

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengenai Analisis *Break Even Point* (BEP) sebagai alat perencanaan laba yang dikutip dari beberapa jurnal yaitu :

1. (Ardiana, 2018) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Break Even Point* pada Ulya Hijab diperoleh pada tingkat penjualan sebanyak 4.475 unit atau senilai dengan Rp 108.396.318. *Break Even Point* untuk masing-masing produk adalah Rampel Renda sebanyak 2.331 unit dan Pastan Vanilla sebanyak 2.144 unit. (2) *Margin of safety* pada perusahaan Ulya Hijab Kudus adalah 96%. (3) Target laba yang diharapkan oleh Ulya Hijab Kudus pada tahun 2018 adalah sebesar 15% dari laba tahun 2017, untuk mencapai target tersebut maka perusahaan harus menjual produknya sebanyak 122.150 unit atau senilai dengan Rp 2.973.070.874.
2. (Husna, 2024) Berdasarkan hasil penelitian , nilai *Break Even Point* UMKM Toko Berlian Pancing tidak mengalami kerugian dari Januari 2024 hingga April 2024 . Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai titik impas di mana laba yang diperoleh sama dengan biaya yang dikeluarkan . Selain itu, nilai *Margin Of Safety* mencapai 33% dimana semakin baik, karena dapat mengurangi risiko yang dihadapi UMKM Toko Berlian Pancing serta memberikan perlindungan saat penjualan menurun . Setelah dilakukan perhitungan perencanaan laba menggunakan *Break Even Point*, didapatkan bahwa hasil ini

menunjukkan bahwa UMKM di toko ini memiliki strategi keuangan yang stabil dan dapat memprediksi pendapatan yang cukup untuk menutup biaya dan meningkatkan laba pada setiap bulan.

3. (Oktavia, Sihabudin, & Fauji, 2024) Hasil analisis *Break Event Point* (BEP) menunjukkan bahwa BEP total usaha mencapai Rp. 94.267.790,38, dengan rincian untuk setiap produk produk Bakmie Komplit, Bakmie Bakso, Bakmie Pangsit, Bakmie Manis, Bakmie Biasa. *Margin of Safety* (MOS) mencapai 93,03% setara dengan Rp. 1.258.132.209,62, memberikan gambaran tentang seberapa besar penurunan penjualan yang dapat ditangani tanpa mengalami kerugian atau mencapai titik impas. Estimasi target laba tahun 2024 adalah sebesar 30% atau Rp. 177.263.404,629, yang menjadi panduan bagi perusahaan dalam mencapai laba yang diharapkan.
4. (Rosida, 2019) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahun 2017 impas yang dicapai perusahaan sebesar Rp. 72.070.308,51 dan BEP per kg Rp. 1.018. Pada tahun 2018 *break even point* yang dicapai perusahaan sebesar Rp. 69.612.903,23 dan BEP per kg 2.308. Margin keselamatan pada tahun 2017 hingga 2018 mengalami peningkatan 83% hingga 86%. Penjualan pada tahun 2017 dan 2018 telah mencapai target penjualan yang telah diperhitungkan. Riset ini penting dilakukan karena memungkinkan perusahaan untuk melakukan ekspansi bisnis atau meningkatkan produksi sesuai dengan kapasitas perusahaan.

5. (Widyasari, 2024) Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa penelitian pada UMKM Kerupuk Asoy di Kabupaten Karawang, dapat disimpulkan bahwa margin kontribusi yang diperoleh oleh UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 adalah sebesar Rp 186.499.000, pada tahun 2021 sebesar Rp 171.799.000, dan pada tahun 2022 sebesar Rp 188.018.000. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Asoy berhasil menutupi pengeluaran tetap dan mencapai laba bersih.
6. (Sumarni, 2020) Hasil penelitian berdasarkan hasil analisis cost volume profit (CVP) diperoleh margin kontribusi sebesar Rp32.820.000,00 dengan rasio margin kontribusi sebesar 57,58%. Jumlah unit yang harus dijual supaya mencapai *Break Event Point* (BEP) adalah 1.261 unit atau sebesar Rp25.220.562,00. Jumlah maksimum penurunan target penjualan yang tidak menyebabkan perusahaan mengalami kerugian adalah Rp31.779.438,00. Setiap perubahan penjualan sebesar 10% akan mengubah pendapatan sebesar 17,9%. Jika penjualan berada dibawah titik penutupan usaha Rp25.220.562,00 atau 1.261 unit, maka usaha tidak akan mampu lagi menutup biaya tunai. UMKM Gula Habang Taratau mentargetkan kenaikan laba sebesar 25% atau Rp22.872.500,00, dengan target perolehan penjualan sebesar Rp64.943.557,00
7. (Halizah, 2023) Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan *Break Even Point* atau titik impas yang diteliti CV. Prima Safety telah mencapai kondisi *Break Even Point* atau total pendapatan sama dengan pengeluaran bahkan melebihi pengeluaran. *Margin Contribution*

(Pendapatan Bersih) yang didapat perbulannya, Januari (Rp. 23.469.320), Februari (Rp. 32.504.550), Maret (Rp. 27.426.150), April (Rp. 30.853.250), Mei (Rp. 28.345.200). *Margin of Safety* (MOS) pada CV. Prima Safety Kabupaten Tabalong pada bulan Januari (0,02%), Februari (29,00%), Maret (16,00%), April (26,00%) dan Mei (19,00%).

Persamaan utama antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini ialah terletak pada penggunaan *Break Even Point* (BEP) sebagai alat analisis. Semua penelitian tersebut menyoroti pentingnya BEP dalam menentukan titik impas usaha, yang berfungsi untuk membantu perusahaan atau UMKM dalam menutupi biaya tetap dan variabel. Selain itu, baik penelitian terdahulu maupun penelitian ini sama-sama berfokus pada perencanaan laba dengan menggunakan data BEP untuk menetapkan target penjualan yang diperlukan agar mencapai laba yang diinginkan. Pendekatan keuangan, seperti BEP dan *Margin Of Safety* (MOS), menjadi landasan utama dalam semua penelitian ini untuk membantu pelaku usaha mengelola risiko keuangan, meningkatkan keuntungan, dan merencanakan strategi bisnis.

Namun, terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Perbedaan pertama adalah objek penelitian. Penelitian ini berfokus pada UMKM Galeri Purunik di Kecamatan Pugaan, sedangkan penelitian terdahulu membahas berbagai jenis usaha seperti UMKM hijab, makanan, kerupuk, dan gula di berbagai lokasi. Perbedaan kedua adalah ruang lingkup analisis. Beberapa penelitian terdahulu, seperti (Sumarni, 2020), juga mencakup analisis harga dengan metode *Cost-Plus Pricing* dan

pengaruh fluktuasi penjualan terhadap pendapatan, yang mungkin tidak menjadi fokus dalam penelitian ini. Selain itu, target laba dan tingkat pertumbuhan yang dianalisis dalam penelitian terdahulu juga bervariasi, tergantung pada konteks dan kebutuhan usaha yang diteliti.

Penelitian ini memiliki beberapa kelebihan yang membedakannya dari penelitian terdahulu. Fokus pada UMKM Galeri PURUNIK memberikan konteks lokal yang spesifik, sehingga hasil penelitian ini lebih relevan bagi pelaku usaha di Kecamatan Pugaan. Selain itu, dengan menjadikan BEP sebagai alat utama, penelitian ini memberikan panduan praktis yang jelas bagi UMKM terkait untuk memahami titik impas dan merencanakan strategi laba secara efektif.

Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa kekurangan, ruang lingkup yang terbatas pada UMKM Galeri PURUNIK mungkin membuat hasil penelitian kurang relevan untuk diaplikasikan pada usaha lain dengan karakteristik yang berbeda. Selain itu, penelitian ini mungkin tidak mencakup pendekatan lain, seperti analisis *Cost-Plus Pricing* atau pengaruh fluktuasi penjualan terhadap pendapatan, yang telah menjadi pembahasan penting dalam beberapa penelitian terdahulu.

## **B. Deskripsi Teori**

### **1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)**

#### **a. Pengertian UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)**

Menurut Kementrian Koperasi dan UMKM dalam Aufar (2014:8) Usaha kecil (UK), termasuk usaha mikro (UMI) adalah

entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- Sementara itu, usaha menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang mempunyai kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000,- s.d Rp. 10.000.000.000,- Tidak termasuk tanah dan bangunan.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki tempat tersendiri dalam perkembangan ekonomi Indonesia. Perkembangan UMKM ini langsung dibawah pengawasan pemerintah. Agar pemerintah dapat mengawasi dan mengukur setiap perkembangan serta memberikan arahan kepada pelaku yang terbentuk dalam UMKM berjalan sesuai dengan ketentuannya. Saat ini dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dan merupakan jenis unit usaha yang paling banyak melibatkan rakyat Indonesia. Dengan adanya UMKM mampu meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat, serta meningkatkan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah dalam mengurangi kesenjangan dan kemiskinan melalui peningkatan kapasitas usaha, keterampilan pengelolaan usaha sekaligus mendorong adanya kepastian, perlindungan dan pembinaan usaha dari pemerintah untuk masyarakat dan dari masyarakat untuk masyarakat itu sendiri.

b. Tujuan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

UMKM didirikan dengan tujuan, antara lain :

- 1) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM agar usahanya dapat tangguh dan mandiri.
- 2) Mewujudkan peningkatan struktur perekonomian negara.
- 3) Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

c. Kriteria UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Kriteria UMKM PP (Peraturan Pemerintah) No. 7 Tahun 2021

:

- 1) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan.
- 2) Kriteria modal usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan usaha.
- 3) Kriteria modal usaha sebagaimana. dimaksud pada ayat (2) terdiri atas:
  - a) Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
  - b) Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak

termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- c) Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 4) Untuk pemberian kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah selain kriteria modal usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) digunakan kriteria hasil penjualan tahunan.
- 5) Kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) terdiri atas:
  - a) Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan Paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
  - b) Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan Paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).
  - c) Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).
- 6) Dalam hal pelaku usaha telah melaksanakan kegiatan usaha sebelum Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku, pemberian kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan diberikan kepada

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang memenuhi kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (5).

7) Nilai nominal kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (5) dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian.

## 2. Konsep Perencanaan dan Perencanaan Laba

### a. Pengertian Perencanaan dan Perencanaan Laba

Perencanaan adalah cara berpikir mengenai persoalan ekonomi, terutama berfokus pada masa yang akan datang. Setiap perusahaan menginginkan pertumbuhan dan mencapai tujuannya, maka dari itu harus diikuti dan dimulai dengan perencanaan yang matang serta kerja keras untuk merealisasikannya. Dalam perencanaan akan di susun hal-hal apa saja yang akan dilakukan oleh perusahaan dimasa yang akan datang. Tujuan dari didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh laba. Oleh karena itu, perusahaan harus membuat perencanaan laba terlebih dahulu.

Menurut (Kuswadi, 2005) menyatakan perencanaan laba perlu dilakukan agar dapat menghasilkan laba yang optimal untuk memuaskan pihak – pihak yang berkepentingan seperti para pemegang saham, manajemen, konsumen, karyawan dan pemerintah. Perencanaan laba (profit planning) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. (Kurniati, 2012) juga mengatakan perencanaan laba (profit planning)

adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita – cita dan tujuan perusahaan. Perencanaan laba juga merupakan salah satu faktor penting yang sangat mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Laba adalah selisi antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan. Dalam ilmu akuntansi, laba digunakan untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan dalam jangka periode tertentu. Laba sendiri sering dikaitkan dengan revenue dan income. Revenue sendiri adalah total pendapatan yang diperoleh perusahaan dari seluruh aktivitas usahanya seperti royalti, bunga dan sebagainya. Sedangkan income adalah jumlah uang yang diperoleh perusahaan setelah dikurangi dengan semua beban pengeluaran seperti biaya produksi, biaya operasional, pajak dan lainnya. Laba usaha diperoleh dari selisih antara revenue dengan beban. Jadi, revenue merupakan dasar untuk menentukan laba usaha, sedangkan income merupakan hasil akhir dari laba usaha.

Menurut (Baridwan, 2015) laba adalah kenaikan modal atau aktiva bersih yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu usaha dan dari selama satu periode, kecuali transaksi yang timbul dari pendapatan (revenue) atau investasi pemilik. Adapun beberapa jenis laba yang di bahas dalam ilmu akuntansi sebagai berikut:

### 1) Laba Kotor (Bruto)

Laba Kotor yaitu selisih antara pendapatan dan biaya produksi.

Laba kotor menunjukkan seberapa besar keuntungan uang didapat perusahaan dari penjualan produk atau jasa.

### 2) Laba Operasional

Laba Operasional yaitu, laba kotor ditambah dengan pendapatan dan biaya yang tidak langsung terkait dengan operasional perusahaan seperti pendapatan bunga dan beban pajak.

### 3) Laba Bersih

Laba Bersih adalah laba sebelum pajak dikurangi dengan beban pajak yang harus dibayar perusahaan. Laba bersih ini menunjukkan seberapa besar keuntungan yang bisa didapat oleh perusahaan setelah dikurangi dengan pajak yang harus dibayar.

Setiap keinginan untuk meningkatkan pertumbuhan laba sebuah perusahaan harus diikuti dan dimulai dengan perencanaan yang matang serta kerja keras untuk merealisasikannya. Oleh karena itu, setiap periode manajemen akan menyusun berbagai rencana yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan kedepan.

Menurut (Kurniati, 2012) perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan.

Perencanaan laba adalah memilih beberapa alternatif yang memungkinkan untuk dilaksanakan dimasa depan dengan

mempertimbangkan tujuan perusahaan serta sumber – sumber ekonomi yang memiliki serta kendala yang dihadapinya di masa akan datang (Baridwan, 2015).

b. Manfaat Perencanaan Laba

Menurut (Garrison, Noreen, & Brewer, 2014)Manfaat perencanaan laba adalah:

- 1) Anggaran merupakan alat komunikasi bagi manajemen perusahaan terhadap seluruh organisasi.
- 2) Anggaran memaksa manajer dalam memikirkan dan merencanakan untuk masa depan. Tanpa penyusunan anggaran, maka manajer harus menghabiskan waktunya untuk mengatasi berbagai masalah darurat dengan waktu yang tidak singkat.
- 3) Proses penganggaran merupakan alat pengalokasian sumber daya pada berbagai bidang dari organisasi agar dapat digunakan seefektif mungkin.
- 4) Proses penganggaran dapat mengungkap adanya potensi masalah sebelum masalah itu terjadi.
- 5) Anggaran mengkoordinasikan aktivitas seluruh organisasi dengan cara mengintegrasikan rencana dari berbagai bagian. Penganggaran ikut memastikan agar setiap orang dalam organisasi menuju tujuan yang sama.
- 6) Anggaran menentukan tujuan dan sasaran perusahaan yang dapat dijadikan tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja

selanjutnya.

Serangkaian perencanaan diatas diperlukan untuk memperbaiki kinerja manajemen yang kurang dalam menghadapi hambatan-hambatan yang mungkin terjadi. Sehingga manajemen dapat mengantisipasi dengan menyusun perencanaan yang baik serta mengambil keputusan untuk perkembangan perusahaan di periode selanjutnya.

### 3. Konsep *Break Even Point*

#### a. Pengertian *Break Even Point*

*Break even point* / titik impas / titik balik pokok mempunyai definisi yang berbeda-beda dari para ahli.

Menurut (Utari, Purwanti, & Prawirone, 2016) mengatakan  $BEP = Break\ even\ point$  atau titik impas, dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. BEP atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan untuk menarik produk atau mengembangkan produk, atau untuk menutup anak perusahaan yang *profit center* atau mengembangkannya.

Menurut (Kinanti, 2017) mengatakan, *break even point* adalah kondisi operasi dari suatu entity dimana total pendapatan sama dengan total biaya dan tidak memperoleh laba juga tidak mengalami rugi. Manfaat utamanya adalah memberikan peringatan penting bagi pimpinan berapa unit dan rupiah penjualan minimum harus tercapai di masa yang akan datang.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Break Even Point* (BEP) adalah keadaan dimana perusahaan tidak mengalami keuntungan ataupun kerugian atau total pendapatan dan total biaya sama dengan nol.

Sedangkan analisis *Break Even Point* (BEP) adalah suatu keadaan dimana 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. Lebih lanjut analisis ini digunakan untuk menentukan berapa unit yang harus dijual agar kita memperoleh keuntungan, baik dalam volume penjualan dalam unit maupun rupiah.

Menurut (Garrison, Noreen, & Brewer, 2014) rumus untuk menghitung *Break Even Point* (BEP) adalah sebagai berikut :

|                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>a. Atas dasar rupiah</p> $\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$ <p>b. Atas dasar unit</p> $\text{BEP (Q)} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Sumber : Garrison, Noreen, dan Brewer, 2014

Keterangan :

|          |                                                            |
|----------|------------------------------------------------------------|
| FC       | = <i>Fixed Cost</i> (Biaya Tetap)                          |
| VC       | = <i>Variabel Cost</i> (Biaya Variabel)                    |
| P        | = Harga Jual per Unit                                      |
| V        | = Biaya Variabel per Unit                                  |
| S        | = <i>Sales</i> (Penjualan/Pendapatan)                      |
| BEP (Rp) | =Jumlah untuk produk yang dihasilkan<br>impas dalam rupiah |
| BEP (Q)  | =Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas<br>dalamUnit    |

b. Manfaat Analisis *Break Even Point* (BEP)

Menurut Kasmir (2012) manfaat yang di peroleh dalam *Break Even Point* (BEP) adalah :

- 1) Mendesain suatu produk.
- 2) Penentuan harga jual per satuan.
- 3) Menentukan jumlah produksi atau.
- 4) Memaksimalkan jumlah produksi.
- 5) Menentukan perencanaan laba yang diinginkan.

Matz, dkk juga menjelaskan beberapa manfaat analisa *break even* untuk manajemen, yaitu:

- 1) Membantu pengendalian melalui anggaran.
- 2) Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan.
- 3) Menganalisa dampak perubahan volume.
- 4) Menganalisa harga jual dan dampak perubahan biaya.

- 5) Merundingkan upah.
- 6) Menganalisa bauran produk.
- 7) Menentukan keputusan kapitalisasi dan ekspansi lanjutan.
- 8) Menganalisa *Margin of Safety* (MOS).

Sedangkan menurut Sigit analisa *Break Even Point* (BEP) mempunyai beberapa manfaat, diantaranya adalah :

- 1) Sebagai dasar merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu.
- 2) Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan aktivitas yang sedang berjalan.
- 3) Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual.
- 4) Sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Manfaat analisis *Break Even Point* (BEP) sangat banyak, namun secara umum adalah untuk mengetahui titik pulang pokok dari sebuah usaha. Dengan diketahuinya titik pulang pokok, manajemen dapat mengetahui harus memproduksi atau menjual pada jumlah berapa unit agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

c. Kelemahan Analisis *Break Even Point* (BEP)

Sekalipun Analisa *Break Even Point* (BEP) ini banyak digunakan oleh perusahaan, tetapi tidak dapat dilupakan bahwa analisa ini mempunyai beberapa kelemahan.

Menurut (Harahap & Syafri, 2013) kelemahan tersebut adalah

sebagai berikut:

- 1) Asumsi yang menyebutkan harga jual konstan padahal kenyataannya harga ini kadang-kadang harus berubah sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Untuk menutupi kelemahan itu, maka harus dibuat analisis *sensitivitas* untuk harga jual yang berbeda.
- 2) Asumsi terhadap cost penggolongan biaya tetap dan biaya variabel juga mengandung kelemahan. Dalam keadaan tertentu untuk memenuhi volume penjualan biaya tetap tidak bisa tidak harus berubah karena pembelian mesin-mesin atau peralatan lainnya. Demikian juga perhitungan biaya variabel per unit juga akan dapat dipengaruhi perubahan ini.
- 3) Jenis barang yang dijual tidak selalu satu jenis.
- 4) Biaya tetap juga tidak selalu tetap pada berbagai kapasitas.
- 5) Biaya variabel juga tidak selalu sejajar dengan perubahan volume.

Kelemahan dari analisa *Break Even Point* (BEP) yang lain adalah bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual. Jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualannya (*sales mix*) akan tetap konstan. Jika dilihat di jaman sekarang ini bahwa perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya mereka menciptakan banyak produk, jadi sangat sulit dan ada satu asumsi lagi yaitu harga jual persatuan barang tidak akan berubah berapa pun, jumlah satuan barang yang dijual, atau tidak

ada perubahan harga secara umum.

Analisa *Break Even Point* (BEP) jangka waktu penerapannya terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk *advertensi* ataupun biaya lainnya yang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut (tambahan investasi) tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan *operating cost* sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa *Break Even Point* (BEP) agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga.

d. Asumsi Dasar Analisis *Break Even Point* (BEP)

(Karnadi & Hermawati, 2019) menyatakan bahwa dasar dari analisis *Break Even Point* memiliki beberapa asumsi, yaitu:

- 1) Pengeluaran dalam perusahaan terbagi menjadi pengeluaran variabel dan pengeluaran tetap.
- 2) Besarnya pengeluaran variabel secara keseluruhan berubah proporsional dengan volume pemasaran.
- 3) Besarnya pengeluaran tetap secara keseluruhan tetap, meskipun terjadi perubahan volume pemasaran. Ini berarti pengeluaran tetap per unitnya berubah mengikuti perubahan volume pemasaran.
- 4) Harga jual per unit tetap selama periode analisis.

5) Perusahaan hanya memproduksi satu jenis produk. Jika ada lebih dari satu jenis produk, pertimbangan pendapatan pemasaran antar produk tetap konstan.

#### 4. Konsep *Margin of Safety* (Margin Keamanan)

Menurut (Riyanto, 2016) *Margin of Safety* merupakan angka yang menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan atau dibudgetkan dengan penjualan titik impas. Dengan demikian maka *margin of safety* juga menggambarkan batas jarak yang di mana berkurangnya penjualan yang melampaui batas jarak tersebut maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Angka yang diperoleh dari perhitungan bisa diartikan bahwa tingkat penjualan tidak boleh kurang dari persentase tingkat penjualan yang dianggarkan atau persentase dari tingkat penjualan titik impas yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Semakin tinggi *margin of safety* semakin rendah risiko untuk tidak balik modal.

#### 5. Hubungan *Break Even Point* (BEP) dengan Perencanaan Laba

Menurut (Sorongan & Nangoi, 2014) perencanaan adalah proses pertama sebelum perusahaan atau organisasi memulai tahap kegiatan operasionalnya. Jika tidak ada perencanaan maka dalam menjalankan suatu kegiatan usaha tidak memiliki arah dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam hal itu perencanaan adalah suatu hal yang penting dalam pengambilan keputusan. Djarwanto dalam buku Dr. Hj. Rusdiana, M.M (2014) mengatakan bahwa *Break Even Point* adalah suatu keadaan impas,

yaitu apabila telah disusun perhitungan laba dan ruginya dalam suatu periode tertentu, perusahaan tidak mendapat keuntungan dan juga tidak menderita kerugian.

Hubungan *Break Even Point* (BEP) dengan Penggunaan perencanaan laba adalah memudahkan bagi manajer dalam mengambil keputusan. perencanaan laba juga membantu perusahaan melihat kesalahan yang akan terjadi dan memperkirakan anggaran yang dibutuhkan yang dilihat dari kejadian atau pengalaman di periode sebelumnya. Selain itu perencanaan laba juga dapat memacu dalam persaingan yang lebih ketat melalui efektivitas dan efisiensi.

Anggaran adalah hal penting di bahas pada perencanaan laba karena didalam anggaran mencakup semua biaya, harga jual, dan volume penjualan produk. Dari tiga hal tersebut, maka akan dihasilkan berapa anggaran industri yang menentukan berapa besar laba yang diinginkan. Dalam menentukan hal tersebut perlu adanya cara agar dapat diperoleh seefisien dan seefektif mungkin, oleh karena itu perlu diterapkan analisis break even point.

Analisis *Break Even Point* (BEP) dengan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisa titik impas dan perencanaan laba sama-sama membahas tentang anggaran. Dalam melakukan perencanaan butuh penerapan atau menggunakan analisa titik impas agar perkembangan di masa depan dan perolehan keuntungan. Selain itu analisis titik impas bisa juga menjadi standar untuk menaikkan laba atau mengetahui

penurunan laba yang tidak mengakibatkan kerugian pada perusahaan. Menurut (Samryn, 2013), ada beberapa manfaat yang bisa dianalisis dengan menggunakan metode *Break Even Point* (BEP) sebagai berikut :

1) Perencanaan penjualan atau produksi

Dari awal sebuah perusahaan dibentuk, perusahaan sudah harus mempunyai perencanaan produksi atau penjualan. Rencana produksi dan penjualan ini nantinya bisa menggunakan metode konsep *Break Even Point* (BEP). Penjualan yang direncanakan oleh perusahaan tentunya harus disertai dengan target laba yang diinginkan.

2) Perencanaan harga jual normal

Salah satu keputusan penting yang harus diambil oleh seorang manajer keuangan adalah penentuan harga jual. Harga jual merupakan sejumlah uang yang dibayar pembeli untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Bagi perusahaan harga jual harus bisa menutup semua biaya dan target laba atau keuntungan. Apabila jumlah tersebut tidak bisa menutup target laba, berarti perusahaan dalam keadaan rugi. Dalam membuat rencana harga jual, perusahaan mendasarkan pada proyeksi penjualan dan target laba yang telah ditetapkan sebelumnya pada periode yang bersangkutan.

3) Perencanaan metode produk

Analisis *Break Even Point* (BEP) juga sering digunakan sebagai jalan alternatif dalam pemilihan metode produksi atau mesin produksi. Ada beberapa mesin produksi yang memiliki karakteristik biaya tetap tapi biaya

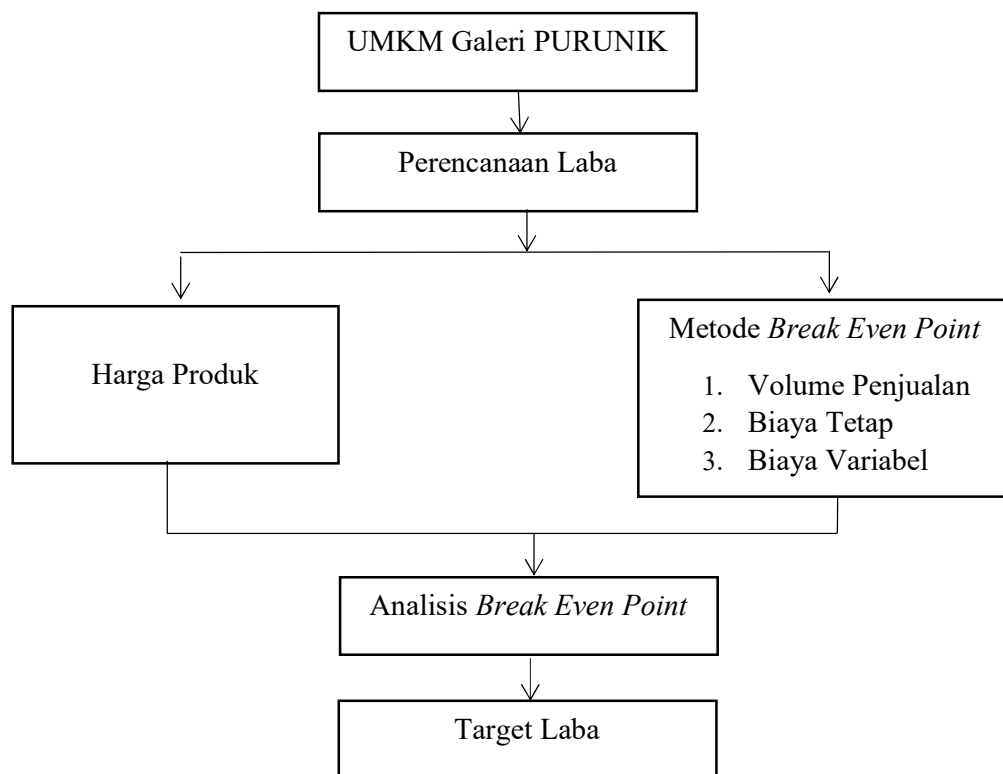
variabelnya tinggi atau biaya tetap tinggi tetapi biaya variabelnya rendah.

Dari kedua pilihan tersebut, dipilihlah jalan alternatif terbaik dengan menggunakan analisis biaya, laba dan volume.

### C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian serta penjelasan diatas tentang latar belakang, tinjauan pustaka dengan teori-teori yang telah dijelaskan sebelumnya terhadap penelitian ini, maka sebagai kerangka pikir dari penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber : Data Diolah, 2025.