

ANALISIS BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN PENJUALAN DAN LABA

(Studi Kasus Pada Penerbit Intrans Publishing)

Oleh :

Cheriza Haryo Y.

Dosen Pembimbing :

Satriya Candra Bondan P. SE., MM.

ABSTRAK

Laba merupakan hal penting dalam perusahaan dan salah satu tolak ukur tujuan perusahaan, maka perencanaan laba menjadi bagian penting pula dalam menentukan skenario manajerial perusahaan. Budiwibowo (2012) menyatakan bahwa manajemen memerlukan pedoman berupa perencanaan. Selain memuat langkah-langkah apa yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya, perencanaan dapat menjadi alat ukur dan dasar evaluasi atas realisasi capaian perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perhitungan analisis *Break Even Point* pada Penerbit Intrans Publishing dalam perencanaan labanya. Untuk mengetahui bagaimana perencanaan penjualan Penerbit Intrans Publishing dengan mendasarkan pada analisis perhitungan *Break Even Point* yang dilakukannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Lokasi penelitian di Wisma Kalimetro Jl. Joyosuko Metro No. 42 Merjosari Malang, Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2016 tingkat break even point yang diperoleh sebesar Rp. 189.473.130 atau sebesar 3.408. Perencanaan penjualan pada tahun 2016 sebesar Rp. 1.056.450.000.

kata kunci : Break Even Point, Perencanaan Penjualan dan Laba

PENDAHULUAN

Laba (profit) merupakan *mindset* organisasi bisnis. Keinginan untuk mendapatkan laba maksimal merupakan motivasi seseorang untuk menjalankan bisnis usahanya. Motivasi ini membawa hampir seluruh aktivitas dalam organisasi bisnis secara manajerial ditujukan untuk mendorong terjadinya pembentukan laba (profit). Pencapaian laba ini digunakan sebagai sumber dana untuk kelangsungan hidup dan kontinuitas aktifitas bisnisnya dalam memenuhi kebutuhan industri itu sendiri (Ariyanti, Rahayu, dan Husaini 2014). Laba menjadi seperti aliran darah bagi bergerakaknya keberlanjutan aktifitas

bisnis, karena tanpa keberadaan laba (uang) aktifitas bisnis perusahaan akan terhenti. Oleh karena itu, selain alasan untuk menopang keberlangsungan hidup (*going concern*) perusahaan, laba juga menjadi salah satu alat ukur bagi kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaan (Riyanto, 2001).

Sebagai salah satu alat ukur dalam mencapai kesuksesannya, maka perusahaan perlu melakukan sebuah perencanaan terkait pencapaian laba, perencanaan laba (Kustatik, 2009). Perencanaan laba merupakan hal penting bagi perusahaan dalam proses perencanaan keuangannya. Perencanaan keuangan yang baik dapat

digunakan dalam melakukan prediksi-prediksi keuangannya. Hal ini akan membantu perusahaan dalam melakukan estimasi-estimasi keuangan untuk waktu di masa yang akan datang dan mengukur capaian-capaian perusahaan.

Berdasarkan pengertian laba yang dijelaskan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh (melibatkan) perencanaan penjualan (estimasi penjualan) dan perencanaan biaya (estimasi biaya). Jadi dalam perencanaan laba melibatkan 3 (tiga) komponen, yaitu: profit, volume (penjualan), dan biaya (produksi) (Taylor, 2008). Ketiga komponen ini dapat dianalisis dengan menggunakan analisis biaya-volume-profit (*Cost-Volume-Profit/CVP*) atau yang biasa disebut juga dengan analisis titik impas (*Break Even Point/BEP*) (Munawir, 2007).

Dalam menjalankan aktifitas bisnisnya, perusahaan memang akan selalu memerlukan perencanaan yang baik dan matang. Melalui perencanaan yang baik inilah, perusahaan akan dapat lebih mudah melakukan prediksi dan mengurangi terjadinya risiko. Sebagaimana penjelasan di atas, analisis BEP dapat digunakan oleh perusahaan menjadi salah satu alat ukur dan pendekatan dalam melakukan perencanaan laba yang baik. Pendekatan BEP sendiri telah banyak dilakukan pelaku bisnis secara umum, merupakan pendekatan yang paling umum dan mudah dalam melakukan prediksi perencanaan labanya.

Penerbitan Intrans Publishing merupakan lembaga penerbitan yang berorientasi profit yang terletak di Kota Malang. Lembaga penerbitan yang telah berdiri selama 13 (tiga belas) tahun ini telah menjalin hubungan dengan distribusi besar nasional seperti Gramedia. Distribusi Gramedia sebagai satu-satunya distributor besar yang menguasai distribusi buku secara nasional mematok berapa besar volume produk yang harus memenuhi outlet-

outletnya yang tersebar di seluruh Indonesia. Pola kerjasama konsinyasi tentunya juga akan memberatkan penerbit, jika hasil penjualan buku ternyata berada di bawah titik impas, yang artinya penerbit akan mengalami kerugian. Hal ini merupakan kajian yang menarik untuk diteliti dan diangkat dalam penelitian ini.

Penentuan volume (kuantitas) konsinyasi yang ditentukan oleh pihak ketiga sebagai distributor menyulitkan pihak penerbit dalam melakukan pemetaan atas sebuah terbitan buku tertentu. Pemetaan yang dimaksud adalah berkaitan dengan tema buku, segmentasi, minat pasar, target pasar, animo pasar atas tema (topik) dan atau penulis. Penerbit memiliki kewajiban untuk memasok sejumlah volume tertentu atas produk buku yang diterbitkan apa pun tema (topik) serta siapa pun penulis buku yang bersangkutan. Padahal isu, tema, serta penulis sebuah karya buku sangat memengaruhi animo pasar dalam membeli sebuah buku. Pola kerjasama konsinyasi ini tentunya juga akan memberatkan penerbit, jika hasil penjualan buku ternyata berada di bawah titik impas, yang artinya penerbit akan mengalami kerugian.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, bagaimana penerapan analisis *break even point* dan penerapan perencanaan penjualan oleh Penerbit Intrans Publishing, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Break Even Point sebagai Alat Perencanaan Penjualan dan Laba (Studi Kasus pada Penerbit Intrans Publishing)**”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis *Break Even Point* yang dilakukan oleh Penerbit Intrans Publishing dalam perencanaan labanya?
2. Bagaimana perencanaan penjualan yang dilakukan oleh Penerbit Intrans Publishing dengan mendasarkan pada analisis BEP?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perhitungan analisis *Break Even Point* pada Penerbit Intrans Publishing dalam perencanaan labanya.
2. Untuk mengetahui bagaimana perencanaan penjualan Penerbit Intrans Publishing dengan mendasarkan pada analisis perhitungan BEP yang dilakukannya.

KAJIAN PUSTAKA

Perencanaan Laba

Pengertian perencanaan laba. Munawir (1986) menyatakan bahwa pencapaian laba merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan (kesuksesan) manajemen. Oleh karena itu, manajemen perlu melakukan sebuah perencanaan laba yang matang dan baik, untuk dapat memperoleh laba yang diinginkan. Perencanaan yang baik akan memudahkan perusahaan dalam melakukan pengarahannya dan pengawasan atas aktifitas perusahaan, sehingga membantu manajemen pula untuk bekerja lebih efektif dan efisien.

Manfaat Perencanaan Laba

Beberapa manfaat dari perencanaan laba menurut Carter (2009), yaitu antara lain:

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan dan disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan arahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama dari semua tingkatan manajemen.
5. Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu.

Break Even Point Analysis

Break even point analysis merupakan salah satu alat analisis yang digunakan dalam melakukan pendekatan dalam perencanaan laba. Tujuannya adalah untuk menggambarkan kompleksitas hubungan dalam dunia bisnis yang nyata. BEP merupakan nama yang umum digunakan oleh banyak orang, namun terdapat beberapa nama yang mengacu pada istilah ini, antara lain adalah *break-even point*, *break-even analysis*, *break-even formula*, *break-even point formula*, *break-even model*, *cost-volume-profit (CVP) analysis*, *expense-volume-profit (EVP) analysis* atau juga analisis titik impas.

Manfaat Break Even Point

Kuswadi (2005) menjabarkan beberapa manfaat dari analisis BEP. Manfaat-manfaat tersebut antara lain:

1. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain serta mengetahui laba rugi perusahaan.
2. Sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu. Jadi dapat digunakan sebagai sarana merencanakan laba.
3. Sebagai alat pengendalian (*controlling*) kegiatan operasi yang sedang berjalan.
4. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual.
5. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kebijakan perusahaan.

Perencanaan Penjualan

Perencanaan penjualan adalah suatu sasaran atau tujuan sebuah manajemen pada hakikatnya setiap perusahaan memiliki tujuan dan sasaran yang sama, yakni untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya dari penjualan. Oleh sebab itu

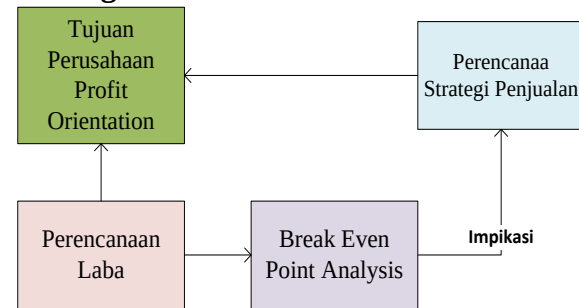
perencanaan penjualan merupakan hal yang wajib dibuat oleh manajer perusahaan agar dapat mencapai tujuan dan sasaran yaitu keuntungan yang optimal.

Hubungan Perencanaan Laba dan *Break Even Point Analysis* dengan Perencanaan Penjualan.

Setiap perusahaan pasti berharap semua produknya habis terjual, atau yang paling buruk adalah penjualan dapat mencapai titik BEP, tidak untung namun juga tidak rugi. Dengan demikian, maka BEP merupakan analisis (pendekatan) penting dalam memberikan rambu pada perencanaan penjualan bagi manajemen. Melalui perencanaan labanya, perusahaan menentukan pula berapa kapasitas produksi yang harus ditetapkannya. Dalam kondisi optimis, perusahaan berharap bahwa keseluruhan produknya dapat terjual untuk memenuhi pencapaian perencanaan labanya.

Berdasarkan dua perspektif ini, maka perusahaan perlu memiliki beberapa strategi penjualan untuk dapat mencapai maksimasi volume penjualannya atau mencegah terjadinya kerugian (penjualan di bawah BEP_Q). Sebagaimana pula penjelasan Taylor (2005) di atas tentang analisis sensitivitas, yaitu pendekatan BEP dalam mengatasi terjadinya perubahan/penurunan penjualan. Melalui analisis sensitivitas ini, seperti dijelaskan Sigit (2002) dan Mulyadi (2005), manajemen dapat menjadikan titik MOS (*Margin of Safety*), sebagai salah satu angka patokan. Yaitu sampai pada angka berapa margin toleransi volume penjualan dapat terjadi. Pendekatan-pendekatan ini penting untuk dilakukan dalam melakukan strategi penjualan untuk dapat memenuhi tujuan perencanaan labanya.

Kerangka Pikir



METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada lembaga penerbitan Intrans Publishing yang berlokasi di Wisma Kalimetro, Jl. Joyosuko Metro No. 42 Merjosari Malang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan atas pertimbangan karena Penerbit Intrans Publishing ini merupakan penerbit yang sudah berjalan relatif lama dan berada di daerah yang berhasil masuk pada jaringan penerbit nasional.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sehubungan dengan permasalahan dan topik yang dipilih dalam penelitian ini, adapun fokus penelitian yang digunakan dalam skripsi ini, yaitu :

1. Bagaimana penggunaan *Break Even Point* sebagai alat analisis dalam perencanaan laba.
 - a. Pengumpulan data.
 - b. Penggunaan *Break Even Point* dalam praktik analisis keuangan perencanaan laba oleh Penerbit Intrans Publishing.
2. Penggunaan *Break Even Point* sebagai dasar acuan dalam menentukan perencanaan penjualan.
 - a. Perencanaan penjualan yang diterapkan oleh Penerbit Intrans Publishing dengan menggunakan dasar acuan nilai BEP.
 - b. Analisis pemakaian BEP dalam perencanaan laba sebagai utilitas

dalam penentuan perencanaan penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Intrans Publishing didirikan pada Agustus 2003, sebagai penerbit yang ditujukan untuk mendukung kebutuhan sendiri. Selang lima tahun kemudian, tepatnya pada Agustus tahun 2008, didirikanlah sebuah kelompok usaha dengan nama Cita Intrans Selaras (CIS) dengan badan hukum perusahaan dan tetap menggunakan nama dagang Intrans Publishing. Sebagai lembaga yang dimotori oleh para anak muda pegiat *Malang Corruption Watch* (MCW), Intrans Publishing ingin mengusung semangat pengembangan ilmu pengetahuan dan mendorong wacana-wacana perubahan sosial, politik, ekonomi, hukum, dan budaya ke hadapan publik.

Karakteristik Karyawan Penerbit Intrans Publishing.

Komposisi karyawan (pegawai) berdasarkan tingkat pendidikan, jenis kelamin, dan status perkawinan dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 1.
Tingkat Pendidikan Karyawan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	S2	3	13,63%
2	S1	9	31,82%
3	Diploma	3	13,63%
4	SMA	5	22,73%
5	SMP	2	9,09%
Jumlah		22	100%

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Tabel 2.
Komposisi Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (10%)
1	Pria	16	72,73%
2	Wanita	6	2,20%
Jumlah		22	100%

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Tabel 3.
Status Perkawinan Karyawan

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (10%)
1	Kawin	5	22.73%
2	Belum Kawin	17	77.27%
Jumlah		22	100%

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Melalui pengelolaan manajerial ini, Intrans Publishing menerbitkan buku-buku berkualitas dari karya orang-orang kredibel dan ternama. Intrans Publishing memproduksi buku-buku yang selalu disesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kebutuhan akan bahan bacaan yang baik dan berkualitas.

Penerapan Alat Analisis *Break Even Point*
Tabel 4.
Anggaran dan Perencanaan Laba Tahun 2016

Target pendapatan		Rp4.000.000.000	
Estimasi biaya operasional		Rp1.200.000.000	
>	Alokasi biaya dalam 1 masa produksi Periode	Rp200.000.000	
>	produksi dalam masa 1 tahun	6 periode	
Estimasi biaya cetak (produksi)		Rp1.350.000.000	
>	Alokasi biaya cetak dalam 1 masa produksi Periode	Rp225.000.000	
>	produksi dalam masa 1 tahun	6 periode	
Target produksi		75 judul buku	
>	Reguler		
>	Buku Baru	38 judul buku	
>	Cetak Ulang	25 judul buku	
>	Non Reguler	12 judul buku	
Target Oplah		94.000 eksemplar	
>	Reguler		
>	Buku Baru	1000 eksemplar	38.000 eksemplar
>	Cetak Ulang	2000 eksemplar	50.000 eksemplar
>	Non Reguler	500 eksemplar	6.000 eksemplar

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Penghitungan Analisis *Break Even Point* (BEP)

Dalam menentukan tingkat *break even* (BEP), perusahaan melakukan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. melakukan pengelompokan biaya, yaitu biaya variabel dan biaya tetap.
2. menentukan lini volume produksi, yaitu apakah produk merupakan lini produksi reguler atau non reguler, dan atau terbitan buku baru atau cetak ulang.
3. menentukan harga jual, yaitu dengan menggunakan dua alternatif taksiran harga jual, dengan pendekatan penghitungan HPP (Harga Pokok Produksi) dan atau estimasi laba rugi.
4. menentukan tingkat BEP

Tabel 5.
Pengelompokan dan Alokasi Biaya dalam Periode 1 Masa Produksi (2 Bulanan) Tahun 2016

No	Alokasi Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel
1	Biaya Gaji	Rp 100.000.000	
2	Biaya Editing		Rp 7.500.000
3	Royalti		Rp 48.000.000
4	Biaya Cetak		Rp 225.000.000
5	Biaya Listrik	Rp 2.000.000	
6	Biaya PDAM	Rp 500.000	
7	Biaya Akses Internet	Rp 1.500.000	
8	Biaya Konsumsi	Rp 10.000.000	
9	Biaya Telpon	Rp 500.000	
10	Biaya Perlengkapan	Rp 2.000.000	
11	Biaya Ekspedisi		Rp 6.000.000
12	Biaya Packaging		Rp 500.000
13	Biaya Promosi	Rp 10.000.000	
14	Biaya Bunga Bank	Rp 5.000.000	
15	Biaya Depresiasi	Rp 3.000.000	
16	Biaya Pemeliharaan	Rp 1.500.000	
17	Biaya Lain-lain	Rp 2.000.000	
Jumlah		Rp 138.000.000	Rp 287.000.000

Sumber: Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat, bahwa target pendapatan kotor (*omzet*) kumulatif yang dianggarkan dalam perencanaan laba perusahaan untuk tahun 2016 adalah sebesar Rp2.000.000.000,00. Estimasi biaya operasional dianggarkan dalam periodisasi masa produksi, yaitu 2 bulanan sebesar Rp200.000.000,00. Sehingga dalam tahun anggaran 2016, diestimasikan total pengeluaran biaya operasional adalah sebesar Rp1.200.000.000,00. Untuk estimasi pengeluaran biaya cetak dianggarkan sebesar Rp225.000.000,00 dalam satu masa produksi. Jadi jumlah total biaya produksi selama satu tahun adalah Rp1.350.000.000,00. Berdasarkan pada target pendapatan dan estimasi total biaya

yang dianggarkan (biaya operasional dan produksi), maka target laba yang diharapkan oleh perusahaan adalah sebesar Rp1.450.000.000,00.

Tabel 6.
Daftar Persentase Nilai Jual Relatif Produk pada Satu Periode Produksi tahun 2016

No	Judul Buku	Harga Jual per Unit	Kapasitas Produksi	Target Potensi Penjualan	Persentase Nilai Jual Relatif
1	Legislative Drafting Konsep Hukum Perbankan Syariah	85.000	2.000	170.000.000	12%
2	Legislasi Hukum Islam Transformatif Soekarno, Komunis, dan Fasis Orba	60.000	2.000	120.000.000	9%
3	Kajian Asia Pasifik	62.000	2.000	124.000.000	9%
4	Rezim dan Organisasi Internasional	75.000	1.000	75.000.000	5%
5	Pengantar Ilmu Politik	70.000	1.000	70.000.000	5%
6	Pendidikan Tinggi dan Intelektualisme Metodologi Pembelajaran Bahasa Arab Kurikulum Pendidikan Agama Islam	68.000	1.000	68.000.000	5%
7	Akhlaq Tasawuf Pengantar Antropologi	105.000	2.000	210.000.000	15%
8		67.000	1.000	67.000.000	5%
9		72.000	2.000	144.000.000	10%
10		60.000	2.000	120.000.000	9%
11		80.000	1.000	80.000.000	6%
12		75.000	2.000	150.000.000	11%
Jumlah		19.000	1.398.000.000	0	100%

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Berdasarkan persentase harga jual relatif tersebut, berikutnya akan ditentukan alokasi serapan biaya pada masing-masing produk (12 produk judul buku yang terbit), baik pada biaya tetap dan atau biaya variabel.

Tabel 7.
Alokasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel pada Masing-Masing Produk pada Satu Periode Produksi Tahun 2016

No	Judul Buku	Persentase Nilai Jual Relatif	Biaya Tetap	Biaya Variabel
1	Legislative Drafting Konsep Hukum Perbankan Syariah	12%	Rp 16.781.116	Rp34.899.857
2	Legislasi Hukum Islam	9%	Rp 11.845.494	Rp24.635.193
3	Transformatif Soekarno, Komunis, dan Fasis Orba	9%	Rp 12.240.343	Rp25.456.366
4	Kajian Asia Pasifik	5%	Rp 7.403.433	Rp15.396.996
5	Rezim dan Organisasi Internasional	5%	Rp 6.909.871	Rp14.370.529
6	Pengantar Ilmu Politik	5%	Rp 6.712.446	Rp13.959.943
7	Pendidikan Tinggi dan Intelektualisme Metodologi Pembelajaran Bahasa Arab Kurikulum Pendidikan Agama Islam	15%	Rp 20.729.614	Rp43.111.588
8		5%	Rp 6.613.734	Rp13.754.649
9		10%	Rp 14.214.592	Rp29.562.232
10		9%	Rp 11.845.494	Rp24.635.193
11		6%	Rp 7.896.996	Rp16.423.462
12		11%	Rp 4.806.867	Rp30.793.991
Jumlah			Rp 38.000.000	Rp287.000.000

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Berdasarkan biaya serapan (alokasi) biaya tetap dan variabel tersebut, akan dihitung berapa margin kontribusi tiap-tiap produk (judul buku). Berdasarkan total margin kontribusi tersebut, kemudian dihitung berapa rasio margin kontribusinya. Rasio margin kontribusi ini yang akan digunakan untuk menghitung berapa tingkat BEP, baik dalam rupiah dan atau dalam volume (kuantitas).

Ada pun hasil penghitungan rasio margin kontribusi akan dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Rasio Marjin Kontribusi} &= \frac{\text{Marjin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \\ &= \frac{1.111.000.000}{1.398.000.000} \\ &= 0,794706724\end{aligned}$$

Perhitungan nilai BEP (dalam rupiah) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{BEP}_{(\text{Rp})} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Marjin Kontribusi}} \\ &= \frac{138.000.000}{0,794706724} \\ &= \text{Rp}173.648.965,00\end{aligned}$$

Didapat angka BEP dalam rupiah adalah sebesar Rp173.648.965,00. Berdasarkan nilai BEP total ini, akan dihitung pula berapa nilai BEP untuk masing-masing produk baik dalam BEP_(Rp) dan BEP_(Q). Penghitungan nilai BEP untuk masing-masing produk, yaitu dengan menggunakan angka persentase nilai jual relatif terhadap nilai BEP total.

$\text{BEP}_{(\text{tiap produk})} = \text{Persentase nilai jual relatif} \times \text{BEP}_{(\text{total})}$

Tabel 8.

Nilai BEP_(tiap produk) (Rupiah) dalam Satu Periode Produksi 2016

No	Judul Buku	Nilai Jual Relatif (%)	BEP
1	Legislative Drafting	12%	Rp 21.116.112
2	Konsep Hukum Perbankan Syariah	9%	Rp 14.905.491
3	Legislasi Hukum Islam Transformatif	9%	Rp 15.402.340
4	Soekarno, Komunis, dan Fasis Orba	5%	Rp 9.315.932
5	Kajian Asia Pasifik	5%	Rp 8.694.869
6	Rezim dan Organisasi Internasional	5%	Rp 8.446.445
7	Pengantar Ilmu Politik	15%	Rp 26.084.608
8	Pendidikan Tinggi dan Intelektualisme Metodologi	5%	Rp 8.322.232
9	Pembelajaran Bahasa Arab	10%	Rp 17.886.589
10	Kurikulum Pendidikan Agama Islam	9%	Rp 14.905.491
11	Akhlak Tasawuf	6%	Rp 9.936.994
12	Pengantar Antropologi	11%	Rp 18.631.863

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Perencanaan Penjualan

Target perusahaan secara umum adalah ditujukan untuk mengurangi ketergantungan penjualan pada distribusi *outlet/toko*, seperti Gramedia. Meskipun pada kenyataannya, jalur distribusi ini tidak dapat dipungkiri memberikan sumbangan yang kontinyu dan relatif menyerap penjualan terbesar. Meskipun pada penjualan 2015 mulai menunjukkan pergeseran pada peningkatan penjualan *direct selling* bila dibanding dengan distribusi melalui *outlet/toko*. Angka penjualan pada Tahun 2014, menunjukkan bahwa proporsi penjualan pada distribusi *outlet/toko* Gramedia dan *direct selling* adalah 0,85. Sedangkan perbandingan distribusi antara Toko Gramedia dan Non-Gramedia adalah 2,75.

Tabel 9.

Realisasi Penjualan Tahun 2014 – 2015

Distribusi	Realisasi Penjualan	
	2015	2014
Gramedia	696.193.105	454.133.774
Non Gramedia	256.745.270	164.809.525
<i>Direct Selling</i>	1.107.887.770	533.538.270
Jumlah	2.060.828.160	1.152.483.583

Sumber: Dokumen Penerbit Intrans Publishing

Pada tahun anggaran 2016, perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan *direct selling*. Dalam rangka meningkatkan penjualan *direct selling*, perusahaan memiliki beberapa program dalam merencanakan strategi penjualannya.

Tabel 10.
Nilai BEP_(Q_{tiap produk}) dalam Satu Periode Produksi 2016

No	Judul Buku	Harga Jual	BEP	BEP _(Q_{tiap produk})
1	Legislative Drafting Konsep Hukum Perbankan	Rp 85.000	Rp21.116.112	248
2	Syariah Legislasi Hukum Islam Transformatif	Rp 60.000	Rp14.905.491	248
3	Soekarno, Komunis, dan Fasis	Rp 62.000	Rp15.402.340	248
4	Orba Kajian Asia	Rp 75.000	Rp 9.315.932	124
5	Pasifik Rezim dan Organisasi Internasional	Rp 70.000	Rp 8.694.869	124
6	Pengantar Ilmu Politik Pendidikan Tinggi dan Intelektualis	Rp 68.000	Rp 8.446.445	124
7	Pengantar Pendidikan Tinggi dan Intelektualis	Rp 105.000	Rp26.084.608	248
8	Metodologi Pembelajaran Bahasa Arab Kurikulum Pendidikan Agama Islam Akhlak	Rp 67.000	Rp 8.322.232	124
9	Tasawuf Pengantar Antropologi	Rp 72.000	Rp17.886.589	248
10	Agama Islam Akhlak	Rp 60.000	Rp14.905.491	248
11	Tasawuf Pengantar Antropologi	Rp 80.000	Rp 9.936.994	124
12	Antropologi	Rp 75.000	Rp18.631.863	248

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Penerbit Intrans selalu memberikan harga diskon pada sistem penjualannya, baik distribusi melalui *outlet/toko* atau pun distribusi melalui *direct selling*. Pemberlakuan diskon berkisar antara 15% sampai dengan 30%. Pemberian diskon pada *outlet/toko* sebesar 30%, yaitu nilai diskon tertinggi. Sedangkan pemberian diskon melalui *direct selling* relatif lebih rendah, yaitu 15%. Pemberian diskon yang lebih tinggi pada *outlet/toko*, dikarenakan bahwa *outlet/toko* merupakan distribusi reguler yang menyerap penjualan buku secara lebih kontinyu.

Berdasarkan pemberian diskon tersebut, perusahaan semestinya juga perlu melakukan penghitungan BEP-nya,

berdasarkan angka kisaran diskon yang diberikan.

Tabel 11.
Komposisi Penjualan dan Harga Jual Setelah Diskon Berdasarkan Distribusi Outlet/Toko dengan Direct Selling

No	Judul Buku	Harga Jual	Kapasitas Produksi	Distribusi		Harga Jual Setelah Diskon	
				Outlet	DS	Outlet	DS
1	Legislative Drafting Konsep Hukum Perbankan	85.000	2.000	1000	1000	59.500	72.250
2	Syariah Legislasi Hukum Islam Transformatif	60.000	2.000	1000	1000	42.000	51.000
3	Soekarno, Komunis, dan Fasis	62.000	2.000	1000	1000	43.400	52.700
4	Orba Kajian Asia	75.000	1.000	1000	-	52.500	-
5	Pasifik Rezim dan Organisasi Internasional	70.000	1.000	1000	-	49.000	-
6	Pengantar Ilmu Politik Pendidikan Tinggi dan Intelektualis	68.000	1.000	1000	-	47.600	-
7	Pengantar Pendidikan Tinggi dan Intelektualis	105.000	2.000	1000	1000	73.500	89.250
8	Metodologi Pembelajaran Bahasa Arab Kurikulum Pendidikan Agama Islam Akhlak	67.000	1.000	1000	-	46.900	-
9	Tasawuf Pengantar Antropologi	72.000	2.000	1000	1000	50.400	61.200
10	Agama Islam Akhlak	60.000	2.000	1000	1000	42.000	51.000
11	Tasawuf Pengantar Antropologi	80.000	1.000	1000	-	56.000	-
12	Antropologi	75.000	2.000	1000	1000	52.500	63.750

DS: Direct Selling

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Tabel 12.
Persentase Nilai Jual Relatif Berdasarkan
Potensi Penjualan Setelah Harga Diskon

No	Judul Buku	Target Potensi Penjualan*	Persentase Nilai Jual Relatif
1	Legislative Drafting Konsep Hukum	Rp131.750.000	12%
2	Perbankan Syariah	Rp 93.000.000	9%
3	Legislasi Hukum Islam	Rp 96.100.000	9%
4	Transformatif Soekarno, Komunis, dan Fasis Orba	Rp 52.500.000	5%
5	Kajian Asia Pasifik	Rp 49.000.000	5%
6	Rezim dan Organisasi Internasional	Rp 47.600.000	5%
7	Pengantar Ilmu Politik	Rp162.750.000	15%
8	Pendidikan Tinggi dan Intelektualisme	Rp 46.900.000	4%
9	Metodologi Pembelajaran Bahasa Arab	Rp111.600.000	11%
10	Kurikulum Pendidikan Agama Islam	Rp 93.000.000	9%
11	Akhlaq Tasawuf	Rp 56.000.000	5%
12	Pengantar Antropologi	Rp116.250.000	11%
Jumlah		Rp 1.056.450.000	100%

*Jumlah Total Potensi Penjualan *Outlet/Toko* dengan *Direct Selling*

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Setelah dilakukan perhitungan atas nilai harga jual relatifnya, berikut akan dihitung berapa alokasi masing-masing biaya tetap dan variabel pada setiap produk. Caranya adalah dengan mengkalikan nilai jual relatifnya terhadap alokasi biaya tetap total dan atau biaya variabel total.

Tabel 13.
Alokasi Biaya Tetap dan Variabel pada
Masing-Masing Produk Berdasarkan
Potensi Penjualan Setelah Harga Diskon

No	Judul Buku	Nilai Jual Relatif	Biaya Tetap	Biaya Variabel
1	Legislative Drafting Konsep Hukum	12%	17.209.996	35.791.803
2	Perbankan Syariah	9%	12.148.232	25.264.802
3	Legislasi Hukum Islam	9%	12.553.173	26.106.962
4	Islam Transformatif Soekarno, Komunis, dan Fasis Orba	5%	6.857.873	14.262.388
5	Kajian Asia Pasifik	5%	6.400.682	13.311.562
6	Rezim dan Organisasi Internasional	5%	6.217.805	12.931.232
7	Pengantar Ilmu Politik	15%	21.259.407	44.213.403
8	Pendidikan Tinggi dan Intelektualisme	4%	6.126.367	12.741.067
9	Metodologi Pembelajaran Bahasa Arab	11%	14.577.879	30.317.762
10	Kurikulum Pendidikan Agama Islam	9%	12.148.232	25.264.802
11	Akhlaq Tasawuf	5%	7.315.065	15.213.214
12	Pengantar Antropologi	11%	15.185.290	31.581.002
Jumlah			138.000.000	287.000.000

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Total biaya (TC) adalah sebesar Rp425.000.000,00, yaitu dengan menambahkan jumlah biaya variabel sebesar Rp287.000.000,00 dengan biaya tetap sebesar Rp138.000.000,00. Ketika *Total Revenue* adalah sama dengan *Total Cost*, maka akan dapat dihitung pada volume berapa akan terjadi BEP.

Pada posisi ini akan ditentukan pada volume berapa perusahaan akan berada dalam posisi *break even* (BEP), yaitu dimana $TR = TC$. *Total revenue* sendiri adalah hasil kali dari harga jual dengan volume (Vp). Harga jual adalah mengikuti porsi rata-rata harga jual setelah diskon, yaitu pada kisaran diskon 15% sampai dengan 30%.

Berdasarkan harga jual, berikut akan dihitung berapa tingkat volume pada posisi BEP untuk masing-masing produk yang akan disajikan sebagai berikut.

Tabel 14.
Break Even Point atas Volume Penjualan

No	Judul Buku	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Q Total	VC/Unit	BEP (Q)	Harga	BEP(Rp)
1	Legislative Drafting Konsep Hukum	17.209.996	35.791.803	2000	17.896	359	65.875	23.629.216
2	Perbankan Syariah Legislasi Hukum Islam	12.148.232	25.264.802	2000	12.632	359	46.500	16.679.446
3	Transformasi Soekarno, Komunisme, dan Fasis Orba	12.553.173	26.106.962	2000	13.053	359	48.050	17.235.428
4	Kajian Asia Pasifik	6.857.873	14.262.388	1000	14.262	179	52.500	9.415.816
5	Rezim dan Organisasi Internasional	6.400.682	13.311.562	1000	13.312	179	49.000	8.788.095
6	Pengantar Ilmu Politik Pendidikan Tinggi dan Intelektualisme	6.217.805	12.931.232	1000	12.931	179	47.600	8.537.007
7	Metodologi Pembelajaran Bahasa Arab	21.259.407	44.213.403	2000	22.107	359	81.375	29.189.031
8	Kurikulum Pendidikan Agama Islam	6.126.367	12.741.067	1000	12.741	179	46.900	8.411.463
9	Akhlaq Tasawuf	14.577.879	30.317.762	2000	15.159	359	55.800	20.015.336
10	Pengantar Antropologi	12.148.232	25.264.802	2000	12.632	359	46.500	16.679.446
11		7.315.065	15.213.214	1000	15.213	179	56.000	10.043.538
12		15.185.290	31.581.002	2000	15.791	359	58.125	20.849.308
Jumlah		138.000.000	287.000.000	19000		3,408		189.473.130

Sumber : Penerbit Intrans Publishing (Data Diolah)

Perbedaan harga karena diskon akan menyebabkan perbedaan nilai *break even point*-nya. Penghitungan harga berdasarkan harga diskon dan sebaran distribusinya tentu akan memberikan gambaran yang lebih riil. Sebagaimana diketahui bahwa penentuan angka *Break Even Point* merupakan angka patokan dalam menentukan perencanaan manajerial lainnya di luar hanya sebagai alat analisis dalam perencanaan laba. Angka *Break Even Point* juga sangat berguna dalam menentukan salah satunya adalah sebagai dasar penentuan perencanaan strategi penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Penerapan analisis *break even point* sebagai alat untuk perencanaan laba Intrans Publishing pada periode tahun 2016 dilakukan melalui beberapa tahapan, pertama yaitu biaya diklarifikasikan serta memisahkan biaya yang berhubungan dengan volume kegiatan perusahaan sehingga dapat di kelompokkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Kedua yaitu menentukan margin kontribusi, dan menentukan break even point.
2. Pada tahun 2016, Penerbit Intrans Publishing mencapai *break even point* pada Rp. 189.473.130 atau sebesar 3.408 unit.
3. Perbedaan harga karena penerapan diskon akan menyebabkan perbedaan nilai *break even point* sebesar Rp173.648.965,00 menjadi Rp189.473.130,00 atau sekitar Rp15.824.165,00.

Saran

1. Penerbit Intrans Publishing dapat lebih mempertimbangkan penggunaan dari analisis *break even point* sebagai alat bantu dalam merencanakan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan. Analisis tersebut akan membantu manajemen perusahaan mengetahui volume penjualan yang harus dicapai untuk mendapatkan laba yang diharapkan.
2. Penerbit Intrans Publishing sebaiknya memperhatikan volume penjualan minimal yang harus dipertahankan agar penjualan sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya.
3. Penerbit Intrans Publishing diharapkan lebih efisien dalam meningkatkan hasil produksi sehingga dapat

menekan biaya variable yang dapat mempengaruhi margin kontribusi dan laba yang akan diperoleh.

Daftar Pustaka

- Ariyanti, R., S.M. Rahayu, dan A. Husaini. 2014. "Analisis Break Even Point sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen terhadap Perencanaan Volume Penjualan dan Laba (Studi Kasus pada PT. Cakra Guna Cipta Malang Periode 2011 – 2013)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 11, No. 1.
- Budiwibowo, Satrijo. 2012. "Analisis Estimasi *Cost-Volume-Profit* (CVP) dalam Hubungannya dengan Perencanaan Laba pada Hotel Tlogomas Sarangan". *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Vol. 1, No. 1.
- Carter, William K. 2009. *Akuntansi Biaya. Terjemahan Cost Accounting*. Buku 2 Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat.
- Kustatik. 2009. Analisis Break Even dan Manfaatnya sebagai Dasar Perencanaan Laba pada Perusahaan Plastik Tri Tan Lestari di Telukan Sukoharjo. *Skripsi tidak Dipublikasikan*. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Kuswadi. 2005. *Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*, Edisi kelima, Cetakan ketujuh, Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Munawir, S. 1986. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi kedua. Cetakan kedua. Penerbit Liberty: Yogyakarta.
- _____. 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Liberty. Yogyakarta.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE. Yogyakarta.
- Sigit, Soehardi. 2002. *Analisa Break Even Ancangan Linear Secara Ringkas dan Pasti*. Edisi 3. BPFE. Yogyakarta.
- Taylor III, Benard W. 2005. *Introduction to Management Science (Eight Edition)*. Jakarta: Salemba Empat.