

## **PENINGKATAN MUTU DAN DAYA SAING ATAS DASAR PERENCANAAN LABA DENGAN SISTEM *BREAK EVENT POINT***

**Deviana Susanti**

STIE Trisna Negara, Belitang, OKU Timur, Sumatera Selatan  
Jl. MP. Bangsa Raja No.27 Belitang, OKU Timur, Sumatera Selatan, Indonesia  
**E-Mail :** [susantideviana1@gmail.com](mailto:susantideviana1@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Dalam proses peningkatan mutu (QI) Quality Improvement adalah pendekatan sistematis dan formal terhadap analisis kinerja praktik dan upaya untuk meningkatkan kinerja dengan tujuan memonitor mutu dan layanan maupun produk yang langsung mengarah pada hasil barang, sehingga kualitasnya akan menjadi meningkat dan dapat memuaskan seluruh pelanggan yang berupa barang/jasa. Sehingga mampu memberikan kepuasan yang tersendiri oleh konsumen hingga pada tahap tingkatan yang cukup atau lebih. Untuk itu dibutuhkan strategi pemasaran yang menuju sasaran dan secara berkelanjutan. Dalam hal ini akan bias terciptanya daya saing antara di berbagai perusahaan.

**Kata kunci :** Peningkatan mutu, Perencanaan laba

### **PENDAHULUAN**

Keberhasilan pemabungan suatu Negara selalu tergantung pada kelangsungan hidup, kemakmuran dan kesejahteraan dalam upaya memajukan ekonomi pasca krisis, perlu usaha yang maksimal agar negara dapat mengejar ketinggalannya dalam sektor ekonomi. Kebangkitan ekonomi dari krisis untuk negara-negara tetangga yang berada di kawasan Asia Tenggara sudah mulai terlihat seperti Singapura, Malaysia dan Thailand serta Negara lain sehingga perlu menumbuh kembangkan lembaga-lembaga ekonomi serta memberdayakan masyarakat untuk turut serta berpartisipasi di dalam pembangunan dan menciptakan kemitraan usaha baik pihak pemerintah maupun swasta yang bergerak dalam bidang ekonomi.

Dengan semakin banyaknya bermunculan perusahaan-perusahaan baru ataupun lama tanpa disadari banyak perusahaan yang awalnya kecil dan juga memproduksi barang yang relatif kecil kini telah menjelma menjadi perusahaan besar yang maju, berkembang dan mandiri.

Pemerintah memberikan kesempatan bagi perusahaan yang berkembang menetapkan usaha yang sehat dan mandiri untuk selalu mampu bersaing dengan perusahaan pesaing yang terkadang bergerak di bidang yang sama, mampu bertahan untuk menarik pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

### ***Break Event Point***

Analisis *Break Event Point* berguna sebagai langkah pertama dalam pengembangan data dasar yang diperlukan untuk menetapkan harga dan keputusan. *Break Event Point* juga berguna

untuk mempelajari hubungan kegiatan, harga dan biaya sehingga dapat dipakai dalam menetapkan harga pengendalian biaya.

Pengguna *Break Event Point* secara tepat dapat memberikan keterangan penting pada sejumlah keputusan bisnis dalam membantu menentukan beberapa besar volume penjualan yang harus dicapai dari produk baru agar perusahaan mencapai faktor kunci yang mementukan adalah dampak perubahan volume terdapat laba jika perusahaan mempunyai hubungan yang beberapa antara biaya tetap dengan biaya variable.

Menuru R. Agus Sartono (2000: Hal 359) pengertian *Break Event Point* adalah :  
“Alat analisa untuk mengukur pengaruh perubahan harga, biaya tetap, dan biaya variabel terhadap tingkat output yang akan dicapai sebelum perusahaan memperoleh keuntungan operasi”

Sedangkan menurut J. Freg Weston dan Thomas E. Copeland (2000 : Hlm 298), pengertian *Break Event Point* adalah :

“Alat untuk menentukan titik dimana penjualan akan imps menutupi semua biaya-biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel”.

Dari kedua definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *Break Even Point* adalah alat analisa yang berguna untuk mempelajari hubungan antara volume kegiatan, harga, dan biaya. Sehingga dapat dipakai dalam menetapkan harga, pengendalian biaya, besarnya investasi dan volume penjualan di mana besarnya penghasilan tetap sama dengan biaya totalnya. Sehingga perusahaan tidak dapat keuntungan atau menderita kerugian.

Analisa *Break Even Point* merupakan suatu teknik analisa yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, dan volume kegiatan. Oleh karena itu analisa tersebut mempunyai hubungan antara biaya, keuntungan dan volume kegiatan. Dalam perencanaan keuangan, analisis *Break Even Point* merupakan pendekatan perencanaan yang mendasar yang berhubungan antara biaya dan penghasilan penjualan.

Apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja tidak akan muncul *Break Even Point* dalam perusahaan tersebut. Masalah *Break Even Point* muncul apabila perusahaan di samping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Dalam menganalisa *Break Even Point*, Bambang Riyanto (2000 : Hlm 360) menggunakan asumsi dasar sebagai berikut :

1. Biaya di dalam perusahaan dibagi dalam golongan biaya variabel dan golongan biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas berubah-ubah dengan volume produksi atau penjualan.
2. Besarnya biaya tetap secara totalitas tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi atau penjualan.
3. Harga jual per unit tidak berubah selama periode yang dianalisa.

4. Perusahaan hanya memproduksi satu macam produk.

## **Perencanaan Laba dan Penjualan**

### **Pengertian Perencanaan**

Perencanaan memegang peranan yang sangat penting dalam setiap aspek kehidupan pada umumnya dan setiap organisasi khususnya, terutama untuk setiap perusahaan. Pada kenyataannya fungsi-fungsi manajemen yang hanya melaksanakan dari perencanaan. Bahkan menurut para ahli perencanaan yang baik adalah separuh dari keberhasilan. Hal ini karena perusahaan tersebut harus terlibat dalam perencanaan jangka panjang dan juga beroperasi secara efisiensi pada saat sekarang.

Kemudian laba memegang peranan yang sangat penting di dalam suatu perusahaan dan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian, laba perusahaan selalu menarik perhatian para pemiliknya maupun calon investor. Oleh karena itu data tentang laba biasanya dipandang sebagai informasi yang paling penting disbanding informasi keuangan lainnya. Informasi yang berkaitan dengan laba tidak hanya menyangkut penghasilan dan biaya yang bisa terjadi, tetapi juga meliputi penyesuaian terhadap catatan tahunan.

### **Pengertian Penjualan**

Penjualan merupakan salah satu bagian dari keseluruhan pemasaran perusahaan. Aktiva penjualan setelah suatu produk diciptakan ditetapkan harganya, dipromosikan dan didistribusikan langsung dengan konsumen.

Dalam kegiatan perusahaan, penjual merupakan aktivitas suatu perusahaan untuk menjual hasil produksinya kepada para konsumen. Karena itu, dalam proses penjualan akan melibatkan secara geografis yang berbeda-beda.

Adapun yang dimaksud dengan penjualan menurut Basu Swastha (2002 : Hlm 9) yaitu :  
“Ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang akan dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain yang bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan”.

Pengertian penjualan William J. Stanton (2000 : Hlm 59), adalah :  
“Bagian dari promosi adalah bagian dari keseluruhan system pemasaran”.

Jadi yang dimaksud dengan penjualan adalah semua perseorangan dalam organisasi yang membeli barang untuk dijual kembali atau disewakan dengan tujuan memperoleh laba atau kegiatan perusahaan yang dihubungkan dengan pemindahan dari gedung sampai ke tangan konsumen.

Dari pengertian di atas disimpulkan bahwa penjualan adalah proses dari suatu kegiatan perdagangan yang lebih menitik beratkan pada produk dan hasil yang diterima oleh seorang produsen.

Dalam melakukan penjualan, perusahaan mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Mencari volume penjualan tertentu.
2. Mendapatkan laba tertentu.
3. Menunjang laba tertentu.

## **Manajemen**

### **Pengertian Manajemen**

Manajemen merupakan sebuah kegiatan pelaksanaannya disebut manajing dan orang yang melakukannya disebut manajer. Individu yang menjadi manajer menangani tugas-tugas baru yang seluruhnya bersifat “manajerial” yang penting diantaranya ialah menghentikan kecenderungan untuk melaksanakan segala sesuatunya.

Sedangkan manajemen yang berupa ilmu pengetahuan sosial yang terpenting, jika dilihat dari sudut agama, hak asasi manusia maupun dari sudut bekerjasama, karena manajemen saling hormat-menghormati antara pimpinan dan bawahan demi mencapai sasaran dengan efektif dan efisien.

Ilmu pengetahuan pada saatnya dibagi menjadi 2 golongan yaitu ilmu pengetahuan alam dan ilmu pengetahuan sosial. Untuk ilmu pengetahuan alam misalnya ilmu ukur serta biologi, dan ilmu pengetahuan sosial juga terdiri dari beberapa cabang ilmu pengetahuan misal ilmu ekonomi, ilmu manajemen.

Sedangkan manajemen termasuk kelompok ilmu sosial, manajemen adalah bidang yang sangat penting untuk dipelajari dan dikembangkan karena :

1. Tidak ada perusahaan yang dapat berhasil baik tanpa menerapkan manajemen yang baik.
2. Manajemen menetapkan tujuan usaha serta memanfaatkan SDM dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien.
3. Manajemen mengakibatkan pencapaian tujuan/hasil secara teratur.

Jadi, jika ilmu manajemen dipahami, dipahami, dihayati, dikembangkan serta diterapkan, maka pembinaan bangsa, politik, ekonomi, kemakmuran dan sebagainya akan mudah ditingkatkan. Mengingat bahwa manajemen juga didasarkan pada kerja sama yang serasi, harmonis, serta pembagian kerja, tanggung jawab diantaranya semua anggota masyarakat.

Menurut Melayu SP Hasibuan (2001 : Hlm 1), manajemen berasal dari kata “to image” yang artinya mengatur, pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan fungsi-fungsi manajemen yaitu:

1. Perencanaan (Planning) : suatu tindakan yang dilakukan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan.
2. Pengorganisasian (Organization) : sekelompok orang yang bekerja sama.

3. Pengisian jabatan (Staffing) : fungsi manajemen berupa penyusunan personalia perusahaan sejak dari merekrut tenaga kerja sampai dengan pemberian tugas sesuai dengan keahlian masing-masing.
4. Pengarahan (Directing) : fungsi manajemen yang berhubungan dengan usaha member bimbingan, saran, perintah/instruksi kepada karyawan.
5. Pengawasan (Controlling) : fungsi manajemen yang berupa pengendalian penilaian.

Berdasarkan urutan tersebut fungsi manajemen mempunyai 3 tugas pokok sebagai berikut :

1. Mempersiapkan rencana-rencana dan strategi umum.
2. Melaksanakan rencana tersebut.
3. Mengadakan evaluasi, menganalisa dan mengawasi rencana dalam operasinya.

Unsur-unsur manajemen meliputi :

1. Men (orang) : sarana utama dari setiap manajer untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu adalah manusia.
2. Money : untuk melakukan berbagai aktifitas diperlukan uang seperti upah/gaji.
3. Method : untuk melakukan kegiatan-kegiatan secara berdaya guna dan berhasil, manusia dihadapkan kepada berbagai alternative/cara melakukan pekerjaan.
4. Material : dalam proses pelaksanaan kegiatan, manusia menggunakan bahan-bahan.
5. Machine : alat yang dilakukan manusia untuk melakukan pekerjaan dalam mencapai tujuan.
6. Market : salah satu sarana yang berupa pasar.

Dasar-dasar manajemen meliputi :

1. Adanya kerjasama diantara kelompok orang dalam ikatan formal.
2. Adanya tujuan bersama serta kepentingan yang sama yang akan dicapai.
3. Adanya pembagian kerja, tugas dan tanggung jawab yang teratur.
4. Adanya hubungan formal dan ikatan tata tertib yang baik.

Menurut Melayu SP. Hasibuan (2001 : Hlm, 2), pengertian manajemen adalah :

“Ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan, sumber daya manusia dan sumber-sumber secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Sedangkan menurut Yayat M Hariyio (2001 : Hlm 3), pengertian manajemen adalah :

“Suatu proses yang berbeda terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya”.

Dari kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah proses pemanfaatan SDM yang melibatkan sekelompok orang untuk bekerja sama mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan.

### **Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan berkepentingan dengan cara menciptakan dan menjaga nilai ekonomi atau kekayaan, semua pengambilan keputusan harus difokuskan pada penciptaan kekayaan. Dengan demikian kita akan berhadapan dengan kepuasan-kepuasan seperti, ketika memperkenalkan produk baru.

Manajemen keuangan mencakup investasi dan pembiayaan perusahaan. Para manajer keuangan dilibatkan dan harus berinteraksi dengan keputusan ini. Manajemen keuangan merupakan segala aktifitas yang berhubungan dengan perolehan pendanaan dan pengolahan aktiva dengan beberapa tujuan menyeluruh.

Menurut J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland (2000 : Hlm 4), ada beberapa bidang strategi keputusan yang merupakan kunci dari suatu perusahaan yaitu :

1. Pemilihan produk dan pasar perusahaan
2. Strategi untuk riset, investasi, produksi, pemasaran dan penjualan
3. Seleksi, pelatihan, pengorganisasian, pemotivasi para eksekutif dan karyawan-karyawan lain
4. Perolehan dana dengan biaya rendah dan secara efisien.

Dari latar belakang yang padu ini, dapat diperoleh basis untuk mengidentifikasi fungsi keuangan secara umum.

Meskipun rinciannya bervariasi di berbagai organisasi, tetapi fungsi keuangan yang utama adalah dalam hal kepuasan investasi, pembiayaan untuk suatu organisasi. Sedangkan tujuan manajer keuangan sendiri adalah merencanakan untuk memperoleh, dan menggunakan dana untuk memaksimalkan nilai organisasi.

### **Daya Saing**

Pada dasarnya sebuah perusahaan yang memiliki suatu produk akan berhasil bila produk yang dibuatnya memiliki suatu yang lebih dari yang lain sehingga harga yang dibuatnya akan semakin tinggi dari hari ke hari. Sehingga produk yang dipasarkan akan muncul sebuah daya saing yang ketat dan sekaligus dapat memenuhi syarat pengujian. Daya saing merupakan kemampuan untuk menghasilkan produk berupa barang atau jasa yang memiliki atau memenuhi pengujian internasional.

Ada beberapa pengertian tentang daya saing :

1. Daya saing tepat

Merupakan kemampuan ekonomi dan masyarakat local untuk memberikan peningkatan standar hidup.

2. Daya saing daerah berkaitan dengan kemampuan menarik investasi asing.
3. Daya saing daerah

Kemampuan perekonomian daerah dalam mencapai pertumbuhan tingkat kesejahteraan yang tinggi dan berkelanjutan.

## **PENUTUP**

Perusahaan dapat menggunakan metode *Break Event Point* (BEP) dalam membuat perencanaan, baik dalam perencanaan produksi atau laba. *Break Event Point* merupakan suatu titik atau keadaan dimana perusahaan di dalam operasinya tidak mengalami kerugian, tujuannya untuk mengetahui pada volume penjualan atau produksi berapakah suatu perusahaan akan mencapai laba, dan juga bermanfaat apabila titik break event dapat dipertahankan selama periode tertentu. Keadaan ini dapat dipertahankan apabila biaya-biaya dan harga jual adalah konstan karena naik turunnya harga jual.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul halim, Bambang Supomo, & Muhammad Syam Kusufi. 2012. *Akuntansi Manajemen (Akuntansi Manajerial)*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- Ahmad, Kamarudin. 2015. *Akuntansi Manajemen*. Edisi revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Badirika, Hajarian. 2012. *Analisis Break Event Point pada PT. Intraco Penta Tbk*. Pekanbaru : UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Badrudin. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cetakan Kedua. Bandung : Alfabeta
- Blocher, Faward J. Stout, David E dan Cokin Gary. 2011. *Manajemen Biaya. Buku Satu Edisi 5*. Jakarta : Salemba Empat
- Brigham, Eugene F.dan Joul F Houston. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, Irham. 2013. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung : Al fabeta.
- Horne, James C. Van dan John M Wachowicz, Jr. 2012. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Edisi 13)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Malombeke, Merry Beatrix. 2013. *Analisa Break-Even-Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba* Holland Bakery Manado. JURNAL EMBA Vol. 1 No. 3  
<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1889>. Diakses 22 November 2015. Hal.775-881.
- M. Hanafi, Mamduh. 2012. *Manajemen Keuangan Edisi Pertama*. Yogyakarta BPFE Yogyakarta.

M.Ghilman Adni. 2012. *Perencanaan Sumber Daya Manusia di KBIH Aisyiyah*, Skripsi (diterbitkan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta), Yogyakarta : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN.

Sartono, R Agus. *Manajemen Keuangan Edisi 3*. Penerbit UGM Yogyakarta.