

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya menurut Bustami dan Nurlela (2013:7), yaitu “pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca”.

Menurut Ahmed Riahi (2006:277) “biaya adalah jumlah yang diukur dalam uang dari khas yang dikeluarkan, atau kewajiban yang terjadi, dalam hubungannya dengan barang atau jasa yang telah atau akan diterima”.

“Biaya adalah pengorbanan ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa, di mana manfaat dari barang atau jasa tersebut dinikmati dalam waktu lebih dari satu tahun (jangka panjang)” (Rudianto, 2012:27).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa, yang diukur dalam satuan uang, baik yang sudah terjadi maupun yang kemungkinan akan terjadi.

b. Perilaku Biaya

“Perilaku biaya dapat diartikan sebagai perubahan dari suatu aktivitas bisnis” (Bustami dan Nurlela, 2013:23). Klasifikasi biaya berdasarkan pola perilaku biaya dapat dibagi menjadi 3 golongan yaitu:

1) Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Menurut Bustami dan Nurlela (2013:23),”biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah sebanding dengan aktivitas atau volume produksi dalam rentang relevan tetapi per unit bersifat tetap”. “Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya variabel per unit konstan (tetap) dengan adanya perubahan volume kegiatan” (Mulyadi, 2014:468).

2) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

“Biaya tetap adalah biaya yang secara total tetap dalam rentang relevan (*relevant range*) tetapi per unit berubah” (Bustami dan Nurlela, 2013:25). Menurut Mulyadi (2014:465),” biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap per satuan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan”.

3) Biaya Semivariabel

“Biaya semivariabel adalah biaya yang pada aktivitas tertentu memperlihatkan karakteristik biaya tetap maupun biaya variabel”.

(Bustami dan Nurlela, 2013:27). “Biaya semivariabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel di dalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan” (Mulyadi, 2014:469).

Adapun karakteristik dari biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel menurut Supriyono (2011:28) adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya Tetap
 - a) Biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.
 - b) Pada biaya tetap, biaya satuan (*unit cost*) akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan, semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.
- 2) Biaya Variabel
 - a) Biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel.
 - b) Pada biaya variabel, biaya satuan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan, jadi biaya satuan konstan.
- 3) Biaya Semivariabel
 - a) Biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin besar jumlah biaya total, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah biaya, tetapi perubahannya tidak sebanding.
 - b) Pada biaya semivariabel, biaya satuan akan berubah terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifatnya tidak sebanding. Sampai dengan tingkatan kegiatan tertentu semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku biaya adalah biaya yang akan bereaksi atau berubah dengan adanya perubahan tingkat aktivitas bisnis. Biaya dapat dibagi menjadi 3 golongan yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap walaupun volume penjualan atau kuantitas produksi berubah. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sebanding dengan perubahan volume produksi, di mana semakin besar volume produksi maka semakin tinggi biaya variabel totalnya. Biaya semivariabel adalah biaya yang memiliki dua unsur, yaitu unsur tetap dan unsur variabel pada suatu aktivitas tertentu.

c. Metode Pemisahan Biaya Semivariabel menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Untuk tujuan perencanaan dan pengambilan keputusan, biaya semivariabel harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Ada tiga metode untuk memisahkan biaya tetap dan biaya variabel yaitu sebagai berikut:

1) Metode Titik Tertinggi dan Terendah (*High Low Point Method*)

“Metode titik tertinggi dan terendah adalah suatu metode dalam menghitung biaya tetap dan biaya variabel menggunakan dua titik yang berbeda yaitu titik tertinggi dan titik terendah. Titik yang dipilih adalah titik periode dan aktivitas tertinggi dan terendah”

(Bustami dan Nurlela, 2013:28). “Untuk memperkirakan fungsi biaya, dalam metode ini suatu biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dibandingkan dengan biaya tersebut pada tingkat kegiatan terendah di masa lalu. Selisih biaya yang dihitung merupakan unsur biaya variabel dalam biaya tersebut” (Mulyadi, 2015:471).

2) Metode Titik Sebaran (*Scattergraph Method*)

“Metode *Scattergraph* merupakan suatu plot dari biaya terhadap tingkatan kegiatan di masa lalu. Metode *Scattergraph* juga menunjukkan setiap perubahan yang berarti dalam hubungan antara biaya dan kegiatan pada tingkatan kegiatan yang berbeda” (Bustami dan Nurlela, 2013:29). “Metode *Scattergraph* dapat digunakan untuk menganalisis perilaku biaya. Dalam metode ini, biaya yang dianalisis disebut variabel dependen dan diplot di sepanjang garis vertikal atau yang disebut dengan sumbu y . Aktivitas terkait disebut dengan variabel independen, misalnya, biaya tenaga kerja langsung, jam mesin, unit output, atau presentase kapasitas dan diplot di sepanjang garis horizontal yang disebut sumbu x ” (Carter, 2012:75).

3) Metode Kuadrat Terkecil (*Least Square Method*)

“Metode analisis regresi (*least squares method*), perhitungannya menggunakan persamaan matematis yang menunjukkan keterkaitan antara biaya dengan volume. Persamaannya

menggunakan garis lurus yaitu $y=a+bx$, dimana y sebagai variabel dependen (biaya) yaitu variabel yang perubahannya dipengaruhi oleh variabel x , dimana x menunjukkan volume kegiatan, dan a merupakan unsur biaya tetap sedangkan b yaitu unsur dari biaya variabel” (Bustami dan Nurlela, 2006:39). “Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan garis regresi $y=a+bx$, di mana y merupakan variabel tidak bebas (*dependent variable*) yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x yang merupakan variabel bebas (*independent variable*). Variabel y menunjukkan biaya, sedangkan variabel x menunjukkan volume kegiatan” (Mulyadi, 2015:474).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ada tiga pendekatan dan metode untuk memisahkan biaya semivariabel, yaitu metode titik tertinggi dan terendah (*High Low Point Method*), metode titik sebaran (*Scattergraph Method*) dan metode kuadrat terkecil (*Least Square Method*). Dari ketiga metode pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel tersebut, metode *Least Square* lebih banyak digunakan karena dianggap lebih akurat dibandingkan dengan dua metode yang lain.

2. Analisis *Break Even Point*

a. Pengertian *Break Even Point*

Menurut Munawir (2007:184-185) “Break even dapat diartikan suatu keadaan di mana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (Penghasilan = total biaya)”. Menurut Sunyoto (2013:123) “*break even point* (BEP) adalah suatu keadaan di mana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Pada saat keadaan itu dicapai hasil penjualan sama dengan jumlah biayanya”. “Titik impas (*break even point*) adalah suatu tingkat penjualan di mana laba adalah nol” (Garrison, 2016:210).

Dalam pengertian yang lain disebutkan bahwa *break even point* adalah merupakan suatu cara yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian. (Sunyoto, 2013:123)

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa *Break Even Point* atau titik impas adalah suatu keadaan di mana perusahaan tidak mendapatkan keuntungan juga tidak mengalami kerugian karena jumlah pendapatan yang diterima perusahaan sama dengan jumlah biaya yang telah dikeluarkan perusahaan. Atau dengan kata lain, laba yang diterima perusahaan adalah sebesar nol.

b. Pengertian Analisis *Break Even Point*

Sunyoto (2013:123) menyatakan “Analisis *break even point* adalah merupakan suatu teknis analisis yang ditunjukkan untuk menghasilkan informasi dengan memusatkan perhatian pada penentuan keadaan dimana volume kegiatan (yang diukur dengan hasil penjualan) tidak menghasilkan laba tetapi juga tidak menderita kerugian”.

Menurut Kasmir (2016:333),”analisis titik impas (*break even point*) adalah suatu keadaan di mana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan”.

“Analisa *break even* tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang *break even* saja, akan tetapi analisa *break even* mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan” (Munawir, 2007:185)

Dapat diambil kesimpulan bahwa analisis *Break Even Point* adalah suatu cara atau alat atau teknik yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) di mana dari volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi. Tujuan analisis titik impas adalah untuk menentukan volume penjualan dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang ditargetkan atau laba sebesar nol.

Dengan mengetahui titik impasnya (*Break Even Point*), manajer suatu perusahaan dapat mengindikasikan tingkat penjualan

yang disyaratkan agar terhindar dari kerugian dan diharapkan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk masa yang akan datang. Dengan mengetahui titik impas ini, manajer juga dapat mengetahui sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan yang dipimpinnya.

c. Manfaat Analisis *Break Even Point*

Penggunaan analisis titik impas bagi perusahaan memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan dan produksi.

Menurut Kasmir (2016:334-335) penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

- 1) Mendesain spesifikasi produk.
- 2) Menentukan harga jual per satuan.
- 3) Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
- 4) Memaksimalkan jumlah produksi.
- 5) Merencanakan laba yang diinginkan dan tujuan lainnya.

Adapun kegunaan analisa *break even point* bagi manajemen menurut Munawir (2007:209-212) adalah sebagai berikut:

- 1) Analisa *break even point* dan Keputusan Penambahan Investasi
Hasil analisa *break even point* juga dapat membantu memberikan informasi maupun pedoman kepada manajemen dalam memecahkan masalah-masalah lain yang dihadapinya. Misalnya masalah penambahan atau penggantian fasilitas pabrik atau investasi dalam aktiva tetap lainnya.

- 2) Analisa *break even point* dan Keputusan Menutup Usaha
Kegunaan lain dari analisa *break even point* bagi manajemen adalah bantuannya dalam pengambilan keputusan menutup usaha atau tidak (dapat memberikan informasi kapan sebaiknya usaha tersebut dihentikan saja).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa analisis *Break Even Point* sangat berguna bagi manajemen perusahaan dalam pengambilan kebijakan yang berdampak langsung bagi keseimbangan perusahaan. Analisis *Break Even Point* memiliki manfaat untuk memudahkan manajemen perusahaan dalam memperoleh informasi mengenai besarnya jumlah penjualan minimal dan volume produksi yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian.

Analisis *break even point* juga dapat memberikan informasi kepada manajemen mengenai masalah penambahan atau penggantian fasilitas pabrik atau investasi dalam aktiva tetap lainnya dan kapan sebaiknya sebuah usaha ditutup. Manajemen juga dapat melakukan perencanaan laba dengan mengetahui informasi besarnya hasil titik impas yang telah dicapai.

d. Dasar Asumsi Analisis *Break Even Point*

Analisis *Break Even Point* penting bagi manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba, terutama informasi mengenai jumlah penjualan minimum dan besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan agar perusahaan

tidak menderita kerugian. Oleh karena itu, analisis *Break Even Point* didasarkan pada asumsi-asumsi.

Menurut Halim dan Supomo (2005:58), asumsi-asumsi yang mendasari analisis *Break Even Point* adalah sebagai berikut:

- 1) Harga jual per unit tidak berubah-ubah pada berbagai volume penjualan.
- 2) Perusahaan memproduksi pada jarak kapasitas yang secara relatif konstan.
- 3) Biaya dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap jumlahnya tidak berubah dalam jarak kapasitas tertentu, sedangkan biaya variabel berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan.
- 4) Jumlah perubahan persediaan awal dan persediaan akhir tidak berarti.
- 5) Jika perusahaan menjual lebih dari satu macam produk, komposisi produk yang dijual dianggap tidak berubah.

Adapun asumsi-asumsi dan keterbatasan analisis titik impas menurut Kasmir (2016:338-340) adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya
Dalam analisis titik impas, hanya digunakan dua macam biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Oleh karena itu, kita harus memisahkan dulu komponen antara biaya tetap dan biaya variabel.
- 2) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)
Biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu saja, biasanya kapasitas produksi yang dimiliki. Namun, untuk kapasitas produksi bertambah, biaya tetap juga menjadi lain.
- 3) Biaya Variabel (*Variable Cost*)
Biaya variabel berubah-ubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi atau penjualan.
- 4) Harga Jual
Harga jual maksudnya dalam analisis ini hanya digunakan untuk satu macam harga jual atau harga barang yang dijual atau diproduksi.
- 5) Tidak ada Perubahan Harga Jual
Artinya diasumsikan harga jual per satuan tidak dapat berubah selama periode analisis. Hal ini bertentangan dengan kondisi yang sesungguhnya, di mana harga jual dalam satu periode dapat

berubah-ubah seiring dengan perubahan biaya-biaya lainnya yang berhubungan langsung dengan produk maupun tidak.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa apabila salah satu asumsi berubah, maka akan mempengaruhi nilai *Break Even Point* yang pada akhirnya perubahan tersebut akan mempengaruhi laba perusahaan. Dalam upaya menghadapi perubahan asumsi tersebut, analisis *Break Even Point* masih dapat dilakukan, dengan menganalisis kembali berbagai faktor biaya, harga jual, tingkat efisiensi dan sebagainya untuk disusun kembali *Break Even Point* yang baru sesuai dengan perubahan. Jadi, *Break Even Point* harus disesuaikan dengan perubahan hal tersebut.

e. Perubahan-perubahan yang Mempengaruhi *Break Even Point*

Salah satu aspek penting dalam analisis biaya, volume dan laba adalah perubahan dalam satu faktor atau lebih yang mempengaruhi laba. Menurut Munawir (2007: 201-206) faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisis hubungan biaya, volume dan laba antara lain biaya tetap, biaya variabel, harga jual maupun volume penjualan.

1) Perubahan biaya tetap

Perubahan biaya tetap akan mengakibatkan perubahan jumlah biaya secara keseluruhan pada berbagai tingkat penjualan akan berubah pula, dengan perubahan jumlah biaya maka besarnya penjualan pada tingkat *break even* akan berubah pula.

- 2) Kenaikan biaya variabel
Dengan adanya kenaikan biaya variabel maka jumlah biaya juga akan berubah, begitu pula dengan besarnya penjualan pada tingkat *break even* juga akan berubah.
- 3) Perubahan harga jual per unit
Dengan adanya kenaikan harga jual dapat mengakibatkan penurunan volume penjualan yang akhirnya juga akan mengakibatkan perubahan besarnya *break even*.
- 4) Perubahan komposisi penjualan
Apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu macam produk, maka analisa *break even* dapat pula diterapkan untuk seluruh produk yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan tersebut. Untuk komposisi-komposisi antara produk-produk tersebut harus tetap sama baik dalam komposisi produksi maupun penjualannya (*product mix* dan *sales mix*).

Adapun perubahan-perubahan yang dapat mempengaruhi

BEP menurut Kasmir (2016:346-351) adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Perubahan Harga Jual Per Unit
Apabila terjadi kenaikan harga jual per unit dari Rp. 5.000,00 menjadi Rp. 6.000,00 (kenaikan 20%). Pengaruh kenaikan harga jual ini akan berdampak terhadap BEP yang akan berubah menjadi lebih kecil dalam rupiah maupun unit.
- 2) Pengaruh Perubahan Jumlah Biaya Tetap
Seperti diketahui bahwa dalam analisis BEP, biaya tetap secara total diasumsikan tetap (konstan). Jadi, apabila ada perubahan biaya tetap, otomatis BEP-nya juga berubah.
- 3) Pengaruh Perubahan Jumlah Biaya Variabel
BEP akan ikut berubah apabila terjadi perubahan, baik terhadap peningkatan maupun penurunan biaya variabel.
- 4) Pengaruh Perubahan Penjualan Campuran
Penjualan campuran (*sales mix*) merupakan gambaran perimbangan penjualan antara beberapa macam produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Oleh karena itu, pengaruh ini berlaku apabila perusahaan memiliki dua macam produk atau lebih. Dalam asumsi dikatakan tidak ada perubahan dalam penjualan campuran *sales mix*-nya.
- 5) Penentuan Harga Jual Minimal
Suatu perusahaan pasti selalu menetapkan keuntungan yang diinginkan atau *profit margin* lebih dulu sebelum kegiatan dijalankan. Oleh karena itu, sebelumnya perlu ditetapkan penjualan minimal yang harus dicapai sehingga keuntungan yang telah ditargetkan dapat tercapai. Bila tidak, kita sulit untuk melihat berapa penjualan yang dicapai.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa analisis *Break Even Point* harus ditinjau setiap saat untuk mengantisipasi berbagai faktor yang mempengaruhi *Break Even Point*. Dengan demikian, analisis *Break Even Point* yang digunakan sebagai alat bantu manajemen dalam menentukan kebijakan lebih menggambarkan keadaan perusahaan yang sebenarnya sehingga manajemen dapat dengan cepat mengambil keputusan.

f. Perhitungan *Break Even Point*

Break Even Point (BEP) dapat dihitung menggunakan metode persamaan dan metode margin kontribusi.

1) Pendekatan Persamaan

Pendekatan persamaan memanfaatkan data-data dari laporan laba rugi yang disusun dengan format kontribusi. Penggunaan presentase dalam persamaan tersebut dapat digunakan untuk menentukan titik impas berdasarkan nilai penjualan dan bukan dalam unit. Persamaannya adalah sebagai berikut.

$$\text{Laba} = \text{Penjualan} - (\text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap})$$

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

(Garrison, 2006 : 334)

2) Pendekatan Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

“Margin kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan penjualan dikurangi beban variabel. Jadi margin

kontribusi merupakan jumlah yang tersedia untuk menutup beban tetap dan kemudian untuk menyediakan laba pada periode tertentu” (Garrison, 2016:209). Jika margin kontribusi tidak dapat menutup biaya tetap perusahaan, maka yang timbul adalah kerugian. Namun, apabila margin kontribusi sama besarnya dengan biaya tetap, maka perusahaan tidak mendapat laba atau rugi (impas). Terdapat sejumlah kemungkinan kebijaksanaan bagi perusahaan dalam menaikkan margin kontribusi seperti mengubah harga jual, mendorong kuantitas penjualan, memperbaiki struktur kombinasi biaya tetap dan biaya variabel.

Break Even Point yang dicari dengan metode margin kontribusi dicapai ketika jumlah margin kontribusi sama besarnya dengan biaya tetap. Sugiono (2009:94) menyatakan bahwa *Break Even Point* dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP (nilai uang)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\frac{1 - \text{Total Biaya Variabel}}{\text{Total Harga Jual}}} \quad \text{atau}$$

$$\text{BEP (nilai uang)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}} \quad \text{atau}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}}$$

Gambar 1.
Contoh Perhitungan *Break Even Point*

Laporan Margin Kontribusi	
Uraian	2015
Barang yang terjual (per cupcake)	108.000 cupcakes
Harga Jual (per cupcake)	Rp. 20.000,00
Penjualan	Rp. 2.160.000.000,00
Biaya Variabel	Rp. 414.524.000,00
Margin Kontribusi	Rp. 1.745.476.000,00
Biaya Tetap	Rp. 29.999.988,00
Laba Bersih	Rp. 1.715.476.012,00

Dengan data di atas dapat dihitung BEP sebagai berikut:

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Total Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}} = \frac{\text{Rp.29.999.988,00}}{1 - \frac{\text{Rp.414.524.000}}{\text{Rp.2.160.000.000,00}}}$$

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Rp.29.999.988,00}}{1-0,19} = \frac{\text{Rp.29.999.988,00}}{0,81} = \text{Rp. 37.037.022}$$

Sumber: Mangundap (2014:151)

Rasio margin kontribusi adalah perbandingan antara margin kontribusi (total penghasilan dikurangi biaya variabel) dengan total penghasilan/penjualan. Rumus rasio margin kontribusi adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

(Garrison, 2016:215)

Sebagai contoh perhitungan di atas maka rasio margin kontribusinya adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{Margin Kontribusi} &= \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel} \\
 &= \text{Rp. 2.160.000.000,00} - \text{Rp. 414.524.000,00} \\
 &= \text{Rp. 1.745.476.000,00}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp.1.745.476.000,00}}{\text{Rp.2.160.000.000,00}} = 80,8\%
 \end{aligned}$$

Rasio margin kontribusi berfungsi dalam menetapkan kebijakan bisnis. Apabila rasio margin kontribusi perusahaan besar dan tingkat produksinya di bawah kapasitas maksimal maka dapat diprediksi adanya kenaikan laba operasi dari suatu kenaikan volume penjualan, sehingga perusahaan bisa mengambil kebijakan dengan lebih mempromosikan barang karena perubahan pada laba operasi akan dihasilkan dari perubahan volume penjualan. Sebaliknya apabila dalam usaha perusahaan mempunyai rasio margin kontribusi yang kecil maka perusahaan bisa mengambil kebijakan dengan mengurangi biaya dan beban usahanya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk menghitung *break even point* ada dua cara yaitu pendekatan persamaan dan pendekatan margin kontribusi. Margin kontribusi merupakan jumlah yang tersisa untuk menutup biaya tetap dan memberikan keuntungan. Apabila jumlah margin kontribusi lebih besar dari biaya tetap maka perusahaan tidak akan mengalami kerugian dan jika rasio margin kontribusi perusahaan tinggi maka dapat diprediksi adanya kenaikan laba operasi.

g. Margin Keamanan (*Margin of Safety*)

Halim dan Supomo (2005:57) menyatakan “Margin Keamanan adalah selisih antara rencana penjualan (dalam unit atau satuan uang) dengan impas (dalam unit atau satuan uang) penjualan”. “*Margin of Safety* (MOS) atau margin keamanan adalah sebagai nilai presentase dengan mana penurunan hasil penjualan bersih akan mengakibatkan menurunnya laba tepat menjadi sebesar nol” (Sunyoto, 2013:129). Menurut Ahmad (2005:65) “MOS diartikan penurunan persentase penjualan yang aman, atau besarnya penurunan penjualan dan perusahaan masih dalam situasi tidak merugi”.

Menurut beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa margin keamanan (*Margin of Safety*) adalah hubungan atau selisih antara penjualan yang dianggarkan atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat *Break Even Point* yang dapat memberikan informasi tentang seberapa jauh penurunan penjualan baik dalam rupiah maupun unit sehingga perusahaan masih dalam posisi aman atau tidak mengalami kerugian.

Manajemen perlu melakukan perhitungan margin pengaman dalam melakukan perencanaan laba karena berguna dalam mengevaluasi ketepatan penjualan. Margin keamanan berguna bagi manager perusahaan dalam menghadapi masalah resiko. Penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan maksimum harus sebesar *Magin of Safety* agar perusahaan tidak menderita kerugian.

“Perusahaan yang mempunyai *Margin of Safety* yang besar lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai *Margin of Safety* yang rendah, karena *Margin of Safety* memberikan gambaran kepada manajemen berapa penurunan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga belum memperoleh laba” (Munawir, 2007:199-200).

“*Margin of Safety* yang besar menunjukkan bahwa kondisi perusahaan tidak dalam bahaya, dan sebaliknya jika *Margin of Safety* kecil mendekati nol persen menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi bahaya yaitu akan mengalami titik impas. Jika *margin of safety* negatif berarti perusahaan dalam kondisi bahaya, yaitu mengalami kerugian” (Darsono, 2009: 332).

Margin of Safety dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$MS = \frac{SB - SBE}{SB} \times 100\%$$

$$\%MS = \frac{MS}{SB} \times 100\%$$

Keterangan:

MS : *Margin of Safety* atau batas keamanan

SB : *Sales Budgeted* atau penjualan yang dianggarkan

SBE : *Sales at Break Even* atau penjualan pada saat *break even*

Gambar 2.
Contoh Perhitungan *Margin of Safety*

Penjualan	100 unit @Rp. 2.000,00= Rp. 200.000,00=	100%	
Biaya Variabel	100 unit @Rp. 1.500,00= Rp. 150.000,00=	75%	—
MK (Marjin Kontribusi)	Rp. 50.000,00=	25%	—
Biaya Tetap	Rp. 40.000,00=	20%	—
PM (Profit Marjin)	Rp. 10.000,00=	5%	—

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Marjin Kontibusi per unit}} = \frac{\text{Rp.40.000,00}}{25\%} = \text{Rp. 160.000,00}$$

$$\text{MOS (Margin of Safety)} = \frac{\text{Penjualan Anggaran} - \text{Penjualan Impas}}{\text{Penjualan Anggaran}}$$

$$= \frac{\text{Rp.200.000,00} - \text{Rp.160.000,00}}{\text{Rp.200.000,00}} = 20\%$$

Sumber: Ahmad (2005:66)

3. Laba

a. Pengertian Laba

Darsono dan Ari Purwanti (2010:177) menyatakan, "laba ialah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban. Laba merupakan dasar ukuran kinerja bagi kemampuan manajemen dalam mengoperasikan harta perusahaan".

"Laba perusahaan adalah merupakan selisih antara penghasilan penjualan di atas semua biaya dalam periode akuntansi tertentu" (Supriyono, 2000:331). Menurut Soemarso (2005:34), "laba

adalah merupakan selisih antara pendapatan dan pengeluaran atau suatu kelebihan pendapatan yang diterima oleh perusahaan sesudah dikurangi pengorbanan yang dikeluarkan, yang merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha”.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah selisih antara total penghasilan dan total biaya yang dikeluarkan pada suatu kegiatan usaha. Laba seringkali menjadi ukuran untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Sukses atau tidaknya manajemen perusahaan dapat dilihat dari laba yang diperoleh perusahaan.

b. Perencanaan Laba

Perencanaan merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Pada dasarnya perencanaan itu merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan berbagai alternatif tindakan dan perumusan kebijakan. Suatu perencanaan bisa terealisasi apabila manajemen berhasil dalam menjalankan perusahaan yang diukur dengan besarnya laba.

Menurut Simamora (2013:193), “perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan secara cermat di mana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek”. Garrison (2016: 382) menyatakan bahwa

“Perencanaan laba (*profit planning*) adalah tahap-tahap yang dilakukan oleh organisasi bisnis untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan”.

Carter (2009:4), menyatakan “perencanaan laba (*profit planning*) adalah tahapan pengembangan dari suatu rencana operasi guna untuk mencapai tujuan dari perusahaan”. Kuswandi (2005:135) menyatakan “perencanaan laba perlu dilakukan agar dapat menghasilkan laba yang optimal untuk memuaskan pihak-pihak yang berkepentingan yaitu para pemegang saham, manajemen, konsumen, karyawan dan pemerintah”.

Menurut beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk jangka pendek dan jangka panjang untuk menghasilkan laba yang optimal.

Manfaat perencanaan laba menurut Harahap (2010: 41) meliputi:

- 1) Memberikan pendekatan yang terarah dalam memecahkan masalah.
- 2) Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya maksimal.
- 3) Mengarahkan penggunaan modal dan daya upaya pada kegiatan yang paling menguntungkan.

c. Hubungan antara Perencanaan Laba dengan Analisis BEP

Analisa titik impas dan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisa titik impas dan perencanaan laba sama-sama berbicara dalam hal anggaran atau di dalamnya mencakup anggaran yang meliputi biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang ke semua itu mengarah ke perolehan laba. Untuk itu dalam perencanaan perlu penerapan atau menggunakan analisa titik impas untuk perkembangan ke arah masa datang dan perolehan laba. Selain itu “analisa titik impas dapat dijadikan tolak ukur untuk menaikkan laba atau untuk mengetahui penurunan laba yang tidak mengakibatkan kerugian pada industri” (Garrison, 2006:60).

Menurut Kasmir (2016:332), “Analisis titik impas atau analisis pulang pokok atau dikenal dengan nama analisis *Break Even Point* (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis titik impas sering disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*)”. Penerapan analisis *Break Even Point* merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk menetapkan harga dengan cara menentukan biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan tingkat laba yang diharapkan.

Dapat disimpulkan bahwa analisis *break even point* dan perencanaan laba memiliki hubungan kuat. Dalam penyusunan anggaran, manajemen memerlukan berbagai ukuran (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. Ukuran 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 perencanaan laba 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.

B. Penelitian Terdahulu

1. Baris dan Sondakh (2014) dengan judul *Analisa Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Produk Gorengan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kawasan Boulevard Manado*. Metode penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus dengan menggunakan pendekatan *expost facto* karena variabel yang diteliti tidak dikenai suatu tindakan, perlakuan atau manipulasi, melainkan hanya meneliti dan mengungkapkan faktor-faktor yang diteliti berdasarkan keadaan yang sudah ada. Pendekatan *expost facto* adalah penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi yang kemudian meruntut ke

belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat lima (5) usaha kecil menengah (UKM) yang sudah mampu mengoptimalkan kinerjanya, sehingga memperoleh hasil penjualan di atas *Break Even Point*. Persamaan peneliti sebelumnya yaitu analisis data yang digunakan adalah rumus *Break Even Point* dan *Margin of Safety*. Perbedaannya yaitu pada tahun penulisan serta objek perusahaan yang menjadi tempat penelitian masing-masing penulis.

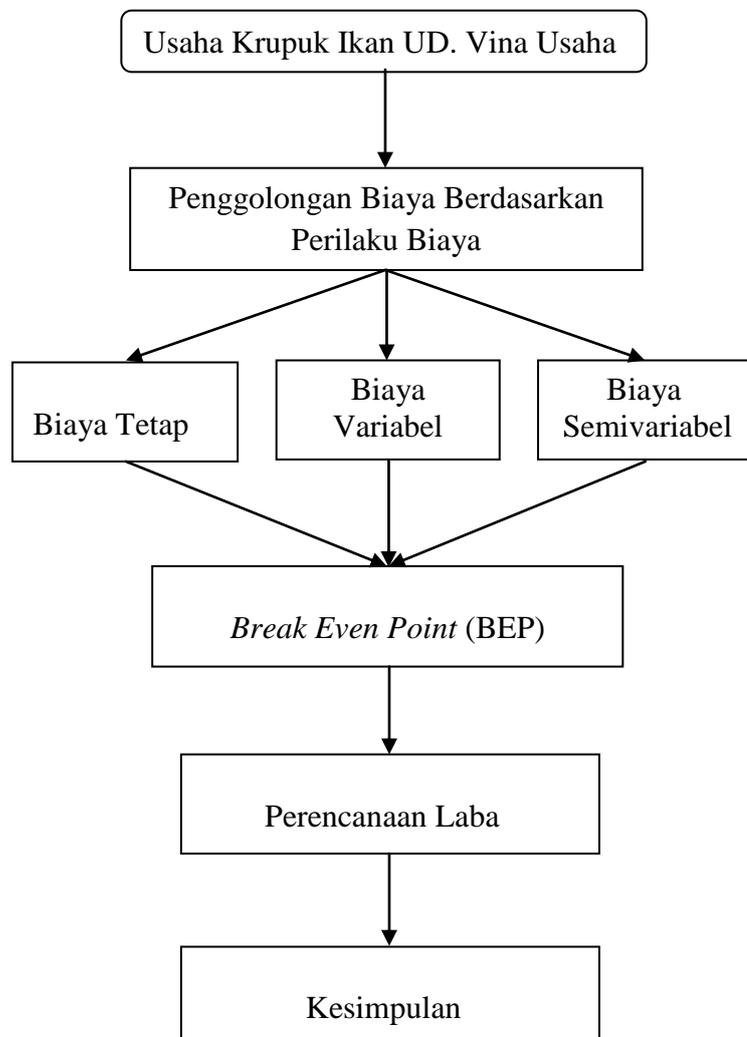
2. Sorongan dan Nangoi (2014) dengan judul Analisa Titik Impas sebagai Dasar Perencanaan Laba Jangka Pendek Produk Kacang Olahan Pada Industri Kecil Menengah Di Kawangkoan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Hasil perhitungan titik impas dan laba kontribusi yang paling tinggi terdapat pada industri C dengan produk Kacang Gula (71%) disusul oleh industri D dengan produk Kacang Telur (67%) dan industri E dengan produk Kacang Bawang (58%). Sedangkan laba kontribusi paling terkecil terdapat pada industri F dengan produk Kacang Belimbing (13%) dan produk Kacang Merah (13%). Analisa titik impas dapat membantu pimpinan perusahaan merencanakan laba yang akan dicapai dimasa yang akan datang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ke enam (6) industri sudah mampu mengoptimalkan kinerjanya sehingga memperoleh hasil penjualan di atas titik impas. Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah analisis data yang digunakan yaitu rumus *Break Even Point* dan *Margin of Safety*.

Perbedaannya yaitu pada tahun penulisan serta objek perusahaan yang menjadi tempat penelitian masing-masing penulis.

C. Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3.



Berdasarkan perilaku biaya, biaya dapat dibagi menjadi 3 golongan, yaitu:

1. Biaya Tetap
Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap per satuan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan.
2. Biaya Variabel
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya variabel per unit konstan (tetap) dengan adanya perubahan volume kegiatan.
3. Biaya Semivariabel
Biaya semivariabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan unsur variabel di dalamnya.

(Mulyadi, 2015:465-469)

Untuk dapat menentukan tingkat *Break Even Point*, maka biaya yang terjadi harus dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Metode Kuadrat Terkecil (*Least Squares Method*) untuk memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel karena metode ini lebih akurat dibandingkan dengan dua metode lainnya.

Setelah memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel, penulis dapat menentukan besarnya tingkat *Break Even Point*. Ada dua metode untuk menghitung *Break Even Point* yaitu pendekatan persamaan dan pendekatan ,margin kontribusi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan margin kontribusi karena pendekatan margin kontribusi memiliki kelebihan yaitu dapat menunjukkan secara jelas bagaimana biaya berubah bersama dengan perubahan tingkat penjualan. Pendekatan ini lebih sesuai digunakan pada perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam produk dan menghendaki menghitung *break even point*

tunggal sebagai keseluruhan. Hal ini sesuai dengan kondisi perusahaan yang akan diteliti.

Setelah menghitung besarnya tingkat *break even point*, maka dapat diketahui besarnya jumlah penjualan minimal dan volume produksi yang harus dicapai pada target laba yang diharapkan. Perusahaan juga akan memperoleh informasi tentang *Margin of Safety* untuk mengetahui besarnya penurunan maksimum jumlah produksi atau penjualan dari yang dianggarkan agar perusahaan tidak sampai menderita kerugian.