

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Perencanaan Laba**

Manajemen perusahaan merumuskan rencana yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi. Menentukan tujuan perusahaan termasuk dalam perencanaan yang dilakukan manajemen perusahaan. Salah satu perencanaan yang dilakukan manajemen yaitu perencanaan laba.

Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang. Perencanaan laba atau penganggaran mempunyai manfaat bagi perusahaan yaitu:

- a. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan permasalahan
- b. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil suatu keputusan.
- c. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba.
- d. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana saling berkaitan.
- e. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaharui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala (Adolph Matz, 2008:6).

Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan implikasi keuangan yang dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas, dan modal kerja untuk jangka panjang juga jangka pendek.

Perencanaan laba jangka panjang merupakan proses yang berkesinambungan untuk mengambil keputusan secara sistematis dan disertai dengan perkiraan terbaik mengenai keadaan dimasa mendatang, mengorganisasikan kegiatan yang diperlukan secara sistematis untuk melaksanakan keputusan. Dengan segala laba dan pertumbuhan yang diharapkan haruslah dipecah kedalam anggaran jangka pendek, agar dapat direncanakan dan dikendalikan secara terarah. Rencana jangka panjang manajemen hanya akan tercapai jika sasaran laba jangka panjang bisa dipenuhi secara memuaskan, dan ini memerlukan pertumbuhan dan tingkat laba yang cukup tinggi dan stabil.

Perencanaan laba melibatkan kegiatan seperti penetapan tujuan dan target laba yang realistis serta cara untuk mencapainya, yang diupayakan manajemen untuk dicapai. Pada pokoknya tiga prosedur yang berbeda dapat digunakan dalam menetapkan sasaran laba:

- a. Metode *a priori*: di mana sasaran laba yang diinginkan ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses perencanaan.
- b. Metode *a posteriori*: di mana sasaran laba ditetapkan sesudah perencanaan, dan sasaran tersebut akan merupakan hasil perencanaan itu sendiri.
- c. Metode *pragmatis*: di mana pihak manajemen menggunakan standar laba tertentu yang telah teruji secara empiris dan didukung oleh pengalaman. (Adolph Matz, 2005:4)

## 2. Perencanaan sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen

Perencanaan (*planning*) meliputi pemilihan serangkaian aktivitas dan spesifikasi bagaimana aktivitas tersebut akan dilaksanakan. Perencanaan merupakan suatu fungsi yang paling mendasar yang berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya. Dalam perencanaan manajemen harus mengidentifikasi berbagai alternatif yang tersedia, dan selanjutnya memilih alternatif yang terbaik untuk memenuhi tujuan perusahaan. Manajemen perlu menyeimbangkan antara kesempatan dan kebutuhan sumber daya dalam organisasi, untuk pemilihan serangkaian aktivitas yang akan dilaksanakan. Serangkaian perencanaan tersebut diperlukan untuk memperbaiki kinerja yang kurang, untuk menghadapi kejadian yang tidak diinginkan dan tidak diantisipasi sebelumnya serta untuk mengambil kesempatan dari perkembangan yang baru terjadi.

## 3. Analisis *Break Even Point*

Analisis pendapat mengenai *break even point* menurut Abdul Halim (2010:406) adalah “Titik *break even point* dapat didefinisikan sebagai titik pada saat pendapatan penjualan cukup untuk menutup semua biaya produksi dan penjualan tetapi tidak ada laba yang diperoleh”. Menurut Hansen dan Mowen (2006:274) “Titik impas (*Break Even Point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik di mana laba sama dengan nol”. Perusahaan mendapatkan pendapatan yang sama besarnya dengan biaya

produksi yang dikeluarkan. Sedangkan menurut Henry Simamora (2010:163) “Titik impas (*Brek Even Point*) adalah volume penjualan dimana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak terdapat laba atau rugi bersih”. Hal tersebut dapat terjadi apabila perusahaan dalam operasinya menggunakan biaya tetap dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel.

Analisis *Break Even Point* merupakan salah satu bentuk analisis biaya, volume dan laba yang analisisnya menggunakan biaya variabel dan biaya tetap. Analisis *Break Even Point* digunakan untuk menentukan tingkat penjualan untuk menutup biaya yang telah dikeluarkan perusahaan. Analisis *break even point* menurut Bambang Riyanto (2001:359) “Analisis *break even Point* adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan”. Sedangkan menurut Adolph Matz (2008:202) “Analisis impas digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan agar semua biaya yang terjadi dalam periode tersebut tertutupi”.

Dari beberapa uraian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa analisis *break even point* adalah suatu cara atau alat atau tekhnik yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) dimana dari volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi. Tujuan analisis 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.

#### 4. Analisis *Break Even Point* sebagai Alat Bantu dalam Perencanaan

Menurut Handoyo Wibisono (2007:72) analisis *break even point* dapat memberikan pedoman dalam pembuatan keputusan dan membantu manajemen dalam:

- a. Pembuatan produk  
Analisis *break even point* dapat membantu menentukan banyak sedikitnya penjualan produk baru yang harus diraih agar perusahaan memperoleh laba.
- b. Mempelajari pengaruh ekspansi  
*Ekspansi* akan mengakibatkan peningkatan biaya-biaya tetap dan variabel, tetapi juga akan meningkatkan penjualan yang diharapkan.
- c. Proyek modernisasi dan otomatisasi  
Apabila terjadi peningkatan *investasi* peralatan produksi yang mampu menekan biaya variabel khususnya biaya tenaga kerja langsung.

Analisis *break even point* dapat digunakan untuk menganalisis kosekuensi proyek tersebut. Analisis *break even point* merupakan salah satu bagian dari analisis biaya, volume dan laba. Informasi mengenai jumlah penjualan minimal dan besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan dalam analisis *break even point* dibutuhkan manajemen agar

perusahaan tidak menderita rugi. Manajemen membutuhkan informasi tersebut untuk mengambil keputusan dalam merencanakan laba perusahaan.

## **5. Dasar Asumsi Analisis *Break Even Point***

Analisis *break even point* mempunyai beberapa asumsi yang tercermin dalam anggaran perusahaan masa yang akan datang. Dasar asumsi yang mendasari analisis *break even point* menurut Abdul Halim dan Bambang Supomo (2005:58) sebagai berikut:

- a. Harga jual per unit tidak berubah-ubah pada berbagai volume penjualan.
- b. Perusahaan memproduksi pada jarak kapasitas yang secara relative konstan.
- c. 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.
- d. Jumlah perubahan persediaan awal dan persediaan akhir tidak berarti.
- e. Jika perusahaan menjual lebih dari satu macam produk, komposisi produk yang dijual dianggap tidak berubah.

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 di atas. Jika salah satu asumsi berubah, maka akan mempengaruhi posisi *break even* dan mempengaruhi laba perusahaan.

## 6. Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

*Break even point* (BEP) dapat dihitung menggunakan metode persamaan dan metode margin kontribusi. Kedua metode tersebut memberikan hasil yang sama .

### a. Pendekatan Persamaan

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

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

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba} \text{ (Garrison, 2010 : 334)}$$

### b. Pendekatan Margin Kontribusi

Penelitian ini menggunakan pendekatan margin kontribusi dengan alasan bahwa pendekatan margin kontribusi memiliki kelebihan yaitu dapat menunjukkan secara jelas bagaimana biaya berubah bersama dengan perubahan tingkat penjualan. Pendekatan ini jauh lebih sesuai digunakan pada perusahaan yang mempunyai jenis produk lebih dari satu macam dan menghendaki menghitung *break even point* tunggal sebagai keseluruhan. Hal ini sesuai dengan kondisi perusahaan yang akan diteliti.

Margin kontribusi adalah selisih antara hasil penjualan setelah dikurangi biaya variabel. Jumlah margin kontribusi dapat digunakan untuk

menutup biaya tetap dan membentuk laba. *Break even point* yang dicari dengan metode margin kontribusi dicapai ketika jumlah margin kontribusi sama besarnya dengan biaya tetap.

$$\text{Impas rupiah} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Total BV}}{\text{Total harga jual}}}$$

$$\text{Atau}$$

$$\text{Impas rupiah} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Atau

$$\text{Impas unit} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

$$\text{atau}$$

$$\text{Impas unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM per Unit}}$$

$$\text{atau}$$

atau

$$\text{Impas unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM per Unit}}$$

$$\text{CM per Unit}$$

(Abdul Halim dan Bambang S, 2005: 52-53)

Konsep Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi adalah sebagai berikut:

1. Margin Kontribusi (CM) Margin kontribusi adalah perbedaan harga jual per unit dan biaya variabel per unit atau juga disebut total *contribution margin* yang merupakan perbedaan antara jumlah penjualan dan jumlah

biaya variabel. *Margin contribution* merupakan jumlah yang tersisa untuk menutup biaya tetap dan memberikan laba.

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

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

(Henry Simamora, 2010:163)

Rasio margin kontribusi berfungsi dalam menetapkan kebijakan bisnis. Apabila rasio margin kontribusi perusahaan besar dan tingkat produksinya dibawah 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.

Efek perubahan *sales mix* terhadap BEP dimana salah satu asumsi dasar dalam analisis BEP bagi suatu perusahaan yang menghasilkan dua macam produk atau lebih ialah tidak adanya perubahan dalam *sales mix* nya. *Sales mix* menggambarkan pertimbangan *sales revenue* antara beberapa macam produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Apabila

ada perubahan *sales mix* maka BEP secara total akan berubah. ( Bambang Riyanto, 2001: 369 )

## 7. Penggolongan Biaya atas Dasar Tingkah Laku

### a. Biaya Tetap

Semua biaya bersifat variabel dalam jangka panjang, meskipun jenis dari biaya tersebut terlihat sebagai biaya tetap. Menurut Carter dan Usry (2006:58) “Biaya tetap adalah sebagai biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun”. Jika dalam semua aktivitas bisnis menurun sampai ke titik nol, perusahaan akan melikuidasi dan menghindari semua biaya. Untuk meningkatkan di atas kapasitas, biaya tetap harus dinaikkan untuk meningkatkan volume. Biaya tetap dan biaya kapasitas merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu. Besar biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen.

1. Beban tetap diskresioner (*discretionary fixed cost*) adalah pengeluaran atau biaya yang bersifat tetap karena kebijakan manajemen.
2. Biaya tetap terikat (*committed fixed cost*) adalah pengeluaran atau biaya yang membutuhkan suatu seri pembayaran selama jangka waktu yang lama.

### b. Biaya Variabel

Menurut Carter dan Usry (2006:59) “Biaya variabel adalah sebagai biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proposional terhadap penurunan dalam aktivitas”.

1. *Engineered Variable Costs* *Engineered variable costs* adalah biaya yang memiliki hubungan fisik tertentu dengan ukuran kegiatan tertentu. Contoh *engineered variable costs* adalah bahan baku.
2. *Discretionary Variable Costs* Hampir semua biaya variabel merupakan *discretionary variable costs*, hal tersebut disebabkan karena *discretionary variable costs* tersebut bersifat variabel (Mulyadi, 2007:468-469).

#### c. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variable (Carter dan Usry, 2006: 60). Unsur biaya tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk penyediaan jasa, sedangkan unsur biaya variable merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan. Metode yang digunakan dalam pemisahan biaya semi variable menurut Mulyadi sebagai berikut:

1. Metode Titik Tertinggi dan Terendah Perkiraan fungsi biaya, dalam bentuk 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.

2. Metode Biaya Berjaga Metode biaya berjaga menghitung beberapa biaya yang harus tetap dikeluarkan apabila perusahaan ditutup untuk sementara, sehingga produknya sama dengan nol. Biaya ini disebut biaya berjaga, dan biaya berjaga ini merupakan bagian yang tetap.
3. Metode Kuadrat Terkecil Metode kuadrat terkecil menganggap bahwa hubungan biaya dengan volume penjualan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan garis regresi

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$n\sum x^2 - (\sum x)^2$$

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n}$$

n

Keterangan :

y : Variabel tidak bebas (biaya)

x : Variabel bebas (volume kegiatan)

a : Unsur biaya tetap

b : Unsur biaya variabel

(Abdul Halim dan Bambang Supomo, 2005:28)

## 8. Margin Keamanan (*Margin of Safety*)

Pegertian *margin of safety* menurut Bambang Riyanto (2001: 366) adalah sebagai berikut:

*Margin of safety* merupakan angka yang menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan atau dibudgetkan (*budgeted sales*) dengan penjualan pada *break even*. Dengan demikian maka, *Margin of safety* adalah juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut perusahaan akan menderita kerugian.

*Margin of safety* menurut Abdul Halim dan Bambang S (2005:57)“ Margin Keamanan adalah selisih antara rencana penjualan (dalam unit atau satuan uang) dengan impas (dalam unit atau satuan uang) penjualan”. *Margin of safety* memberikan informasi tentang seberapa jauh realisasi penjualan dapat turun dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan maksimum harus sebesar *margin of safety* agar perusahaan tidak menderita kerugian. Berikut ini rumus dari *margin of safety*:

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

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

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*

(Henry Simamora, 2009:169)

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 beberapa penurunan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga belum memperoleh laba.

## 9. Analisis Biaya, Volume dan Laba

Analisis biaya, volume dan laba berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Analisis tersebut menekankan keterkaitan antara biaya, volume penjualan, dan harga, maka semua informasi keuangan perusahaan terkandung di dalam analisis biaya, volume dan laba. Analisis biaya, volume dan laba bermanfaat untuk mengidentifikasi cakupan dan besarnya kesulitan ekonomi yang dihadapi suatu divisi dan membantu mencari pemecahannya.

Analisis hubungan biaya, volume dan laba terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi laba dapat dibuat dengan menggunakan persamaan biaya, volume dan laba sebagai berikut:

Total Penghasilan = Total Biaya Tetap + Total Biaya Variabel + Laba

$Px = a + bx + c$  (Abdul Halim dan Bambang Supomo, 2005:59)

Keterangan :

p : Harga jual per unit produk

x : Unit produk yang dijual/yang diproduksi

a : Biaya tetap total

b : Biaya variabel setiap unit produk

c : Laba

#### **10. Manfaat analisis hubungan biaya, volume dan laba bagi manajemen.**

Analisis biaya, volume, laba mempunyai manfaat bagi manajemen.

Analisis tersebut membantu kinerja manajemen dalam perusahaan. Beberapa manfaat penting yang dapat digunakan oleh manajemen perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Membantu pengendalian melalui anggaran. Membantu menunjukkan perubahan yang diperlukan untuk menjadikan beban selaras dengan pendapatan.
- b. Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan. Membantu manajemen untuk memperkirakan terhadap kesulitan dalam program penjualan. Jika penjualan secara relatif tidak cukup tinggi dibandingkan dengan biaya yang semestinya, kenyataan ini akan diperlihatkan. Dengan demikian manajemen perusahaan harus mengevaluasi teknik penjualan, latihan staf penjualan, lini produk yang dijual dalam kaitannya dengan pelanggan.
- c. Menganalisis dampak perubahan volume. Dapat memberikan jawaban bagi manajemen tentang, banyaknya volume penjualan sebelum perusahaan menderita rugi, kenaikan laba jika ada kenaikan volume.
- d. Menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya. Menunjukkan pengaruh yang terjadi atas laba akibat perubahan harga jual yang disertai oleh perubahan lainnya.
- e. Merundingkan upah. Membantu manajemen menunjukkan dengan cepat kemungkinan pengaruh perubahan usulan upah terhadap laba. Memberikan bantuan dalam menentukan kemungkinan penghematan dan efisiensi yang melindungi laba perusahaan.
- f. Menganalisis bauran produk. Analisis biaya, volume, laba untuk menentukan produk yang harus ditingkatkan dan produk yang harus dihilangkan.

- g. Menilai keputusan kapitalisasi dan ekspansi lanjutan. Memberikan sarana untuk menilai lebih dahulu usulan belanja barang modal yang dapat mengubah struktur biaya perusahaan.
- h. Menganalisis margin pengaman. Berperan sebagai cadangan margin pengaman dan cara untuk mempengaruhi perubahan (Adolph Matz,2008:224).

Analisis biaya, volume, laba banyak membantu kinerja manajemen perusahaan. Karena analisis biaya, volume, laba memberikan informasi yang dibutuhkan manajemen perusahaan untuk mengambil keputusan yang berguna bagi perusahaan.

### **11. Perubahan - perubahan yang Mempengaruhi *Break Even point***

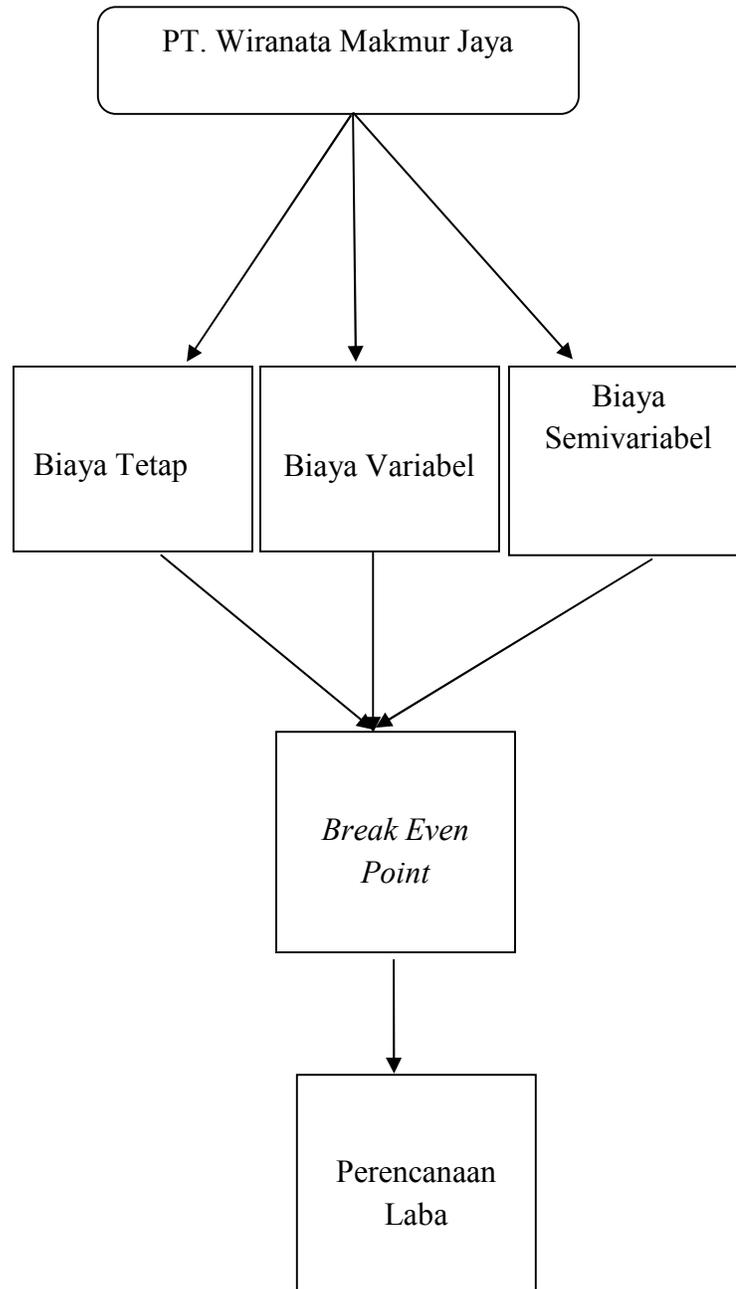
Salah satu aspek yang penting dalam analisis biaya, volume dan laba adalah perubahan dalam satu faktor atau lebih yang mempengaruhi laba. Faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisis hubungan biaya, volume dan laba antara lain biaya tetap, biaya variabel, harga jual maupun komposisi penjualan.

1. Perubahan total biaya tetap Perubahan total biaya tetap mempengaruhi total biaya dan laba juga secara langsung akan mempengaruhi jumlah *break even point* karena biaya tetap merupakan jumlah yang harus ditutup oleh kelebihan penjualan atas biaya variabel.
2. Perubahan biaya variabel per unit Perubahan biaya variabel per unit akan mempengaruhi total biaya dan laba perusahaan. Perubahan biaya variabel per unit ini berpengaruh juga terhadap *contribution margin* dan *break even*.

Biaya variable akan berubah-ubah mengikuti jumlah produk yang akan diproduksi.

3. Perubahan harga jual per unit Perubahan ini mempunyai pengaruh langsung terhadap penerimaan pendapatan perusahaan. Penerimaan pendapatan merupakan unsur pembentuk *break even point*, jika besarnya *break even point* akan berubah maka jumlah laba akan berubah. Perubahan harga jual juga akan mempengaruhi volume penjualan.
4. Perubahan Volume Penjualan pada umumnya akan mempengaruhi total biaya dan laba perusahaan. Volume penjualan harus berdasar pada seberapa besar kapasitas produksi yang mampu dihasilkan oleh perusahaan. Volume produksi yang melebihi kapasitas produksi akan memberi kerugian bagi perusahaan, karena biaya yang dikeluarkan semakin besar.
5. Perubahan Komposisi Penjualan Perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam barang maka analisis *break even* dapat diterapkan untuk seluruh barang/produk yang diproduksi dan dijual. Apabila komposisi barang yang dijual berubah maka *break even* secara total akan berubah juga. Perusahaan yang menjual dan memproduksi lebih dari satu jenis akan mendapatkan komposisi margin kontribusi berbeda disebabkan komposisi penjualan yang berbeda.

## B. Model Analisis



Sumber : Penulis yang diolah tahun 2013

### C. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan referensi penulisan skripsi ini, maka penulis mengambil dari peneliti terdahulu, sedangkan peneliti terdahulu yang mendekati penelitian ini adalah yang dilakukan oleh:

1. Mohammad Rofiq (2005) universitas Muhammadiyah Surabaya yang berjudul “Peranan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dalam Membantu Meningkatkan Efisiensi Dan Efektifitas Pada Unit Usaha Dagang Di Koperasi Karyawan Rosana”. Kesimpulannya yaitu system dan prosedur penjualan yang ada di koperasi karyawan rosana kurang tepat mengakibatkan data penjualan kurang *up to date* sehingga manajemen memenuhi kesulitan dalam hal pengecekan pendapatan penjualan.
2. Eri Oktavianti W. (2007) universitas Unair yang berjudul “Analisis *Cost, Volume, Profit* sebagai Alat Perencanaan Laba pada Perusahaan Tempe Murni Pedro di Yogyakarta.”. Kesimpilannya yaitu perusahaan Tempe Murni Pedro di Yogyakarta, telah menerapkan system analisis cost, volume dan profit dengan baik, sehingga pengambilan keputusan perencanaan laba telah sesuai dengan prosedur yang ada.

Keterangan	Peneliti Sebelumnya	Peneliti Sebelumnya	Peneliti Sekarang
Subyek Penelitian	Koperasi Karyawan Rosana	Perusahaan Tempe Murni Pedro di Yogyakarta	PT. Wiranata Makmur Jaya
Permasalahan	Bagaimana Peranan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dalam Membantu Meningkatkan Efisiensi dan Efektifitas Pada Unit Usaha Dagang di Koperasi Karyawan Rosana	Bagaimana Analisis <i>Cost, Volume, Profit</i> sebagai Alat Perencanaan Laba pada Perusahaan Tempe Murni Pedro di Yogyakarta.	Bagaimana peranan <i>Analisis Break Even</i> terhadap Perencanaan Laba PT. Wiranata Makmur Jaya

<p>Tujuan Penelitian</p>	<p>Untuk Mengetahui Sejauh Mana Peranan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dapat Meningkatkan Efisiensi dan Efektifitas Pada Unit Usaha Dagang.</p>	<p>Untuk Analisis <i>Cost, Volume, Profit</i> sebagai Alat Perencanaan Laba pada Perusahaan Tempe Murni Pedro di Yogyakarta.</p>	<p>Untuk mengetahui penjualan yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dicapai pada jumlah laba yang direncanakan PT. Wiranata Makmur Jaya</p>
<p>Metode Penelitian</p>	<p>Pendekatan Kualitatif</p>	<p>Pendekatan Kualitatif</p>	<p>Pendekatan Kualitatif</p>