat dua jenis biaya yang berkaitan dengan *out put* yang dihasilkan perusahaan, yaitu biaya yang jumlahnya secara langsung dipengaruhi oleh perubahan volume produksi dan digolongkan sebagai biaya variabel. Sedangkan biaya yang jumlahnya relatif tetap walaupun terjadi perubahan volume *out put* yang dihasilkan digolongkan sebagai biaya tetap.

c) Biaya dalam hubungannya dengan Departemen Pabrikasi

Dalam perusahaan umumnya terdapat dua departemen, yaitu departemen produksi ; biaya yang dikeluarkan akan dibebankan pada produk tersebut dan departemen jasa ; yang mana biaya merupakan bagian dari total biaya overhead pabrik.

d) Biaya dalam hubungannya dengan satu periode akuntansi

Dalam hal ini biaya dibagi ke dalam dua jenis yakni pengeluaran modal adalah untuk memperoleh manfaat dimasa yang akan datang dan pengeluaran pendapatan adalah untuk mendapatkan manfaat pada periode sekarang.

Pengertian Laba

Labanya didefinisikan dengan pandangan yang berbeda-beda. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Menurut Sofyan Syafii Harahap (2001) yang dimaksud dengan laba adalah “perbedaan antara realisasi penghasilan yang berasal dari transaksi perusahaan pada periode tertentu dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan penghasilan itu.” Definisi lain atas pengertian laba dikemukakan oleh Zaki Baridwan (1997) dimana laba didefinisikan sebagai “kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha pada suatu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik.”

Pengertian Penjualan

Analisis hubungan biaya-volume-laba tidak hanya bermanfaat bagi manajemen yang perusahaannya menjual satu jenis produk tetapi juga bermanfaat pada perusahaan yang menjual beberapa jenis produk. Demikian pula pada perusahaan yang menjual berbagai jenis barang dagang atau jasa dapat menggunakan analisis biaya-volume-laba untuk perencanaan.

Pertimbangan ini dapat dalam bentuk tunai, peralatan kas, atau harta lainnya. Pendapatan dapat diperoleh pada saat penjualan, karena terjadi pertukaran, harga jual dapat ditetapkan dan bebannya diketahui.

Welsch, Hilton, Gordon yang diterjemahkan oleh Purwatiningsih (2000) dalam bukunya Anggaran Perencanaan dan Pengendalian Laba, yang mengemukakan bahwa : Proses perencanaan penjualan adalah bagian penting dari perencanaan dan pengendalian laba ; a) menyediakan dasar bagi keputusan manajemen tentang pemasaran, dan b) berdasarkan keputusan tersebut, merupakan pendekatan terorganisir untuk pembuatan rencana penjualan yang menyeluruh.”

Jika rencana penjualan tidak realistis, kebanyakan tapi tidak semua, maka bagian-bagian lain dari rencana laba keseluruhan juga tidak realistis.

Analisis hubungan biaya-volume-laba tidak hanya bermanfaat bagi manajemen yang perusahaannya menjual satu jenis produk tetapi juga bermanfaat pada perusahaan yang menjual beberapa jenis produk. Demikian pula pada perusahaan yang menjual berbagai jenis barang dagangan atau jasa dapat menggunakan analisis biaya-volume-laba untuk perencanaan laba.

Komposisi penjualan (*sales mix*) adalah kombinasi relatif berbagai jenis produk terhadap total pendapatan penjualan dalam suatu perusahaan. Manajemen harus berusaha agar mencapai kombinasi atau komposisi yang dapat menghasilkan jumlah laba yang paling besar. Jumlah laba yang besar dapat dicapai jika sebagian besar komposisi produk yang dijual mempunyai kontribusi margin tinggi. Perubahan komposisi penjualan dari jenis produk yang menghasilkan kontribusi margin rendah ke produk yang menghasilkan kontribusi margin yang tinggi mengakibatkan total laba bertambah. Sebaliknya perubahan komposisi penjualan dari jenis produk menghasilkan kontribusi margin tinggi ke jenis produk yang menghasilkan kontribusi margin rendah mengakibatkan total laba berkurang.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peranan penjualan merupakan sumbangan yang sangat besar artinya dalam upaya suatu perusahaan mencapai tujuannya. Penjualan dapat diklasifikasikan ke dalam dua bagian sebagai berikut :

- a) Penjualan tunai, yaitu penjualan yang dilakukan dalam pembayarannya diberikan pada saat barang diserahkan (seketika).
- b) Penjualan secara kredit, yaitu penjualan yang dilakukan dimana pembayarannya diperoleh secara kredit (di kemudian hari).

Perencanaan Laba

Dalam suatu manajemen harus dapat mencapai suatu target laba yang telah ditentukan oleh perusahaan, maka dari itu perusahaan harus membuat suatu rencana secara terperinci yang dapat dipakai untuk membantu menilai kinerja perusahaan. Perencanaan merupakan rencana kerja perusahaan untuk mencapai target laba yang diharapkan dan harus mempertimbangkan siapa yang memiliki wewenang dan tanggung jawab untuk melakukannya.

a. *Break Even Point* sebagai Alat Perencanaan Laba

Analisis biaya volume dan laba (*Analisis Break Even Point*) merupakan alat untuk mengetahui volume produksi yang dilaksanakan sudah mendatangkan keuntungan atau sebaliknya merugikan. Selanjutnya analisis break even dapat memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan serta hubungannya terhadap kemungkinan memperoleh laba di masa mendatang. Sehingga break even dapat digunakan sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu.

Perusahaan dapat menggunakan perhitungan di dalam menentukan *Break Even Point*. Perhitungan *Break Even Point* tersebut terbagi menjadi dua (L. Gayle Rayburn, 1999) yaitu :

1) Metode Persamaan (*Equation Method*)

$$\text{Laba} = (\text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}) - \text{Biaya Tetap}$$

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

2) Metode Margin Kontribusi (*Contribution Margin Method*)

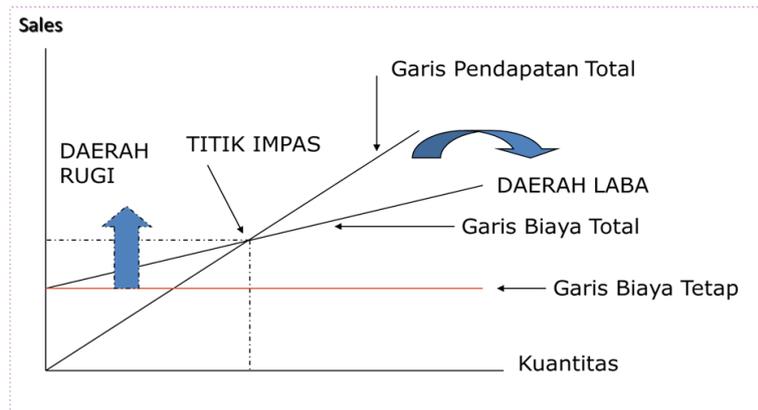
Margin Kontribusi adalah selisih antara harga jual perunit dan biaya variabel perunit.

$$\text{❖ BEP dalam unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

$$\text{❖ BEP dalam rupiah} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

$$\text{❖ Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

Grafik *Break Even Point*



Istilah *Break Even Point* yang dikenal antara lain :

1) *Break Even Volume*

Istilah ini menunjukkan besarnya produksi (volume) dimana jumlah hasil yang diharapkan dari penjualan sama besarnya dengan total biaya yang dikorbankan dalam periode tertentu.

2) *Break Even Sales*

Hal ini menunjukkan besarnya jumlah unit barang yang dijual, dimana hasil penjualan seluruhnya sama besarnya dengan biaya keseluruhan yang dikeluarkan dalam periode tertentu.

Dengan demikian melalui *Break Even Point* dapat direncanakan jumlah penjualan yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian lebih dari pada itu break even point dapat dijadikan dasar untuk mendirikan perusahaan secara efisien.

Berdasarkan uraian yang telah diberikan sebelumnya, maka perlu sekali manager perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil menguasai dan memahami apa yang disebut *break even point*. Dalam hal ini analisa *break even point* disamping dapat digunakan untuk mencapai laba tertentu juga dapat digunakan untuk berbagai bahan pertimbangan oleh manager perusahaan di dalam mengambil keputusan.

Mengenai kegunaan-kegunaan analisa *Break Even*, Soehardi Sigit (1993) dikemukakan sebagai berikut :

- 1) Sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu. Jadi dapat digunakan untuk perencanaan laba atau *profit planning*.
- 2) Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan operasi yang sedang berjalan, yaitu untuk alat pencocokan antara realisasi dengan angka-angka dalam

perhitungan *Break event* atau dalam gambar (chart) break even, jadi sebagai alat pengendalian atau *controlling*.

- 3) Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual, yaitu setelah diketahui hasil-hasil perhitungannya menurut analisa *Break Even* dan laba yang ditargetkan.
- 4) Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang harus dilakukan oleh seorang manager, misalnya seorang manager akan mengambil suatu keputusan tertentu, terlebih dahulu menanyakan berapakah titik break evennya.

Dari uraian di atas kita telah banyak mengetahui tentang pengertian biaya yaitu pengeluaran-pengeluaran yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan, sehingga jelas sangat erat hubungannya dengan penetapan harga jual dari barang-barang yang dihasilkan.

Untuk menghindari agar tidak terjadi kesalahan dalam menetapkan harga jual tersebut, sangat diperlukan kalkulasi biaya.

Analisis break even merupakan alat bantu yang sangat bermanfaat dalam setiap pengambilan keputusan manajemen. Salah satu keunggulan utama dari alat bantu ini adalah kesederhanaannya. Akan tetapi, karena kesederhanaannya itu, maka penggunaannya di dalam praktek juga sangat terbatas. Dalam beberapa keadaan, keterbatasan-keterbatasan tersebut dapat ditutupi dengan break even dasar. Keterbatasan-keterbatasan dari analisis break even sebagai berikut : (Abd. Halim dan Bambang Supomo, 1990).

- 1) Kesulitan-kesulitan untuk biaya
- 2) Kesulitan-kesulitan dalam menafsirkan hubungan antara biaya dan volume
- 3) Asumsi mengenai biaya dan penghasilan yang bersifat lurus
- 4) Kesulitan penerapan di dalam produk beragam (multi produk)
- 5) Sifat jangka pendek break even

b. Asumsi-Asumsi Penggunaan Break Even Point

Dalam perencanaan laba dengan teknik break even digunakan asumsi-asumsi sebagaimana dikemukakan oleh Soehardi Sigit (1993) sebagai berikut :

- 1) Harga jual produk perunit (satuan) yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai tingkatan volume penjualan dalam periode yang bersangkutan apabila asumsi ini tidak terpenuhi penghasilan penjualan tidak dapat digambarkan dalam garis lurus.
- 2) Semua biaya yang dianggarkan dapat dikelompokkan ke dalam elemen biaya variabel yang mempunyai tingkat variabelitas terhadap produk yang di produksi atau dijual, bukan atas dasar kegiatan yang lain.

- 3) Harga dari biaya atau masukan (misalnya harga bahan baku, upah langsung dan lain-lain) yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai tingkatan kegiatan, sehingga biaya dapat digambarkan dalam garis lurus.
- 4) Kapasitas yang dimiliki perusahaan tidak berubah, misalnya karena adanya ekspansi, karena perubahan kapasitas yang dimiliki akan merubah pola hubungan biaya, volume, laba.
- 5) Tingkat efisiensi dari perusahaan tidak berubah, karena program efisiensi yang sangat berhasil atau terjadinya pemborosan yang luar biasa akan berpengaruh pada pola hubungan biaya-volume-laba.
- 6) Tingkat dan metode teknologi yang dimiliki perusahaan tidak berubah, perubahan teknologi juga dapat mengubah pola hubungan biaya-volume-laba.
- 7) Apabila perusahaan menjual beberapa macam produk, maka komposisi produk yang dianggarkan pada berbagai tingkat penjualan tidak berubah, perubahan komposisi akan mengakibatkan berubahnya prosentase batas kontribusi.
- 8) Bahwa ada sinkronisasi di dalam perusahaan yang bersangkutan antara produksi dan penjualan barang yang diproduksi itu tentu terjual dalam periode yang bersangkutan.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam upaya pengumpulan data yang valid, maka diperlukan instrumen-instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2007) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena obyektif, yang secara spesifik fenomena ini merupakan variabel penelitian. Maka pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian yaitu digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, dengan wawancara terstruktur, dan selanjutnya akan dianalisis secara kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan data yang terkait dengan penjualan dan biaya yang ada di PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso.

Sedangkan yang menjadi sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*, yaitu dipilih secara sengaja yaitu data biaya dan penjualan mobil Toyota pada tahun 2013.

Teknik analisis yang akan diaplikasikan dalam upaya pemecahan masalah yang telah dikemukakan maka penulis dapat menggunakan metode analisis (L. Gayle Rayburn, 1999) sebagai berikut :

1. Perhitungan *Break Even Point*

$$\begin{aligned} \text{Margin Kontribusi} &= \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel} \\ \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \\ \text{BEP dalam unit} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin Kontribusi per unit}} \\ \text{BEP dalam rupiah} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \end{aligned}$$

2. Menentukan Perencanaan Laba

$$\begin{aligned} \text{Penjualan Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Margin Kontribusi Perunit}} \\ \text{Penjualan Rupiah} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \end{aligned}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Unsur - unsur Biaya

Pada perusahaan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso yang bergerak dalam bidang penjualan mobil Toyota dengan berbagai type, perlu adanya penentuan secara keseluruhan biaya-biaya yang terjadi dalam penyelenggaraan usahanya berdasarkan klasifikasi menurut sifat-sifat dari biaya tersebut.

a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkat tertentu. Adapun klasifikasi biaya tetap berdasarkan pengeluaran dalam operasional perusahaan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso adalah :

- 1) Biaya gaji karyawan
- 2) Biaya penyusutan aktiva tetap
- 3) Iuran retribusi dan pajak
- 4) Administrasi bank

Sebagai gambaran biaya tetap perusahaan, untuk lebih jelasnya berikut ini adalah uraian-uraian unsur-unsur biaya tetap yaitu :

1) Biaya Gaji Karyawan

Biaya gaji yang dimaksudkan adalah biaya tenaga kerja langsung yang jasanya digunakan dalam hubungannya dengan proses penjualan. Golongan biaya tenaga kerja langsung adalah karyawan yang bekerja pada bagian masing-masing. Adapun biaya tenaga kerja pada tahun 2013 sebesar Rp. 921.600.000,-.

2) Biaya Penyusutan Aktiva Tetap

Aktiva tetap yang dimaksudkan adalah bangunan dan kendaraan. Aktiva tetap yang dipakai sebagai penunjang kegiatan operasional dari waktu ke waktu akan mengalami penurunan nilai aktiva dalam pemakaiannya. Berdasarkan sumber dari perusahaan, maka selama tahun 2013 perusahaan telah menetapkan penyusutan aktiva tetap, yaitu sebesar Rp. 1.682.400.000,-.

3) Iuran Retribusi dan Pajak

Pajak adalah iuran yang disetor ke kas negara melalui Kantor Pajak dan retribusi yang di setor ke Kas Daerah melalui Pemda setempat yang mengelola berdasarkan Peraturan Daerah. Adapun iuran retribusi dan pajak sebesar Rp. 8.786.000,-.

4) Administrasi bank selama tahun 2013 yaitu sebesar Rp. 20.000,- X 264 (hari efektif kerja) = Rp. 5.280.000,-.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Biaya Tetap pada PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso Tahun 2013

No	Keterangan	Jumlah Biaya (Rp)
1	Biaya Gaji Karyawan	921.600.000
2	Biaya Penyusutan Aktiva Tetap	1.682.400.000
3	Iuran Retribusi dan Pajak	8.786.000
4	Administrasi Bank	5.280.000
	Jumlah Biaya Tetap	2.618.066.000

Sumber Data : PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan naik turun sebanding dengan hasil penjualan atau volume kegiatan, tetapi setiap satuan penjualan tetap. Yang termasuk dalam biaya variabel yang ada pada PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso adalah :

- 1) Biaya penjualan
- 2) Biaya telepon
- 3) Biaya listrik dan air
- 4) Biaya pemeliharaan

Untuk lebih jelasnya data tersebut dengan data yang diperoleh dari bagian pembukuan bahwa besarnya biaya variabel adalah sebagai berikut :

- 1) Biaya Penjualan, terdiri dari :
Biaya penjualan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso selama tahun 2013 sebesar Rp. 17.445.660,-.
- 2) Biaya Telepon
Biaya telepon PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso selama tahun 2013 sebesar Rp. 81.060.000,-.
- 3) Biaya Listrik dan Air
Untuk memenuhi kebutuhan kegiatan penjualan perusahaan memerlukan listrik dan air sebagai penerangan dan memudahkan kegiatan produksi. Adapun biaya listrik dan air sebesar Rp. 13.579.800,-
- 4) Biaya Pemeliharaan
 - a) Pemeliharaan Gegung Rp. 3.394.200,-
 - b) Kendaraan Rp. 1.242.000,-
 - c) Inventaris Rp. 5.565.800,-
 - Jumlah Rp. 10.202.000,-
- 5) Harga Pokok Penjualan
Dalam melakukan penjualan, PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso menetapkan harga pokok penjualan tahun 2013 sebesar Rp. 97.858.724.603,-

Dengan demikian secara keseluruhan biaya variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Biaya Variabel pada PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso
Tahun 2013

No	Keterangan	Jumlah Biaya(Rp)
1	Biaya Penjualan	17.445.660
2	Biaya Telepon	81.060.000
3	Biaya Listrik dan Air	13.579.800
4	Biaya Pemeliharaan	10.202.000
5	Harga Pokok Penjualan	97.858.724.603
	Jumlah Biaya Variabel	97.981.012.063

Sumber Data : PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso

Unsur-Unsur Pendapatan

Selama tahun 2013 perusahaan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso memperoleh pendapatan usahanya dari hasil penjualan mobil merk Toyota.

Sesuai dengan data perusahaan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso, maka jumlah pendapatan selama 2013 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Penjualan Mobil Toyota
Tahun 2013

Type	Penjualan Tahun 2013	Harga/Unit (Rp)	Total (Rp)
Innova	22	297.900.000	6.553.800.000
Avanza G	215	175.500.000	37.732.500.000
Avanza E	38	164.800.000	6.262.400.000
Avanza Veloz	59	192.000.000	11.328.000.000
Dyna Casis	61	319.700.000	19.501.700.000
Dyna Damp	29	320.800.000	9.303.200.000
Vios	3	283.700.000	851.100.000
Fortuner	6	528.100.000	3.168.600.000
Yaris	12	253.000.000	3.036.000.000
Hilux Single Cabin	81	183.400.000	14.855.400.000
Hilux Double Cabin	24	380.100.000	9.122.400.000
Rush	28	230.200.000	6.445.600.000
Agya	13	119.800.000	1.557.400.000
Etios	3	180.600.000	541.800.000
Corolla Altis	1	432.500.000	432.500.000
Jumlah	595	4.062.100.000	130.692.400.000

Sumber : PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso, 2014

Analisis Break Even Point

Setelah diketahui kedua jenis biaya, yakni biaya tetap dan biaya variabel tersebut di atas, maka berikut ini disajikan data penjualan mobil Toyota pada PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso.

Untuk dapat menentukan besarnya *Break Even Point* pada perusahaan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso, harus diketahui masing-masing besarnya biaya tetap, biaya variabel dan besarnya volume penjualan dalam suatu periode. Kita ketahui bahwa besarnya masing-masing unsur *Break Even Point* pada perusahaan tersebut adalah sebagai berikut :

- Hasil penjualan selama tahun 2013 Rp. 130.692.400.000,-
- Biaya tetap selama tahun 2013 Rp. 2.618.066.000,-
- Biaya variabel tahun 2013 Rp. 97.981.012.063,-

- Penjualan mobil selama tahun 2013 : 595 unit

Terhadap data penjualan di atas, dilakukan perhitungan *Break Even Point*, sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{- Margin Kontribusi} &= \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel} \\
 &= \text{Rp.130.692.400.000} - \text{Rp.97.981.012.063} \\
 &= \text{Rp.32.711.387.937,-}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{- Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \\
 &= \frac{\text{Rp.32.711.387.937,-}}{\text{Rp.130.692.400.000,-}} \\
 &= 0,25
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{- BEP Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi / Unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp.2.618.066.000,-}}{\text{Rp.32.711.387.937,- / 595}} \\
 &= \frac{\text{Rp.2.618.066.000,-}}{\text{Rp.54.977.123,-}} \\
 &= 47,6 = 48 \text{ Unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{- BEP Rupiah} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\
 &= \frac{\text{Rp.2.618.066.000,-}}{0,25} \\
 &= \text{Rp. 10.472.264.000,-}
 \end{aligned}$$

Menentukan Perencanaan Laba

Perencanaan laba memiliki kegunaan yaitu sebagai dasar untuk menyusun anggaran yang akan diproduksi karena jumlah yang akan diproduksi oleh perusahaan ditentukan oleh berapa banyak perusahaan yang bersangkutan mampu menjual produk tersebut.

Untuk dapat menentukan perencanaan laba pada perusahaan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso, harus diketahui laba yang diharapkan perusahaan. Misalkan Perusahaan mengharapkan laba sebesar Rp. 5.000.000.000,- maka perencanaan laba dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{a. Penjualan Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Margin Kontribusi / Unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 2.618.066.000} + \text{Rp. 5.000.000.000}}{\text{Rp.32.711.387.937 / 595}}
 \end{aligned}$$

$$= \frac{\text{Rp. 7.618.066.000}}{\text{Rp. 54.977.123}}$$

$$= 138 \text{ Unit}$$

$$\begin{aligned} \text{b. Penjualan Rupiah} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\ &= \frac{\text{Rp. 2.618.066.000} + \text{Rp. 5.000.000.000}}{0,25} \\ &= \frac{\text{Rp. 7.618.066.000}}{0,25} \\ &= \text{Rp. 30.472.264.000,-} \end{aligned}$$

Jadi, apabila perusahaan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso pada tahun 2014 mengharapkan laba sebesar Rp. 5.000.000.000,- maka perusahaan harus menjual produk dengan jumlah 138 unit dan melakukan penjualan sebesar Rp. 30.472.264.000,-.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian dan analisa data yang penulis telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan :

1. PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso pada tahun 2013 BEP perunit mencapai 48 unit dan BEP rupiah pada posisi Rp. 10.472.264.000,-.
2. Berdasarkan hasil analisis bahwa PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso dapat melakukan perencanaan penjualan pada tahun 2014 dengan laba yang diharapkan sebesar Rp. 5.000.000.000,- maka perusahaan harus menjual produk sebanyak 138 unit dan melakukan penjualan sebesar Rp. 30.472.264.000,-.

Saran – Saran

Setelah mengemukakan beberapa kesimpulan di atas selanjutnya penulis kemukakan pula beberapa saran sebagai berikut :

1. Dengan adanya perhitungan *Break Even Point* pada perusahaan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso, maka diharapkan dapat dijadikan dasar untuk penjualan periode berikutnya.
2. Agar penjualan yang dilakukan oleh PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso dapat sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan, maka perusahaan harus

memperhatikan penjualan minimal yang harus dipertahankan oleh perusahaan dan memperluas daerah pemasarannya ke seluruh daerah, serta memperhatikan pelayanan terhadap pihak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Halim dan Bambang Supomo, ***Akuntansi Biaya***, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1990.
- Eugene F. Brigham, Joel F. Houston, ***Manajemen Keuangan Edisi Kedelapan***, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2001.
- L. Gayle Rayburn, ***Akuntansi Biaya Edisi Keenam***, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1999.
- Matz Usry, ***Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian***, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1997.
- Mulyadi, ***Akuntansi Biaya***, Penerbit STIE, YKPN, Yogyakarta, 1993.
- Soehardi Sigit, ***Analisis Break Event Point***, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1993.
- Sofyan Syafii Harahap, ***Analisa Kritis atas Laporan Keuangan***, Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001.
- Sugiyono, ***Metode Penelitian Administrasi***, Penerbit Alfabeta, Jakarta, 2007.
- Welsch, Hilton, Gordon, ***Anggaran Perencanaan dan Pengendalian Laba***, Terjemahan Purwatiningsih, Penerbit Lingkaran Pustaka, Jakarta 2000.
- Zaki Baridwan, ***Intermediate Accounting***, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1997.