

## **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. Penelitian dari (Wardhana, 2022) dengan judul *Analisis Break Even Point* Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Rumah Makan Ayam Bakar Aa' Bangunrejo Lampung Tengah, dengan hasil penelitian ini menunjukkan harga jual dengan penerapan metode *cost plus pricing* lebih tinggi. Rincian perhitungannya terdapat selisih harga sebesar Rp5.208,3 dari hasil CEP sebesar Rp23.741,3 dan perhitungan rumah makan sebesar Rp18.533,3. Perhitungan yang didapat dari analisis BEP disimpulkan bahwa selama Bulan Mei 2022 rumah makan telah mengalami laba, dan perhitungan dalam perencanaan laba mengalami kenaikan dan penurunan laba.
2. Penelitian dari (Gayatri, 2019) dengan judul *Analisis Break Even Point* sebagai Dasar Perencanaan Laba Penjualan Pada CV. Osa Garmen Badung, dengan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan penjualan pada saat *break even point* dalam rupiah Rp. 1.276.058.340,68 sedangkan *break even point* atas unit terjual adalah 31.809 pcs. Maka penjualan minimal yang harus direalisasikan adalah Rp. 1.642.819.712,00. Sedangkan *margin of safety* yang dinyatakan dalam rupiah adalah sebesar Rp.

323.015.204,50 dan dalam persentase sebesar 20%. Perubahan *degree of operating leverage* adalah 11,63 kali pada tingkat penjualan Rp. 1.396.056.000,00 ini berarti setiap penambahan 1% penjualan akan menambah laba 11,63%.

3. Penelitian dari (Wahyuni, 2024) dengan judul Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba, dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara nilai uang dan jumlah yang dicapai setiap bulan. Sangat penting untuk diingat bahwa penjualan perusahaan yang baik selalu lebih besar daripada titik impas, yang berarti perusahaan dapat mencapai target keuntungannya.
4. Penelitian dari (Kewetary & dll, 2024) dengan judul Analisis *Break Even Point* (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Usaha Gorengan KUD Kota Sorong, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan bulan Januari menjelaskan BEP (rupiah) penjualan gorengan sebesar Rp 24.902.723,74,- dan BEP dalam unit sebesar 24.903 unit. *Break Even Point* (BEP) ini menunjukkan titik dimana pendapatan dari penjualan sama dengan total biayanya, sehingga tidak mengalami kerugian, melainkan mendapatkan keuntungan. Bulan Februari, Dari hasil perhitungan menjelaskan bahwa BEP (rupiah) penjualan gorengan adalah sebesar Rp27.004.219,41,- dan BEP dalam unit sebesar 27.004 unit. *Break Even Point* (BEP) menunjukkan titik dimana pendapatan dari penjualan sama dengan total biayanya, sehingga tidak ada kerugian, melainkan

mendapatkan keuntungan. Hasil ini menunjukkan bahwa perencanaan laba mengalami peningkatan di bulan februari.

5. Penelitian dari (Widyasari, 2024) dengan judul *Analisis Break Even Point* (BEP) Sebagai Perencanaan Laba Pada Umkm Kerupuk Asoy Rengas dengklok Karawang, dengan 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. (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.

7. (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.
8. (Oktavia, Sihabudin, & Fauji, 2024) Hasil analisis Break Event Point (BEP) menunjukan 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.

9. (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.
10. (Wibowo, Soebroto, & Soemarso, 2019) 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.
11. (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.

12. (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 CV. Sahabat Catering Tabalong, 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 CV. Sahabat Catering Tabalong 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 para pengusaha bisnis baik bidang catering dan lain-lainnya terkait untuk memahami titik impas dan merencanakan strategi laba secara efektif.

Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa kekurangan, ruang lingkup yang terbatas pada CV. Sahabat Catering Tabalong 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. Kerangka Dasar Teori**

### **1. Pengertian dan Klasifikasi Biaya**

#### **a. Pengertian Biaya**

Salah satu konsep penting dalam akuntansi manajemen adalah konsep kos. Agar pemahaman terhadap akuntansi manajemen lebih baik, seseorang perlu memahami arti kos. Kos (*cost*) adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang. Kos diukur dalam satuan mata uang.

Saat barang dan jasa dimanfaatkan, kos akan menjadi biaya. Kos yang belum dimanfaatkan dikelompokkan sebagai aset. Biaya (*expense*) adalah kos barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan adalah nilai barang yang dijual atau jasa yang diberikan. Laba atau rugi merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya.

Menurut (Mursyidi, 2008) biaya adalah suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Sedangkan menurut (Wijaksono, 2006) biaya adalah pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sebagai akuntan mendefinisikan biaya sebagai satuan menetap atas pengorbanan barang dan jasa untuk memperoleh manfaat dimasa yang akan datang.

#### b. Klasifikasi Biaya

Pada umumnya pola perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan. Selanjutnya menggolongkan biaya berdasarkan perilakunya dalam hubungannya dengan volume kegiatan menjadi tiga golongan menurut (Simamora, 2012), yaitu :

- 1) Biaya Tetap adalah biaya yang secara totalitas tetap konstan tanpa memandang perubahan tingkat aktivitas. Dengan demikian tidak seperti biaya variable, biaya tetap tidak berpengaruh oleh perubahan volume kegiatan. Akibatnya ketika tingkat aktivitas naik turun, biaya tetap secara totalitas tetap konstan kecuali bila terpengaruh beberapa kekuatan ekstern seperti perubahan harga.
- 2) Biaya Variabel (*variable cost*) adalah biaya variabel sebagai biaya yang jumlahnya berubah sebanding dengan perubahan aktivitas bisnis. Apabila tingkat aktivitas meningkat 10 persen, maka jumlah biaya variabel akan ikut meningkat sebesar 10 persen. Meskipun begitu,

biaya variabel per unit jumlahnya tetap ketika terjadi perubahan aktivitas.

- 3) Biaya Semi Variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan. Volume kegiatan atau biaya yang akan berubah naik jika volume produksi dinaikkan tetapi tidak proposional. Biaya semi variabel merupakan biaya yang mengandung biaya tetap dan biaya variabel. Biaya ini pada dasarnya mempunyai karakteristik seperti biaya tetap dan pada aktivitas lain mempunyai karakteristik seperti biaya variabel.

## 2. Pengertian Perencanaan

Perencanaan sangat penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan, perkembangan perusahaan ini hanya mungkin dapat diperoleh bila perusahaan beroperasi secara efektif dan efisien, untuk itu dibutuhkan adanya suatu rencana yang baik dan tepat.

Perencanaan adalah cara berpikir mengenai persoalan-persoalan ekonomi, terutama berorientasi pada masa yang akan datang, berkembang dengan hubungan antara tujuan dan keputusan-keputusan kolektif dan mengusahakan kebijakan dan program.

Perencanaan merupakan salah satu proses lain, atau merubah suatu keadaan untuk mencapai maksud yang dituju oleh perencanaan atau oleh orang/badan yang diwakili oleh perencanaan itu. Perencanaan meliputi: Analisis, kebijakan dan rancangan.

Perencanaan memegang penting dalam keberhasilan perusahaan menyangkut masa depan perusahaan guna menjaga komunitas usaha dan pencapaian tujuan perusahaan. Perencanaan laba perlu dilakukan agar dapat menghasilkan laba yang optimal untuk menentukan pihak-pihak yang berkepentingan yaitu para pemegang saham, manajemen, konsumen, karyawan, pemerintah (Kuswadi, 2005).

#### a. Manfaat Perencanaan Laba

Perencanaan laba memiliki beberapa manfaat antara lain:

- 1) Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah. Hal ini memungkinkan adanya peluang untuk memulai kembali setiap segi operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program.
- 2) Perencanaan laba menyediakan arahan ke semua tingkatan manajemen. Hal ini membantu mengembangkan kesadaran akan laba diseluruh lapisan organisasi dan mendorong kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.
- 3) Perencanaan laba meningkatkan koordinasi antar sesama manajer.
- 4) Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari setiap tingkatan manajemen.
- 5) Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

### 3. Pengertian Laba

Tujuan utama dari perusahaan yaitu untuk memperoleh laba, baik untuk mempertahankan eksistensinya maupun untuk mengembangkan perusahaannya. Menurut dalam bukunya Pengantar Ekonomi Mikro ialah Laba adalah selisih antara penerimaan atau pendapatan total dan jumlah seluruh biaya.

Menurut soemarno S.R dalam bukunya Akuntansi Suatu Pengantar 2 definisi laba adalah Selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha.

Menurut Zaki Baridwan dalam bukunya *Intermediate Accounting* definisi laba adalah : Kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama suatu periode kecuali yang timbul dari pendapat (revenue) atau investasi oleh pemilik.

Menurut ASSEGAF Ibrahim Abdullah dalam Kamus Akuntansi *Dictionary of Accounting* mendefinisikan laba adalah bagi perusahaan secara keseluruhan adalah kelebihan pendapatan atas seluruh beban dan biaya.

Perubahan laba kotor yang disebabkan kenaikan volume yang dijual menunjukan bahwa bagian produksi telah bekerja semakin efisien dalam operasinya.

Selanjutnya menurut (Munawir, 2007) Kenaikan laba kotor yang disebabkan oleh faktor ekstern, misalnya adanya kenaikan harga bahan, tingkat upah atau kenaikan harga-harga secara umum.

Analisa laporan keuangan meliputi kegiatan analisis laporan neraca, laporan Laba Rugi dan data-data lainnya. Untuk dapat melakukan analisa laporan keuangan perusahaan, diperlukan pengetahuan yang memadai tentang data keuangan perusahaan-perusahaan sejenis atau data tentang industri yang berhubungan dengan perusahaan juga sangat bermanfaat untuk digunakan sebagai bahan analisis, khususnya apabila kita ingin melakukan perbandingan.

Besar kecilnya laba kotor ditentukan oleh biaya produksi dan pendapatan, semakin kecil biaya produksi maka semakin besar laba kotor yang diperoleh perusahaan. Semakin kecil biaya produksi maka semakin kecil pula harga pokok produksi dan jika harga pokok produksi kecil maka harga pokok penjualan juga kecil. Selisih antara penjualan dengan harga pokok penjualan akan besar, selisih inilah yang akan menjadi laba kotor perusahaan, begitu pula sebaliknya.

Analisis perkembangan laba kotor adalah suatu analisis untuk mengetahui sebab-sebab perkembangan laba kotor suatu perusahaan yang membandingkan dua laporan laba rugi suatu perusahaan dari periode yang berbeda. Perkembangan laba kotor perlu dianalisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan tersebut, baik perubahan yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan, sehingga akan dapat diambil tindakan seperlunya untuk periode yang datang. Penyebab perkembangan laba kotor pada dasarnya disebabkan faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan.

Faktor harga pokok penjualan juga dipengaruhi oleh kuantitas produk yang dijual dan harga pokok penjualan yang dijual atau dihasilkan tersebut, oleh karena itu perkembangan laba kotor yang disebabkan oleh perubahan harga pokok penjualan dapat disebabkan oleh perubahan harga pokok rata-rata per satuan dan perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual dengan membandingkan dua laporan perhitungan laba rugi suatu perusahaan dari periode yang berbeda atau dengan membandingkan antara perkembangan laba kotor yang telah dianggarkan dengan realisasi laba kotor dengan tahun yang bersangkutan akan dapat diketahui perkembangan laba kotornya.

Laporan laba rugi merupakan laporan utama untuk melaporkan kinerja suatu perusahaan, terutama tentang profitabilitas dibutuhkan untuk mengambil keputusan tentang sumber ekonomi yang dikelola oleh sebuah perusahaan dimasa yang akan datang. Informasi tersebut juga sering digunakan untuk memperkirakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan kas dan aktiva yang akan disamakan dengan kas dimasa yang akan datang. Informasi tentang kemungkinan perubahan kinerja juga penting dalam hal ini.

Dari uraian dapat diketahui bahwa laporan laba rugi merupakan suatu laporan sistematis mengenai mengenai penghasilan biaya laba rugi yang diperoleh suatu perusahaan dalam satu periode. Informasi yang disajikan dalam laporan laba rugi meliputi:

a. Bagian Pertama

Menunjukkan penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok perusahaan (penjualan barang dagangan/memberikan service) diikuti dengan harga pokok dari barang atau service yang dijual, sehingga diperoleh laba kotor.

b. Bagian Kedua

Menunjukkan biaya-biaya operasi yang terdiri dari biaya penjualan dan biaya umum atau administrasi (*operating expense*).

c. Bagian Ketiga

Menunjukkan harga hasil yang diperoleh diluar operasi pokok perusahaan yang diikuti dengan biaya diluar usaha pokok perusahaan.

d. Bagian Keempat

Menunjukkan laba rugi yang insidentil (*extra ordinary gain or loss*) sehingga akhirnya diperoleh laba bersih sebelum pajak pendapatan.

4. Jenis-Jenis Laba

Dalam bukunya Akuntansi suatu pengantar 1 Soemarsono menyebutkan beberapa laba dalam bagian perhitungan laba rugi yaitu:

a. Laba Bruto

laba bruto yaitu selisih antar penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Laba bruto kadang disebut juga laba kotor. Disebut laba kotor karena jumlah ini masih harus dikurangi dengan biaya usaha.

b. Laba Usaha

Laba usaha yaitu selisih antara laba bruto dan biaya usaha. Laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.

c. Laba Bersih

Laba Bersih yaitu selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua biaya dan kerugian. Laba bersih merupakan angka terakhir dalam laporan laba rugi jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal.

Menurut John J. Wild dalam bukunya Analisis Laporan Keuangan definisi laba adalah pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian selama periode pelaporan.

Menurut M. Tuanakotta mengemukakan jenis-jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan laba, yaitu:

- a. Laba Kotor yaitu perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan HPP.
- b. Laba dari operasi yaitu selisih antara laba kotor dengan total beban operasi.
- c. Laba bersih yaitu angka terakhir dalam perhitungan laba rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah dengan beban lain-lain.

Menurut Ahmad Belkaoli dalam menyajikan laporan laba rugi akan terlihat penggolongan dalam penetapan pengukuran laba sebagai berikut:

- a. Laba kotor atau penjualan, merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan. Laba ini dinamakan laba kotor hasil penjualan

bersih sebelum dikurangi dengan beban operasi lainnya untuk periode tertentu.

- b. Laba bersih operasi perusahaan yaitu laba kotor dikurangi dengan sejumlah penjualan, biaya administrasi dan umum.
- c. Laba bersih sebelum potongan pajak, merupakan pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan, yaitu perolehan apabila laba dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya-biaya lain-lain.
- d. Laba kotor sesudah potongan pajak yaitu laba bersih setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dan biaya nonoperasi dan dikurangi dengan pajak perseroan.

#### 5. Metode Penetapan Harga Pokok Produk

Ada beberapa metode yang dapat digunakan sebagai rancangan dan variasi, dalam penetapan harga menurut Marras (2008), harga dapat ditentukan atau dihitung :

##### a. Harga berdasarkan biaya total

Harga didasarkan pada biaya total ditambah laba yang diinginkan (*cost plus pricing method*). Metode penetapan harga ini adalah metode yang paling sederhana di mana penjualan atau produsen menetapkan harga jual untuk satu barang yang besarnya sama dengan jumlah laba yang diinginkan (*margin*) pada tiap-tiap unit tersebut sehingga formula menjadi; *cost plus pricing method* = Biaya total + laba = Harga jual. Metode ini mempertimbangkan bahwa ada bermacam-macam jenis biaya

dan biaya ini dipengaruhi secara berbeda oleh kenaikan atau penurunan keluaran (*output*) hasil nyata.

*Mark Up Pricing Method Variasi* lain dari metode *costplus* adalah *mark up pricing method* yang banyak dipakai oleh pedagang. Para pedagang yang membeli barang-barang dagangan akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga belinya sejumlah *mark up* (kelebihan harga jual di atas harga belinya). Jadi formulanya menjadi:

$$\text{Harga Beli} + \text{Mark Up} = \text{Harga Jual}$$

- b. Harga yang berdasarkan pada keseimbangan antara permintaan dan suplai.

Metode penetapan harga yang lain adalah metode menentukan harga terbaik demi tercapainya laba yang optimal melalui keseimbangan antara biaya dengan permintaan pasar. Metode ini memang cocok bagi perusahaan yang tujuan penetapan harga-harganya memaksimalkan laba. Dalam menentukan harga dan mendayagunakannya tentunya perlu pemahaman tentang konsep-konsep istilah berikut seperti;

- 1) Biaya tetap total (*total fixed cost*).
- 2) Biaya Variabel (*Variable cost*).
- 3) Biaya Total (*total cost*).
- 4) Biaya marginal (*marginal cost*).

Analisa *suplai* dan permintaan yang dipakai sebagai dasar penetapan harga kurang didayagunakan dalam kalangan bisnis. Menurut mereka analisa ini hanya masa lalu, tidak bisa didayagunakan sebagai

pegangan praktis dalam penetapan harga sekarang dan akan datang.

- c. Penetapan harga yang ditetapkan atas dasar kekuatan pasar.

Penetapan harga yang ditetapkan atas dasar kekuatan pasar adalah suatu metode penetapan harga yang berorientasi pada kekuatan pasar di mana harga akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga belinya sejumlah *mark up* (kelebihan harga di atas harga belinya).

- d. Harga berdasarkan keseimbangan antara suplai dan permintaan.

Metode ini memang paling cocok bagi perusahaan yang tujuan penetapan harga- harganya memaksimalkan laba. Analisa permintaan dan suplai yang dipakai sebagai dasar penetapan harga kurang didayagunakan dalam kalangan bisnis.

- e. Penetapan harga atas dasar kekuatan pasar.

Penetapan harga ini merupakan suatu metode penetapan harga yang berorientasi pada kekuatan pasar dimana harga jual dapat ditetapkan sama dengan harga jual pesaing, di atas harga pesaing atau di bawah harga pesaing.

Menurut (Sumarti & Soeprihanto, 2012) metode penetapan harga sebagai berikut:

- a. Menghitung seluruh biaya tiap unit ditambah margin tertentu (laba yang dikehendaki).
- b. Menghitung terlebih dulu titik pulang pokok penjualan atau *break even point* yaitu titik dimana jumlah penerimaan penjualan persis sama dengan seluruh biaya yang dikeluarkan ( $Total Revenue = Total cost$ ), apabila

penjualan berada di bawah BEP, maka perusahaan menderita kerugian.

c. Menetapkan harga yang setinggi-tingginya. Hal ini biasanya mempunyai tujuan:

- 1) Untuk berjaga-jaga terhadap kekeliruan di dalam penetapan harga.
- 2) Untuk mempertinggi citra produk.
- 3) Untuk mencapai keuntungan per kesatuan produk yang tinggi.

Kelemahan metode ini ialah:

- a) Sulit untuk menemukan pembeli yang bersedia membeli produk baik produk itu masih baru maupun yang telah berada pada tahap kejenuhan.
- b) Memberi kesempatan kepada pesaing untuk merebut konsumen.
- 4) Menetapkan harga yang serendah-rendahnya. Strategi ini dapat dipakai apabila perusahaan menginginkan volume penjualan yang tinggi dan laba tiap kesatuan produk relatif rendah. Namun demikian strategi ini dirasa lebih agresif dapat memperkuat kedudukan perusahaan di pasar.

Dalam penetapan harga, sering kita jumpai harga ditetapkan secara:

- a. Psikologis. Penetapan harga ini biasanya diberikan pada para penyalur atau pengecer.
- b. Bertingkat. Penetapan ini juga lebih sering digunakan oleh pengecer daripada pedagang besar atau oleh perusahaan sendiri.
- c. Pemberiaan potongan pembelian: di sini penjual memberikan potongan (*discount*) yaitu, pengurangan dari harga yang ada dan potongan ini

diwujudkan dalam bentuk tunai.

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

Menurut (Alwi, 2005) menyatakan bahwa “*break even point* adalah suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan itu tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi.

Sedangkan menurut (Mulyadi, 2008) menjelaskan bahwa impas adalah suatu keadaan dimana suatu usaha tidak memperoleh laba dan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi, dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenue*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

Sedangkan menurut (Supriyono, 1999) menjelaskan bahwa analisis pulang pokok, atau seringkali disebut analisis *Break Even Point* adalah suatu keadaan perusahaan dimana jumlah total penghasilan besarnya sama dengan jumlah total biaya, atau suatu keadaan perusahaan dimana rugi labanya sebesar nol, perusahaan tidak memperoleh laba tetapi juga tidak menderita rugi.

Sedangkan menurut (Simamora, 2012), “titik impas adalah volume penjualan di mana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak terdapat laba maupun rugi bersih”. Lebih lanjut lagi Sigit (2007:1) menjelaskan bahwa, “Suatu perusahaan dikatakan *Break Even* (BE) apabila setelah diadakan perhitungan rugi laba dari suatu periode kerja atau kegiatan usaha tertentu tidak memperoleh laba, tetapi juga tidak menderita kerugian.

(Hansen & Mowen, 2009) menyatakan “*break even point is where total revenues equal costs, the point is zero profits*” yaitu *Break even point* dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan di mana perusahaan di dalam operasinya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, pada keadaan itu keuntungan dan kerugian sama dengan nol. Hal ini bisa terjadi, bila perusahaan di dalam operasinya menggunakan biaya tetap, dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan variabel. Apabila penjualan hanya cukup menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, maka perusahaan menderita rugi. Dan sebaliknya akan memperoleh keuntungan, bila penjualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap yang harus dikeluarkan.

Analisis *break even point* secara umum dapat memberikan informasi kepada pimpinan, bagaimana pola hubungan antara volume penjualan, *cost* dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada level penjualan tertentu. Sehingga analisis *break even* sering juga disebut dengan *cost volume, profit analysis*. (Kewetary & dll, 2024).

Menurut Carter (2009) yaitu analisis *Break Even Point* merupakan instrumen perencanaan dan pengendalian laba yang digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tersebut. Titik impas (*Break Even Point*) adalah titik dimana besarnya biaya dan pendapatan adalah sama. Tidak ada laba maupun rugi pada titik impas.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dikemukakan sebelumnya,

maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan *Break Even Point* adalah suatu titik yang menunjukkan hasil penjualan sama dengan jumlah biaya dikeluarkan atau *revenue* sama dengan total *cost*, sehingga perusahaan tidak mendapat keuntungan tetapi juga tidak menderita kerugian.

#### 7. Pengertian Analisis *Break Even Point* (BEP)

Pengertian analisis *Break Event Point* menurut Sigit (2007) adalah “suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume penjualan dan volume produksi berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba”. Menurut Riyanto (2001) adalah “suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan”. Selanjutnya menurut Simamora (2002), “Analisis titik impas adalah analisis yang digunakan untuk mencari tingkat aktivitas di mana pendapatan hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetapnya”.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis *Break Even Point* adalah suatu cara atau teknik yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan dan laba. Berdasarkan informasi tersebut manajemen perusahaan dapat mengetahui tingkat laba yang diharapkan serta hubungannya dengan tingkat penjualan.

Menurut (Mulyadi, Akuntansi Biaya, 2016) Analisis *break even point*

dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan antara lain mengenai:

- a. Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
- c. Pengaruh perubahan harga jual terhadap volume penjualan minimal agar perusahaan tidak menderita rugi
- d. Pengaruh perubahan biaya produksi terhadap volume penjualan minimal agar perusahaan tidak menderita rugi.
- e. Pengaruh perubahan volume penjualan terhadap laba perusahaan.
- f. Pengaruh perubahan campuran produk yang dijual terhadap laba perusahaan.

Menurut (Mulyadi, Akuntansi Biaya, 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 :

- a. Perhitungan *Break Even Point* (Rupiah)

$$BEP \text{ (Rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Perunit}}{\text{Harga Jual Perunit}}}$$

Keterangan:

BEP = Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

S = Penjualan

b. Perhitungan *Break Even Point* (Unit)

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

Keterangan:

BEP = Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

S = Penjualan

#### 8. Manfaat Analisa *Break Even Point* Dalam Pengambilan Keputusan

Karena anggaran perusahaan adalah alat bantu manajemen di bidang perencanaan dan pengawasan, maka penggunaan alat BEP dalam sistem penganggaran harus menggunakan data anggaran. Dengan demikian tingkat *Break Even* yang dihasilkan akan merupakan perkiraan *break even* untuk waktu yang akan datang. Kegunaan BEP yang di anggarkan adalah:

Bukan untuk membantu menentukan berupa jumlah penjualan yang dapat diharapkan, melainkan untuk memberikan gambaran tentang batas

jumlah penjualan minimal yang harus diusahakan agar perusahaan tidak menderita rugi. Hal itu penting karena kemunduran dalam penjualan yang disebabkan oleh berbagai hal dapat saja terjadi, artinya penjualan riil lebih kecil dari penjualan yang dianggarkan.

Bila perusahaan tidak ingin menderita rugi, maka pimpinan harus tahu batas pengurangan penjualan yang dapat ditolerir. Dan batas dimaksud dapat ditentukan melalui analisa *Break Even Point* dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang direncanakan. Tetapi akan lebih tepat kiranya bila dikatakan bahwa jumlah penjualan yang dapat diraih oleh perusahaan bukannya ditentukan dengan perhitungan-perhitungan yang dibuat di atas kertas, melainkan lebih ditentukan dengan perhitungan-perhitungan yang dibuat di atas kertas, melainkan lebih ditentukan oleh berbagai upaya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan itu dalam kaitannya dengan situasi persaingan yang dihadapi di pasar penjualan. Dalam keadaan pasar yang dikuasai oleh pembeli, penentuan sasaran penjualan dengan memperhatikan situasi persaingan kiranya akan lebih tepat dibanding dengan cara yang lain.

Analisa *Break Even Point* dalam hal ini bermanfaat untuk menilai apakah sasaran penjualan yang telah ditentukan kiranya akan memberikan keuntungan atau tidak, dan berapa jauh kemungkinan penjualan dapat ditolerir.

Analisa *Break Even Point* juga dapat dipakai untuk menentukan jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh pada persyaratan tertentu, misalnya

penjualan yang memberikan sejumlah laba tertentu. Jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh akan sama dengan penjualan pada keadaan *Break Even Point* ditambah sejumlah penjualan yang lain yang diperlukan untuk memperoleh laba yang dimaksud.

Menurut (Mulyadi, Akuntansi Biaya, 2016) *Break Even Point* (BEP) memberikan manfaat penting dalam perencanaan laba dan pengendalian biaya, serta membantu pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan manajerial., diantara manfaat BEP adalah:

- a. Menetapkan jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
- b. Menetapkan tingkat penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba tertentu.
- c. Menilai pengaruh perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan terhadap laba yang diperoleh.
- d. Menetapkan kebijakan harga jual produk.
- e. Menentukan jumlah penjualan yang harus dicapai agar investasi baru dapat memberikan hasil yang diharapkan.
- f. Menentukan kapasitas produksi yang perlu dimiliki perusahaan untuk mencapai target penjualan tertentu.

Setelah kita mengetahui betapa manfaatnya BEP dalam usaha yang kita rintis, komponen yang berperan disini yaitu biaya, dimana biaya yang dimaksud adalah biaya variabel dan biaya tetap, dimana pada prakteknya untuk memisahkannya atau menentukan suatu biaya itu biaya variabel atau

tetap bukanlah pekerjaan yang mudah. Biaya tetap adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh kita untuk produksi ataupun tidak, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produksi jadi kalau tidak produksi maka tidak ada biaya ini.

#### 9. Kelemahan Metode Perhitungan Analisis *Break Even Point*

Menurut (Suharyadi & Purwanto, 2004) tentang bukunya *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern* memiliki pendapat tentang keterbatasan dari analisis *break even point*, yaitu:

##### a. Asumsi tentang linearity

Harga jual per unit maupun *variabel operating cost* per unit tidaklah berdiri sendiri terlepas dari volume penjualan yang artinya tingkat penjualan yang melewati titik tertentu hanya akan dicapai dengan jalan menurunkan harga jual per unit. Hal ini tentu saja akan menyebabkan garis *revenue* tidak akan lurus melainkan melengkung. *Variabel operating cost* per unit juga akan bertambah besar dengan meningkatnya volume penjualan mendekati kapasitas penuh. Hal ini bisa saja disebabkan karena menurunnya efisiensi tenaga kerja atau bertambah besarnya upah lembur.

##### b. Klasifikasi biaya

Kelemahan kedua dari analisis *break even point* adalah kesulitan di dalam mengklasifikasi biaya karena adanya biaya variabel di mana biaya ini tetap sampai dengan tingkat tertentu dan kemudian berubah-ubah setelah melewati titik tersebut.

c. Jangka waktu penggunaan

Kelemahan lain dari analisis *break even point* adalah jangka waktu penerapannya yang terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi perusahaan selama setahun.

10. Metode *Margin OF Safety*

Menurut (Mulyadi, Akuntansi Biaya, 2016), *Margin Of Safety* adalah selisih antara penjualan yang sesungguhnya atau yang dianggarkan dengan penjualan pada tingkat titik impas. Margin ini menggambarkan seberapa besar penurunan penjualan yang masih dapat ditoleransi oleh perusahaan tanpa menimbulkan kerugian. Dengan kata lain, *Margin Of Safety* mencerminkan tingkat keamanan usaha, karena menunjukkan batas toleransi penurunan penjualan sebelum perusahaan mencapai kondisi rugi. Semakin besar *Margin Of Safety*, maka semakin aman posisi keuangan perusahaan dari kemungkinan kerugian akibat penurunan volume penjualan. *Margin Of Safety* sangat penting dalam pengambilan keputusan manajerial karena dapat digunakan untuk menilai risiko yang dihadapi perusahaan apabila terjadi fluktuasi dalam penjualan.

Dimana menurut (Mulyadi, Akuntansi Biaya, 2016) *Margin Of Safety* menggunakan rumus:

a. *Margin Of Safety* dalam satuan rupiah:

$$\text{Margin of Safety} = \text{Total penjualan} - \text{Titik impas}$$

Keterangan:

Total penjualan :Jumlah penjualan yang telah didapat oleh perusahaan dalam periode tertentu.

Penjualan titik impas : Jumlah penjualan yang harus tercapai dimana dalam kondisi ini perusahaan tidak mengalami untung atau rugi.

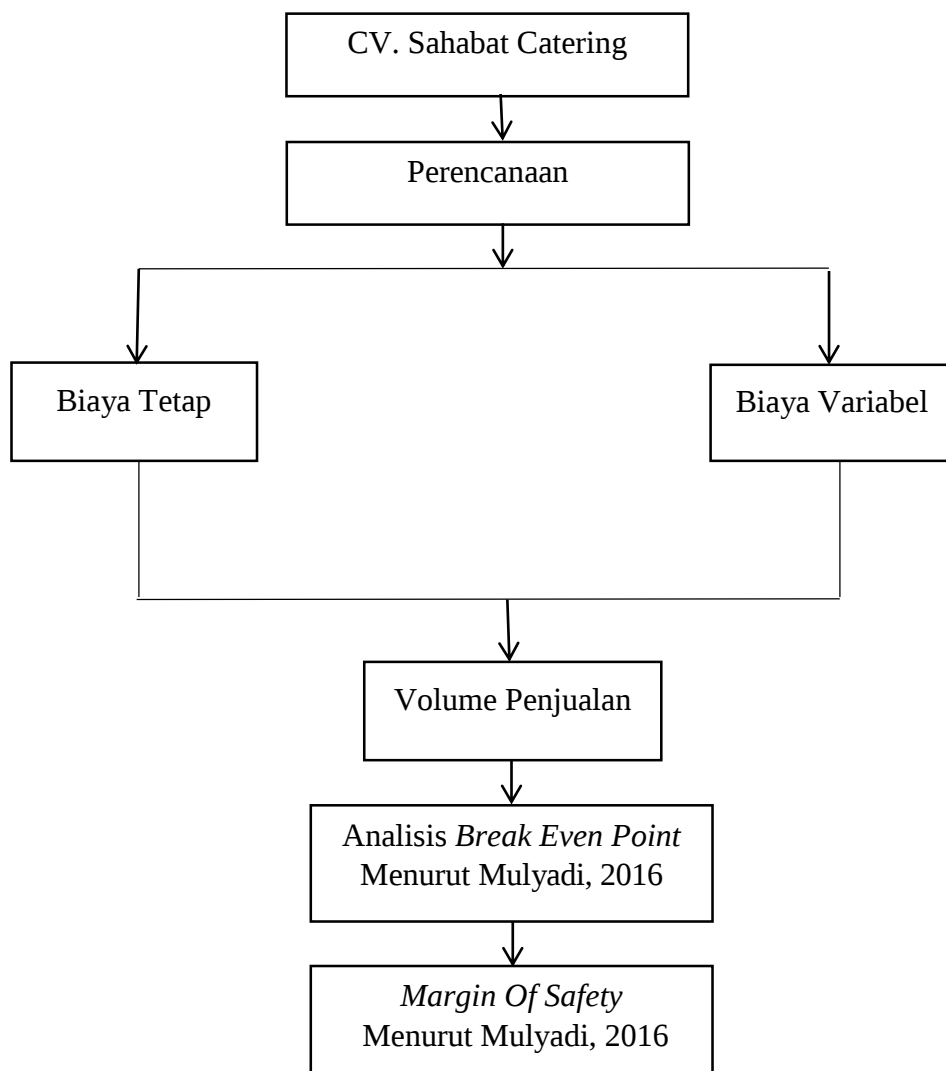
b. *Margin Of Safety* dalam Persentase:

$$\text{Margin of Safety (\%)} = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

### C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian serta penjelasan diatas tentang latar belakang, tinjauan pustaka dengan teori-teori yang telah dijelaskan sebelumnya terhadap penelitian ini, maka menurut Mulyadi dalam buku berjudul *Akuntansi Biaya* (2016) sebagai kerangka pikir dari penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber : data diolah, 2025