

Analisis Biaya Volume Laba dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek

Ita Rakhmawati¹, Firda Musfirotun Nikmah²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, itarakhmawati@iainkudus.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, FirdaMN2000@gmail.com

ABSTRACT

Profit planning is one of the main activities to determine short-term profit targets for a company. One of the main approaches used in preparing profit planning is through BVL (Cost, Volume and Profit) analysis. This study aims to analyze the relationship between the variables of sales volume, production costs and profits obtained by the company to determine the specified profit target. This research was carried out at MSME Convection d.Sartika Kudus. The study used primary data obtained through direct interviews with company management and at the same time field observations. Secondary data obtained from data records produced by the company. Data analysis used a quantitative descriptive analysis approach in the form of CVP (Cost, Volume and Profit) analysis, break even point analysis, contribution margin analysis and margin of safety analysis. The results showed that the average contribution margin of Rp7,431,587.00 with a contribution margin ratio of 0.20% identified the percentage of income earned to cover fixed costs. The break-even point that must be achieved by the company is 423 units or Rp. 10,425,120.00. Thus, the company must be able to sell above that point if it wants a profit target. Meanwhile, the average margin of safety is Rp. 24,272,379.00 or 66.22%. The value obtained is more than the average indicating the size of the safe point before the company suffers a potential loss.

Keywords: Analysis Cost Volume and Profit, Profit Planning

ABSTRAK

Profit planning merupakan salah satu kegiatan utama untuk menentukan target laba jangka pendek bagi sebuah perusahaan. Salah satu pendekatan utama yang digunakan dalam menyusun profit planning adalah melalui analisis BVL (Biaya, Volume dan Laba). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel volume penjualan, biaya produksi dan laba yang diperoleh perusahaan untuk menentukan target laba yang ditentukan. Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Konveksi D.Sartika Kudus. Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan manajemen perusahaan dan sekaligus observasi lapangan. Data sekunder diperoleh dari data catatan yang dihasilkan oleh perusahaan. Analisis data menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif berupa analisis CVP (Cost, Volume and Profit), analisis break event point, analisis margin contribution dan analisis margin of safety. Hasil penelitian menunjukkan bahwa marjin kontribusi rata-rata sebesar Rp. 7.431.587,00 dengan rasio marjin kontribusi sebesar 0,20% mengidentifikasi besarnya persentase pendapatan yang diperoleh untuk menutup biaya tetap. Titik impas yang harus dicapai perusahaan adalah sebesar 423 unit atau sebesar Rp. 10.425.120,00. Dengan demikian, perusahaan harus dapat menjual di atas titik tersebut jika menginginkan target keuntungan. Sedangkan besarnya margin of safety rata-rata sebesar Rp. 24.272.379,00 atau sebesar 66,22%. Nilai yang

didapat lebih dari rata-rata menunjukkan besarnya titik aman sebelum perusahaan mengalami kerugian potensi kerugian.

Kata Kunci: Analisis Biaya Volume dan Laba, Perencanaan Laba

1. Pendahuluan

Setiap entitas bisnis (*profit oriented*) akan menjadikan laba menjadi salah satu tujuan utamanya. Perusahaan akan berusaha untuk menekan biaya produksi dan mengoptimalkan pendapatan agar dapat mencapai target laba yang ditentukan. Hal ini menjadi semakin berat jika melihat kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat diantara para pelaku bisnis sejenis. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan perencanaan yang matang terkait dengan kebijakan yang akan diambil. Guna menjawab hal itu, maka perusahaan membutuhkan informasi yang diperlukan guna pengambilan keputusan.

Laba yang diperoleh oleh perusahaan sangat dipengaruhi oleh tiga variabel utama yang saling terkait. Variabel tersebut antara lain adalah besarnya volume penjualan produk, besarnya biaya produksi dan tingkat harga yang ditentukan. Manajemen harus mampu melihat hubungan ketiga variabel tersebut agar mampu menyusun informasi sebagai dasar pengambilan keputusan yang tepat terkait dengan target laba yang telah ditentukan sebelumnya.

Diantara pendekatan yang umum digunakan dalam *profit planning* adalah metode *cost-volume-profit (CVP) analysis*. Menurut Hery (2016) analisis biaya-volume-laba merupakan pendekatan yang digunakan untuk menganalisis bagaimana keputusan operasional dan pemasaran mempengaruhi besarnya laba operasi, dengan mendasarkan pada keterkaitan antara biaya variabel perunit produk, total biaya tetap, besarnya harga jual, dan tingkat output. Dengan demikian, analisis ini melihat perubahan tingkat output akan mengubah perilaku total pendapatan, total biaya, dan laba operasi.

Melihat keterkaitan antarvariabel dalam analisis CVP, manajemen perlu menganalisis titik impas agar perusahaan mengetahui volume penjualan minimum untuk menghindari risiko terjadinya kerugian. Titik impas (*break event point*) merupakan sebuah pendekatan yang dapat digunakan manajer untuk memastikan pada tingkat kuantitas penjualan berapa perusahaan tidak merugi tetapi belum pula mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu analisis ini menjadi alat yang efektif dalam menghasilkan informasi sehingga dapat memilih alternatif kegiatan

yang akan memberikan kontribusi terbesar terhadap pencapaian laba di masa depan. Manajer pada umumnya mengharapkan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan pada titik impas yang menunjukkan tingkat keamanan penjualan lebih terjamin.

Penelitian Mustainah (2019) terkait analisis BVL sebagai alat perencanaan laba menunjukkan perhitungan kontribusi margin dan rasio margin kontribusi yang diperoleh pada 2016-2018 telah menghasilkan margin kontribusi yang dapat menutup biaya tetap dan menghasilkan laba maksimum. Sedangkan penelitian Athori (2016) terkait dengan “Analisis Metode Variabel Costing Untuk Perencanaan Laba” menyatakan bahwa perencanaan laba dengan menggunakan pendekatan *variabel costing* lebih akurat dalam perencanaan laba karena selain hanya mengakomodir biaya variabel dalam perhitungan biaya produksi juga menyesuaikan dengan kapasitas produksi per periodenya.

Penelitian Septyawati (2018) terkait analisis BVL multiproduk sebagai alat perencanaan laba menunjukkan bahwa volume penjualan yang mengalami kenaikan setiap tahunnya (2011-2016). Namun demikian, meskipun memproduksi di atas titik impas akan tetapi jika penjualan berkurang dari *margin of safety* maka akan mengalami kerugian. Artinya kenaikan volume penjualan belum bisa diartikan akan meningkatkan laba yang diperoleh. Penelitian serupa dilakukan Yulianto (2018) menghasilkan bahwa kenaikan penjualan 200% dari tahun sebelumnya sehingga target laba diasumsikan juga menjadi 200%. Namun, jika periode mendatang tidak mencapai target laba yang ditentukan maka secara otomatis perusahaan akan mengalami kerugian.

Penelitian Mokoginta dkk (2019) terkait analisis BVL multiproduk untuk perencanaan laba jangka pendek menghasilkan bahwa besarnya kontribusi margin untuk bauran dua macam produk adalah sebesar Rp. 700.846,26. Kondisi *break event* dicapai saat kapasitas penjualan produk sebesar 546,74 Kg untuk produk Bogani Bland dan sebesar 234,32 Kg untuk produk Robusta Modayag dengan nilai keduanya sebesar Rp. 110.128.860,00.

Sedangkan penelitian Cahyadi (2018) menghasilkan bahwa marjin kontribusi rata-rata tertimbang sebesar Rp 20.638,73 per m² dengan penjualan *break event point* sebanyak 24.024m². Penjualan guna memenuhi target laba meningkat sebesar 17,21% atau sebanyak 66,026 m². *Margin of safety* sebesar 63,62% dengan tingkat *leverage* operasi sekitar 1,74, dan penjualan untuk titik penutupan usaha

sebanyak 20.655m². Berdasarkan penelitian terdahulu diketahui bahwa kapasitas penjualan yang besar belum tentu perolehan laba maksimal. Perlu dilakukan analisis yang lebih sistematis terkait biaya volume dan laba sehingga manajemen akan memperoleh informasi yang tepat guna mencapai target laba yang telah ditentukan.

2. Tinjauan Pustaka

Menurut Yulianto (2018) laba atau keuntungan dilihat dari dua sudut pandang. Sudut pandang pertama, laba dilihat dari sudut pandang ekonomi. Hal tersebut dimaknai sebagai peningkatan aset investor sebagai output dari modal yang ditanamkannya, setelah dikurangi dengan pengorbanan biaya yang berkaitan dengan investasi tersebut (termasuk di dalamnya adalah biaya peluang (*opportunity cost*)). Sedangkan laba dilihat dari sudut pandang akuntansi diartikan sebagai selisih antara besarnya total penjualan dengan biaya produksi.

Perencanaan laba (*profit planning*) merupakan kerangka kerja yang dapat diperhitungkan dengan akurat di mana pengaruh keuangan diimplementasikan dalam bentuk proyeksi penentuan laba-rugi, kas, serta modal kerja untuk jangka panjang dan pendek (Yulianto, 2018). Perencanaan laba kerap menjadi dasar dalam keputusan terkait investasi dan penilaian atas komitmen kinerja manajemen perusahaan untuk masa mendatang. Oleh karena itu guna mencapai laba yang ditargetkan, perlu perencanaan laba secara optimal, salah satunya dengan menyusun analisis target laba (Iswara et al., 2019, p. 408). Guna mencapai realisasi, manajemen dapat melakukan hal berikut:

- a. Menekan seluruh biaya operasional dengan mempertahankan tingkat harga dan volume penjualan yang ada.
- b. Menentukan harga jual dengan mengakomodir tingkat laba yang dikehendaki.
- c. Memacu peningkatan volume penjualan.

2.1 Analisis Biaya-Volume-Laba (*Cost-Volume-Profit Analysis*)

Analisis biaya-volume-laba merupakan suatu teknik / cara untuk menghitung dampak yang terjadi akibat perubahan harga jual, jumlah volume produk terjual dan juga biaya produksi terhadap besarnya laba yang diperoleh perusahaan guna membantu manajemen dalam menyusun perencanaan laba (*profit planning*) jangka pendek (Mulyadi, 2015). Dengan demikian, analisis ini dapat dipakai untuk

menguji bagaimana perilaku dari total biaya, total pendapatan serta besar laba operasi saat terjadi perubahan dalam jumlah output.

Tujuan penerapan analisis biaya-volume-laba ini adalah (1) membantu manajemen dalam memprediksi laba secara lebih akurat, (2) bermanfaat dalam menyusun *flexible budget* yang mengindikasikan biaya pada berbagai level aktivitas, (3) memudahkan dalam evaluasi kinerja dalam rangka pengendalian oleh manajemen, (4) menyusun kebijakan harga berdasar lingkungan, (5) membantu menentukan jumlah BOP (Biaya Overhead Pabrik) yang akan didistribusikan pada berbagai tingkat operasi.

2.2 *Margin Kontribusi*

Margin kontribusi menggambarkan perubahan laba operasi ketika terjadi perubahan jumlah satuan yang terjual. Margin ini didapatkan dari selisih jumlah pendapatan dengan jumlah biaya variabel, yang berperan mengakomodir biaya tetap. Sisa kontribusi setelah biaya tetap terakomodir, adalah besar potensi laba operasi (Hery, 2016). Rasio margin kontribusi menyatakan margin kontribusi sebagai suatu persentase dari penjualan. Untuk menghitung rasio margin kontribusi ini, maka margin kontribusi per unit dibagi dengan harga jual per unit (Simamora, 2000).

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{penjualan}}$$

Laporan laba rugi kontribusi merupakan laporan operasional yang mengklasifikasikan antara biaya variabel dan biaya tetap untuk menentukan nilai margin kontribusi.

2.3 *Titik Impas (Break Event Point)*

Menurut Hery (2016) titik impas (*break event point*) adalah jumlah penjualan produk di mana total pendapatan akan setara dengan total biaya. Dengan demikian, titik impas merupakan jumlah produk terjual yang akan menghasilkan laba operasi sebesar nol rupiah. Perusahaan perlu mengetahui titik impas untuk menghindari potensi kerugian dari operasi (Hery, 2016).

$$\text{Titik impas (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

Rumus untuk menghitung titik impas dalam rupiah mirip dengan rumus untuk menghitung titik impas dalam unit, kecuali bahwa biaya tetapnya dibagi dengan rasio margin kontribusi, bukan margin kontribusi per unit. Rumus titik impas dalam rupiah adalah:

$$\text{Titik impas (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$$

2.4 Margin pengaman penjualan (*Margin of Safety*)

Menurut Simamora (2000) margin pengaman penjualan merupakan selisih besar penjualan yang terlaksana dengan dengan besar penjualan pada saat terjadi titik pulang pokok. Margin ini mengidentifikasikan besar penurunan jumlah rupiah penjualan yang terjadi sebelum entitas mengalami rugi. Manajer memanfaatkan margin ini sebagai bahan evaluasi operasional dan estimasi potensi risiko bisnis baru. Margin pengaman penjualan berbanding lurus dengan risiko yang dialami.

$$\text{Margin pengaman penjualan} = \text{penjualan} - \text{titik impas}$$

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif (Sujarweni, 2019, p. 49). Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Konveksi D.Sartika yang berada di Jalan Dewi Sartika Desa Singocandi Rt 05 Rw 01 kecamatan Kota Kudus. Sumber data meliputi data primer yang diperoleh secara langsung melalui wawancara langsung dengan pemilik dan observasi lapangan. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi berupa catatan keuangan yang dihasilkan perusahaan.

Metode analisis data merupakan bagian dari proses pengujian yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian. Tahap analisis data meliputi:

- 1) Menentukan penjualan perusahaan
- 2) Pengklasifikasian biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel
- 3) Perhitungan margin kontribusi dan rasio margin kontribusi
- 4) Analisis titik impas (*break event point*)
- 5) Perhitungan margin pengaman (*margin of safety*)

- 6) Menentukan titik penutupan usaha (*shut down point*).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Penjualan

D.Sartika merupakan UMKM yang bergerak pada bidang konveksi dengan produk utama berupa jilbab jenis segi empat, pasmina, khimar dewasa dan khimar anak. Berikut merupakan data terkait komposisi penjualan perusahaan.

Tabel 1. Komposisi Penjualan

Jenis Produk	Kuant	Harga Jual	Total Penjualan	Product Mix	Sales Mix
Jilbab Segi Empat	1.450	19.000	27.550.000	29,32	19,85
Pasmina	1.225	32.000	39.200.000	24,77	28,24
Khimar Dewasa	1.105	42.000	46.410.000	22,34	33,43
Khimar Anak	1.165	22.000	25.630.000	23,64	18,46
Total	4.945		138.790.000	100	100

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasar analisis data yang diperoleh, hasil penjualan pada D.Sartika dari berbagai produk adalah sebesar Rp. 138.790.000,00 selama setahun dengan total produk sebanyak 4.945 unit. Dilihat dari aspek bauran produk, produk dengan kapasitas tertinggi pada jenis jilbab segi empat dengan persentase sebesar 29,32%. Sedangkan kalau dilihat dari aspek bauran penjualan, terbesar pada jenis produk khimar dewasa dengan persentase sebesar 33,43%.

4.2 Analisis dan Penggolongan Biaya

Dalam rangka analisis volume biaya dan laba langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menganalisis dan mengklasifikasikan antara biaya tetap dan biaya variabel yang terjadi. Berikut adalah data yang menunjukkan analisis dan klasifikasi biaya yang terjadi pada D.Sartika:

Tabel 2. Biaya Bahan Baku

No	Bahan	Jumlah	Biaya Per Unit	Total	%
1	Jilbab segi empat	1.450	Rp. 13.000	Rp. 18.850.000	17,56%
2	Pasmina	1.225	Rp. 21.000	Rp. 25.725.000	28,38%
3	Khimar dewasa	1.105	Rp. 25.000	Rp. 27.625.000	33,78%
4	Khimar anak	1.165	Rp. 15.000	Rp. 17.475.000	20,27%
	Total	4.945	Rp. 74.000	Rp. 89.675.000	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan analisis dan perhitungan biaya bahan baku sebagai salah satu biaya produksi yang bersifat variabel dengan total sebesar Rp. 89.675.000 dan komposisi terbesar pada jenis produk khimar dewasa dengan tingkat persentase sebesar 33,78%.

Berikut adalah data yang menunjukkan analisis dan perhitungan terkait dengan biaya overhead pabrik.

Tabel 3. Biaya Overhead Pabrik

No	Keterangan	Biaya Bahan Penolong	Biaya Penyusutan	Biaya Pemeliharaan Mesin	Total BOP	%
1	Jilbab segi empat	972.800	650.000	125.000	1.747.800	25,74%
2	Pasma	840.750	650.000	125.000	1.615.750	23,80%
3	Khimar dewasa	1.068.550	650.000	125.000	1.843.550	27,16%
4	Khimar anak	806.550	650.000	125.000	1.581.550	23,29%
	Total	3.688.650	2.600.000	500.000	6.788.650	

Sumber : Data primer yang diolah

BOP pada D.Sartika dikelompokkan menjadi tiga jenis meliputi biaya bahan penolong, biaya penyusutan dan juga biaya pemeliharaan mesin. Selama setahun total BOP sebesar Rp. 6.788.650,00 dengan konsumsi terbesar pada jenis khimar dewasa sebesar 27,16%.

Berikut adalah data yang menunjukkan analisis dan perhitungan terkait dengan biaya tenaga kerja langsung.

Tabel 4. Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Keterangan	BTKL	Persentase
1	Jilbab segi empat	3.335.000	21,94%
2	Pasma	3.307.500	21,76%
3	Khimar dewasa	5.062.500	33,30%
4	Khimar anak	3.495.000	23%
	Total	15.200.000	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Besarnya biaya tenaga kerja langsung pada konveksi D.Sartika selama setahun sebesar Rp. 15.200.000,00 dengan persentase terbesar pada jenis khimar dewasa dengan persentase 33,30%.

Langkah selanjutnya setelah analisis biaya produksi adalah analisis biaya pemasaran. Berikut adalah tabel terkait dengan pembebanan biaya pemasaran pada D.Sartika:

Tabel 5. Biaya Pemasaran

No	Keterangan	Biaya per Produk	Persentase
1	Jilbab segi empat	1.300.000	25%
2	Pasma	1.300.000	25%
3	Khimar dewasa	1.300.000	25%
4	Khimar anak	1.300.000	25%
Total		5.200.000	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Pembebanan biaya pemasaran pada D.Sartika dilakukan secara proporsional untuk setiap jenis produk yang dihasilkan yaitu sebesar Rp. 1.300.000 untuk tiap produknya. Dengan demikian total keseluruhan untuk biaya pemasaran sebesar Rp. 5.200.000.

Tabel 6. Penggolongan Biaya Jilbab Segi Empat Tetap dan Pasma

No	Keterangan	Jilbab Segi Empat		Pasma	
		Biaya Variabel	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Tetap
1	BBB	18.850.000		25.725.000	
2	BOP:				
	B.bahan pembantu	972.800		840.750	
	B.pemeliharaan mesin	125.000		125.000	
	B. penyusutanmesin		650.000		650.000
3	BTKL	3.335.000		3.307.500	
4	Biaya pemasaran		1.300.000		1.300.000
Total		23.282.800	1.950.000	29.998.250	1.950.000

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan analisis dan perhitungan biaya produksi dapat dikelompokkan pada dua hal yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel meliputi biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya pemeliharaan mesin serta biaya tenaga kerja langsung yang berjumlah Rp. 23.282.800,00 pada produk jilbab segi empat dan sejumlah Rp. 29.998.250,00 pada produk pasmina. Sedangkan yang termasuk dalam kategori biaya tetap meliputi biaya produksi berupa biaya penyusutan mesin serta biaya periodik berupa biaya pemasaran dengan jumlah masing masing Rp. 1.950.000,00 untuk kedua jenis produk tersebut.

Tabel 7. Penggolongan Produk Khimar dewasa dan Khimar Anak

No	Keterangan	Khimar Dewasa		Khimar Anak	
		Biaya Variabel	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Tetap
1	Biaya bahan baku	27.625.000		17.475.000	

2	Biaya Overhead Pabrik:			
	Biaya bahan pembantu	1.068.550		806.550
	Biaya pemeliharaan mesin	125.000		125.000
	Biaya penyusutan mesin		650.000	650.000
3	Biaya tenaga kerja langsung	5.062.500		3495.000
4	Biaya pemasaran		1.300.000	1.300.000
	Total	33.881.050	1.950.000	21.901.550 1.950.000

Sumber : Data primer yang diolah

Total biaya variabel pada produk khimar dewasa adalah sebesar Rp. 33.881.050,00 sedangkan pada produk khimar anak adalah sebesar Rp. 21.901.550,00. Untuk biaya yang bersifat tetap baik pada produk khimar dewasa maupun khimar anak adalah sama yaitu sebesar Rp. 1.950.000,00.

4.3 Perhitungan Margin Kontribusi

Margin kontribusi merupakan selisih antara besarnya penjualan dengan besarnya biaya variabel pada produk tersebut. Berikut adalah data yang menunjukkan laba rugi yang dihasilkan dari tiap jenis produk yang dihasilkan.

Tabel 8. Laporan Laba Rugi

Keterangan	Segi Empat	Pasmina	Khimar Dewasa	Khimar Anak
Penjualan	27.550.000	39.200.000	46.410.000	25.630.000
Biaya Variabel	(23.282.800)	(29.998.250)	(33.881.050)	(21.910.550)
Margin Kontribusi	4.267.200	9.201.750	12.528.950	3.728.450
Biaya Tetap	(1.950.000)	(1.950.000)	(1.950.000)	(1.950.000)
Laba Bersih	2.317.200	7.251.750	10.578.950	1.778.450

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan data laporan keuangan diatas dapat dihitung menggunakan margin kontribusi adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Margin Kontribusi

No	Jenis Produk	Margin Kontribusi	Margin kontribusi per unit	Rasio Margin Kontribusi
1	Jilbab segi empat	4.267.200	3.000	0,15
2	Pasmina	9.201.750	7.500	0,23
3	Khimar Dewasa	12.528.950	11.300	0,27
4	Khimar Anak	3.728.450	3.200	0,15
	Rata rata	7.431.587	6.250	0,20

Sumber : Data primer yang diolah

Hasil perhitungan margin kontribusi menunjukkan persentase pendapatan yang diperoleh D.Sartika untuk menutupi biaya tetap. Margin kontribusi yang rendah akan mengakibatkan titik impas yang tinggi sedangkan jika margin kontribusi yang tinggi akan mengakibatkan titik impas yang rendah. Tinggi rendahnya titik impas yang dicapai akan berpengaruh pada laba yang didapatkan perusahaan yaitu batas tingkat keamanan.

4.4 Titik Impas (Break Event Point)

Titik impas merupakan kondisi dimana antara besarnya pengeluaran dan pemasukan perusahaan sama. Dengan demikian kondisi pada titik impas perusahaan belum memperoleh laba tetapi juga sekaligus tidak mengalami kerugian. Titik impas penting untuk mengetahui batasan terendah agar perusahaan dapat melakukan perencanaan yang lebih tepat. Berikut adalah besarnya titik impas untuk tiap produk yang dihasilkan oleh perusahaan:

Tabel 10. Titik Impas

No	Jenis Produk	Titik Impas (dalam Unit)	Titik Impas (dalam Rupiah)
1	Jilbab segi empat	650	13.000.000
2	Pasmina	260	8.478.260
3	Khimar Dewasa	173	7.222.222
4	Khimar Anak	609	13.000.000
	Rata rata	423	10.425.120

Sumber : Data primer yang diolah

Agar perusahaan dapat memperoleh laba sesuai dengan *profit planning* yang telah ditetapkan, perusahaan seharusnya mampu menjual produk di atas titik impas.

4.5 Margin Pengaman Penjualan (Margin of Safety)

Margin pengaman penjualan merupakan perbedaan antara tingkat penjualan yang diharapkan dengan penjualan titik impas. Berdasarkan data diatas maka dapat dihitung menggunakan margin pengaman penjualan (*margin of safety*) dalah sebagai berikut:

Tabel 11. Margin of Safety

No	Jenis Produk	Margin of Safety	Persentase
1	Jilbab segi empat	14.550.000	52,81%
2	Pasmina	30.721.740	78,37%
3	Khimar Dewasa	39.187.778	84,44%
4	Khimar Anak	12.630.000	49,27%
	Rata rata	24.272.379	66,22%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan data diatas menunjukkan *margin of safety* yang terbesar adalah pada khimar dewasa dengan tingkat persentase sebesar 84,44%. Semakin besar margin pengaman menunjukkan selisih yang cukup besar antara penjualan dengan titik impas. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan cenderung lebih aman dari potensi terjadinya kerugian.

5. Kesimpulan

Analisis ini berfungsi untuk perencanaan laba jangka pendek, dengan membantu manajemen memahami keterkaitan besarnya volume penjualan dan produksi, biaya, beban, harga dan laba sebagai dasar informasi pengambilan keputusan. Hasil perhitungan margin kontribusi rata-rata sebesar Rp7.431.587 dengan rasio margin kontribusi sebesar 0,20% mengidentifikasi besarnya persentase pendapatan yang diperoleh untuk menutupi biaya tetap. Margin kontribusi yang rendah ini menghasilkan titik impas yang tinggi. Tinggi rendahnya titik impas yang dicapai akan berpengaruh pada besar laba yang diperoleh entitas.

Titik impas yang harus dapat dipenuhi entitas adalah sebesar 423 unit atau sebesar Rp. 10.425.120,00. Hal ini mengindikasikan bahwa entitas harus mampu menjual di atas titik tersebut jika menginginkan target keuntungan. Sedangkan besarnya *margin of safety* rata-rata sebesar Rp. 24.272.379 ,00 atau sebesar 66,22%. Nilai yang didapat lebih dari rata rata menunjukkan besarnya titik aman sebelum perusahaan mengalami kerugian potensi kerugian.

Referensi

- Asad, A. (2021). From Bureaucratic-Centralism Management to School Based Management: Managing Human Resources in the Management of Education Program. *Indonesian Research Journal in Education |IRJE|*, 5(1), 201–225. <https://doi.org/10.22437/irje.v5i1.12947>
- Athori, A. (2016). Analisis Metode Variable Costing Untuk Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada PT. Sumber Rejo Kandangan). *Cendekia Akuntansi*, 41(2).
- Cahyadi, N. Y., Akuntansi, J., & Semarang, P. N. (2018). *ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI ALAT*. 1(1), 10–28.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta). PT Grasindo.
- Iswara, U. S., Setyobudi, T. G., & Wahidahwati. (2019). Perencanaan Laba Menggunakan Pendekatan Analisis Cost Volume Profit. *Prosiding SENDI-U*

Isbn: 978-979-3649-99-3.

- Mokoginta, M. I., Sondakh, J. J., & Budiarmo, N. S. (2019). Analisis Biaya Volume Laba Multi Produk Untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Bijimerah Coffee and Roastery. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* 13(2).
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Salemba empat.
- Mustainah, S. A. A. (2019). *Analisis Biaya Volume Laba Sebagai ALat Perencanaan Laba (SPBU CV. Sinar Hasmadani)*. 2(2), 59–64.
- Nengsih, T. A., Nofrianto, N., Rosmanidar, E., & Uriawan, W. (2021). Corporate Social Responsibility on Image and Trust of Bank Syariah Mandiri. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 13(1), 151–170. <https://doi.org/10.15408/aiq.v13i1.18347>
- Nengsih, T. A., Bertrand, F., Maumy-Bertrand, M., & Meyer, N. (2019). Determining the number of components in PLS regression on incomplete data set. *Statistical Applications in Genetics and Molecular Biology*, November. <https://doi.org/10.1515/sagmb-2018-0059>
- Rosmanidar, E., Hadi, A. A. Al, & Ahsan, M. (2021). Islamic Banking Performance Measurement: a Conceptual Review of Two Decades. *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 5(1), 16–33. <https://doi.org/10.46281/ijibfr.v5i1.1056>
- Septyawati dan Devi Lestari, P, P. (2018). Analisis Biaya Volume Laba (Cost Volume Profit) Multiproduk Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT Marinal Indoprima Di Sumep. *AKTIVA Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 3(1).
- Simamora, H. (2000). *Akuntansi* (Jilid II). Salemba Empat.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustakabarupress.
- Udeldi, Nasir, M. R., & Ahsan, M. (2021). Meta Synthesis of GCG, SSB, and CSR On Islamic banking, performance and financial innovations. *Iqtishadia*, 14(1), 1–25. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=ejlQBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=islamic+economics&ots=3S7cdvFBox&sig=FmbOliOg3DIqJettaNLcung_d2U
- Yulianto, Z. (2018). Analisis Biaya Volume Laba Untuk Perencanaan Laba Pada Perusahaan Es Batu Camplong di Sampang. *AKTIVA Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 3(1).