

BAB II

LANDASAN TEORI

A. PENGERTIAN-PENGERTIAN DAN PENTINGNYA ANALISA

Sebelum menampilkan pembahasan secara rinci, maka terlebih dahulu penulis akan mengetengahkan arti dan pentingnya analisa penjualan impas (break event point) yang bertitik tolak dari pendapat para pakar yang diambil dari berbagai referensi.

1. Pengertian Analisis Penjualan Impas (Break Event Point)

Analisis penjualan impas adalah suatu cara yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk menentukan berapa volume penjualan yang harus tercapai, agar perusahaan dalam kondisi impas, yaitu suatu keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh laba tetapi tidak menderita kerugian. Suatu tingkat atau titik dari volume penjualan yang demikian sering diterjemahkan dalam istilah "Break-Event". Untuk itu penulis akan menguraikan tentang analisa penjualan impas menurut pernyataan para pakar.

Menurut Drs. Bambang Riyanto, dalam buku "Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan" mengetengahkan bahwa :

Analisis Break Event yaitu suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. 1)

1) Drs. Bambang Riyanto; Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Penerbit BPFE Gadjah Mada, Yogyakarta, 1995, hal 291.

Adapun menurut Drs. Soehardi Sigit dalam bukunya "Analisis Break Event" mengemukakan bahwa :

Suatu perusahaan dikatakan Break Event (BE) apabila setelah dibuat perhitungan rugi-laba dari suatu periode kerja atau dari suatu kegiatan usaha tertentu, perusahaan itu tidak memperoleh laba, tetapi juga tidak menderita kerugian. 2)

Sedangkan menurut Drs. S. Munawir, dalam buku "Analisa Laporan Keuangan" mengemukakan bahwa :

Break Event dapat diartikan suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (Penghasilan sama dengan total biaya) . 3)

Dalam kondisi break event point perusahaan tidak laba dan tidak menderita rugi. Dapat pula dikatakan bahwa laba atau ruginya adalah nol. Jika perusahaan itu memperoleh hasil dari penjualan atau seluruh penghasilan dijumlahkan, jumlah itu sama besar dengan seluruh biaya yang telah dikorbankan. Jadi seluruh biaya penghasilan sama besar dengan biayanya. Tetapi analisa break event tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang break event saja, akan tetapi analisa break event mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.

-
- 2) Drs. Soehardi ; Analisa Break Event , edisi ketiga, Penerbit BPFE Gajah Mada, Yogyakarta, April 1995, hal 1.
 - 3) Drs. S. Munawir ; Analisa Laporan Keuangan , edisi ketiga cetakan pertama, Penerbit LIBERTY, YOGYAKARTA, 1988, hal 184-185.

2. Pentingnya Analisa Penjualan Impas

Penjualan impas sebagai topik yang ingin disajikan oleh penulis karena menurut pemikiran penulis topik itu memiliki arti penting. Untuk itulah penulis mengetengahkan betapa pentingnya penjualan impas.

Dalam rangka perencanaan keuangan perusahaan maka pimpinan perusahaan harus mampu mengidentifikasi berapa volume produk terjual, sehingga perusahaan berada dalam keadaan impas, artinya total pendapatan yang diperoleh sama dengan total biaya yang menjadi beban perusahaan. Oleh karena itulah analisa penjualan impas (Break Event Point) merupakan analisa yang sangat penting.

Menurut J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland, menyebutkan beberapa hal manfaat analisa break event antara lain ; dapat dipakai dalam penetapan harga, pengendalian biaya dan keputusan tentang program ekspansi. 4)

Sedangkan menurut J. Fred. Weston dan Eugene F. Brigham, menyebutkan manfaat analisa penjualan impas antara lain :

- Dapat membantu membuat sejumlah keputusan usaha yang penting.
- Pengambilan keputusan atas produk yang baru.
- Membantu dalam menentukan volume penjualan yang diperlukan untuk memperoleh keuntungan.
- Memberikan suatu kerangka yang luas untuk mempelajari akibat-akibat dari suatu pembangunan umum didalam tingkat operasi. 5)

4) J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland; op-cit, hal 309.

5) J. Fred Weston dan Eugene F. Brigham ; Manajemen Keuangan Jilid I, yang diterjemahkan oleh Djoerban Wahid, SH dan Drs. Ruchayat Kosasih, Penerbit Erlangga, Jakarta 1985, hal 202.

Begitu pula menurut Drs. Syafaruddin Alwi, dalam bukunya "Alat-alat Analisa Dalam Pembelanjaan". Yang mengemukakan manfaat analisa Break Event Point untuk membantu pimpinan dalam mengambil keputusan seperti :

- Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
- Seberapa jauhkah, kekurangannya penjualan agar perusahaan tidak merugi.
- Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang akan diperoleh. 6)

Beranjak dari pendapat para pakar tersebut, penulis berkesimpulan bahwa manfaat dan pentingnya analisa break event point antara lain adalah :

- 1) Bermanfaat dalam menentukan target penjualan baik dalam bentuk unit maupun dalam bentuk rupiah , untuk menutup total biaya dalam mencapai laba tertentu.
- 2) Bermanfaat dalam menetapkan harga penjualan per unit.
- 3) Bermanfaat dalam pengendalian biaya tetap ataupun biaya variabel dalam perusahaan.
- 4) Bermanfaat untuk mengetahui hubungan yang ada dari tingkat kegiatan, biaya dan pendapatan yang ada dalam perusahaan.

Disamping peranan manfaat analisa penjualan impas sebagaimana tersebut diatas, analisa ini juga dapat dipergunakan oleh pihak manajemen perusahaan dalam mengadakan pengukuran dan evaluasi

6) Drs. Syafaruddin Alwi; Alat-alat Analisa Dalam Pembelanjaan, edisi revisi, Penerbit Andi Offset Yogyakarta 1986, hal 175.

baik terhadap kegiatan yang sudah dilaksanakan maupun kegiatan yang sedang direncanakan oleh pihak manajemen perusahaan yang bersangkutan.

Lebih-lebih dewasa ini dimana terdapat cukup banyak industri, sehingga persaingan antar perusahaan tersebut semakin ketat, maka masalah analisa penjualan impas dari masing-masing perusahaan semakin mendapat perhatian yang cukup besar dari manajemen perusahaan tersebut. Kondisi semacam ini akan mendorong pihak manajemen perusahaan untuk menjadikan analisa penjualan impas sebagai alternatif untuk dipergunakan dalam mengadakan pengukuran dan evaluasi baik terhadap kegiatan yang sudah dilaksanakan dan atau kegiatan yang akan dilaksanakan oleh perusahaan yang bersangkutan tersebut.

B. Persyaratan Yang Diperlukan Dalam Analisa Titik Impas

1. Bahwa prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat (Principle of Cost variability is valid).
2. Bahwa biaya-biaya yang dikorbankan harus dapat dipisahkan menjadi dua kelompok biaya yakni biaya tetap dan biaya variabel.
3. Bahwa yang dikelompokkan sebagai biaya tetap tersebut akan tinggal konstan sepanjang kisaran periode kerja atau kapasitas produksi tertentu, artinya tidak mengalami perubahan walaupun produksi atau volume kegiatan berubah.
4. Bahwa yang dikelompokkan sebagai biaya variabel itu akan berubah sebanding dengan perubahan volume produksi yakni meningkat atau menurun secara sebanding dengan perubahan volume produksi.
5. Bahwa harga jual per unit barang itu akan tetap saja, tidak naik atau turun berapa saja jumlah barang yang dijual.

6. Bahwa tingkat harga umum tidak akan mengalami perubahan selama kisaran waktu tertentu yang dianalisa.
7. Bahwa perusahaan yang bersangkutan hanya memproduksi dan menjual satu jenis barang saja.
8. Bahwa produktifitas tenaga kerja pada perusahaan yang bersangkutan akan tinggal tetap atau tidak berubah.
9. Bahwa dalam perusahaan yang bersangkutan harus ada sinkronisasi antara volume produksi dengan volume penjualan, artinya bahwa barang yang diproduksi mesti terjual semua pada periode yang bersangkutan (tidak ada sisa atau persediaan)

C. Variabel-variabel Yang Berkaitan Dengan Analisa Penjualan Impas

Sesuai dengan pengertian dari analisa penjualan impas, tampaklah bahwa dalam analisa ini adanya hubungan antara tingkat penjualan dengan biaya-biaya yang dipikul oleh perusahaan dalam hal ini digolongkan dalam biaya tetap dan biaya variabel.

Sehubungan dengan analisa penjualan impas ini ada beberapa variabel yang terkait didalamnya yang antara lain akan dikemukakan oleh pendapat beberapa pakar.

Menurut Drs. Agus Ahyari dalam bukunya "Analisa Pulang Pokok ", mengelompokkan beberapa variabel tersebut ke dalam 3 (tiga) hal yaitu :

- a. Luas produksi atau tingkat produksi yang dilaksanakan dalam perusahaan
- b. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan
- c. Penerimaan pendapatan perusahaan. 7)

7) Drs. Agus Ahyari; Analisa Pulang Pokok, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1986 hal 3.

Sedangkan menurut J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland, mengelompokkan variabel-variabel yang berkaitan dengan analisa penjualan impas dalam 3 (tiga) kelompok yaitu :

- a. Volume kegiatan
- b. Harga jual atau pendapatan
- c. Biaya yang dikeluarkan. 8)

Beranjak dari pendapat para ahli tersebut ternyata variabel-variabel yang terkait dalam analisa penjualan impas tidaklah berbeda bahkan cenderung sama. Dengan demikian variabel-variabel dalam analisa penjualan impas menurut penulis antara lain adalah :

- a. Tingkat produksi atau kemampuan perusahaan dalam memproduksi
- b. Harga jual dari produksi yang dihasilkan atau penerimaan pendapatan operasional perusahaan.
- c. Beban biaya yang dipikul oleh perusahaan.

D. Identifikasi Biaya Variabel dan Biaya Tetap.

Untuk mengetahui lebih jauh terhadap break event point, terlebih dahulu perlu dikenali adanya biaya variabel dan biaya tetap. Hal ini penting sekali karena kedua jenis biaya inilah merupakan unsur pokok dalam perhitungan analisa penjualan impas.

8) F. Fred Weston dan Thomas Copeland, lo-cit, hal 39

Sebelum mengidentifikasi biaya tetap dan biaya variabel, terlebih dahulu kita cermati pendapat beberapa pakar terhadap pengertian kedua biaya tersebut. Menurut Drs. Syafaruddin Alwi :

- a. Biaya variabel (*variable cost*) merupakan jenis biaya yang selalu berubah sesuai dengan perubahan volume penjualan.
- b. Biaya tetap (*fixed cost*) merupakan jenis biaya yang selalu tetap dan tidak terpengaruh oleh volume penjualan melainkan dihubungkan dengan waktu (*function or time*), sehingga jenis biaya ini akan konstan selama periode tertentu. 9)

Sementara itu menurut James A. Caslin, MBA, CPA dan Ralph S.

Polimeni, Phd, CPA, dalam bukunya *Akuntansi Biaya* berpendapat :

1. Biaya variabel adalah biaya dimana total biaya cenderung berubah sesuai dengan perubahan volume penjualan atau hasil, sedangkan biaya per unit tidak berubah.
2. Biaya tetap adalah biaya dimana total biaya relatif tetap sampai dengan tingkat output tertentu, sedangkan biaya per unit berubah menurut outputnya. 10)

Didasarkan pendapat para ahli tersebut, pengertian biaya variabel dan biaya tetap dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

- a. Biaya tetap adalah suatu biaya yang secara total tetap tidak berubah walaupun ada perubahan produksi dan kegiatan dalam perusahaan.
- b. Biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan produksi dan kegiatan dalam perusahaan.

9) Drs. Syafaruddin Alwi, *op-cit*, hal 176.

10) Drs. AK. Kusnadi, Drs. Topowiyono, Drs. Ruchayat, H. A, Drs. Kusdi, Drs. Musadig, Drs. Rustam Hidayat, Penerbit Erlangga 1986, hal 27.

Untuk mengidentifikasi kedua biaya tersebut kadang-kadang tidak terlalu sulit, lebih-lebih jika dikaitkan dengan pendapat para ahli dan penulis atas pengertian kedua jenis tersebut.

Contoh biaya variabel yaitu :

- Biaya tenaga kerja langsung	
Per unit produk	Rp. 1.500
- Biaya pemakaian bahan baku	
Per unit produk	<u>Rp. 3.000</u>
Sehingga total biaya variabel adalah	Rp. 4.500

Sedangkan contoh biaya tetap antara lain misalnya :

- Penyusutan tiap tahun	Rp. 12.000.000
- Gaji karyawan 1 tahun	<u>Rp. 15.000.000</u>
Total biaya tetap 1 tahun	Rp. 27.000.000

Walaupun demikian kadang-kadang ada biaya yang naik turunnya tidak proporsional, yang berarti dalam biaya tersebut terdapat biaya tetap dan biaya variabel. Untuk mengidentifikasi biaya tersebut penulis akan menampilkan pendapat dari Drs. Gunawan Adisaputro MBA :

Menurut pakar ini ada 3 metode yaitu :

- Metode berdasarkan perkiraan langsung
- Metode titik-titik tertinggi dan terendah
- Metode Korelasi (matematis). 11)

Berdasarkan pendapat dari para pakar dalam mengidentifikasi suatu biaya ke dalam biaya variabel dan biaya tetap dapat dirinci lebih lanjut atau kurang lebih adalah sebagai berikut :

11) Drs. Gunawan Adisaputro MBA; Anggaran Perusahaan, edisi I, Penerbit BPFE, Yogyakarta 1986, hal 76.

a. Metode Berdasarkan Perkiraan langsung

Metode ini pada dasarnya hanya dipakai pada keadaan tertentu saja dimana perhitungan unsur-unsur biaya secara kuantitatif tidak dapat dilakukan karena suatu sebab. Dalam pelaksanaannya dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara yaitu : berdasarkan perkiraan pihak-pihak yang terlibat langsung dan bertanggung jawab dalam proses produksi, dan berdasarkan pada analisa data historis dan kebijaksanaan manajemen.

Pada bentuk pertama perkiraan unsur-unsur biaya sangat di titik beratkan pada kemampuan seorang industrial engineer yang betul-betul terlihat pada proses produksi, yang mencakup desain barang-barang yang dihasilkan, lay out pabrik, urutan proses produksi dan segala permasalahan maupun biaya yang berhubungan. Pada bentuk kedua perkiraan unsur-unsur biaya lebih dititikberatkan pada analisa terhadap data biaya historis, interpretasi kebijaksanaan manajemen, dan evaluasi sifat-sifat dan sebab-sebab timbulnya biaya. Cara ini dapat pula dipakai sebagai alat pembanding perkiraan biaya yang menggunakan cara terdahulu.

Perkiraan langsung terhadap unsur biaya tetap dan biaya variabel diperlukan dalam penyusunan anggaran biaya variabel yang berbentuk formula. Secara umum dapat disebutkan beberapa keadaan dimana perkiraan langsung ini layak digunakan yakni :

- 1) Suatu bagian baru saja didirikan, sehingga data historis biaya di bagian tersebut tidak tersedia atau tidak memadai.
- 2) Dilakukan kegiatan yang rutin yang dapat menimbulkan biaya yang cukup besar, umpamanya pengaturan kembali peralatan-peralatan pabrik.
- 3) Mulai dipakainya mesin baru, sehingga perusahaan bekerja dengan kapasitas baru kemungkinan pula akibatnya biaya produksi

berubah juga, dan pola biaya historis tidak cocok lagi untuk diestimasikan biaya di masa mendatang.

- 4) Terjadi perubahan pada metode produksi, akibatnya kemungkinan pola biaya berubah pula.
- 5) Terjadinya perubahan - perubahan kebijaksanaan manajemen yang mungkin dapat mempengaruhi pola biaya.

b. Metode Titik-titik Tertinggi dan Terendah.

Metode ini cenderung bersifat kuantitatif dari pada metode pertama, yang berdasarkan pada perhitungan tingkat biaya (budget) pada dua macam tingkat kegiatan tertentu. Asumsi garis lurus dipergunakan dalam perhitungan ini. Komponen biaya tetap dan variabel dihitung dengan melakukan interpolasi kedua tingkat biaya (pada kedua tingkat kegiatan) dengan dasar asumsi tersebut.

Sebagai misal, apabila kapasitas pertama dipilih yang terendah maka biaya yang terendah juga dianggap sebagai biaya pertama pula.

Sebaliknya apabila kapasitas yang tertinggi dianggap sebagai kapasitas pertama maka biaya yang pertama juga harus yang tinggi.

Hal ini tidak boleh terbalik dalam penetapan tersebut. Sebagai contoh perhitungan yang akan penulis sajikan dibawah ini :

Tabel 2 - 1

	Semester I (terendah)	Semester II (tertinggi)
Penjualan	Rp. 3.750.000.000	Rp. 15.000.000.000
Biaya terendah	Rp. 5.000.000.000	Rp. 11.000.000.000
Harga jual/unit	Rp. 375.000.000	Rp. 3.000.000.000
Unit terjual	Rp. 1.000	Rp. 4.000

Dari data tersebut diatas dapat diidentifikasi dengan metode tertinggi dan terendah sebagai berikut :

1) Menghitung biaya variabel per unit :

Keterangan	Total Biaya (Rp)	Unit Terjual
Biaya tertinggi	Rp. 11.000.000.000	4.000
Biaya terendah	Rp. 5.000.000.000	1.000
Unit terjual	Rp. 6.000.000.000	3.000

Dengan demikian biaya variabel per unit adalah:

$$\begin{aligned}
 & \text{Rp. 6.000.000.000} \\
 = & \frac{\quad}{\quad} \\
 & \quad \quad \quad 3.000 \text{ unit} \\
 = & \text{Rp. 2.000.000}
 \end{aligned}$$

2) Menghitung total biaya tetap :

$$\begin{aligned}
 \text{Total biaya pada titik terendah} & \quad \text{Rp. 5.000.000.000} \\
 \text{Total biaya variabel unit terendah} & \\
 \text{Rp. 2.000.000 X 1.000 unit} & \quad \underline{\text{Rp. 2.000.000.000}} \\
 \text{Total biaya tetap} & \quad \text{Rp. 3.000.000.000}
 \end{aligned}$$

Dengan demikian total biaya tersebut diidentifikasi ke dalam biaya tetap dan biaya variabel dalam suatu rumus :

$$Y = \text{Rp. 3.000.000.000} + \text{Rp. 2.000.000.000 (X)}$$

c. Metode Korelasi (Matematis)

Di dalam penentuan biaya tetap dan biaya variabel yang terkandung dalam total biaya dari sebuah perusahaan dengan menggunakan metode ini, total biaya digambarkan dengan garis lurus dengan bentuk umumnya sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

Y = Jumlah biaya

a = Jumlah biaya tetap

b = Biaya variabel per unit

X = Luas produksi(tingkat produksi yang dikeluarkan)

Besarnya nilai Y dan X dapat dicari dalam catatan perusahaan yang bersangkutan, karena luas produksi tertentu akan dikeluarkan biaya tertentu pula.

Dengan demikian yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah bagaimana mencari besarnya biaya tetap dan biaya variabel per unit, yang dalam hal ini diberi simbol a dan b tersebut. Untuk mencari besarnya a dan b ini akan dipergunakan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sebagai contoh perhitungan disajikan soal sebagai berikut :

PT. Nidya Rachmasari mempunyai catatan tentang total biaya yang dikeluarkan pada beberapa periode, yang menurut catatan perusahaan tersebut besarnya biaya total pada masing-masing tingkat produksi dengan data sebagai berikut :

Tabel 2 - 2

Total Biaya Yang Dikeluarkan Oleh Perusahaan

Bulan	Total Produksi (Unit)	Total Biaya (Rupiah)
Januari	44.000	875.000
Februari	41.000	850.000
Maret	45.000	875.000
April	43.000	850.000
Mei	36.000	750.000
Juni	22.000	550.000
Juli	23.000	500.000
Agustus	15.000	450.000
September	30.000	600.000
Oktober	38.000	700.000
Nopember	41.000	800.000
Desember	44.000	850.000
Jumlah	442.000	8.650.000

Dari data tersebut diatas akan kita jabarkan dalam suatu tabel untuk mempermudah mengaplikasikannya dalam rumus tersebut diatas, yaitu guna mencari nilai a (total biaya tetap) dan b (biaya variabel per unit).

Tabel 2 - 3

Cara mengidentifikasi Metode Korelasi (Matematis)

Bulan	X (unit) (Ribuan)	Y (Rp) (Ribuan)	$\sum X^2$	XY
Januari	44	875	1.936	35.500
Februari	41	850	1.681	34.850
Maret	45	875	2.025	39.375
April	43	850	1.849	36.550
Mei	36	750	1.296	27.000
Juni	22	550	484	12.100
Juli	23	500	529	1.150
Agustus	15	450	225	6.750
September	30	600	900	18.000
Oktober	38	700	1.444	26.600
Nopember	41	800	1.681	38.800
Desember	44	850	1.936	37.400
Jumlah	422	8.650	15.986	321.425

Mencari nilai a (total biaya tetap)

$$a = \frac{\sum Y - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{(15.986)(8.650) - (422)(321.425)}{12(15.986) - (178.084)} \\
 &= \frac{138.278.900 - 135.641.350}{191.832 - 178.084} = \frac{2.637.550}{13.748} \\
 &= 191.849
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \\
 &= \frac{12(321.425) - (422)(8.650)}{12(15.986) - (178.084)} \\
 &= \frac{3.857.100 - 3.650.300}{191.832 - 178.084} = \frac{206.800}{13.748} \\
 &= 15.042
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut diatas maka diperoleh rumusan sebagai berikut :

$$Y = 191.849 + 15.042 (X)$$

Dengan demikian besarnya biaya tetap dari PT. Nidya Rachmasari yang terkandung dalam total biaya tersebut adalah Rp. **191.849.000,-** sedangkan untuk biaya variabel per unit adalah Rp. **15.042.000,-**

E. Cara Penentuan Tingkat Penjualan Impas.

Didalam menyusun perhitungan penjualan impas untuk suatu perusahaan, perlu mengetahui bagaimana cara menyusun perhitungan tersebut. Adapun yang dimaksud dengan titik penjualan impas (Break Event Point) didalam hal ini adalah merupakan suatu titik yang menunjukkan keadaan dimana total penerimaan pendapatan sama dengan total biaya yang dipikul oleh perusahaan yang bersangkutan. Dengan kata lain dapat disebutkan bahwa titik penjualan impas ini merupakan titik dimana perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak pula menderita kerugian. Didalam keadaan ini seluruh penerimaan pendapatan perusahaan tersebut hanya akan dipergunakan untuk menutupi biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan tersebut.

Dalam penentuan tingkat penjualan impas suatu perusahaan ada dua cara pendekatan. Kedua pendekatan tersebut antara lain adalah :

- Pendekatan secara tabelaris
- Pendekatan secara aritmatik. 12)

Berdasarkan pendapat para pakar, kedua cara pendekatan tersebut diatas akan diuraikan dalam pembahasan dibawah ini :

1. Pendekatan Secara Tabelaris

Dalam pendekatan secara tabelaris, cara yang dilakukan adalah menghitung jumlah penghasilan dan biaya pada berbagai atau volume penjualan produksi. Untuk mempermudah pengertian tersebut diatas berikut akan diberikan contoh :

12) Drs. Gunawan Adisaputro, MBA ; op-cit, hal 96.

PT. PARAMITA memiliki data-data sebagai berikut :

- Unit penjualan 100.000 unit
- Harga jual produk per unit Rp. 25.000
- Biaya variabel per unit Rp. 13.000
- Beban tetap produksi maupun biaya usaha keseluruhan berjumlah Rp. 1.800.000.000

Dari data diatas dapat disusun atau dibuat perkiraan laba pada berbagai tingkat produksi atau penjualan sebagai berikut :

Tabel 2 - 4

Penentuan Tingkat Penjualan Impas Secara Tabelaris
(produksi atau penjualan dalam jutaan Rp)

Unit penjualan	100.000	125.000	150.000	200.000
Nilai penjualan	2.500	3.125	3.750	5.000
Biaya variabel	1.300	1.625	1.950	2.600
Biaya Tetap 1 th	1.800	1.800	1.800	1.800
Total Cost	3.100	3.425	3.750	4.400
Laba Perusahaan	-600	-300	0	600

Jika diperhatikan perhitungan tersebut diatas akan terlihat gambaran sebagai berikut :

Pada tingkat penjualan terendah (100.000 unit atau Rp. 2.500 juta) perusahaan akan menderita kerugian sebesar Rp. 600 juta, pada tingkat penjualan tertinggi (200.000 unit atau penjualan Rp. 5.000 juta) perusahaan akan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 600 juta.

Sedangkan volume penjualan impas akan dicapai pada tingkat penjualan 150.000 unit atau penghasilan sebesar Rp. 3.750 juta. Dengan

demikian tingkat penghasilan keseluruhan (TR) sama dengan biaya keseluruhan (TC), sehingga pada tingkat tersebut laba perusahaan sama dengan nol.

2. Pendekatan Secara Arithmatik.

Pendekatan secara Arithmatik yaitu suatu pendekatan dalam menghitung tingkat penjualan impas dengan menggunakan rumus.

Rumus dimaksud ada 2 (dua) pendekatan yaitu :

a) Pendekatan Total (Rupiah)

$$BE = \frac{TFC}{1 - \frac{TVC}{TR}}$$

b) Pendekatan Per Unit

$$BE = \frac{TFC}{\text{Harga Jual/Unit} - \text{Biaya Variabel/unit}}$$

Berdasarkan contoh soal tersebut diatas dan diaplikasikan ke dalam rumus-rumus tersebut diatas maka akan didapatkan hasil sebagai berikut:

a) Atas Dasar Keseluruhan (Rupiah)

$$BE = \frac{1.800.000}{1 - \frac{2.600.000}{5.000.000}}$$

$$BE = \frac{1.800.000}{1 - 0,52}$$

$$= 3.750.000 \text{ Rupiah}$$

b) Atas Dasar Per Unit Produk.

$$\begin{aligned} & 1.800.000 \\ \text{BE} &= \frac{\quad}{\quad} \\ & 25 - 13 \\ &= 150.000 \text{ unit} \end{aligned}$$

Rumus penjualan impas keseluruhan akan menghasilkan perhitungan penjualan impas dalam rupiah, sedangkan analisa per unit produk menghasilkan penjualan impas dalam jumlah fisik produk.

F. Perencanaan Laba Melalui Analisa Impas

Dalam manajemen, dikenal fungsi perencanaan. Dengan adanya perencanaan maka perusahaan akan mengetahui apa yang harus dilakukan dan apa yang akan diraih berdasarkan lapangan usaha yang ditekuni.

Dalam menentukan apa yang akan diraih maka pimpinan perusahaan perlu mengidentifikasi produk yang akan dipasarkan, volume produk yang akan dipasarkan dan harga dari tiap-tiap unit produk. Dalam perkembangan perusahaan kadang-kadang terjadi fluktuasi keadaan ekonomi yaitu ekonomi buum, ekonomi moderat, dan ekonomi susah. Pada tiap-tiap keadaan maka akan terjadi fluktuasi volume penjualan. Karena itulah pimpinan perusahaan perlu menyusun strategi agar dalam kondisi yang paling pahit, perusahaan masih mampu bertahan tidak menderita rugi walaupun tidak memperoleh laba. Karena itulah pimpinan perusahaan perlu mengidentifikasi pada volume produksi berapa agar perusahaan berada dalam keadaan impas.

Pimpinan perusahaan kadang-kadang pula dihadapkan pada berbagai situasi yang menimbulkan harga yang kurang menentu, baik harga jual produk yang dipasarkan maupun harga beli dari komponen-komponen biaya. Keadaan ini perlu diselesaikan dengan suatu teknik tertentu. Kesulitan lain yang muncul

adalah bahwa pada berbagai volume penjualan kadang-kadang biaya yang dipikul berubah tidak proporsional. Kesulitan ini perlu pula diselesaikan dengan suatu cara tertentu. Disamping itu perusahaan perlu pula mengidentifikasi berbagai beban biaya yang akan dipikul, baik biaya tetap maupun biaya variabel.

Pemisahan biaya kadang-kadang bukan merupakan pekerjaan yang mudah, sehingga memerlukan suatu cara atau teknik untuk memprosesnya. Begitu pula untuk menentukan tingkat harga pada suatu produk bukanlah suatu yang mudah dicapai. Karena harga sering mempengaruhi tingkat permintaan. Harga yang makin meningkat, akan berdampak pada menurunnya permintaan. Sedangkan harga makin menurun akan memungkinkan volume permintaan meningkat. Rumusan ini berlaku bilamana tidak ada perubahan selera, perubahan jumlah penduduk, perubahan tingkat pendapatan, serta tidak ada gerakan-gerakan dari para pesaing. Karena itu pula untuk menentukan tingkat harga memerlukan suatu cara atau teknik tertentu. Dengan adanya perencanaan laba tentulah perusahaan mampu menghitung secara riil pada tingkat volume berapa perusahaan berada pada keadaan impas (penjualan impas).