

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya sebagai dasar dalam melihat arah dan posisi penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian dari (Medyawati & Jamiah, 2025), yang berjudul Analisis *Break Even Point* dan *Margin of Safety* sebagai Alat Perencanaan Laba Pada CV Sahabat Catering Tabalong. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Break Even Point* (BEP) sebagai alat perencanaan laba serta mengidentifikasi besarnya *Margin of Safety* (MOS) yang dibutuhkan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif eksploratif dengan pendekatan kuantitatif, melalui observasi, studi pustaka, dan dokumentasi terhadap data tahun 2022-2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BEP meningkat setiap tahun namun tetap di bawah penjualan aktual, menandakan perusahaan memperoleh laba, sementara MOS meningkat dari 45,69% pada 2022 menjadi 62,1% pada 2024, menunjukkan posisi keuangan perusahaan semakin aman dari risiko kerugian. Penelitian ini belum membedakan perhitungan BEP dan alokasi biaya untuk berbagai varian produk.
2. Penelitian dari (Febriyanti & Avriyanti, 2025), yang berjudul Analisis *Break Even Point* Pada Usaha Roti Kopi Cabang Mabuun Kecamatan

Murung Pudak Kabupaten Tabalong. Menganalisis besarnya *Break Even Point* (BEP) dalam unit dan rupiah serta *Margin of Safety* (MOS) pada usaha Roti Kopi Cabang Mabuun Kecamatan Murung Pudak. Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan data sekunder dari laporan penjualan tahun 2023, penelitian ini menghasilkan temuan empiris bahwa nilai BEP setiap bulan berada pada kisaran 626-685 unit atau sekitar Rp 7.02 juta Rp 7.09 juta. Selain itu, MOS menunjukkan fluktuasi signifikan sepanjang tahun, yaitu antara 18,95% hingga 46,40%. Temuan ini menunjukkan adanya perubahan tingkat keamanan usaha terhadap risiko kerugian dari bulan ke bulan, sehingga BEP dan MOS perlu dipantau secara periodik untuk pengambilan keputusan yang lebih akurat. Penelitian ini terbatas pada pengungkapan nilai BEP dan MOS per bulan tanpa menjelaskan penyebab fluktuasi komponen biaya mana yang paling berkontribusi terhadap perubahan serta tanpa pemisahan biaya variabel yang dialokasikan ke produk berbeda atau terhadap BEP multi-produk.

3. Penelitian dari (Ramadhani, Idris, & Syamsinar, 2025), yang berjudul *Analisis Break Even Point* (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Usaha Kue Kering “Opi. Cookies”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan *Break Even Point* (BEP) sebagai alat perencanaan laba pada usaha kue kering “Opi.Cookies.” Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan titik impas pada penjualan 142 unit atau Rp12.811.905

per bulan, dengan *Margin of Safety* (MOS) yang tinggi menandakan usaha berada pada posisi aman dari kerugian. Untuk mencapai laba Rp10.000.000 per bulan, diperlukan penjualan sekitar 273 unit atau Rp24.537.036, menunjukkan kinerja keuangan yang stabil dan efisien. Penelitian ini memfokuskan pada produk tunggal dan belum menelaah bagaimana alokasi biaya, terutama biaya variabel dan biaya bersama, mempengaruhi BEP bila usaha menawarkan lebih dari satu varian. Selain itu penelitian ini hanya enam bulan sehingga belum menggambarkan dinamika jangka panjang.

4. Penelitian dari (Anisa, Sembiring, Surya, & Hutapea, 2025), yang berjudul *Analisis Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Penjualan dan Laba Pada UMKM Bolu Susu Lembang Pak Bhabin. Penelitian ini bertujuan untuk merencanakan tingkat penjualan dan laba yang diharapkan pada UMKM Bolu Susu Lembang Pak Bhabin agar tidak mengalami penurunan keuntungan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan analisis *Break Even Point* (BEP) untuk produk tunggal dan multi produk serta *Margin of Safety* (MOS). Hasil penelitian menunjukkan BEP multi produk sebesar 41.910 unit atau Rp1.327.507.369, sedangkan MOS tergolong tinggi, yaitu 40% untuk Bolu Susu, 57% untuk Pie Susu, dan 78% untuk Kue Balok, menandakan kondisi keuangan usaha dalam posisi aman dan stabil. Walaupun sudah menguji BEP multi-produk, penelitian ini kurang mendetail pada alokasi biaya tetap dan biaya variabel antar produk, serta

kurang menganalisis dampak perubahan komposisi penjualan terhadap BEP gabungan secara simulatif.

5. Penelitian dari (Safitri, et al., 2022), yang berjudul *Analisis Break Even Point Terhadap Penjualan Dessertkurbg Di Kalangan Anak Remaja*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis titik impas (*Break Even Point*) pada usaha Dessertkurbg guna mengetahui waktu pengembalian modal dan tingkat keuntungan penjualan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa varian Oreo mencapai BEP pada 267 unit, sedangkan varian Teh Hijau pada 219 unit penjualan tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan di atas angka tersebut akan menghasilkan keuntungan bagi usaha. Penelitian menunjukkan perbedaan BEP antar varian tetapi tidak menguraikan perhitungan biaya bersama seperti penggunaan bahan/energi bersama dan tidak melakukan pemisahan biaya variabel per varian secara rinci.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan analisis *Break Even Point* (BEP) untuk menilai hubungan antara biaya, penjualan, dan laba pada usaha UMKM kuliner. Setiap penelitian juga memakai pendekatan kuantitatif dengan perhitungan biaya tetap, biaya variabel, dan pendapatan sebagai dasar menentukan titik impas. Perbedaannya, penelitian ini berfokus pada usaha Brownies Meltysacake dengan dua varian produk, yaitu *Fudgy brownies* coklat

polos dan *Fudgy* brownies coklat bertopping, serta melakukan pemisahan biaya secara lebih rinci untuk masing-masing produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai batas minimal penjualan agar usaha tetap berada pada kondisi tidak merugi.

## **B. Landasan Teori**

Setiap perusahaan perlu mengelola dan mengendalikan sumber daya keuangan secara efektif agar kegiatan operasional dapat berjalan dengan lancar. Untuk itu, dibutuhkan sistem pengelolaan keuangan yang terencana dan terarah, yang dikenal sebagai manajemen keuangan.

### **1. Manajemen Keuangan**

#### **a. Pengertian Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan (*finance management*) adalah seluruh aktivitas perusahaan dalam rangka penggunaan serta pengalokasian dana perusahaan secara efisien (Sadikin , Misra, & Hudin, 2020). Menurut (Fahmi, 2016) manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji, dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari, mengelola, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan keberlanjutan usaha bagi perusahaan. Sedangkan Menurut (Irfani, 2020) mengemukakan bahwa manajemen keuangan adalah aktivitas

pengelolaan keuangan perusahaan yang berhubungan dengan usaha mencari dan menggunakan dana secara efektif dan efisien. Guna mewujudkan tujuan dari perusahaan.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan serangkaian aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan perencanaan, pengelolaan, pengalokasian, dan penggunaan dana secara efektif dan efisien. Manajemen keuangan tidak hanya berfokus pada pengendalian dana, tetapi juga mencakup upaya memperoleh dan memanfaatkan sumber daya keuangan secara optimal guna mencapai tujuan perusahaan, meningkatkan profitabilitas, serta menjamin keberlanjutan usaha.

#### b. Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi manajemen keuangan terdiri atas beberapa fungsi utama yang meliputi fungsi pengendalian likuiditas, pengendalian laba, dan fungsi manajemen (Musthafa, 2017). Berikut adalah pemaparan dari masing-masing aspek fungsi manajemen keuangan menurut (Musthafa, 2017).

##### 1. Fungsi Pengendalian Likuiditas

Fungsi manajemen keuangan sebagai pengendalian likuiditas adalah sebagai berikut:

- a) Perencanaan Aliran Kas (*forecasting cash flow*): Agar selalu tersedia uang tunai atau uang kas untuk memenuhi pembayaran apabila setiap saat diperlukan.
- b) Pencarian Dana (*reising of funds*): Dari dari luar atau dari dalam perusahaan agar diperoleh dana yang biayanya lebih murah dan tersedianya dana apabila setiap saat diperlukan.
- c) Menjaga Hubungan Baik Dengan Lembaga Keuangan (misalnya dengan perbankan): Untuk memenuhi kebutuhan dana apabila diperlukan oleh perusahaan pada saat tertentu (Musthafa, 2017).

## 2. Fungsi Pengendalian Laba

Fungsi manajemen keuangan sebagai pengendalian laba di antaranya adalah sebagai berikut:

- a) Pengendalian biaya (*cost control*): Menghindari biaya yang tidak perlu dikeluarkan atau pemborosan.
- b) Penentuan harga (*pricing*): Agar harga tidak terlalu mahal dibandingkan dengan harga barang sejenis dari pesaing.
- c) Perencanaan laba (*profit planning*): Agar dapat diprediksi keuntungan yang diperoleh pada periode yang bersangkutan sehingga dapat merencanakan kegiatan yang lebih baik pada periode mendatang.
- d) Pengukuran biaya capital (*cost of capital*): Dalam teori ini semua capital atau modal dari mana saja, termasuk modal

dari pemilik perusahaan, harus diperhitungkan juga biaya karena modal tersebut apabila digunakan pada kegiatan lain, tentu juga menghasilkan pendapatan (Musthafa, 2017).

Fungsi manajemen keuangan dari sudut pandang manajemennya sendiri adalah sebagai berikut:

- a) Dalam pengendalian laba atau likuiditas, manajer keuangan harus bertindak sebagai manajer dan sebagai pengambil keputusan sehingga manajer keuangan dapat mengambil langkah-langkah keputusan yang menguntungkan bagi perusahaan.
- b) Melakukan manajemen terhadap aktiva dan manajemen terhadap dana. Dalam hal ini fungsi manajemen seperti *planning* (perencanaan), *organizing* (organisasi), *actuating* (pengarahan), dan *controlling* (pengendalian) yang sangat diperlukan bagi seorang manajer keuangan, terutama fungsi perencanaan, pengarahan, dan pengendalian (Musthafa, 2017).

c. Tujuan Manajemen Keuangan

Tujuan utama manajemen keuangan yang dilakukan manajer keuangan dalam perusahaan adalah mengelola penggunaan modal untuk memaksimalkan keuntungan dan menyejahterakan pemegang saham. Menurut (Sadikin , Misra, & Hudin, 2020) tujuan manajemen keuangan ialah untuk memaksimalkan nilai perusahaan

yang dapat direfleksikan dari kesejahteraan pemilik perusahaan, pemegang saham, dan semua pemangku kepentingan perusahaan yang dapat ditunjukkan melalui harga pasar suatu perusahaan. Selanjutnya, menurut (Fahmi, 2016) tujuan manajemen keuangan adalah sebagai berikut:

- 1) Memaksimumkan nilai perusahaan.
- 2) Menjaga stabilitas finansial dalam keadaan yang selalu terkendali
- 3) Memperkecil risiko perusahaan di masa sekarang dan yang akan datang.

## 2. Akuntansi Biaya

Menurut (Mulyadi, 2016), Akuntansi biaya merupakan proses yang meliputi pencatatan, penggolongan, peringkasan, serta penyajian biaya yang terkait dengan pembuatan dan penjualan produk atau jasa menggunakan cara-cara tertentu, disertai dengan penafsiran terhadap data tersebut. Menurut (Witjaksono, 2017), Akuntansi biaya adalah bagian dari aktivitas manajemen yang melibatkan proses pencatatan dan analisis dengan menggunakan perangkat tertentu, yang berfokus pada aspek perencanaan serta pengendalian. Sedangkan akuntansi biaya menurut (Bahri, Mariani, & Risanto, 2021) Akuntansi Biaya berperan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan berbagai jenis pendapatan dan biaya yang dapat muncul sebagai akibat dari rangkaian tindakan alternatif.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan suatu proses sistematis yang mencakup kegiatan pencatatan, penggolongan, analisis, peringkasan, dan penyajian informasi mengenai biaya yang timbul dalam proses produksi maupun penjualan barang atau jasa. Informasi ini berfungsi sebagai dasar bagi manajemen dalam melakukan perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan yang berkaitan dengan efisiensi biaya dan alternatif tindakan yang dapat memengaruhi pendapatan maupun pengeluaran perusahaan.

### 3. Biaya

#### a. Pengertian Biaya

Menurut (Mulyadi, 2016), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Definisi ini mengandung empat unsur pokok yaitu, sebagai berikut:

##### 1) Pengorbanan Sumber Ekonomi

Melibatkan penggunaan sumber daya seperti tenaga kerja, bahan baku, dan modal.

##### 2) Diukur Dalam Satuan Uang

Pengorbanan tersebut harus dapat dikuantifikasikan dalam bentuk uang agar dapat dicatat dan dianalisis.

##### 3) Telah Terjadi Atau Kemungkinan Terjadi

Biaya dapat berasal dari transaksi masa lalu biaya aktual atau perkiraan untuk masa mendatang atau biaya standar.

#### 4) Untuk Tujuan Tertentu

Pengorbanan tersebut dilakukan demi mencapai tujuan bisnis, seperti produksi suatu produk atau penyediaan jasa.

Menurut (Mowen, Hansen, & Heitger, 2016), menjelaskan bahwa biaya merupakan kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang memberikan manfaat pada masa sekarang maupun masa yang akan datang. Pandangan ini menegaskan bahwa biaya berhubungan dengan pengorbanan ekonomi atas penggunaan sumber daya. Sedangkan Menurut (Siregar, Supripto, Hapsoro, Lo, & Frasto, 2017), Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang atau masa yang datang.

Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh barang atau jasa dengan tujuan tertentu, yang memberikan manfaat pada masa kini maupun masa yang akan datang. Dengan demikian, biaya tidak hanya mencerminkan pengeluaran aktual yang telah terjadi, tetapi juga mencakup potensi pengorbanan yang akan dilakukan guna

mendukung kegiatan operasional dan pencapaian tujuan usaha. maupun masa mendatang.

b. Klasifikasi Biaya

Pada dasarnya, akuntansi biaya menurut (Mulyadi, 2016), mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku terhadap perubahan volume. Berikut diantaranya :

1) Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tidak berubah meskipun terjadi perubahan volume aktivitas dalam kisaran relevan (*relevant range*). Ini adalah biaya yang tetap dibayar meskipun jumlah yang diproduksi berubah.

2) Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Biaya yang berubah mengikuti jumlah yang diproduksi.

3) Biaya Semi-Variabel

Biaya semi-variabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel secara bersamaan. Dengan kata lain, sebagian biaya tetap muncul meskipun tidak ada aktivitas, namun total biaya akan meningkat ketika volume aktivitas naik.

Menurut (Kasmir, 2018), Pada dasarnya akuntansi biaya mengelompokkan biaya berdasarkan perilakunya terhadap perubahan volume kegiatan. Biaya dapat bersifat tetap, variabel,

atau semi tetap tergantung dari bagaimana biaya tersebut bereaksi terhadap perubahan aktivitas perusahaan. Berikut diantaranya:

- 1) Biaya Tetap (*Fixed Cost*) Merupakan biaya yang jumlahnya tetap dalam kisaran kapasitas tertentu, tidak berubah walaupun volume kegiatan berubah.
- 2) Biaya Variabel (*Variable Cost*) Adalah biaya yang berubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume kegiatan.
- 3) Biaya Semi Tetap / Semi Variabel (*Semi Fixed / Semi Variable Cost*) Merupakan biaya yang mengandung unsur tetap dan variabel artinya sebagian dari biayanya tetap, dan sebagian lainnya berubah sesuai volume kegiatan.

c. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan suatu gambaran yang menunjukkan naik atau turunnya tingkat penjualan usaha dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter, sesuai dengan jenis produk yang dipasarkan. Dalam operasional, volume penjualan menjadi faktor penting yang memengaruhi perubahan biaya variabel serta menjadi ukuran untuk mengetahui sejauh mana pendapatan dapat menutupi total biaya yang dikeluarkan.

Menurut volume (Mulyadi, 2016), penjualan adalah sebagai ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang

atau jasa yang terjual. Sedangkan menurut (Rangkuti, 2018), volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik, baik dalam bentuk volume maupun jumlah unit produk yang terjual. Menurut (Hanggreani, 2021), volume penjualan atau sales volume adalah unit barang jadi yang berhasil dijual kepada konsumen dalam periode waktu tertentu.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan ukuran kuantitatif yang menunjukkan jumlah barang atau jasa yang berhasil dijual kepada konsumen dalam suatu periode tertentu. Istilah ini menekankan pada aspek fisik atau jumlah unit produk yang terjual sebagai indikator keberhasilan penjualan suatu perusahaan.

#### 4. Harga Jual

##### a. Pengertian Harga Jual

Menurut (Mulyadi, 2016), harga jual harus mampu menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan serta memberikan laba yang wajar, yaitu dengan cara menambahkan mark-up (peningkatan harga) pada biaya produksi. Menurut (Hasibuan & Anam, 2021) harga jual merupakan total nilai yang mencakup seluruh biaya produksi dari barang atau jasa, serta keuntungan yang diharapkan akan diperoleh oleh perusahaan. Sedangkan, menurut (Basu, 2017) "harga merupakan suatu cara bagi penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing, sehingga penetapan harga dapat

dianggap sebagai bagian dari fungsi diferensiasi produk dalam kegiatan pemasaran.”

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah nilai yang ditetapkan atas suatu produk atau jasa dengan mempertimbangkan seluruh biaya produksi serta keuntungan yang diharapkan, dan juga sebagai cara untuk membedakan produk dari pesaing di pasar.

b. Tujuan Penetapan Harga Jual

Dalam buku (Setyawati, 2022), tujuan penetapan harga antara lain:

- 1) Bertahan: Bertahan adalah ketika suatu perusahaan tidak mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan laba ketika menghadapi kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan untuk kelangsungan hidup perusahaan.
- 2) Memaksimalkan laba: Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.
- 3) Memaksimalkan Penjualan: Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
- 4) Prestise: Tujuan penentuan harga di sini adalah untuk memosisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif.

5) Pengembangan Atas Investasi (ROI): Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengambilan atas investasi (*return on investment*) yang diinginkan.

## 5. *Break Even Point* (BEP)

### a. Pengertian *Break Even Point*

Menurut (Mulyadi, 2016), analisis *Break Even Point* (BEP) atau analisis titik impas adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya, volume aktivitas, dan laba yang diperoleh perusahaan. Analisis ini membantu manajemen dalam menentukan jumlah minimum penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian, yaitu saat total pendapatan sama dengan total biaya. Sedangkan menurut (Kasmir, 2018), bahwa analisis *Break Even Point* adalah suatu keadaan di mana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian.

### b. Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Analisis *Break Even Point* (BEP) merupakan metode analisis yang digunakan untuk menentukan titik keseimbangan antara total pendapatan dan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun kerugian. Analisis ini membantu manajemen mengetahui tingkat penjualan minimum yang harus dicapai agar seluruh biaya produksi dapat tertutupi.

Menurut (Mulyadi, 2016), analisis *Break Even Point* merupakan metode analisis yang menelaah hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, laba, dan volume penjualan. Analisis ini juga dikenal dengan istilah *Cost Volume Profit* (analisis CVP). Dalam konteks perencanaan laba, analisis *Break Even Point* berfungsi sebagai *profit-planning approach* yang didasarkan pada hubungan antara biaya (*cost*) dan pendapatan penjualan (*revenue*). Analisis *Break Even Point* merupakan cara untuk menentukan volume penjualan minimum yang diperlukan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, namun juga belum memperoleh laba, atau dengan kata lain berada pada titik impas (nol). Menurut (Diana, 2021) analisis *Break Even Point* (BEP) adalah kondisi di mana perusahaan beroperasi tanpa memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian. Dengan kata lain, di titik ini, perusahaan mencapai nol dalam hal keuntungan dan kerugian.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, analisis *Break Even Point* (BEP) merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba guna menentukan kondisi impas suatu perusahaan, yaitu keadaan ketika usaha tidak mengalami kerugian maupun memperoleh keuntungan.

- c. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Perubahan *Break Even Point* (BEP)

Menurut (Mulyadi, 2016), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan *Break Even Point* (BEP), yaitu;

- 1) Perubahan Biaya Tetap (*Fixed Cost*) Jika biaya tetap meningkat, maka titik impas (BEP) juga akan naik, karena perusahaan harus menutupi biaya tetap yang lebih besar sebelum memperoleh laba.
- 2) Perubahan Biaya Variabel (*Variable Cost*) Kenaikan biaya variabel per unit menyebabkan margin kontribusi per unit menurun, sehingga BEP meningkat.
- 3) Perubahan Harga Jual Produk (*Selling Price*) Jika harga jual produk naik, maka BEP akan turun karena laba per unit meningkat. Sebaliknya, jika harga jual turun, BEP akan naik.
- 4) Perubahan komposisi penjualan (*Sales Mix*) Apabila perusahaan menjual lebih dari satu jenis produk, perubahan proporsi penjualan antar produk akan mempengaruhi BEP keseluruhan.
- 5) Perubahan Efisiensi Produksi dan Kapasitas, Efisiensi dalam produksi dapat menurunkan biaya variabel dan meningkatkan margin kontribusi, sehingga BEP turun.

Sedangkan menurut (Kasmir, 2018), menjelaskan bahwa titik impas (*Break Even Point*) akan berubah apabila terjadi perubahan pada unsur-unsur utama biaya dan pendapatan perusahaan, yaitu:

- 1) Perubahan Biaya Tetap (*Fixed Cost*) Kenaikan biaya tetap seperti sewa, gaji manajer, atau depresiasi akan menaikkan titik impas, karena perusahaan harus menutupi biaya yang lebih besar sebelum memperoleh laba. Sebaliknya, penurunan biaya tetap akan menurunkan BEP.
- 2) Perubahan Biaya Variabel (*Variable Cost*) Jika biaya variabel per unit (misalnya bahan baku atau tenaga kerja langsung) naik, maka margin kontribusi turun dan BEP meningkat. Sebaliknya, jika biaya variabel per unit turun, maka BEP akan menurun.
- 3) Perubahan Harga Jual Produk (*Selling Price*) Perubahan harga jual akan memengaruhi perhitungan titik impas, karena harga jual menentukan besar kecilnya margin kontribusi.
- 4) Perubahan Komposisi Penjualan (*Sales Mix*) Jika perusahaan menjual lebih dari satu jenis produk, perubahan proporsi penjualan antar produk (*sales mix*) dapat mengubah nilai BEP keseluruhan. Produk dengan margin lebih tinggi akan menurunkan BEP bila porsinya meningkat.
- 5) Perubahan Efisiensi Produksi, Efisiensi penggunaan bahan baku, tenaga kerja, dan waktu produksi akan memengaruhi biaya variabel dan margin kontribusi. Semakin efisien, semakin rendah BEP.

- 6) Perubahan Kapasitas Produksi dan Utilisasi, peningkatan kapasitas produksi dapat menurunkan biaya tetap per unit, sehingga BEP cenderung menurun.

d. Tujuan dan Kegunaan *Break Even Point* (BEP)

Menurut (Mulyadi, 2016), analisis BEP digunakan untuk tujuan berikut:

- 1) Menentukan tingkat penjualan minimal untuk menutup seluruh biaya.
- 2) Membantu perencanaan laba, karena memberikan gambaran hubungan antara biaya, volume, dan laba.
- 3) Penetapan harga jual, karena BEP menunjukkan sensitivitas keuntungan terhadap harga.
- 4) Pengendalian biaya, terutama dalam menilai efektivitas penggunaan biaya tetap dan variabel.
- 5) Membantu pengambilan keputusan, misalnya dalam keputusan investasi, perluasan kapasitas, dan strategi penjualan.

Menurut (Kasmir, 2018), Tujuan dari analisis *Break Even Point* (BEP), yaitu:

- 1) Mendesain Spesifikasi Produk  
Analisis BEP membantu manajemen dalam menentukan karakteristik produk yang efisien dan menguntungkan.
- 2) Menentukan Harga Jual Persatuan

*Break Even Point* digunakan untuk menentukan harga jual minimum agar seluruh biaya (tetap dan variabel) dapat tertutup, serta perusahaan memperoleh laba sesuai target.

3) Menentukan Jumlah Produksi Atau Penjualan Minimal

Agar tidak mengalami kerugian, ini merupakan tujuan utama dari analisis BEP, yaitu menentukan berapa unit yang harus diproduksi dan dijual agar total pendapatan sama dengan total biaya (impas).

4) Memaksimalkan Jumlah Produksi

Analisis BEP juga membantu perusahaan untuk menentukan tingkat produksi yang optimal, yaitu pada kapasitas produksi yang memberikan efisiensi tertinggi dan laba maksimum.

5) Merencanakan Laba Yang Diinginkan

*Break Even Point* tidak hanya berguna untuk mengetahui posisi impas, tetapi juga untuk merencanakan berapa volume penjualan yang harus dicapai agar memperoleh laba tertentu.

e. Komponen- Komponen *Break Even Point* (BEP)

Komponen *Break Even Point* (BEP) menurut (Mulyadi, 2016), berikut di antaranya:

1) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume tertentu, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume produksi. Contoh: sewa, dan gaji tetap.

2) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan jumlah unit yang diproduksi. Contoh: bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

3) Harga Jual (*Selling Price*)

Harga jual per unit adalah nilai yang dibebankan kepada konsumen untuk setiap unit produk.

4) Margin kontribusi adalah selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit.

Margin Kontribusi = Harga Jual – Biaya Variabel

f. Manfaat *Break Even Point* Dalam Pengambilan Keputusan (BEP)

Menurut (Mulyadi, 2016), *Break Even Point* (BEP) Memberikan manfaat penting dalam perencanaan laba dan pengendalian biaya, serta membantu pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan manajerial. Manfaat *Break Even Point* (BEP) diantaranya sebagai berikut:

- 1) Menetapkan jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
- 2) Menetapkan tingkat penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba tertentu.
- 3) Menilai pengaruh perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan terhadap laba yang diperoleh.
- 4) Menetapkan kebijakan harga jual produk.

- 5) Menentukan jumlah penjualan yang harus dicapai agar investasi baru dapat memberikan hasil yang diharapkan.
- 6) Menentukan kapasitas produksi yang perlu dimiliki perusahaan untuk menanggapi target penjualan tertentu.

Menurut (Kasmir, 2018), Analisis titik impas (*Break Even Point*) digunakan untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba, serta membantu manajemen dalam merencanakan volume penjualan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. (Kasmir, 2018) menguraikan beberapa manfaat utama analisis titik impas bagi perusahaan, antara lain:

- 1) Menentukan Jumlah Penjualan Minimum

BEP membantu manajemen untuk mengetahui jumlah penjualan minimum dalam unit atau rupiah agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

- 2) Menentukan Target Penjualan dan Laba

Analisis BEP dapat digunakan untuk menentukan target penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba tertentu.

- 3) Membantu Pengambilan Keputusan Manajerial

Analisis *Break Even Point* membantu manajemen dalam membuat keputusan strategis, seperti penetapan harga, volume produksi, dan efisiensi biaya.

- 4) Mengukur Efisiensi Biaya dan Kinerja Operasional

Analisis BEP juga dapat digunakan untuk menilai efisiensi biaya, karena perubahan kecil dalam biaya tetap atau biaya variabel akan memengaruhi titik impas dan laba perusahaan.

5) Sebagai Alat Perencanaan dan Pengawasan

*Break Even Point* berperan penting dalam perencanaan keuangan jangka pendek, sekaligus sebagai alat pengawasan kinerja operasional agar kegiatan penjualan tetap sesuai target.

g. Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Menurut (Mulyadi, 2016), Volume penjualan di mana penghasilannya (*revenue*) tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian dinamakan *Break Even Point*, Selanjutnya dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

1) Perhitungan *Break Even Point* (Unit)

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

2) Perhitungan *Break Even Point* (Rupiah)

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \left( \frac{\text{Biaya Variabel Per Unit}}{\text{Harga Jual Per Unit}} \right)}$$

6. *Margin of safety* (MOS)

Menurut (Mulyadi, 2016), *Margin of Safety* (MOS) atau tingkat keamanan laba adalah selisih antara penjualan yang sesungguhnya atau

yang dianggarkan dengan penjualan pada titik impas (*break even point*). Margin ini menunjukkan seberapa besar penurunan penjualan yang masih dapat ditoleransi oleh perusahaan tanpa mengalami kerugian. Menurut (Kasmir, 2018), *Margin of Safety* atau tingkat keamanan merupakan hubungan atau selisih antar penjualan tertentu sesuai anggaran dengan penjualan pada titik impas, artinya batas aman yang digunakan untuk mengetahui berapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian. Menurut (Mulyadi, 2016), perhitungan *Margin of Safety* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

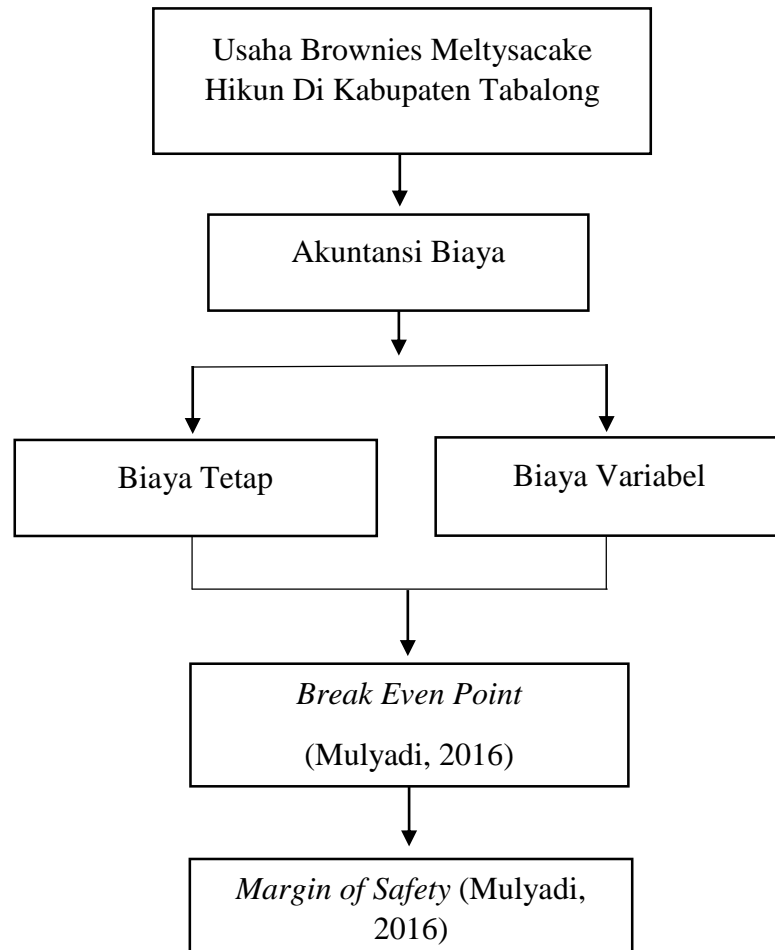
1) *Margin Of Safety* (MOS)

$$\text{MOS} = \left( \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Total Penjualan}} \right) \times 100$$

*Margin of Safety* pada dasarnya menggambarkan selisih antara penjualan yang direncanakan atau penjualan aktual dengan penjualan pada titik impas, sehingga menunjukkan batas aman penjualan sebelum usaha mengalami kerugian. Konsep ini digunakan untuk menilai seberapa besar penurunan penjualan masih dapat ditoleransi tanpa membuat perusahaan berada di bawah titik impas.

### C. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber: Diolah Peneliti, 2026