

**PERENCANAAN LABA DENGAN METODE TITIK IMPAS  
(STUDI KASUS PADA PETERNAKAN AYAM UD. MARKOTA SURYA  
KECAMATAN BALUNG KABUPATEN JEMBER)**

**PROFIT PLANNING WITH BREAK EVEN POINT METHOD  
(CASE STUDY ON POULTRY HUSBANDRY UD MARKOTA SURYA  
BALUNG JEMBER)**

**Achmad Hasan Hafidzi**

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Email: [achmad.hasan@unmuhjember.ac.id](mailto:achmad.hasan@unmuhjember.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui volume penjualan titik impas pada peternakan UD. Markota Surya. Metode yang digunakan adalah analisis break even point (titik impas) dua produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa titik impas mengalami perubahan yang signifikan terhadap perencanaan laba UD. Markota Surya yang berarti semakin besar titik impas maka semakin kecil peluang memperoleh laba. Volume penjualan titik impas terendah 2.298 kg dan tertinggi 7.321 kg pada bauran penjualan 63% ayam pedaging dan 37% telur. Volume penjualan titik impas terendah 2.288 kg dan titik impas tertinggi 7.440 kg pada bauran penjualan 67% ayam pedaging dan 33% telur. Titik impas terendah adalah 2.302 kg dan titik impas tertinggi adalah 7.690 kg pada bauran penjualan 75% ayam pedaging dan 25% telur. Peternak perlu upaya memilih range titik impas yang relatif terjangkau dari ke-3 bauran penjualan tersebut. Titik impas tertinggi yang dapat dijangkau dari hasil produksi terendah adalah titik impas pada bauran penjualan 75% ayam pedaging dan 25% telur. Peternak perlu mengendalikan titik impas agar dapat meningkatkan laba. Berbagai upaya yang dapat dilakukan peternak dalam mengendalikan titik impas seperti menekan biaya tetap, menekan biaya variabel dan menaikkan harga jual.

**Kata Kunci** : Perencanaan laba, Peternakan Ayam, Titik Impas Dua Produk

**ABSTRACT**

This study aims to determine the sales volume breakeven point on UD Markota Surya Farm. The method used is break even point analysis of two products. The results showed that the break-even point has a significant change to the UD. Markota Surya profit planning which means the greater the breakeven point, the smaller the opportunity to gain profit. Lowest breakeven sales volume is 2,298 kg and 7,321 kg on the highest sales mix of 63% and 37% of broiler eggs. Lowest breakeven sales volume 2288 kg and 7440 kg highest breakeven point in sales mix of 67% and 33% of broiler eggs. Lowest break-even point is 2,302 kg and the highest break-even point is 7,690 kg on a mix of 75% of sales and 25% of broiler eggs. Breeders need to select the range of breakeven relatively affordable of all three of the sales mix. The highest break-even point can be reached from the lowest production is the breakeven point on the sales mix of 75% and 25% of broiler eggs. Breeders need to control the break-even point in order to increase the profits. Various attempts to do farmers in controlling the break-even point as keeping your costs, reduce the cost and increase the selling price variable.

**Keywords** : Break even point two products, Chicken farm, Planning profit

## PENDAHULUAN

Peternakan adalah segala urusan yang berkaitan dengan sumber daya fisik, benih, bibit dan /atau bakalan, pakan, alat dan mesin peternakan, budidaya ternak, panen, pasca panen, pengolahan, pemasaran, dan pengusahaannya (UU No 18 tahun 2009). Peluang usaha di bidang peternakan sangat banyak, selama masih ada orang yang membutuhkan asupan protein hewani maka selama itu juga usaha peternakan akan terus berkembang. Bisnis ternak ayam merupakan salah satu peluang bisnis yang sangat kuat karena selalu saja dicari dan dibutuhkan oleh masyarakat. Ayam merupakan penghasil daging dan telur, keduanya merupakan sumber protein hewani yang baik. Sebagaimana diketahui daging ayam sebagai salah satu bahan masakan yang cukup populer dan sangat sering dijumpai dalam penyediaan menu masakan dengan bahan baku ayam di berbagai rumah makan, pastinya permintaan daging ayam tinggi. Begitu juga telur ayam yang sering dijumpai di rumah makan sebagai menu.

Secara umum suatu usaha memiliki tujuan untuk memperoleh laba jangka pendek. Dalam mencapai tujuan tersebut harus mempunyai alat yaitu manajemen. Berhasil atau tidaknya perusahaan tergantung pada kemampuan manajemen dalam melaksanakan fungsi-fungsinya serta dalam melihat kemungkinan dimasa yang akan datang. Untuk itu manajemen dalam kegiatannya harus dapat merencanakan tujuan dan kegiatan dalam mencapai tujuannya tersebut.

Sebagian besar suatu usaha menjual lebih dari satu produk pada bermacam-macam harga jual. Produk yang dijual mempunyai biaya variabel per unit tidak selalu sama, sehingga setiap produk akan memberikan kontribusi yang berbeda pada laba. Perusahaan yang memproduksi barang lebih dari satu produk cenderung mengalami kesulitan dalam menentukan berapa besar proporsi yang harus dibebankan pada tiap produk yang dihasilkan. Kemampuan untuk mencapai laba yang yang diinginkan dapat ditentukan oleh manajemen yang baik terutama dalam perencanaan laba. Perencanaan laba yang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba yang diinginkan. Oleh karena itu kegiatan perencanaan laba merupakan kegiatan yang krusial. Salah satu alat yang dapat digunakan manajemen dalam hal ini adalah analisis titik impas.

## Perencanaan Laba

Menurut Carter (2009) perencanaan laba (*profit planning*) adalah tahapan pengembangan dari suatu rencana operasi guna untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Menurut Supriyono (2011) perencanaan laba (*profit planning*) adalah perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. Didalamnya juga ditentukan tujuan laba yang dicapai oleh perusahaan. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

## Titik Impas ( *Break Even Point* )

Titik Impas (*break even point*) adalah keadaan yang menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang diterima perusahaan (pendapatan total) sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan (biaya total) (Siregar, dkk, 2013:318). Perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk memerlukan analisis *break even point* multi produk. Salah satu pemecahan yang mungkin adalah menerapkan analisis secara terpisah ke masing-masing lini produk (Hansen & Mowen, 2006). Analisis *break even point* terdiri dari beberapa komponen, yaitu harga, biaya tetap, biaya variabel dan bauran penjualan untuk perusahaan yang mempunyai lebih dari satu jenis produk. Namun dalam kondisi tertentu komponen-komponen tersebut dapat berubah-ubah, sehingga memungkinkan analisis *break even point* berubah dan akan berdampak pada perencanaan laba. Carter dan Usry (2006) menyatakan bahwa analisis titik impas digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan biaya untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tertentu.

Berdasarkan pendapat di atas dapat dinyatakan bahwa, *break even point* adalah suatu keadaan dimana perusahaan dalam operasinya tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita kerugian atau dengan kata lain total biaya sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi.

## METODE PENELITIAN

### Definisi Operasional Variabel

Berikut ini diuraikan definisi operasional variabel dan skala pengukurannya untuk memudahkan analisis data.

a. Biaya tetap/*fixed cost*

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran perubahan volume produksi ayam pedaging dan/ atau telur. Biaya tetap per kg berubah dengan adanya perubahan produksi ayam pedaging dan/ atau telur. Besarnya biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen. Skala pengukurannya menggunakan skala rasio.

b. Biaya variabel/*variable cost*

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume produksi ayam pedaging dan/ atau telur. Biaya variabel per kg konstan (tetap) dengan adanya perubahan volume produksi ayam pedaging dan/ atau telur. Skala yang digunakan untuk mengukur biaya variabel adalah skala rasio

c. Harga jual

Harga jual yang digunakan untuk menjual ayam pedaging per kg dan telur per kg kepada pembeli. Skala pengukurannya menggunakan skala interval.

d. Bauran penjualan

Bauran penjualan adalah perencanaan peternak atas proporsi bauran penjualan masing-masing produk yaitu volume penjualan ayam pedaging dan volume penjualan telur. skala pengukurannya menggunakan skala interval.

### Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data yang dimaksud adalah data mentah seperti penggunaan bahan baku, bauran penjualan, harga jual dan biaya-biaya.

Data tersebut diperoleh dari pengelola peternak UD. Markota Surya. Adapun tehnik pengumpulan data menggunakan tehnik pencatatan.

### Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk mengetahui volume penjualan pada titik impas adalah metode analisis titik impas dua produk (pendekatan matematik). Formula yang digunakan untuk menganalisis titik impas dua produk sebagai berikut Siregar, dkk (2013):

$$BEP = \frac{FC}{CM}$$

Keterangan:

$BEP$  = Titik impas(dalam kg)

$FC$  = Biaya Tetap(dalam Rp)

$CM$  = Margin kontribusi (dalam Rp)

Titik impas bisa sangat bervariasi apabila terjadi perubahan pada komponen-komponen penentunya yaitu biaya tetap ( $FC$ ) dan margin kontribusi ( $CM$ ). Dengan demikian  $BEP$  dapat ditentukan berdasarkan skenario sebagai berikut (*what if analysis*):

Jika biaya tetap berubah dan komponen lain tetap, maka  $BEP$  berubah.

Jika margin kontribusi berubah dan komponen lain tetap maka  $BEP$  berubah.

Formula yang digunakan untuk menghitung margin kontribusi sebagai berikut Siregar, dkk (2013)::

$$CM = X(Pa - VC_a) + Y(Pb - VC_b)$$

Keterangan:

$CM$  = Margin kontribusi ( dalam Rp )

$Pa$  = Harga jual ayam pedaging per kg (dalam Rp)

$Pb$  = Harga jual telur per kg (dalam Rp)

$VC_a$  = Biaya variabel ayam pedaging per kg (dalam Rp)

$VC_b$  = Biaya variabel telur per kg (dalam Rp)

Margin kontribusi berubah-ubah berdasarkan perubahan komponen penentunya. Dengan demikian margin kontribusi dapat ditentukan berdasarkan beberapa skenario sebagai berikut (*what if analysis*):

Jika harga jual ( $Pa$  atau  $Pb$ ) berubah dan komponen lain tetap, maka margin kontribusi berubah.

Jika biaya variabel berubah ( $VC_a$  atau  $VC_b$ ) dan komponen lain tetap, maka margin kontribusi berubah.

Jika bauran penjualan berubah ( $X$  atau  $Y$ ) dan komponen lain tetap, maka margin kontribusi berubah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data pada penelitian ini meliputi estimasi biaya semi variabel, estimasi biaya tetap, estimasi biaya variabel daging, estimasi biaya variabel telur, estimasi harga

jual daging, estimasi harga jual telur, estimasi bauran penjualan dan analisis titik impas dua produk.

**Tabel 1. Estimasi Biaya Tetap per 40 hari UD. Markota Surya (dalam Rp)**

Komponen Biaya	$FC_1$	$FC_2$	$FC_3$
Upah manajer	4.000.000	4.200.000	4.400.000
Tenaga kerja	2.280.000	2.400.000	2.600.000
Listrik	1.000.000	1.050.000	1.100.000
Penyusutan Lampu	120.000	120.000	120.000
Sewa lahan ayam pedaging	167.000	175.000	184.000
Sewa kandang ayam pedaging	1.925.000	2.100.000	2.800.000
Penyusutan peralatan <i>brooding</i> sekam	55.000	55.000	55.000
Penyusutan kandang ayam pedaging	112.000	126.000	140.000
Penyusutan mesin giling	1.042.000	1.042.000	1.042.000
Perbaikan mesin giling	127.000	127.000	127.000
Pemakaian gas	50.000	50.000	50.000
Bahan bakar	688.000	710.000	733.000
Jumlah	27.000	32.000	36.000
	11.593.000	12.187.000	13.387.000

Keterangan:

$FC_1$  =Estimasi biaya tetap terendah yang mungkin dapat terjadi

$FC_2$  =Estimasi biaya tetap normal yang mungkin dapat terjadi

$FC_3$  =Estimasi biaya tetap tertinggi yang mungkin dapat terjadi

Sumber : UD. Markota Surya dan Tabel 3 diolah

Estimasi biaya variabel ayam pedaging disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Estimasi Biaya Variabel Ayam Pedaging per Ekor (dalam Rp)**

Komponen Biaya	$VCa_1$	$VCa_2$	$VCa_3$
Pakan ayam pedaging	18.755	19.995	21.235
Pembelian bibit	4.688	5.000	5.313
Pemakaian gas	24,57	25,39	26,22
Jumlah	23.467,57	25.020,39	26.573,22

Keterangan:

$VCa_1$  =Estimasi biaya variabel ayam pedaging terendah yang mungkin dapat terjadi

$VCa_2$  =Estimasi biaya variabel ayam pedaging normal yang mungkin dapat terjadi

$VCa_3$  =Estimasi biaya variabel ayam pedaging tertinggi yang mungkin dapat terjadi

Sumber: UD. Markota Surya dan Tabel 4 diolah

Estimasi biaya variabel ayam pedaging disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Estimasi Biaya Variabel Ayam Petelur per Ekor (dalam Rp)**

Komponen Biaya	$VCb_1$	$VCb_2$	$VCb_3$
Sentrat	12.859,00	13.245,00	13.502,00
Jagung	7.145,55	7.939,50	8.527,02
Bekatul	1,90	2.044,00	2.190,00
Grit	18,00	20,00	22,00
Obat dan Vaksin	302,00	311,00	317,00
Biaya bahan bakar	25,20	29,94	34,36
Jumlah	22.248,75	23.589,44	24.592,38

Keterangan:

$VCb_1$  = Estimasi biaya variabel ayam petelur terendah yang mungkin dapat terjadi

$VCb_2$  = Estimasi biaya variabel ayam petelur normal yang mungkin dapat terjadi

$VCb_3$  = Estimasi biaya variabel ayam petelur tertinggi yang mungkin dapat terjadi

Sumber: UD. Markota Surya dan Tabel 5 diolah

Estimasi harga jual meliputi estimasi harga jual ayam pedaging dan estimasi harga jual telur.

Estimasi harga jual ayam pedaging ditunjukkan pada Tabel 4

**Tabel 4. Estimasi Harga Jual Ayam Pedaging (dalam Rp)**

Keterangan	$Pa_1$	$Pa_2$	$Pa_3$
Harga jual ayam pedaging	16.000	17.000	18.000

Keterangan

$Pa_1$  = Estimasi harga jual ayam pedaging terendah yang mungkin dapat terjadi

$Pa_2$  = Estimasi harga jual ayam pedaging normal yang mungkin dapat terjadi

$Pa_3$  = Estimasi harga jual ayam pedaging tertinggi yang mungkin dapat terjadi

Sumber: UD. Markota Surya

Estimasi harga jual telur ditunjukkan pada Tabel 5.

**Tabel 5. Estimasi Harga Jual Telur (dalam Rp)**

Keterangan	$Pa_1$	$Pa_2$	$Pa_3$
Harga jual ayam pedaging	14.000	14.500	15.100

Keterangan

$Pb_1$  = Estimasi harga jual telur terendah yang mungkin dapat terjadi

$Pb_2$  = Estimasi harga jual telur normal yang mungkin dapat terjadi

$Pb_3$  = Estimasi harga jual telur tertinggi yang mungkin dapat terjadi

Menurut hasil wawancara, estimasi bauran penjualan peternakan UD. Markota Surya yang mungkin dapat terjadi adalah pertama bauran penjualan ke-1 yaitu 63% atau produksi ayam pedaging dan 37% produksi telur. Kedua, bauran penjualan ke-2 67% produksi ayam pedaging dan 33% produksi telur. Ketiga, bauran penjualan ke-3 75 % produksi ayam pedaging dan 25% produksi telur.

Peternak seharusnya memilih kisaran ( *range* ) titik impas yang bisa direalisasikan dari ke tiga bauran penjualan tersebut dan menjual hasil produksi di atas volume penjualan pada titik impas untuk mendapatkan laba. Titik impas tertinggi yang dapat direalisasikan yaitu pada bauran penjualan 75% ayam pedaging dan 25% telur. Berbagai upaya yang dapat dilakukan peternak dalam meminimumkan titik impas seperti mengendalikan biaya tetap, mengendalikan biaya variabel.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa volume penjualan pada titik impas sangat bervariasi. Titik impas yang bervariasi diperoleh dari beberapa estimasi komponen titik impas yang mungkin dapat terjadi. Volume penjualan titik impas terendah 2.298 kg dan tertinggi 7.321 kg pada bauran penjualan 63% ayam pedaging dan 37% telur. Berdasarkan hasil produksi terendah, peternak tidak mampu mencapai volume penjualan pada titik impas tertinggi 7.321 kg, karena peternak harus mencapai penjualan 4.612 kg ayam pedaging dan 2.708 kg telur untuk mencapai titik impas. Volume penjualan titik impas terendah 2.288 kg dan tertinggi 7.440 kg pada bauran penjualan 67% ayam pedaging dan 33% telur. Berdasarkan hasil produksi terendah, peternak tidak mampu mencapai volume penjualan pada titik impas tertinggi 7.440 kg, karena peternak harus mencapai penjualan 4.984 kg ayam pedaging dan 2.455 kg telur untuk mencapai titik impas. Volume penjualan titik impas

terendah 2.302 kg dan tertinggi 7.690 kg pada bauran penjualan 75% ayam pedaging dan 25% telur. Berdasarkan hasil produksi terendah, peternak mampu mencapai volume penjualan pada titik impas tertinggi 7.690 kg, karena peternak harus mencapai penjualan 5.768 kg ayam pedaging dan 1.923 kg telur untuk mencapai titik impas. Peternak seharusnya memilih range titik impas yang bisa direalisasikan dari ke tiga bauran penjualan. Titik impas tertinggi yang dapat direalisasikan yaitu pada bauran penjualan 75% ayam pedaging dan 25% telur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Carter, William K., 2009, *Akuntansi Biaya*, Buku I Edisi 14, Jakarta: Salemba Empat
- Carter, W. K. & Usry, M. F., 2006, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: Penerbit Salemba.
- Hansen & Mowen, 2006, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, dkk. 2013, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Supriyono, R. A, 2011, *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- UU Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2009 Tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan