

Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba Di UD. Chandra Amandraya Tahun Anggaran 2019

Anugerah Halawa¹, Anskaria S. Gohae², Samanoi H. Fau³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk analisis *break even point* sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan laba di UD. Chandra Amandraya. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis pendekatan kualitatif dengan menggunakan *break even point*. Hasil penelitian tahun 2019 UD. Chandra Amandraya menjual pakaian pria dan wanita sebanyak 11.485 unit, dengan total harga sebesar Rp. 8.336.285. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa UD. Chandra Amandraya tidak mengalami kerugian selama tahun 2019.

Kata Kunci: Break Even Point, Perencanaan Laba

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, teknologi yang terus berkembang dan bertambahnya jumlah perusahaan mengakibatkan persaingan usaha yang semakin ketat. Keahlian manajemen perusahaan dalam menghasilkan perencanaan strategis sangatlah dibutuhkan agar perusahaan dapat bertahan dan terus berkembang. Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang didirikan seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan kegiatan produksi atau distribusi untuk menghasilkan laba dan memenuhi kebutuhan konsumen. Tujuan utama pendirian perusahaan yakni untuk memperoleh keuntungan atau laba dari kegiatan operasional usaha. Selain untuk mendapatkan laba atau keuntungan, tujuan lain pendirian usaha diantaranya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan deviden bagi pemilik perusahaan, melakukan inovasi usaha, pengembangan dan ekspansi perusahaan dan lain sebagainya.

Agar dapat memperoleh keuntungan bahkan meningkatkan laba perusahaan, menjadi *brand* dan *market leader*, serta mencapai tujuan lain, pendirian perusahaan diperlukan perencanaan strategis terhadap kegiatan produksi, distribusi atau penjualan agar tujuan perusahaan dapat dicapai dengan efektif dan efisien. Selain melakukan perencanaan usaha,

Korespondensi Penulis

¹ Alumni Program Studi Manajemen STIE Nias Selatan, anugerahlawa95@gmail.com

² Dosen Tetap STIE Nias Selatan, anskariagohae@gmail.com

³ Dosen Tetap STIE Nias Selatan, samanoifau@gmail.com

strategi lainnya yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan usaha yakni dengan melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, efisiensi penggunaan modal kerja, diferensiasi pasar dan menekan biaya operasional perusahaan serta banyak strategi lainnya yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

Perolehan laba ditentukan oleh penjualan produk atau jasa suatu perusahaan. Penentuan harga jual produk sangat mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan akan mempengaruhi jumlah produksi, turut mempengaruhi biaya produksi, biaya produksi mempengaruhi penentuan harga jual sebuah produk dan mempengaruhi juga jumlah pesanan. Oleh karena itu, faktor diatas berperan penting dalam menentukan laba perusahaan dan tidak dapat dipisahkan karena saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya.

Agar dapat menghasilkan perencanaan strategis dalam mencapai tujuan perusahaan dan menghadapi perubahan-perubahan yang mungkin terjadi atas biaya yang dikeluarkan, volume penjualan, serta harga jual produk, maka manajemen perusahaan membutuhkan informasi-informasi yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk menilai beberapa kemungkinan yang dapat terjadi. Untuk menyukseskan tugas manajemen tersebut, dibutuhkan suatu teknik analisis untuk menilai hubungan antara volume penjualan, harga dan biaya.

“Analisis *Break Even Point* merupakan suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi” (Munawir 2014:184-185). Suatu perusahaan dikatakan berada pada titik impas ketika penjualan atau pendapatan sama dengan biaya yang dikeluarkan. Analisis titik impas dapat ditentukan dengan 2 (dua) metode, yakni dengan metode matematis untuk menentukan luas operasi pada tingkat *break evenpoint* dan metode grafis atau bagan untuk menggambarkan tingkat volume dengan labanya.

Analisa BEP tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang *break even* saja, akan tetapi analisa BEP mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan sehingga dapat menggambarkan seberapa banyak target penjualan dapat turun agar tidak mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Jika penurunan penjualan lebih besar dari batas keamanan (*margin of safety*) maka perusahaan akan mengalami kerugian. Sedangkan *contribution margin* digunakan untuk mengetahui cukup tidaknya jumlah yang tersedia untuk menutupi beban tetap perusahaan yang kemudian akan menjadi laba.

UD. Chandra merupakan sebuah usaha berskala kecil yang menjual keperluan masyarakat, antara lain pakaian, alat elektronik dan alat-alat keperluan rumah tanggainnya. UD. Chandra ini terletak di Jalan Umum Desa Amandraya, Kecamatan Amandraya Kabupaten Nias Selatan. Usaha ini melakukan penjualan setiap harinya dengan cara menjual secara eceran

maupun secara grosiran. Dalam melakukan penjualan tersebut, UD. Chandra terus mencari keuntungan seperti tujuan perusahaan-perusahaan lainnya dengan cara memajang barang setiap harinya. Namun, UD. Chandra masih belum mengetahui pada penjualan keberapakah mendapatkan keuntungan dan kerugian. UD. Chandra hanya memperhatikan bon faktur pembelian dari agen. Selain dari pada itu, UD. Chandra juga belum melakukan perencanaan yang strategis dalam melakukan pembelian ulang, dimana hanya berpedoman pada kehabisan stok barang.

Berikut ini data penjualan UD. Chandra Amandraya pada bulan Februari tahun 2020:

Tabel 1.1

Data Penjualan Pakaian UD. Chandra Amandraya tahun 2019

Jenis Penjualan	Nama Barang	Total Penjualan 2019	Harga Jual Unit	Total Harga Unit
Pakaian	Baju dewasa laki-laki dan perempuan	187	290.000	54.230.000
	Baju remaja laki-laki dan perempuan	245	290.000	71.050.000
	Baju anak laki-laki dan perempuan	348	290.000	100.920.000
Total		780	870.000	226.200.000

Sumber: UD. Chandra bulan februari 2020

Pada tabel 1.1, menjelaskan bahwa tingkat penjualan di UD. Chandra Amandraya selama tahun 2019 sangat baik dan memiliki kelancaran dalam menjual barang dagangnya. Seperti terlihat pada tabel diatas memberikan gambaran bahwa baju dewasa laki-laki dan perempuan sudah terjual sebanyak 187 pasang dengan harga satuan Rp. 290.000 dan total harga Rp. 54.230.000. Kemudian baju remaja laki-laki dan perempuan terjual sebanyak 245 pasang dengan harga Rp. 290.000 dan total harga Rp. 71.050.000. Setelah itu, baju anak-anak sudah terjual sebanyak 348 pasang dengan harga Rp. 290.000 dan total harga Rp. 100.920.000. Namun, UD. Chandra Amandraya hanya fokus pada penjualan barang tanpa memperhatikan titik impasnya, sehingga dengan keuntungan yang besar dapat menghambat lancarnya perputaran modal usaha. Dalam hal ini, UD. Chandra Amandraya masih belum mengetahui pada harga berapakah tingkat penjualan mengalami kerugian dan keuntungan

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan topik “**Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba di UD. Chandra Amandraya tahun anggaran 2019**”. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar laba yang harus di rencanakan di UD. Chandra Amandraya Tahun Anggaran 2019 dengan menganalisis *break even point* atau tidak? Dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui seberapa besar laba yang harus di rencanakan di UD. Chandra Amandraya Tahun Anggaran 2019 dengan menganalisis *break even point*.

B. TINJAUAN LITERATUR

Konsep *Break Even Point* (BEP)

Analisis *break even point* atau titik impas sangat dibutuhkan untuk membantu manajemen dalam menghasilkan keputusan strategis perusahaan, baik usaha kecil, usaha menengah maupun usaha yang besar yaitu penentuan harga jual serta efisiensi biaya dan total produksi. Menurut Harahap (2007:358) berpendapat bahwa *break even point* adalah “suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi, artinya seluruh biaya itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan”.

Menurut Kasmir (2016:166) *break even point* (titik impas) merupakan “salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan.” Menurut Sujarweni (2017:121) titik impas (*break even point*) adalah “suatu kondisi dimana perusahaan dalam usahanya tidak mendapatkan untung maupun tidak menderita kerugian.”

Berdasarkan pendapat-pendapat para ahli di atas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa *Break Even Point* (BEP) atau titik impas adalah suatu keadaan perusahaan dimana besarnya jumlah total penghasilan sama dengan jumlah total biaya yang dikeluarkan. Sehingga perusahaan impas apabila jumlah pendapatan yang diperoleh sama besarnya dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

Konsep Perencanaan Laba

Ukuran yang sering dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen dalam usaha dagang adalah laba yang diperoleh. Perencanaan laba merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu laba yang diinginkan. Menurut Carter (2009) “perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba adalah penting dalam perencanaan karena tujuan utama dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan”. Menurut Supriyono (2004:218) menyatakan “perencanaan laba adalah rencana kerja yang dapat diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangan dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas, modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek”. Sedangkan menurut Usry (2005:4) “perencanaan laba (*profit*

planning) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan”.

Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan penjualan/laba adalah perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif yang meliputi seluruh tahap dari operasi dimasa yang akan datang untuk rencana jangka panjang dan rencana jangka pendek.

Analisis *Break Even Point* Dengan Perencanaan Laba

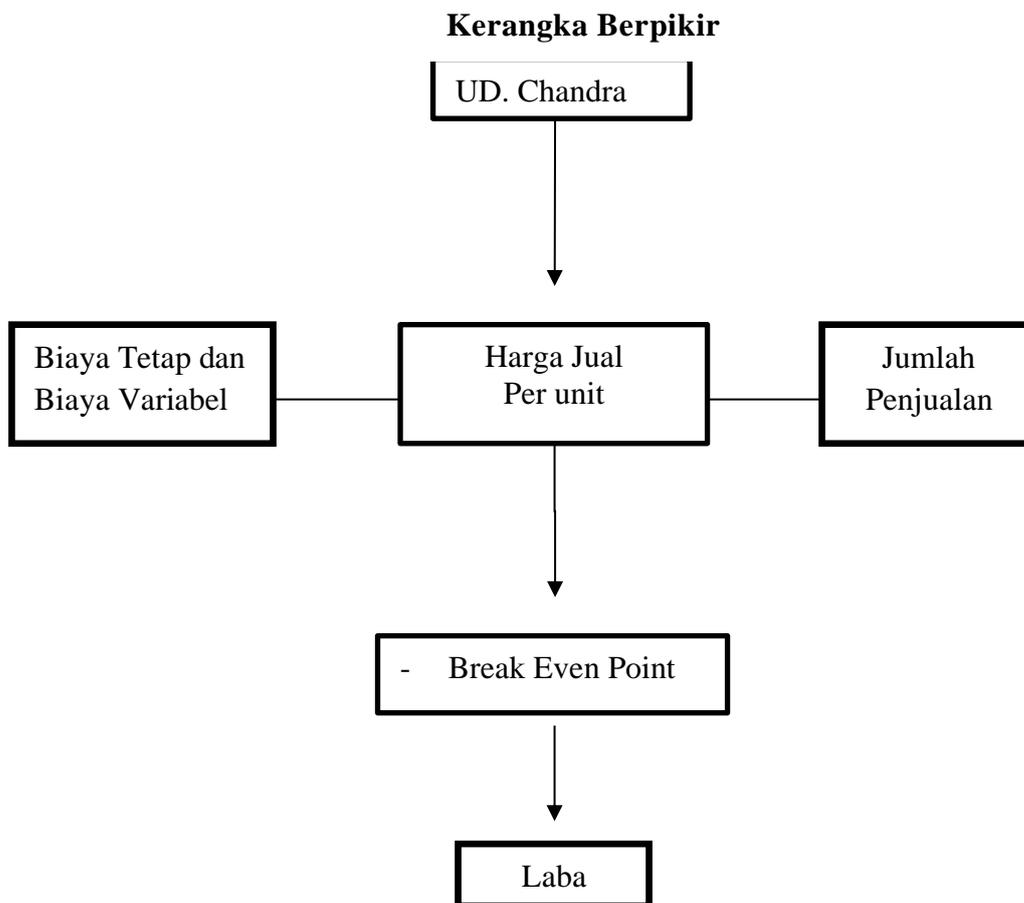
Analisa *break even point* mempunyai hubungan yang kuat dengan perencanaan penjualan sebab analisa *break even point* menggambarkan titik pulang pokok dari produk yang dihasilkan sehingga manajemen perusahaan dapat menghasilkan perencanaan strategis untuk melakukan penjualan agar memperoleh laba. Analisa *break even point* sangat bermanfaat untuk merencanakan penjualan dan laba perusahaan. “Dengan mengetahui besarnya *break even point* maka dapat menentukan berapa jumlah minimal produk yang harus dijual dan harga jualnya untuk meningkatkan laba perusahaan” Choiriyah (2016).

Pendapat tersebut lebih dipertegas dalam pernyataan Jalaluddin (2014) yang mengemukakan bahwa “Penerapan analisis *break even point* merupakan salah satu metode yang dapat menetapkan harga dengan cara menentukan biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan tingkat laba yang diharapkan”. Analisis *break even point* juga bermanfaat untuk merencanakan penjualan dan laba perusahaan, dengan mengetahui besarnya *break even point* maka dapat menentukan berapa jumlah minimal produk yang harus di jual dan harga jualnya untuk meningkatkan laba perusahaan.

Berdasarkan pendapat-pendapat yang telah dikemukakan diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa dalam melakukan perencanaan dengan tujuan untuk menghasilkan keputusan kegiatan, arah dan tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba, perlu menggunakan analisis *break evenpoint* sebagai salah satu alat analisis yang akan memberikan gambaran kepada manajemen perusahaan berapa besar jumlah produk yang harus dihasilkan, penjualan minimal yang harus dicapai, sebagai pedoman dalam penentuan harga jual berdasarkan total biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan laba sesuai dengan target yang ingin dicapai.

Kerangka Berpikir

Gambar 2.1



Sumber: Olahan Sendiri, 2020

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari pimpinan UD. Chandra Amandraya yang berupa data-data keuangan usaha dagang dan merupakan data historis selama 1 (satu) periode analisis. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Perhitungan *Break Event Point*.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu *analisis breank event point* berdasarkan rumus matematik dan perencanaan penjualan yang berfungsi untuk mengetahui sebesar unit harus terjual pakaian pria dan wanita selama tahun 2019. Hasil analisis data penelitian ini adalah dengan mengelompokkan biaya-biaya pada UD. Chandra Amandraya seperti biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivita sampai dengan tingkat tertentu. Sedangkan, Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan naik turun sebanding dengan hasil penjualan atau volume kegiatan, tetapi setiap satuan penjualan tetap.

Setelah dilakukan pengelolaan biaya tetap dan biaya variabel, maka dapat di analisis *Break Even Point* dengan laporan penjualan pakaian laki-laki dan perempuan pada tahun 2019 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Laporan Penjualan Pakaian Tahun 2019

Jenis Penjualan	Nama Barang	Total Penjualan 2019	Harga Jual Unit	Total Harga Unit
Pakaian	Baju dewasa laki-laki dan perempuan	187	290.000	5.4230.000
	Baju remaja laki-laki dan perempuan	245	290.000	71.050.000
	Baju anak laki-laki dan perempuan	348	290.000	100.920.000
Total		780	870.000	226.200.000

Sumber Data: UD. Chandra Amandraya 2020 (Lampiran 2 Data Penjualan)

4.3.1 Analisis *Break Even Point* Pakaian UD. Chandra Amandraya

Berdasarkan data biaya tetap, biaya variabel dan total penjualan di atas, maka dapat dilakukan perhitungan titik impas pakaian. Berdasarkan hasil perhitungan BEP baik unit maupun rupiah pada lampiran 2 maka diperoleh informasi BEP pakaian pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
***Break Even Point* Pakaian UD. Chandra Amandraya**

No.	Bulan	BEP pakaian/Unit	BEP Rupiah
1	Januari	161 unit	15.017.000
2	Februari	127 unit	10.168.674
3	Maret	126 unit	10.656.565
4	April	139 unit	11.451.831
5	Mei	225 unit	20.795.273
6	Juni	348 unit	37.760.000
7	Juli	129 unit	11.562.151
8	Agustus	189 unit	18.941.254
9	September	228 unit	25.680.683
10	Oktober	1.394 unit	115.224.347
11	November	132 unit	11.933.293
12	Desember	84 unit	7.644.927

Sumber: Hasil olahan peneliti 2020, (Lampiran 4)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diperoleh informasi bahwa penjualan pakaian pada bulan (01) januari, UD. Chandra Amandraya dikatakan berada pada titik impas atau belum

mendapatkan untung dan tidak mengalami kerugian ketika pakaian yang terjualn sebanyak 161 unit atau senilai Rp. 15.017.000. Pada bulan (02) februari penjualan pakaian sebanyak 127 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 10.168.674. Pada bulan (03) maret penjualan pakaian sebanyak 126 unit sehingga titik impas senilai Rp. 10.656.565. Pada bulan (04) april penjualan pakaian sebanyak 139 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 11.451.831. Pada bulan (05) mei penjualan pakaian sebanyak 225 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 20.795.273. Pada bulan (06) juni penjualan pakaian sebanyak 348 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 37.760.000. Pada bulan (07) juli penjualan pakaian sebanyak 129 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 11.562.151. Pada bulan (08) agustus penjualan pakaian sebanyak 189 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 18.941.254. Pada bulan (09) september penjualan pakaian sebanyak 228 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 25.680.683. Pada bulan (10) oktober penjualan pakaian sebanyak 1.394 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 115.224.347. Pada bulan (11) november penjualan pakaian sebanyak 132 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 11.993.293. Pada bulan (12) desember penjualan pakaian sebanyak 84 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 7.644.927.

Penurunan jumlah BEP dalam pakaian maupun rupiah dimulai pada mulai bulan desember titik impas 84 unit dengan senilai Rp. 7.644.927 di sebabkan oleh faktor perubahan biaya variabel dari bulan sebelumnya. Sementara peningkatan total penjualan yang juga mempengaruhi biaya tetap dan biaya variabel yang meningkat pada bula oktober turut merubah titik impas pakaian 1.394 unit atau senilai Rp. 115.224.347.

Fluktuasi titik impas maupun rupiah penjualan pakaian UD. Chandra Amandraya terjadi setiap bulan pada tahun 2019 disebabkan oleh perubahan jumlah pembelian konsumen, sehingga perubahan total penjualan unit setiap bulan akan mempengaruhi titik pokok penjualan pakaian tersebut.

4.3.2 Perencanaan laba UD. Chandra Amandraya

Perencanaan laba memiliki kegunaan yaitu sebagai dasar untuk menyusun anggaran yang akan diproduksi karena jumlah yang akan diproduksi oleh UD. Chandra ditentukan oleh berapa banyak UD. yang bersangkutan mampu menjual produk tersebut. Berdasarkan data jumlah pakaian yang dihasilkan, data biaya tetap dan biaya variabel pakaian wanita dan laki-laki selama 12 bulan pada tahun 2019, maka dapat dilakukan perhitungan penjualan yang diperoleh UD. Chandra Amandraya selama proses penjualan. Berdasarkan perhitungan penjualan pada lampiran 2 diperoleh data informasi penjualan UD. Chandra Amandraya selama 12 bulan pada tahun 2019 sebagai berikut.

Tabel 4.3

Perolehan Penjualan Pakaian UD. Chandra Amandaraya

No.	Bulan	BEP pakaian/Unit	Penjualan Rupiah	Persentase %
1	Januari	181 unit	16.797.153	16%
2	Februari	142 unit	11.373.493	11%
3	Maret	141 unit	11.919.191	11%
4	April	155 unit	12.808.863	12%
5	Mei	252 unit	23.308.641	23%
6	Juni	252 unit	23.308.641	23%
7	Juli	145 unit	12.932.074	12%
8	Agustus	211 unit	21.185.478	21%
9	September	322 unit	28.723.418	28%
10	Oktober	1.559 unit	128.876.521	128%
11	November	148 unit	13.347.190	13%
12	Desember	94 unit	8.549.433	8%

Sumber: Hasil olahan peneliti 2020, (lampiran 7)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diperoleh informasi bahwa pendapatan laba selama 12 bulan pada tahun 2019 di analisis berfluktuasi. Pada bulan januari dengan total penjualan pakaian 181 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 16.797.153. Pada bulan februari dengan total penjualan pakaian 142 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 11.373.493. Pada bulan maret dengan total penjualan pakaian 181 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 11.919.191. Pada bulan april dengan total penjualan pakaian 155 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 12.808.863. Pada bulan mei dengan total penjualan pakaian 252 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 23.308.641. Pada bulan juni dengan total penjualan pakaian 252 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 23.308.641. Pada bulan juli dengan total penjualan pakaian 145 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 12.932.074. Pada bulan agustus dengan total penjualan pakaian 211 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 21.185.478. Pada bulan september dengan total penjualan pakaian 322 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 28.723.418. Pada bulan oktober dengan total penjualan pakaian 1.559 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 128.876.521. Pada bulan november dengan total penjualan pakaian 148 unit UD. Chandra masih mendapatkan keuntungan pada penjualan sebesar Rp. 13.347.190, peningkatan penjualan tersebut terlihat pada permintaan pembelian konsumen pada pakaian. Pada bulan desember dengan total penjualan pakaian 94 unit UD. Chandra masih mendapatkan kerugian pada penjualan sebesar Rp. 8.549.433 dari biaya tetap yang dibebankan pada total biaya penjualan yang dihasilkan lebih tinggi dari bulan sebelumnya.

4.4.1 Perbedaan Penelitian Saat ini dengan Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Persamaan Hasil	Perbedaan Hasil
1.	Analisis Break Even Terhadap Perencanaan Laba PR. Kreatifa Hasta Mandiri Yogyakarta	Berdasarkan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki persamaan dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.	Break even point total perusahaan atau penjualan yang harus dipertahankan perusahaan agar tidak mengalami kerugian adalah sebesar 8,7 M. Dan penjualan minimal atau margin of safety total yang harus dijual perusahaan sebesar 34% atau setara dengan 7,3 M.
2	Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi Kasus Pada Perhutani Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014).	Berdasarkan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki persamaan dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.	Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tidaklah ada persamaan dengan hasil penelitian sekarang dengan nilai yang berbeda. Penelitian terdahulu hasil break even point mix sebesar 43,8 M. Margin of safety penjualan produk tersebut sebesar 50,51%. Oleh karena perusahaan menginginkan kenaikan laba pada tahun 2015 sebesar 11,5 M maka break even point yang harus dicapai perusahaan sebesar 1.695.576,41 lembar atau sebesar 88,6 M.
3	Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Pabrik Gula Ngadiredjo Kediri	Berdasarkan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki persamaan dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.	Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tidaklah ada persamaan dengan hasil penelitian sekarang dengan nilai yang berbeda. Penelitian terdahulu hasil dari analisis

			yang telah dilakukan adalah break even point perusahaan pada tahun 2013 sebesar 130,2 M atau 325.522 kuintal.
4	Analisis Break Even Point Sebagai Alat Untuk Merencanakan Laba Perusahaan (Studi Pada Koperasi Sari Apel Brosem Periode 2011-2013)	Berdasarkan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki persamaan dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.	Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tidaklah ada persamaan dengan hasil penelitian sekarang dengan nilai yang berbeda. Penelitian terdahulu hasil dari penelitian dan perhitungan yang telah dilakukan adalah break even point pada tahun 2014 adalah sebesar 732,2 Mdengan margin of safety sebesar 55,02%. Perencanaan penjualan minimal keuntungan yang diharapkan sebesar Rp. 1.627 Juta tercapai sebesar Rp. 1.619 Juta.
5.	Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Industri Kecil Tegel di Kecamatan Pedurungan Periode 2004-2008 (Studi Kasus Usaha Manufaktur)	Berdasarkan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki persamaan dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.	Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tidaklah ada persamaan dengan hasil penelitian sekarang dengan nilai yang berbeda. Penelitian terdahulu Hasil dari penelitian dan perhitungan yang telah dilakukan adalah break even point pada tahun 2014 adalah sebesar 732,2 Mdengan margin of safety sebesar 55,02%. Perencanaan penjualan minimal keuntungan yang diharapkan sebesar Rp. 1.627 Juta

			tercapai sebesar Rp. 1.619 Juta.
--	--	--	----------------------------------

E. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dalam skripsi ini, maka peneliti menyimpulkan bahwa mengalami fluktuasi titik impas maupun rupiah penjualan pakaian UD. Chandra Amandraya terjadi setiap bulan pada tahun 2019 disebabkan oleh perubahan jumlah pembelian konsumen, sehingga perubahan total penjualan unit setiap bulan akan mempengaruhi titik pokok penjualan pakaian. Hal ini dapat diuraikan dibawah ini:

1. Pada bulan januari yang terjual sebanyak 161 unit atau senilai Rp. 15.017.000. Pada bulan (02) februari penjualan pakaian sebanyak 127 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 10.168.674. Pada bulan (03) maret penjualan pakaian sebanyak 126 unit sehingga titik impas senilai Rp. 10.656.565. Pada bulan (04) april penjualan pakaian sebanyak 139 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 11.451.831. Pada bulan (05) mei penjualan pakaian sebanyak 225 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 20.795.273. Pada bulan (06) juni penjualan pakaian sebanyak 348 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 37.760.000. Pada bulan (07) juli penjualan pakaian sebanyak 129 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 11.562.151. Pada bulan (08) agustus penjualan pakaian sebanyak 189 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 18.941.254. Pada bulan (09) september penjualan pakaian sebanyak 228 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 25.680.683. Pada bulan (10) oktober penjualan pakaian sebanyak 1.394 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 115.224.347. Pada bulan (11) november penjualan pakaian sebanyak 132 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 11.993.293. Pada bulan (12) desember penjualan pakaian sebanyak 84 unit sehingga titik impas UD. Chandra senilai Rp. 7.644.927.
2. Penurunan jumlah BEP dalam pakaian maupun rupiah dimulai pada bulan desember titik impas 84 unit dengan senilai Rp. 7.644.927 di sebabkan oleh faktor perubahan biaya variabel dari bulan sebelumnya. Sementara peningkatan total penjualan yang juga mempengaruhi biaya tetap dan biaya variabel yang meningkat pada bula oktober turut merubah titik impas pakaian 1.394 unit atau senilai Rp. 115.224.347.

DAFTAR PUSTAKA

Bustami dan Nurlela. 2009. *Akuntansi Biaya, Melalui pendekatan manajerial, edisi pertama*. Jakarta. Mitrawacana Media

- Carter, William. K., Usry, Milton. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi Ketigabelas. Buku Satu. Salemba Empat. Jakarta.
- Choiriyah, et al. 2016. *Analisis Break Event Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi Kasus Pada Perhutani Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 1, No. 3
- Jalaluddin, et al. 2014. *Analisis Break Event Point Sebagai Alat Untuk Merencanakan Laba Perusahaan (Studi Pada Koperasi Sari Apel Brosem Periode 2011-2013)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 1, No. 4
- Kasmir. 2014. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua, Penerbit Kencana Jakarta.
- Munawir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Jogjakarta.
- Malombake. 2013. *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pt. Hadji Kalla (Kalla Toyota) Cabang Poso*. *Jurnal Keuangan*.
- Martunus. 2013. *Analisis Break Event Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Industri Kecil Tegel di Kecamatan Pedurungan Periode 2004-2008 (Studi Kasus Usaha Manufaktur)*. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 13, No. 1
- Noor. 2011. *Analisis Break Even Point Terhadap Penjualan Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pt. Putri Salju Karanganyar*. *Jurnal Keuangan* Vol. 3 No. 5.
- Nugroho. *Analisis Break Even Point Terhadap Penjualan Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pt. Putri Salju Karanganyar*. *Jurnal Keuangan* Vol. 3 No. 5.
- Harahap. 2007. *Analisis Break Event Point*, Penerbit BPFE, Yogyakarta