

ANALISIS COST VOLUME PROFIT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA UKM BALIKPAPAN

Siti Rahmayuni¹⁾ dan Risky Masmuddin²⁾

^{1,2}Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan

^{1,2}Jl. Guntur Damai Kalimantan Timur, Balikpapan, 76123

E-mail : sitirahmayuni@stie-balikpapan.ac.id¹⁾, riskymasmuddin@stiepan.ac.id²⁾

ABSTRAK

Perkembangan akan dunia usaha sungguhlah pesat, seiring perkembangan pesat tersebut persaingan makin meningkat, baik perusahaan yang bergerak pada usaha kecil menengah maupun perusahaan yang go public, Usaha yang harus dilakukan dalam mengatasi hal tersebut adalah membuat perencanaan laba, Perencanaan laba memiliki hubungan yang erat dengan volume penjualan, hasil penjualan, biaya produksi serta biaya operasi perusahaan. Analisis biaya volume laba akan memudahkan perusahaan dalam menentukan target pendapatan dan jumlah biaya yang dikeluarkan dalam upaya mencapai laba yang telah ditentukan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk merencanakan laba dengan menggunakan Analisis Biaya-Volume-Laba pada UKM Balikpapan, Untuk mengetahui berapa penjualan yang harus dipertahankan UKM agar tidak mengalami kerugian, metode penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang didapat melalui observasi dan wawancara serta metode pengolahan data dengan mengumpulkan data mulai dari bahan baku sampai dengan gaji karyawan dan menghitungnya untuk mendapatkan seberapa besar Break Event Poin yang harus didapat, penghitungan Break Even Poin yaitu total revenue dan total cost harus sama, atau dapat juga dihitung dengan rumus Fixed Cost dibagi price dikurangi Variabel Cost, pada pembahasan penelitian didapat beberapa penghitungan Break Event Poin yaitu menghitung titik impas pada jumlah unit, kemudian jumlah rupiah agar para pemilik usaha mengetahui seberapa besar modal yang harus dikeluarkan dan seberapa besar penjualan yang harus dilakukan, adapun hasil penelitian ini adalah Untuk mengembalikan modal usaha maka setiap pengusaha UKM dengan menjual barang produksinya atau barang dagangannya berdasarkan jumlah yang ditentukan dan dapat menargetkan laba yang diinginkan, Dan dengan hasil penelitian ini didapat beberapa UKM yang mengalami peningkatan pada pendaptannya sehingga berpengaruh terhadap laba

Kata Kunci: Break Even Point, UKM, Profit, Cost, Volume

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha sangat pesat sehingga setiap usaha dituntut untuk mempunyai target atau tujuan yang akan dicapai setiap periode. Usaha yang harus dilakukan dalam mengatasi hal tersebut adalah membuat perencanaan laba. Dalam melakukan perencanaan, perusahaan sudah menyadari akan segala resiko dan kesulitan yang akan dihadapi dan bisa terjadi sewaktu-waktu. Dalam mengatasi semua masalah tersebut, pihak manajemen harus memiliki kemampuan yang tinggi dalam melihat segala kemungkinan dan kesempatan yang akan datang yang dimulai dari sejak awal untuk mendapatkan tujuan, baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Perencanaan laba memiliki hubungan yang erat dengan volume penjualan, hasil penjualan, biaya produksi serta biaya operasi perusahaan. Apabila kondisi perusahaan dan perekonomian mengalami perubahan maka perlu dilakukan analisis dalam merealisasikan laba yang telah direncanakan agar tidak menyimpang dari teknik perencanaan yang digunakan. Teknik perencanaan yang dapat digunakan yaitu dengan analisis cost volume profit. Dimana analisis ini memberikan informasi mengenai besarnya penjualan yang harus dicapai.

Analisis tersebut akan menghasilkan nilai titik impas (break even point, BEP). Analisis cost volume profit

akan memudahkan perusahaan dalam menentukan target pendapatan dan jumlah biaya yang dikeluarkan dalam upaya mencapai laba yang telah ditentukan tersebut.

Pentingnya metode dalam penghitungan BEP untuk kemajuan suatu usaha sangat dibutuhkan karena banyaknya UKM di Balikpapan belum melakukan metode tersebut sehingga sering kali pengusaha UKM tidak mengetahui besaran labanya.

Seung (2015) Cost-Volume-Profit Analysis for a Multi-Product Company: Micro Approach dengan hasil penelitian analisis CVP untuk perusahaan multi-produk perlu mengambil langkah ekstra untuk menggambarkan. Untuk kasus perusahaan multi-produk yang memiliki rasio penjualan campuran di antara produk mereka, penelitian ini mengembangkan pendekatan mikro untuk penanganan

desimal, jika muncul, ketika perusahaan menemukan titik impas dan laba target titik. Studi ini mencontohkan bagaimana pendekatan yang dikembangkan mendapatkan jawaban yang lebih dekat dengan titik impas dan target laba dari pada pendekatan yang ada.

Dewi, Ardina, Suardani (2018) Cost-Volume-Profit (CVP) Analysis as a Profit Planning of Tour Packages at PT Tour East Indonesia, Denpasar dengan hasil menunjukkan bahwa analisis biaya-volume-laba (CVP) dapat membantu manajemen dalam perencanaan laba

dan juga memberikan informasi tentang nilai jual impas dari paket wisata untuk 2018 sebesar Rp. 5.915.226.769 atau 1.352 pax atau 27% dari penjualan dianggarkan pada tahun 2018. Jika perusahaan ingin mencapai target laba 20% dari laba tahun 2017, maka volume penjualan paket wisata yang harus dicapai adalah Rp. 27.753.815.507. Tingkat keamanan penjualan perusahaan menurun sehingga tidak menderita kerugian pada 2018 sebesar 73%.

Enkeleda, Etem Iseni (2018) *Role of Analysis CVP (Cost-Volume-Profit) as Important Indicator for Planning and Making Decisions in the Business Environment* penelitian menunjukkan bahwa jumlah produk yang dihasilkan berpengaruh positif terhadap nilai penjualan ke perusahaan jasa dan meningkatkan laba ke lingkungan bisnis manufaktur, juga ada hubungan penting antara produksi dan penjualan, dan analisis CVP berkontribusi terhadap pertumbuhan profitabilitas dan impas dalam bisnis lingkungan Hidup. Jadi, sebagai kesimpulan berdasarkan hasil yang ditemukan dari penelitian, analisis biaya-volume-laba harus digunakan untuk membuat keputusan, karena ambang risiko jelas menurun dengan melakukan analisis tersebut. Besar permintaan dari perusahaan jasa untuk produk yang secara signifikan meningkatkan laba dan memproduksi hingga manufaktur Perusahaan

Jhemeje, Geff, Bashir, Ogungbangbe (2015) *Cost-Volume-Profit Analysis And Decision Making In The Manufacturing Industries Of Nigeria* dengan Hasil penelitian mengungkapkan bahwa nilai penjualan suatu produk dan jumlah produk yang diproduksi memiliki efek positif terhadap laba yang dihasilkan pada produk tersebut, juga bahwa ada hubungan yang signifikan antara biaya produksi dan laba. Urutan ulang dan kuantitas pesanan ekonomi juga ditentukan sebagai dasar untuk menilai peluang pengambilan keputusan. Berdasarkan hasil, peneliti merekomendasikan bahwa industri manufaktur harus selalu mengadopsi analisis laba volume biaya dalam pengambilan keputusan mereka.

Vedat Ekergil (2017) *Use of Cost-Volume-Profit Analysis Technique in Customer Profitability Analysis and Model Suggestion for Businesses* dengan hasil penelitian bahwa total keuntungan dari pelanggan yang menguntungkan sangat banyak, total laba yang terkait dengan produk. Telah ditentukan bahwa penyebab Perbedaannya adalah karena hilangnya pelanggan yang tidak menguntungkan. Dengan melakukan berbasis pelanggan analisis biaya-volume-laba; peningkatan berkelanjutan dalam kebijakan penjualan dan diskon untuk dibuat agar pelanggan bisa tercapai. Selain itu, manajemen manajer bisa direalisasikan dengan bantuan model ini dengan menyelamatkan manajemen dari manajemen dari pelanggan.

2. RUANG LINGKUP

1. Cakupan permasalahan.
 - 1) Berapa besar titik impas (BEP) yang di dapat pada produksi UKM
 - 2) Berapa jumlah produksi yang harus dicapai untuk mendapatkan laba
2. Batasan-batasan penelitian.
Penelitian ini di batasi dengan penghitungan BEP dan laba yang dicapai UKM
3. Rencana hasil yang didapatkan
Memberi penjelasan kepada UKM cara menghitung BEP dan Laba untuk setiap produk yang dihasilkan

3. BAHAN DAN METODE

Metode yang dipakai dalam penulisan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif, ialah menjelaskan hasil penelitian yang berupa data transaksi yang berhubungan dengan biaya. Data berupa kumpulan biaya-biaya dan pendapatan UKM untuk menghitung jumlah BEP yang didapat

Sugiyono (2015) pengertian deskriptif adalah Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya

3.1 Pengertian Biaya

Mulyadi (2015) "Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu."

Abdullah (2012) yaitu "Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi".

Siregar dkk (2014) yaitu "Cost adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

3.2 Analisis CVP (Cost – Volume- Profit)

Blocher, dkk, (2011) Analisis biaya-volume-laba (cost-volume-profit- CVP Analysis) merupakan suatu metode untuk menganalisis bagaimana pengaruh keputusan operasi dan pemasaran terhadap laba berdasarkan pemahaman atas hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output

Analisis Cost – Volume - Profit adalah kunci untuk memahami perilaku biaya. Manajer menggunakan analisis biaya-volume-laba untuk mendorong keputusan mereka dan semuanya strategis. Orang harus ingat bahwa pelanggan adalah dasar untuk operasi bisnis. Antara pelanggan menuntut kebutuhan dan menarik barang dari

perusahaan atau perusahaan temukan kebutuhan dan dorong barang ke pelanggan.

Perusahaan mengukur profitabilitas produk dengan menghitung biaya barang yang dijual saat menentukan total profitabilitas. Ini mengarahkan perusahaan untuk mengevaluasi yang menguntungkan dan tidak menguntungkan pelanggan bersama. Investasi yang dilakukan untuk pelanggan nirlaba, mengurangi profitabilitas dan efisiensi perusahaan dengan meningkatkan biaya. Ini Intinya, menjadi lebih penting untuk mengukur profitabilitas pelanggan. Ini adalah titik awal untuk mengidentifikasi pertanyaan penelitian untuk penelitian ini. Dalam studi ini, pertama, analisis biaya-volume-laba-laba berbasis-produk dan kemudian-laba-laba berbasis-pelanggan analisis diperiksa

3.3 Perencanaan Laba

Mulyadi (2015) Perencanaan laba yang baik dan cermat tidak mudah karena teknologi berkembang dengan cepat dan faktor sosial, ekonomi politik berpengaruh kuat dalam dunia usaha. Perencanaan laba menurut Mulyadi adalah proses pembuatan rencana kerja untuk jangka waktu satu tahun, yang dinyatakan dalam satuan moneter dan satuan kuantitatif yang lain.

3.4 Manfaat Perencanaan Laba

Menurut Garrison (2008) analisis perencanaan laba dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Menurut Horngren, et al (2008:80) analisis sensitivitas adalah teknik "bagaimana jika (what-if) yang digunakan manajer untuk menguji bagaimana akibatnya jika prediksi data awal tidak tercapai atau jika asumsi yang mendasarinya berubah.

3.5 Analisis Break Even Point (Titik Impas)

Menurut Hansen dan Mowen (2005), analisis impas merupakan "suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak mengalami kerugian, tetapi juga belum memperoleh laba." Dengan adanya analisis impas ini, perusahaan dapat mudah melakukan pengawasan volume penjualan dalam mencapai target laba yang ditentukan.

4. PEMBAHASAN

Analisis titik impas merupakan suatu alat yang sering digunakan oleh manajemen di dalam pengambilan keputusan atas masalah yang berkaitan dengan harga, biaya, volume produksi dan penjualan serta keuntungan. Untuk mengetahui pada volume (jumlah) penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba. Berikut disajikan tabel data penjualan beberapa UKM.

4.1 Usaha Keripik Singkong Pedas

Tabel 1. Total Cost Keripik Singkong Pedas

No	Keterangan	Harga
1	Singkong	250000
2	Gula Merah	60000
3	Cabai Rawit	60000
4	Cabai Merah	120000
5	Bawang Merah	38000
6	Bawang Putih	50000
7	Garam	5000
8	Minyak Goreng	75000
9	Gas 3 Kg	20000
10	Air Galon	12000
11	Plastik Es	10000
	Total	700000

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} & \\
 \text{TR} & = \text{TC} \\
 4.000 \times Q & = 700.000 \\
 Q & = \frac{700.000}{4.000} \\
 Q & = 175 \\
 \text{BEP Rupiah} & = 4.000 \times 175 \\
 & = 700.000
 \end{aligned}$$

Bila menginginkan laba sebesar 25 % maka besarnya penjualan adalah;

$$4.000 \times 175 + 25 \% = 875.000 \text{ sehingga harus menjual sebanyak } 218,75 \text{ pcs}$$

4.2 Usaha Minuman Dot

Tabel 2. Total Cost Minuman Dot

No	Keterangan	Harga
1	Botol Dot	9900000
2	Susu	2400000
3	Gula	252000
4	Bubuk	2475000
5	Air Galon	165000
6	Biaya Lain lain	4100000
	Total	19292000

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} & \\
 \text{TR} & = \text{TC} \\
 25000 \times Q & = 19292000 \\
 Q & = \frac{19292000}{25.000} \\
 Q & = 771,68 \\
 \text{BEP Rupiah} & = 25.000 \times 771,68 \\
 & = 19.292.000
 \end{aligned}$$

Perencanaan Laba Bila menginginkan laba sebesar 25 % maka besarnya penjualan adalah:

$25.000 \times 771.68 + 25 \% = 24.115.000$ sehingga harus menjual sebanyak 964,65 pcs

4.3 Usaha Keripik Kentang Pedas

Tabel 3 Total Cost Keripik Kentang Pedas

No	Keterangan	Harga
1	Kentang	1375000
2	Gula Merah	300000
3	Cabai Merah	340000
4	Cabai Rawit	312000
5	Kacang Tanah	187000
6	Bawang Merah	225000
7	Bawang Putih	237500
8	Garam	7000
9	Minyak Goreng	750000
10	Gas 3 kg	264000
11	Air Galon	12000
12	Toples	1250000
13	Sticker	200000
14	Isolasi	50000
15	Transport	300000
16	Tas Kresek	20000
17	Pegawai	1000000
	Total	6829500

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{TC} \\ \text{TR} &= 6829500 \\ 25000 \times Q &= 6829500 \\ Q &= \frac{6829500}{25.000} \\ Q &= 273,18 \\ \text{BEP Rupiah} &= 25.000 \times 273,18 \\ &= 6829500 \end{aligned}$$

Bila menginginkan laba sebesar 25 % maka besarnya penjualan adalah:

$25.000 \times 273,18 + 25 \% = 8.536.875$ sehingga harus menjual sebanyak 341.475 pcs

4.5 Usaha Salome

Tabel 4 . Total Cost Salome

No	Keterangan	Harga
1	Ayam	55000
2	Daging	40000
3	Jasa Giling	59000
4	Tahu	10000
5	Cabai	22000
6	Gula 1 Kg	14000
7	Kacang Tanah 1 Kg	25000

8	Tepung kanji	5000
9	Gas 3 Kg	22000
10	Plastik Es	7000
11	Bawang Putih	20000
12	Kecap Manis	13000
13	Saos Tomat	10000
14	Kendaraan	6000000
15	Rombong	2000000
16	Gaji Pegawai	800000
	Total	9.122.000

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{TC} \\ \text{TR} &= 9.122.000 \\ 5000 \times Q &= 9.122.000 \\ Q &= \frac{9.122.000}{5.000} \\ Q &= 1.824,4 \\ \text{BEP Rupiah} &= 5000 \times 1824,4 \\ &= 9.122.000 \end{aligned}$$

Bila menginginkan laba sebesar 25 % maka besarnya penjualan adalah:

$5.000 \times 1824,4 + 25 \% = 11.402.500$ sehingga harus menjual sebanyak 2.280,5 pcs

4.6 Usaha Keripik Tempe

Tabel 5 Total Cost Keripik Tempe

No	Keterangan	Harga
1	Tempe	600000
2	Minyak Goreng	125000
3	Tepung Tapioka	80000
4	Garam	1000
5	Plastik Es	12000
6	Biaya Lain-lain	100000
7	Gaji Karyawan	800000
	Total	998000

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{TC} \\ \text{TR} &= 998.000 \\ 12500 \times Q &= 998.000 \\ Q &= \frac{998.000}{12.500} \\ Q &= 79,84 \\ \text{BEP Rupiah} &= 12.500 \times 79,84 \\ &= 998.000 \end{aligned}$$

Bila menginginkan laba sebesar 25 % maka besarnya penjualan adalah:

$12.500 \times 79,84 + 25 \% = 1.247.500$ sehingga harus menjual sebanyak 99.8 pcs

5 KESIMPULAN

Untuk mengembalikan modal usaha maka setiap pengusaha UKM menjual barang produksinya atau barang dagangannya berdasarkan jumlah yang ditentukan dan dapat menargetkan laba yang diinginkan.

Usaha keripik singkong pedas menggunakan biaya sebesar Rp 700.000 dengan harga jual sebesar Rp 4.000 sehingga untuk berada pada titik impas pihak pengusaha harus menjual sebanyak 175 pcs

Usaha minuman DOT menggunakan biaya sebesar Rp 19.292.000 dengan harga jual sebesar Rp 25.000 sehingga untuk berada pada titik impas pihak pengusaha harus menjual sebanyak 771,68 pcs

Usaha Keripik Kentang Pedas menggunakan biaya sebesar Rp 6.829.500 dengan harga jual sebesar Rp 25.000 sehingga untuk berada pada titik impas pihak pengusaha harus menjual sebanyak 273,18 pcs

Usaha Salome menggunakan biaya salome sebesar Rp 9.122.000 dengan harga jual sebesar Rp 5000 sehingga untuk berada pada titik impas pihak pengusaha harus menjual sebanyak 1.824,4 pcs

Keripik Tempe menggunakan biaya sebesar Rp 998.000 dengan harga jual sebesar Rp 12.500 sehingga untuk berada pada titik impas pihak pengusaha harus menjual sebanyak 79,84 pcs

Keripik Tempe biaya yang digunakan sebanyak Rp 918.000 dengan harga jual Rp 12000 dan untuk BEP nya pengusaha harus menjual sebanyak 76,5 bungkus keripik

6 SARAN

Setiap UKM sebaiknya menggunakan analisis Volume Cost dan Profit untuk menentukan BEP, dan pencapaian tujuan untuk besaran laba harus mengetahui jumlah produksi dengan harga jual produknya

Dalam melakukan transaksi sebaiknya setiap UKM dapat membuat laporan keuangan sehingga mempermudah UKM dalam menghitung laba penjualan.

7 DAFTAR PUSTAKA

- Blocher., Edward J. Stout., David E dan Cokins., Gary, 2011. Manajemen Biaya. Edisi Kelima. Buku Satu. Salemba Empat. Jakarta
- Carter, William.K, dan Milton F. Usry, 2016. Akuntansi Manajemen. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta
- Dewi, Ardina, Suardani, .2018. Cost-Volume-Profit (CVP) Analysis as a Profit Planning of Tour Packages at PT Tour East Indonesia, Denpasar. Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance, and Tax, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 7-13
- Enkeleda .2018. Role of Analysis CVP (Cost-Volume-Profit) as Important Indicator for Planning and Making Decisions in the Business Environment European Journal of Economics and Business Studies p 104
- Ekergil .2017. cost-volume-profit analysis on the basis of the product mix generated by each

- customer's Journal of Business Research-Türk. P 488
- Hongren, Charles T., Datar, Srikant M., dan Foster, 2018. Akuntansi Biaya Penekanan Manajerial, Jilid 1. Edisi Kesebelas. Indeks. Jakarta
- Ihemeje .2015. Cost-volume-profit Analysis and Decision Making in the Manufacturing Industries of Nigeria Journal of International Business Research and Marketing p 7-15
- Kasmir. 2010. Aanalisis Laporan Keuangan.ed.2. Yogyakarta: BPFE Group
- Mulyadi, 2010. Akuntansi Biaya. Edisi Empat. BPFE. Yogyakarta
- Seung 2015. Cost-Volume-Profit Analysis for a Multi-Product Company: Micro Approach International Journal of Accounting and Financial p23
- Sugiyono. 2008. *Metodologi penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.