

**ANALISIS *BREAK EVEN POIN* DALAM PERENCANAAN PENJUALAN
AIR MINUM DALAM KEMASAN
(Studi Kasus Pada CV. Cakrabumi)**

Oleh

¹⁾Hasan Fuad, ²⁾Budi Yanti, ³⁾Liza Zulbahri

^{1,2,3)}Fakultas Ekonomi Unitas Padang

²⁾budiyanti_akp@yahoo.com

³⁾lizazulbahri@yahoo.com

Abstrak

Salah satu hal yang penting dalam fungsi manajemen adalah perencanaan karena berpengaruh secara langsung terhadap kelancaran dan keberhasilan perusahaan. Perencanaan dapat dilakukan dengan teknik perencanaan atau analisa. Analisis *break even point* adalah salah satu alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mengetahui tingkat penjualan tertentu sehingga perusahaan tidak mengalami laba dan tidak pula mengalami kerugian, sehingga dapat digunakan untuk merencanakan penjualan. Sebagai pembanding terhadap perkiraan penjualan dari hasil analisa *break even point*, dapat pula digunakan perhitungan dengan metode-metode peramalan, antara lain metode *time series least square* dan metode kuadratik (garis lengkung). CV. Cakrabumi, adalah salah satu perusahaan UMKM yang bidang usahanya adalah memproduksi air minum dalam kemasan. Berdasarkan penerapan analisis *break even point* terhadap realisasi penjualan dan biaya yang telah dilaksanakan oleh CV. Cakrabumi selama 13 bulan pertama, diperoleh hasil bahwa *break even* terjadi pada jumlah 5.585 galon dengan nilai Rp 27.926.497,-, dan memiliki rasio margin kontribusi sebesar 83,3%. Untuk mencapai target keuntungan di tahun 2017 sebesar Rp 72.000.000,-/tahun, batas minimal penjualan yang harus dicapai adalah sebesar Rp 114.774.424,- atau setara dengan 22.955 galon per tahun. Selanjutnya berdasarkan perhitungan Standar Kesalahan Prediksi (SKP), dapat diketahui bahwa penggunaan metode *time series least square* dalam menyusun peramalan penjualan lebih cocok diterapkan oleh CV. Cakrabumi dibandingkan dengan metode kuadratik, karena nilai SKPnya lebih kecil yaitu 898.598,04. Hasil analisa dan peramalan tersebut membutuhkan kerja keras, agar tercapai maksud dan tujuan perusahaan, yaitu pencapaian laba yang optimal.

Kata Kunci : Perencanaan penjualan, *Break Even Point*, *Time series least Square*, *Air Minum Dalam Kemasan*, CV. Cakrabumi.

PENDAHULUAN

Perencanaan penjualan bertujuan untuk mengestimasi banyaknya jumlah unit barang yang akan diproduksi perusahaan dengan menggunakan sejumlah biaya yang telah dianggarkan

oleh perusahaan. Dari estimasi penjualan, pihak manajemen perusahaan dapat memperkirakan laba atau keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.

Besar kecilnya laba yang akan diperoleh merupakan salah satu ukuran

keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Perusahaan dapat memperoleh laba sebagai salah satu tujuan utama perusahaan apabila jumlah pendapatan dari hasil penjualan sejumlah unit barang lebih besar dari biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi barang tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya laba, diantaranya yaitu perubahan volume produksi, perubahan volume penjualan, perubahan harga jual dan perubahan biaya. Apabila perusahaan dapat melakukan efisiensi dengan melakukan penekanan biaya dan melakukan peningkatan produktivitas, maka perusahaan akan dapat meningkatkan pendapatan (laba), dan sebaliknya.

Salah suatu alat atau teknik yang dapat digunakan oleh manajemen untuk menganalisa tingkat penjualan pada suatu perusahaan, adalah dengan melakukan analisis *break even point* terhadap keadaan perusahaan, yaitu dimana total penghasilan sama dengan total biaya (Impas). Keadaan impas perusahaan dapat terjadi apabila hasil penjualan hanya cukup untuk menutupi biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan ketika memproduksi suatu produk. Dalam analisis *break even point*, faktor-faktor biaya yang dianalisa adalah biaya tetap dan biaya variabel. Analisis *break even*

point juga dapat digunakan sebagai alat bantu bagi manajemen untuk melakukan perencanaan yakni dalam hal membuat perencanaan penjualan dan laba.

CV. Cakrabumi adalah merupakan salah satu produsen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang mulai beroperasi sejak bulan Juni 2015, namun dengan banyaknya perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis menyebabkan perusahaan ini memiliki pesaing yang cukup banyak dalam menjalankan usahanya saat ini. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendalami mengenai penerapan analisis *break even point*, metode peramalan penjualan dan penjualan minimal yang harus dipertahankan pada CV. Cakrabumi, agar dapat menyusun strategi yang tepat dalam perencanaan penjualan sehingga kelangsungan hidup perusahaan ini dapat terjaga dengan baik.

TINJAUAN PUSTAKA

Penjualan

Pengertian penjualan sangat luas, beberapa para ahli yang mengemukakan pengertian tentang penjualan antara lain, menurut William G. Nickels (2012 : 10) , penjualan adalah Proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat

baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak.

Sedang menurut Winardi (2014 : 176), penjualan adalah hasil yang dicapai sebagai imbalan jasa-jasa yang diselenggarakan yang dilakukannya perniagaan transaksi dunia usaha. Selanjutnya menurut Komaruddin (2012 : 76), penjualan adalah kegiatan untuk menukarkan barang dan jasa khususnya dengan uang. Dilihat dari sudut penjualan berarti kegiatan untuk mendapatkan pembeli.

Biaya

Biaya dalam suatu perusahaan merupakan suatu komponen yang sangat penting dalam menunjang pelaksanaan kegiatan untuk mencapai tujuan. Tujuan itu dapat tercapai apabila biaya yang dikeluarkan sebagai bentuk suatu pengorbanan oleh perusahaan yang bersangkutan telah diperhitungkan secara tepat. (Mulyadi, 2012).

Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi, atau yang kemungkinan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2012: 3). Biaya merupakan kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan

memperoleh manfaat atau keuntungan dimasa yang akan datang (Darsono, 2012: 15).

Analisis *Break Even Point*

Analisis *break even point* adalah suatu alat atau teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variable, keuntungan dan volume kegiatan, dan sering pula disebut “*Cost – Profit – Volume Analysis (CPV Analysis)*” (Riyanto, 2013: 291). Teknik analisis titik impas (*break even point*) sudah umum bagi segenap pelaku bisnis, karena sangat berguna di dalam pengaturan bisnis dalam cakupan yang luas, baik untuk perusahaan yang kecil maupun besar, diantaranya di dalam perencanaan dan pengambilan keputusan.

Asumsi Dasar Yang Harus Dipenuhi dalam analisa *Break Even point*

Analisa *break even point* dapat dipergunakan apabila beberapa asumsi dasar dipenuhi (Riyanto, 2012: 292), yaitu sebagai berikut :

1. Biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dapat dikelompokkan dalam biaya variabel dan biaya tetap.
2. Besarnya biaya tetap secara total tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi atau penjualan. Ini berarti bahwa biaya tetap per unitnya berubah-ubah karena adanya perubahan volume kegiatan.

3. Besarnya biaya variabel secara total berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi atau penjualan. Ini berarti bahwa biaya variabel per unitnya adalah tetap.
4. Harga jual produk per unit tidak berubah dalam periode yang dianalisa.
5. Perusahaan hanya memproduksi satu jenis produk, apabila diproduksi lebih dari satu jenis produk, perimbangan penghasilan penjualan antara masing-masing produk atau “*sales mix*”-nya adalah tetap konstan.

Hubungan *Break Even Point* Dengan Tingkat Penjualan dan Laba

Dalam penyusunan anggaran, manajemen memerlukan berbagai parameter (angka yang menggambarkan suatu keadaan) seperti *break even point*, *margin of safety* dan laba. *Break even point* memberikan informasi tentang tingkat penjualan suatu usaha yang labanya sama dengan nol. Parameter ini memberikan informasi kepada manajemen dari jumlah target pendapatan penjualan yang dianggarkan, berupa pendapatan minimum yang harus dicapai agar usaha perusahaan tidak mengalami kerugian dan berapa pendapatan penjualan maksimum yang harus dicapai agar perusahaan mendapatkan keuntungan.

Break even point dalam hubungannya dengan kedua hal tersebut adalah dengan adanya keuntungan atau laba yang diharapkan, dapat digunakan sebagai alat bantu dalam perencanaan kegiatan dan penyusunan anggaran perusahaan yang akan datang, sehingga akan dapat digunakan untuk menentukan target penjualan maksimum.

Hubungan *Break Even Point* Dengan Rencana Penjualan dan Laba

Perolehan laba dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu harga jual produk, biaya produksi dan pemasaran produk serta volume penjualan.

Analisa impas (*break even point*) dan analisa hubungan antara biaya-volume dan laba, merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasikan dan menafsirkan data produksi dan distribusi dalam rangka membantu manajemen di dalam pengambilan keputusan. Dari analisa tersebut dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, supaya perusahaan tidak menderita kerugian (Mulyadi, 2012: 75).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan alasan :

1. Untuk memahami makna penerapan teori manajemen keuangan pada kondisi dunia usaha.
2. Untuk memahami interaksi sosial dunia usaha.
3. Untuk memahami dan mengerti bagaimana analisa *break even point* dapat digunakan dalam perencanaan penjualan.
4. Untuk memperoleh keyakinan dalam mengaplikasikan teori-teori manajemen keuangan pada praktik dunia usaha.

Penulis melaksanakan penelitian dengan cara melakukan studi kasus (*case studies*) terhadap semua kejadian, proses dan aktifitas produksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) CV. Cakrabumi, untuk mengetahui dan memahami tentang pengaruh analisa *break even point* dalam perencanaan penjualan pada masa yang akan datang.

Pendekatan dengan metode kualitatif dilakukan, juga karena sarannya terbatas, namun kedalaman datanya tak terbatas. Semakin dalam dan berkualitas data yang diperoleh atau dikumpulkan maka semakin berkualitas

hasil penelitian tersebut (Bungin, 2013: 29).

Metode pengungkapan hasil penelitian menggunakan metode deskriptif yang memaparkan hasil olah data, sehingga diyakini bahwa dari penerapan analisis *break even point* dapat diperoleh data yang bisa dipergunakan dalam perencanaan penjualan air minum dalam kemasan yang diproduksi oleh CV. Cakrabumi.

Yang dimaksud metoda deskriptif, adalah di mana hasil penelitian diharapkan dapat melukiskan, menggambarkan, atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagaimana apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan. Realitas objek yang diteliti digambarkan secara baik, utuh, jelas dan sesuai dengan fakta yang tampak (dilihat dan didengar), tidak mengada-ada, apalagi memanipulasi variabel (Ibrahim, 2015: 59).

Teknik yang dipergunakan dalam penentuan sumber data di dalam penelitian ini bersifat *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu penulis menentukan sendiri sampel data yang akan digunakan sebagai bahan penelitian, yaitu semua dokumen sumber transaksi yang bersifat

pendapatan maupun biaya produksi perusahaan yang terjadi sejak bulan Juni 2015 sampai dengan Juni 2016, untuk selanjutnya diolah sebagai bahan analisa *break even point*.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data penjualan dan seluruh biaya yang telah dikeluarkan oleh CV. Cakrabumi dari bulan Juni 2015 sampai dengan bulan Juni 2016, diperoleh hasil penelitian sebagai berikut

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.3.3. Data Hasil Penjualan dan Harga Pokok Produksi AMDK CV. Cakrabumi
Periode bulan 1 Juni 2015 sampai dengan 30 Juni 2016

| No. | Bulan | Volume (Galon) | Harga jual per galon | Hasil penjualan (Rp) | HPP | Biaya | | | Laba/(Rugi) |
|--------|-----------|----------------|----------------------|----------------------|------------|-------------|----------------|--------------|-------------|
| | | | | | | Biaya tetap | Biaya Variabel | Jumlah Biaya | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Juni 2015 | 100 | 5,000 | 500,000 | 70,000 | 1,789,444 | 617,500 | 2,406,944 | -1,976,944 |
| 2 | Juli 2015 | 250 | 5,000 | 1,250,000 | 175,000 | 1,789,444 | 233,750 | 2,023,194 | -948,194 |
| 3 | Aug 2015 | 650 | 5,000 | 3,250,000 | 455,000 | 1,789,444 | 673,750 | 2,463,194 | 331,806 |
| 4 | Sept.2015 | 987 | 5,000 | 4,935,000 | 690,900 | 1,789,444 | 741,225 | 2,530,669 | 1,713,431 |
| 5 | Okt. 2015 | 1302 | 5,000 | 6,510,000 | 911,400 | 1,789,444 | 958,850 | 2,748,294 | 2,850,306 |
| 6 | Nov. 2015 | 1307 | 5,000 | 6,535,000 | 914,900 | 1,789,444 | 1,372,225 | 3,161,669 | 2,458,431 |
| 7 | Des.2015 | 1390 | 5,000 | 6,950,000 | 973,000 | 1,789,444 | 1,023,250 | 2,812,694 | 3,164,306 |
| 8 | Jan. 2016 | 1630 | 5,000 | 8,150,000 | 1,141,000 | 1,789,444 | 1,190,250 | 2,979,694 | 4,029,306 |
| 9 | Febr.2016 | 1646 | 5,000 | 8,230,000 | 1,152,200 | 1,789,444 | 1,363,050 | 3,152,494 | 3,925,306 |
| 10 | Mar 2016 | 1890 | 5,000 | 9,450,000 | 1,323,000 | 1,789,444 | 1,370,750 | 3,160,194 | 4,966,806 |
| 11 | Apr. 2016 | 1925 | 5,000 | 9,625,000 | 1,347,500 | 1,789,444 | 1,397,375 | 3,186,819 | 5,090,681 |
| 12 | Mei 2016 | 1977 | 5,000 | 9,885,000 | 1,383,900 | 1,789,444 | 1,844,475 | 3,633,919 | 4,867,181 |
| 13 | Juni 2016 | 1982 | 5,000 | 9,910,000 | 1,387,400 | 1,789,444 | 1,440,350 | 3,229,794 | 5,292,806 |
| Jumlah | | 17,036 | | 85,180,000 | 11,925,200 | 23,262,772 | 14,226,800 | 37,489,572 | 35,765,228 |

Sumber : Data Penjualan CV. Cakrabumi bulan Juni 2015 s.d. Juni 2016

| Laporan Rugi/Laba | | | | | | |
|---------------------------------------|--------|--------------------------------------|------------|------------|--|-------------------|
| CV. Cakrabumi | | | | | | |
| Periode 1 Juni 2015 s.d. 30 Juni 2016 | | | | | | |
| Pendapatan : | | | | | | |
| Penjualan | | 17,036 | 5,000 | | | 85,180,000 |
| Harga Pokok Penjualan : | | | | | | |
| Persediaan Awal : | 79 | Galon Air | x Rp 700 = | 55,300 | | |
| Hasil produksi | 17,036 | Galon Air | x Rp 700 = | 11,925,200 | | |
| Tersedia untuk dijual | 17,115 | Galon Air | x Rp 700 = | 11,980,500 | | |
| Persediaan Akhir | 79 | Galon Air | x Rp 700 = | 55,300 | | |
| Harga Pokok Penjualan | | | | | | 11,925,200 |
| Laba Kotor | | | | | | 73,254,800 |
| Biaya-biaya : | | | | | | |
| A Biaya Tetap : | | | | | | |
| | 1 | Akum. Penyusutan Mesin AMDK | | 4,954,443 | | |
| | 2 | Akum. Penyusutan 2 unit sepeda motor | | 4,008,329 | | |
| | 3 | Akum. Penyusutan Peralatan Kantor | | 4,550,000 | | |
| | 4 | Gaji Karyawan | | 9,750,000 | | |
| | | Jumlah Biaya Tetap | | 23,262,772 | | |
| B. Biaya Variabel : | | | | | | |
| | 1 | Biaya Listrik | | 1,087,500 | | |
| | 2 | Promosi & Upah Antar Produk | | 9,018,000 | | |
| | 3 | Upah T. Kerja Produksi | | 1,703,600 | | |
| | 4 | Bahan Penolong | | 1,277,700 | | |
| | 5 | Pemeliharaan & Perawatan Mesin AMDK | | 1,140,000 | | |
| | | Jumlah Biaya-Biaya | | 14,226,800 | | |
| | | Laba sebelum pajak | | | | 37,489,572 |
| | | | | | | 35,765,228 |

| CV. CAKRABUMI | | |
|--------------------------------|------------|--------------------|
| LAPORAN PERUBAHAN MODAL | | |
| PERIODE 1 JUNI 2015 -JUNI 2016 | | |
| Modal Awal | | 840,000,000 |
| Laba Usaha | 35,765,228 | |
| Prive | - | |
| Laba Usaha | | 35,765,228 |
| Modal per 30 Juni 2016 | | 875,765,228 |

| NERACA | | | | | |
|--|--|------------|--|-------------|--------------------|
| CV. CAKRABUMI | | | | | |
| Untuk periode 1 Juni 2015 s.d. 30 Juni 2016 | | | | | |
| Aktiva | | | | | |
| Aktiva Lancar : | | | | | |
| Kas | | | | | 187,222,700 |
| Persediaan | | | | | 55,300 |
| Jumlah Aktiva Lancar | | | | | 187,278,000 |
| Aktiva Tetap : | | | | | |
| Tanah | | | | 84,000,000 | |
| Bangunan | | | | 504,000,000 | |
| Mesin Pengolah AMDK | | 70,000,000 | | | |
| Akumulasi Penyusutan | | -4,954,443 | | | |
| | | | | 65,045,557 | |
| Kendaraan : 2 buah Sepeda Motor | | 22,000,000 | | | |
| Akumulasi Penyusutan | | -4,008,329 | | | |
| | | | | 17,991,671 | |
| Peralatan Kantor | | 22,000,000 | | | |
| Akumulasi Penyusutan | | -4,550,000 | | | |
| | | | | 17,450,000 | |
| Jumlah Aktiva Tetap | | | | | 688,487,228 |
| Jumlah Aktiva | | | | | 875,765,228 |
| Passiva : | | | | | |
| Hutang | | | | 0 | |
| Modal | | | | 840,000,000 | |
| Laba Usaha | | | | 35,765,228 | |
| Jumlah Hutang dan Ekuitas | | | | | 875,765,228 |

Analisa Break Even point

Dari hasil analisis diketahui, bahwa volume penjualan pada *break even point*, terjadi pada saat hasil penjualan mencapai Rp 27.926.497,- (setara 5.585 galon). Perhitungan dengan menggunakan rumus *BEP* (Rupiah) di atas, pada dasarnya juga mengandung konsep *contribution margin* atas dasar persentase dari penjualan (*sales*), sehingga dapat

diketahui *Contribution Margin Ratio*, yaitu sebesar : $1 - \left(\frac{10.553.875}{58.325.000} \right) = 83,3 \%$.
Marjin kontribusi (*contribution margin*), adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan dikurangi biaya variabel. Angka *Contribution Margin Ratio (CMR)* sebesar 83,3 %, artinya bahwa setiap perubahan penghasilan penjualan mengakibatkan perubahan *contribution to*

fixed cost sebesar 83,3 %. Artinya penjualan AMDK oleh CV. Cakrabumi menguntungkan, karena kemampuan menutup biaya-biayanya cukup tinggi yaitu sebesar 83,3 %. Penerapan perhitungan *CMR*

Peramalan Penjualan Penentuan Penjualan Minimal

Perhitungan *break even point* telah dilakukan terhadap transaksi usaha CV. Cakrabumi, dengan hasil analisis bahwa titik impas terjadi pada saat volume penjualan mencapai 5.585 galon senilai Rp 27.926.497,- dan memiliki rasio margin kontribusi sebesar 83,3% , namun demikian apabila dibandingkan dengan nilai investasi yang ditanamkan kiranya manajemen perusahaan perlu memiliki upaya yang maksimal agar investasinya dapat kembali dalam waktu yang tidak terlalu lama, antara lain dengan melakukan perencanaan dalam menetapkan besarnya penjualan minimal yang harus dicapai sekaligus memperoleh keuntungan atau *profit margin* yang diinginkan.

Margin of Safety

Margin of Safety erat hubungannya dengan analisa *Break Even Point*, yaitu untuk menentukan seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. *Margin of*

Safety dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$MS = \frac{\text{Budget Sales} - \text{BEP}}{\text{Budget sales}} \times 100 = \frac{114.774.424 - 27.926.497}{114.774.424} \times 100\% = 76\%$$

Angka *margin of safety* menunjukkan angka sebesar 76% artinya, apabila jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang melebihi 76% dari penjualan yang direncanakan , maka perusahaan akan menderita kerugian. Apabila dirupiahkan yaitu besarnya penjualan jangan sampai kurang dari Rp 87.228.562,-

Peramalan dengan Metode *Time Series Least Square*

Berdasarkan hasil olah data dan perhitungan koefisien a dan b, maka perkiraan (peramalan) penjualan untuk bulan Desember 2016, adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Y_{2016} (19) &= a + bX \\ &= 6.552.308 + 789.753 (12) \\ &= \text{Rp } 16.029.344,- \text{ setara} \\ &\text{dengan } 3.206 \text{ galon/bulan} \end{aligned}$$

Untuk bulan Januari 2017 (20 bulan ke depan sejak bulan dasar yaitu Juni 2015), diperkirakan penjualan akan mencapai :

$$\begin{aligned} Y_{2017} (20) &= 6.552.308 + 789.753(13) = \text{Rp} \\ &16.819.097,- \text{ setara dengan } 3.364 \\ &\text{galon/bulan.} \end{aligned}$$

Pengujian Hasil Peramalan dengan Standar Kesalahan Prediksi (SKP)

Dari hasil perhitungan perkiraan penjualan berdasarkan analisa *break even point*, kemudian dibandingkan dengan metode *time series Least square* maupun dengan *metode kuadrat* yang telah dikemukakan di dalam tabel 4.3.6 dan tabel 4.3.8 di atas, dapat diketahui bahwa pemilihan metode peramalan akan memberikan hasil peramalan yang berbeda.

Dari hasil analisis, dapat diketahui :

SKP metode *least square* =
898.598,04

SKP metode garis lengkung =
1.662.457,13

sehingga dapat disimpulkan, bahwa peramalan penjualan yang cocok digunakan oleh CV. Cakrabumi adalah metode *Least Square*, karena nilai SKP-nya lebih kecil dari metode garis lengkung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data dan aplikasi rumus-rumus yang telah diuraikan di dalam skripsi ini, penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Dengan analisa *break even point* diperoleh hasil yaitu jumlah minimum air minum dalam kemasan gallon yang harus dijual oleh CV. Cakrabumi, agar pendapatan yang diperoleh sama dengan biaya yang dikeluarkan (impas) adalah sebanyak 5.585 galon senilai Rp 27.926.497,-
2. Dari hasil perhitungan dan analisa *break even point*, CV. Cakrabumi telah mempunyai data untuk perencanaan penjualan untuk keadaan impas. Apabila menginginkan perolehan laba tertentu di atas titik impas, maka CV. Cakrabumi dapat menyusun perencanaan penjualan di atas titik impas, sampai batas kapasitas maksimal mesin AMDK yaitu 10.500 galon/bulan atau 350 galon/hari (Bab IV halaman 60), apabila satu bulan dihitung 30 hari kerja.
3. Hasil perhitungan *contribution margin ratio* yang melekat di dalam perhitungan *break even point*, menggambarkan bahwa usaha AMDK mempunyai tingkat kemampuan menutup biaya-biaya yang cukup tinggi, yaitu 83,3 %.
4. Bahwa perhitungan dan analisa *break even point*, terbukti dapat digunakan sebagai salah satu dasar dalam perencanaan penjualan.

5. Bahwa perhitungan dan analisa peramalan penjualan dengan metode *time series least square*, dapat dijadikan pembandingan bagi analisa *break even point* untuk membuat perencanaan penjualan untuk satu periode tertentu pada CV. Cakrabumi karena mempunyai angka SKP lebih kecil dibandingkan dengan metode kuadratik (garis lengkung).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian Erik, 2006, *Pengaruh variable cost terhadap break even point pada PT. Pindad (Persero) divisi tempa dan cor Bandung*, Jurnal manajemen 2006
- Adisaputro Gunawan dan Asri Marwan, 2012, *Anggaran Perusahaan*, Yogyakarta. PT. BPFE UGM
- Fahmi Irham, 2013, *Kewirausahaan, Teori, Kasus, dan Solusi*, Alfabeta. Bandung
- Ibrahim, 2015 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Juniar A. 2010, *Study kelayakan pendirian pabrik air minum dalam kemasan PDAM Kabupaten Hulu Sungai Utara ditinjau dari aspek keuangan*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi 11(1).
- Lestari, Yogi Dwi (2012) *Analisis break even point (BEP) sebagai dasar perancangan laba dan penjualan: Studi kasus pada usaha kerupuk rambak UD Wahyu Abadi Tulungagung*. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Mulyadi. 2012, *Akuntansi Biaya, Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*, PT. BPFE UGM. Yogyakarta. Edisi 3.
- Mulyadi. 2012, *Akuntansi Biaya, Peranan Biaya Dalam Pengambilan Keputusan*, Yogyakarta. PT. BPFE UGM. Edisi 3.
- Mulyadi. 2006, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat, Edisi Ketiga.
- Puspitawati Indah Dwi, 2014 *Analisis kinerja kemandirian keuangan dan aktivitas layanan rawat inap utama pada badan layanan umum daerah rumah sakit jiwa menur dengan metode activity based costing*, Jurnal Ekonomi & Manajemen 2014.
- Riyanto Bambang, 2012, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Yogyakarta. Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada.
- Saladin Djaslim dan Oesman Yevismarti, *Intisari Manajemen Pemasaran*, Bandung, media Iptek. 2014.
- Sugiyono. 2013, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi (STD)*, Bandung: Alfabeta.
- Swastha Basu dan Irawan, 2013, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Wijayanti Mulya Suci 2013, *Analisis break even point sebagai salah satu alat perencanaan penjualan dan laba*, Jurnal FIA UNIBRAW Malang 2013