

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Biaya**

Menjalankan sebuah usaha memerlukan biaya yang harus dikeluarkan agar perusahaan itu terus berkualitas. Biaya itu sendiri adalah hal yang penting dan tidak terpisahkan dalam memutuskan harga pokok produksi (*HPP*). Dengan biaya perusahaan mampu menentukan laba yang diperoleh perusahaan.

Pengertian biaya menurut Mulyadi (2015:8) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Siregar dkk (2018 ) biaya adalah sumber ekonomi yang berupa beberapa uang untuk dikorbankan dengan tujuan mendapatkan barang/jasa dan diharapkan mendapatkan sebuah manfaat pada masa sekarang ataupun untuk manfaat masa depan. Sesuatu tu dapat dinyatakan sebagai biaya pada saat barang atau jasa tersebut sudah dimanfaatkan.

Noor (2011) menyatakan “biaya adalah pengeluaran yang tidak dapat dielakkan dalam mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, biaya adalah bagian dari pengeluaran”.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengeluaran yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh faktor produksi yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dan memperoleh sesuatu yang memiliki nilai ekonomis.

### **2.1.2 Penggolongan Biaya**

Terdapat berbagai macam penggolongan biaya dalam suatu perusahaan yaitu sebagai

berikut :

#### **1. Penggolongan Biaya Menurut Obyek Pengeluaran**

Dalam penggolongan ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan pokok, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan pokok”.

#### **2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan**

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok yaitu fungsi pokok produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi & umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu :

##### **a. Biaya Produksi**

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja baik yang langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

##### **b. Biaya Pemasaran**

Merupakan biaya yang meliputi semua biaya yang terjadi saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan yang melaksanakan kegiatan pemasaran.

##### **c. Biaya Administrasi dan Umum**

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya gaji karyawan bagian

keuangan, akuntansi, personalia, biaya pemeriksaan akuntan, biaya fotocopy.

### **3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang dibiayai**

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu :

#### **a. Biaya Langsung**

Biaya yang terjadi yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

#### **b. Biaya Tidak Langsung**

Biaya yang tidak bisa dihubungkan dan dibebankan secara langsung dengan unit yang di produksi. Pada umumnya biaya tidak langsung mencakup listrik dan utilitas, pemeliharaan gedung, dan biaya lainnya yang berkaitan dengan kantor. Hal tersebut membuat biaya tidak langsung dianggap sebagai biaya bisnis.

### **4. Penggolonga Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan**

Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat digolongkan menjadi :

#### **a. Biaya Variabel**

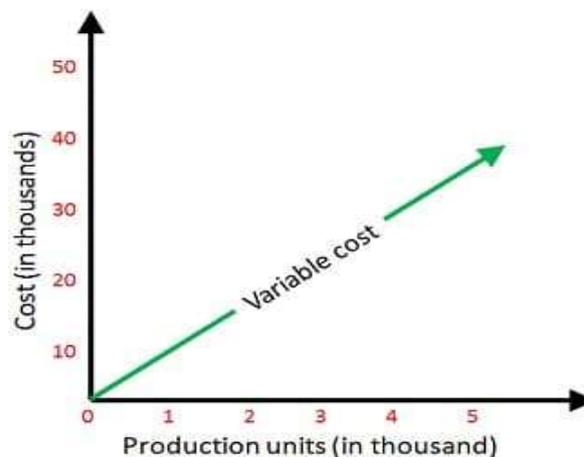
Biaya variabel adalah biaya perusahaan yang bisa berubah secara proporsional tergantung produksi yang dikeluarkan. Biaya variabel bisa naik atau turun tergantung pada volume produksi perusahaan. Biaya variabel akan naik saat produksi meningkat dan turun saat produksi juga

menurun, tidak seperti biaya tetap yang sifatnya tidak tergantung dengan proses produksi.

Biaya variabel ini dapat dihitung sebagai jumlah biaya marginal (*marginal cost*) dari semua unit yang diproduksi atau biaya yang berkaitan langsung dengan produksi suatu barang. Biaya variabel juga terkadang disebut sebagai biaya unit-level atau biaya tingkat level karena biaya-biaya variabel tersebut bervariasi dengan jumlah unit yang diproduksi.

Contoh Biaya Variabel :

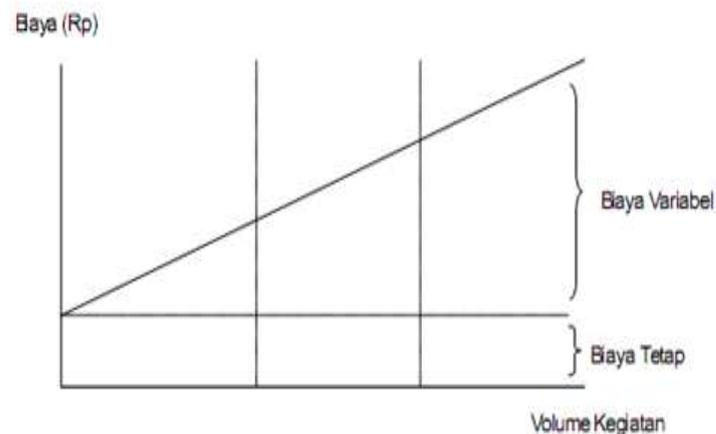
- Bahan Langsung – Bahan yang berhubungan dengan proses produksi langsung atau yang biasa disebut sebagai bahan baku. Bahan langsung bisa berubah sesuai dengan jumlah produk yang telah diproduksi.
- Tenaga Kerja Langsung – Tenaga kerja yang langsung berperan dalam produksi sebuah barang. Tenaga kerja akan dibayar saat sudah menghasilkan suatu produk. Hanya tenaga kerja sementara saja yang upahnya masuk ke dalam biaya variabel.
- Pemenuhan Kebutuhan Alat Produksi – Bahan-bahan yang dibutuhkan untuk berjalannya alat proses produksi. Seperti oli untuk mesin produksi, atau listrik untuk mesin.
- Upah Lembur Tenaga Kerja – Jumlah jam yang dihabiskan oleh tenaga kerja untuk lembur saat bekerja akan dihitung sebagai biaya variabel.



b. Biaya Semivariabel

Biaya yang jumlah keseluruhan akan berubah dengan perubahan volume, akan tetapi sifat perubahannya tidak seimbang. Semakin tinggi volume kegiatan maka semakin besar jumlah biaya keseluruhan, jika semakin rendah volume kegiatan maka semakin rendah biaya, tetapi perubahannya tidak seimbang.

Contohnya seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja dalam pembuatan suatu produk.

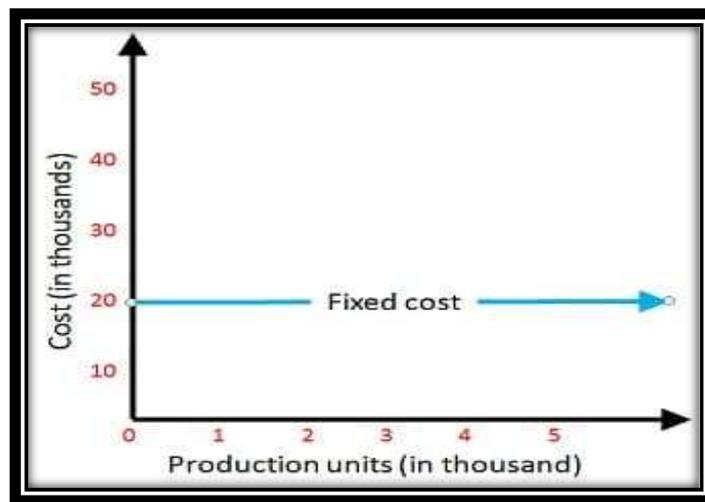


c. Biaya Tetap

Menurut Garrison et al (2013:31) biaya tetap adalah biaya yang selalu tetap secara keseluruhan tanpa terpengaruh tingkat aktifitas. Jadi biaya tetap secara totalitas dan dalam batas – batas tertentu tidak berubah dengan adanya perubahan tingkat penjualan.

- Penyusutan – Penyusutan adalah pembebanan bertahap dan sistematis terhadap biaya aset berwujud.
- Asuransi – Biaya berkala yang perlu dibayarkan terkait kontrak asuransi.
- Beban Bunga – Biaya dana yang dipinjamkan ke perusahaan oleh pemberi pinjaman.
- Pajak Properti – Pajak yang dibebankan ke perusahaan berdasarkan aset yang dimiliki.

- Biaya Sewa – Biaya berkala terkait penggunaan real estat (kantor, gudang, pabrik, toko) yang dimiliki orang lain dan digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan operasional.
- Gaji – Pembayaran perusahaan terhadap karyawannya secara berkala (biasanya bulanan).
- Utilitas – Tagihan listrik, telepon, dan sebagainya. Meskipun elemennya termasuk variabel, namun utilitas termasuk dalam biaya tetap.



### 2.1.3 Analisis Biaya Volume Laba

Hery (2014:73) mengemukakan bahwa :Analisis biaya-volume-laba adalah metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan pemasaran mempengaruhi laba operasi, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel per unit, total biaya tetap, harga jual dan tingkat output. Analisis biaya volume laba juga menguji perilaku total pendapatan, total biaya, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output.

Mulyadi (2015) menyatakan bahwa “biaya volume laba merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba, untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek”.

Analisis biaya volume laba merupakan persoalan yang kompleks karena hubungan-hubungan tersebut kerap dipengaruhi oleh faktor-faktor yang seluruhnya atau sebagian diluar kendali manajemen.

Biaya volume laba atau analisis titik impas membahas hubungan antara penerimaan total, biaya total dan laba total perusahaan pada berbagai tingkat output. Biaya volume laba atau analisis titik impas sering digunakan para eksekutif bisnis untuk menentukan volume penjualan yang diperlukan bagi perusahaan untuk mencapai titik impas, laba total dan kerugian pada tingkat penjualan lainnya. Pengetahuan dasar yang sangat menentukan dalam analisis biaya volume laba adalah pemahaman tentang penyusunan laporan rugi laba dengan menggunakan pendekatan variabel costing. Pendekatan ini menghasilkan suatu model laporan laba rugi dimana biaya diklasifikasikan dalam bentuk laporan penjualan secara total, penjualan per unit, dan analisis vertikal yang menunjukkan persentase biaya variabel dan margin kontribusi dari nilai penjualan.

#### **2.1.4 Asumsi-asumsi Biaya Volume Laba**

Dalam menganalisis CVP ada beberapa asumsi dasar yang diperlukan yaitu:

1. Biaya dikelompokkan menjadi biaya variabel (variable cost) dan biaya tetap (fixed cost). Biaya variabel merupakan biaya yang berubah sesuai dengan jumlah barang yang diproduksi, artinya semakin banyak jumlah barang yang diproduksi maka biaya variabel totalnya pun akan meningkat karena jumlah barang dikalikan dengan biaya variabel per barang. Sedangkan biaya tetap adalah biaya yang tidak tergantung dengan jumlah produksi barang, jumlahnya akan selalu sama berapapun produksi barang yang dikeluarkan.
2. Biaya tetap secara total adalah tetap sampai titik kegiatan atau kapasitas tertentu.

3. Biaya variabel akan berubah secara proporsional dengan peningkatan volume produksi.
4. Harga jual konstan sepanjang kisaran relevan tertentu, artinya hasil perhitungan menggunakan model hubungan biaya, volume dan laba hanya akan valid pada satu tingkat harga tertentu. Apabila harga berubah, maka hasil perhitungan yang dihasilkan sebelumnya tidak dapat digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan fungsi manajemen yang relevan.
5. Perusahaan hanya menjual satu jenis barang saja. Namun jika perusahaan menjual lebih dari satu jenis barang maka bauran penjualannya (sales mix) adalah tetap.
6. Kapasitas yang dimiliki perusahaan tidak berubah
7. Tingkat efisiensi dan produktivitas tidak berubah

Asumsi-asumsi diatas merupakan sebuah kepastian (certainty) karena harga jual dan biaya-biayanya harus diketahui. Sayangnya, dalam prakteknya kepastian-kepastian ini adalah hal yang sulit dicapai, karena kita tahu sendiri bahwa dunia bisnis adalah dunia yang dinamis yang selalu berubah-ubah

### **2.1.5 Perencanaan Laba**

Perencanaan laba merupakan perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan agar mencapai tujuan dari perusahaan yaitu memperoleh laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba memiliki selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan. perencanaan laba memiliki hubungan antara biaya, volume dan harga jual

“Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan mempengaruhi volume produksi”.Munawir,(2011).

Perencanaan laba merupakan salah satu bentuk sebuah perencanaan yang paling penting yang ada didalam perusahaan, perencanaan laba dianggap penting karena perencanaan laba dapat dijadikan sebagai alat tolak ukur kinerja perusahaan demi keberlangsungan hidup perusahaan (Iswara & Susanti,2017).

**a. Perencanaan Laba Jangka Pendek**

Rencana jangka pendek, biasanya disebut anggaran, cukup terinci untuk memungkinkan dibuatnya laporan keuangan berdasarkan anggaran untuk entitas tersebut untuk periode dimasa depan. Rencana ini disiapkan melalui proses sistematis, sangat kuantitatif, dinyatakan dalam ukuran finansial dan biasanya dipersiapkan untuk periode bulanan, triwulan, atau tahunan.

**b. Perencanaan Jangka Panjang**

Rencana jangka panjang atau anggaran jangka panjang, biasanya meliputi periode waktu tiga sampai lima tahun ke depan. Dalam tingkat rincian dan kuantitatif, perencanaan jangka pendek dan perencanaan strategis.

**2.1.6 Manfaat Perencanaan Laba**

Perencanaan laba mempunyai berbagai manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah
2. Perencanaan laba menyiapkan pengarahan ke semua tingkatan manajemen
3. Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk dapat mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu.
4. Menyampaikan pendekatan yang terarah dalam soal pemecahan masalah.
5. Menciptakan suasana organisasi yang menuju pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar atas penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya maksimum.

### **2.1.7 Keterbatasan Perencanaan Laba**

Selain memiliki manfaat, perencanaan laba juga memiliki beberapa keterbatasan, perencanaan laba memiliki beberapa keterbatasan, yaitu:

- a. Peramalan atau perencanaan bukanlah ilmu pasti. Jadi dalam setiap perencanaan akan terdapat sejumlah pertimbangan. Apabila ada penyimpangan dari estimasi maka harus dilakukan perbaikan atau modifikasi.
- b. Anggaran dapat mengikat perhatian manajer pada sasaran tertentu yang tidak selaras dengan tujuan organisasi secara keseluruhan. Jadi diperlukan kecermatan untuk menyalurkan upaya manajer setepat mungkin.
- c. Perencanaan laba memerlukan kerja sama dan peran serta dari seluruh anggota manajemen. Dasar keberhasilan perencanaan adalah ketaatan dan kegairahan pelaksana terhadap rencana laba.
- d. Penggunaan anggaran yang berlebihan sebagai alat evaluasi dapat mengakibatkan terjadinya penyimpangan fungsi (*dysfunctional behavior*). Yang dimaksud *dysfunctional behavior* adalah perilaku individu yang bertentangan dengan tujuan organisasi. Manajer akan berusaha dengan segala cara untuk meminimalisasi atau mengeliminasi adanya perbedaan dengan anggaran agar terlihat baik saat dievaluasi.
- e. Perencanaan laba tidak menghapus maupun mengambil alih peranan bagian administrasi. Para pelaksana tidak boleh merasa dibatasi oleh anggaran. Sebaliknya rencana laba disusun guna memberikan penjelasan terinci yang memungkinkan pihak pelaksana menjalankan kegiatannya dengan mengerahkan kemampuan dan hasrat untuk mencapai sasaran organisasi.

### 2.1.8 Analisis Titik Impas

Analisis titik impas adalah dimana letak jumlah pendapatan dan biaya sama ataupun seimbang sehingga tidak terdapat keuntungan maupun kerugian dalam suatu perusahaan . **Titik impas** tersebut digunakan untuk menganalisis proyeksi sejauh mana banyaknya jumlah unit yang diproduksi atau sebanyak apa uang yang harus diterima untuk mendapatkan titik impas atau kembali modal. Hal ini bisa terjadi apabila perusahaan di dalam operasinya menggunakan biaya tetap dan biaya variabel, dan volume penjualannya hanya cukup menutupi biaya tetap dan biaya variabel.

Apabila penjualan hanya cukup menutupi biaya variabel dan sebagian biaya tetap, maka perusahaan menderita kerugian. Sebaliknya, perusahaan akan memperoleh keuntungan, jika penjualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap yang harus dikeluarkan.

Salah satu tujuan perusahaan yaitu mencapai laba atau keuntungan sesuai dengan pertumbuhan perusahaan. Untuk mencapai laba yang semaksimal mungkin dapat dilakukan dengan tiga langkah sebagai berikut :

1. Mempertahankan tingkat harga penjualan dengan cara menekan biaya operasional dengan serendah mungkin.
2. Memastikan tingkat harga jual sedemikian dengan sesuai laba yang di harapkan.
3. Untuk mendukung dalam keputusan mengenai produk baru dalam hal biaya dan hasil suatu penjualan

Adapun langkah diatas tidak bisa dilakukan secara terpisah atau disendirikan karena ketiga tersebut mempunyai ikatan yang erat dan saling berkaitan. Dampak dari salah satu faktor akan membawa akibat terhadap suatu kegiatan operasi. Oleh sebab itu struktur laba dari perusahaan dipaparkan dalam *break even poin* (BEP), sehingga mudah memahami hubungan antara biaya, volume kegiatan, dan laba.

Menurut **Bambang Riyanto (2011:359)** Menyatakan bahwa “Analisa Break Even adalah suatu teknik analisa untuk mengetahui hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan Volume

kegiatan”

Kasmir (2013) “analisis titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian”. Titik impas tersebut digunakan untuk menganalisis proyeksi sejauh mana banyaknya jumlah unit yang diproduksi.

Menurut Martono dan Harjito (dalam Razak dkk, 2015:2) analisis *break even point* atau analisis titik impas adalah teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya, laba, dan volume penjualan. Titik tersebut dinamakan titik BEP. Dengan mengetahui titik BEP, analisis dapat mengetahui pada volume penjualan, berapa perusahaan mencapai titik impasnya, yaitu tidak rugi, tetapi juga tidak untung. Apabila penjualan melebihi titik itu, maka perusahaan mulai mendapatkan untung.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat menarik disimpulkan bahwa titik impas atau (*Break Even Point*) adalah suatu kondisi dimana perusahaan tidak mengalami untung maupun tidak mengalami rugi dengan menganalisis hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, serta volume penjualan.

### **2.1.9 Manfaat Break Even Point**

Di dalam analisis titik impas terdapat berbagai manfaat bagi manajemen yaitu sebagai berikut :

1. Membantu menunjukkan perubahan jika ada yang diperlukan untuk menjadikan biaya seimbang dengan pendapatan.
2. Menganalisis harga jual serta dampak perubahan biaya. Menunjukkan pengaruh yang terjadi atas laba akibat harga jual.
3. Memberikan bantuan untuk menentukan penghematan efisiensi yang mampu melindungi posisi laba perusahaan.

### **2.1.10 Persyaratan yang Diperlukan Dalam *Break Even Point***

Dibutuhkan sejumlah persyaratan tertentu agar analisis *break even point* (BEP) dari suatu perusahaan dapat dilakukan. Syarat-syarat

yang dibutuhkan untuk menentukan titik impas adalah sebagai berikut (Badirika, 2012:40):

1. Biaya-biaya yang dikorbankan harus dipisahkan menjadi dua kelompok biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.
2. Biaya yang dikelompokkan sebagai biaya tetap harus permanen sepanjang kisaran periode kerja, yang maksudnya tidak mengalami perubahan meskipun volume kegiatan berubah.
3. Biaya yang dikelompokkan sebagai biaya variabel akan berubah permanen dengan perubahan volume kegiatan, yang maksudnya semakin tinggi volume kegiatan maka akan semakin tinggi pula biaya variabel.
4. Tingkat harga tidak akan mengalami perubahan selama pergantian tertentu yang dianalisis.
5. Perusahaan yang bersangkutan hanya memproduksi dan menjual satu jenis barang/jasa. Bagi perusahaan yang memproduksi dan menjual lebih dari satu jenis barang maka produk/jasa itu harus dianggap satu jenis produk saja dengan perbandingan yang selalu konstan.
6. Produktivitas tenaga kerja pada perusahaan yang bersangkutan tetap ataupun tidak berubah.
7. Perusahaan yang bersangkutan harus ada kesamaan antara volume produksi dengan volume penjualan, artinya bahwa barang/jasa yang diproduksi harus terjual semua pada periode yang bersangkutan.

Syarat tersebut harus terpenuhi agar dapat mudah menentukan tingkat atau volume penjualan yang akan menghasilkan titik impas, maksudnya tidak memberikan laba dan tidak mendapat rugi.

#### **2.1.11 Metode Analisis Break Even Point**

Menurut Isaskar (2012:3) untuk menentukan kondisi *Break Event Point* suatu perusahaan dapat digunakan beberapa langkah, yaitu:

##### *a. Pendekatan Trial and Error*

Perhitungan Break Even Point dengan pendekatan Trial and Error (coba-coba) adalah dengan menghitung keuntungan operasi dari suatu volume penjualan tertentu dan terus diulang hingga mampu menghasilkan

volume penjualan yang memperoleh keuntungan. Apabila perhitungan memperoleh keuntungan maka mengambil volume penjualan yang lebih rendah, sebaliknya jika hasil perhitungan mengalami kerugian maka mengambil volume penjualan yang lebih besar. Demikian selanjutnya hingga dicapai volume penjualan dimana hasil dari penjualan sama dengan biaya total.

#### b. Pendekatan Grafik

Pendekatan grafik dilakukan dengan menggambarkan unsur-unsur biaya dan penghasilan kedalam sebuah gambar grafik. Dalam gambar tersebut akan terlihat garis-garis biaya tetap, biaya total yang menggambarkan jumlah biaya tetap dan biaya variabel, dan garis penghasilan penjualan. Besarnya volume produksi/penjualan dalam unit digambarkan pada sumbu horizontal (sumbu X) dan besarnya biaya dan penghasilan penjualan digambarkan pada sumbu vertikal (sumbu Y). Untuk menggambarkan garis biaya tetap dalam grafik *break even point* dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan menggambarkan garis biaya tetap secara horizontal sejajar dengan sumbu X, atau dengan menggambarkan garis biaya tetap sejajar dengan garis biaya variabel.

Penentuan *break even point* pada grafik, yaitu pada titik dimana terjadi persilangan antara garis penghasilan penjualan dengan garis biaya total. Apabila titik tersebut kita tarik garis lurus vertikal ke bawah sampai sumbu X akan tampak besarnya *break even point* dalam unit. Dan apabila titik itu ditarik garis lurus horizontal ke samping sampai sumbu Y, akan tampak besarnya *break even point* dalam rupiah.

Langkah – langkah dalam pembuatan grafik *break even point* akan dijabarkan sebagai berikut :

##### 1) Menggambarkan Grafik Fungsi Pendapatan (TR)

Grafik TR akan dimulai dari titik nol. Berarti pada saat itu perusahaan belum memperoleh pendapatan dan ketika itu pula produksi atau penjualannya sama dengan nol. Grafik ini akan naik dari titik nol ke kanan atas.

##### 2) Menggambarkan Grafik Biaya Tetap (FC)

Grafik biaya tetap ini sejajar dengan sumbu kuantitas dari kiri ke kanan. Berarti biaya tetap ini menunjukkan biaya yang tidak berubah walaupun produk yang dihasilkan berubah.

3) Menggambarkan Biaya Total ( TC )

Grafik biaya total (TC) ini dimulai dari titik potong antara grafik FC dengan sumbu vertikal ke kanan atas memotong grafik TR. Grafik TC dimulai dari grafik FC karena titik TC merupakan penjumlahan antara biaya tetap (FC) dan biaya variabel (VC). Ketika itu perusahaan belum berproduksi maka biaya total adalah sebesar dengan biaya tetap.

4) Menggambarkan Biaya Variabel (VC)

Dalam grafik biaya variabel ini merupakan biaya yang jumlahnya tergantung pada volume produksi yang dihasilkan sehingga biaya variabel ini memiliki karakteristik grafik seperti *total revenue* (TR) yang dimulai dari nol.

5) Daerah yang berada di dibawah atau disebelah kiri *break even point* merupakan daerah arsiaran diman perusahaan menderita kerugian.

Daerah yang berada diatas atau disebelah kanan *break even point* merupakan daerah arsiaran dimana perusahaan memperoleh keuntungan.

c. Pendekatan Matematis

Berdasarkan rumus Hansen dan Mowen (2015:39), perhitungan break even point dalam unit sebagai berikut:

$$\text{Titik impas (unit)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{Harga per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

Dalam keadaan *break even point* laba sama dengan nol, maka jumlah satuan barang yang harus dijual didapat dari pembagian biaya tetap dengan margin per satuan produk.

Berdasarkan rumus Hansen dan Mowen (2015:39), perhitungan break even point dalam rupiah sebagai berikut:

$$\text{BEP}_{(Rp)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\frac{1 - \text{Biaya variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dipahami bahwa metode

Analisis BEP yaitu pendekatan *trial and error* , pendekatan grafik, dan pendekatan matematis. Dari seluruh metode tersebut , dapat diketahui bahwa pendekatan *Trial and Error* kurang efektif karena dihitung secara coba-coba hingga dicapai volume penjualan/produksi dimana hasil penjualan sama dengan biaya total. Pendekatan grafik kurang efektif karena hanya menggambarkan unsur-unsur biaya dan penghasilan kedalam sebuah gambar grafik. Pendekatan matematis lebih efektif dibandingkan dengan pendekatan *Trial and Error* dan pendekatan grafik karena dengan menggunakan pendekatan ini dapat diketahui jumlah unit dan nilai penjualan dalam rupiah. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan matematis pada penelitian ini.

#### **2.1.12 Hubungan Titik Impas dan Perencanaan Laba**

Analisis titik impas sangat bermanfaat untuk merencanakan laba perusahaan. Dengan mengetahui besarnya titik impas dapat menentukan jumlah minimal produk yang harus dijual untuk upaya meningkatkan laba.

Menurut Choiriyah dkk (2016:197) bahwa “usaha yang dilakukan untuk mencapai laba tidak dapat dipisahkan dari masalah penjualan, dengan peningkatan penjualan yang tinggi tidak selalu berarti akan mendapatkan laba yang besar, oleh karena itu perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan. Peran dari penjualan juga penting dalam perusahaan karena penjualan berperan sebagai sumber dari terbentuknya suatu laba , oleh karena itu harga jual dari produk, volume produk serta biaya-biaya yang berkaitan satu sama lain merupakan faktor-faktor yang telah mempengaruhi perolehan laba

perusahaan.

Analisis titik impas (BEP) ialah suatu cara untuk merencanakan pada volume produksi atau penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak mengalami kerugian. Diketuainya titik impas tersebut dapat direncanakan tingkat-tingkat volume penjualan yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang berkaitan. Agar terhindar dari kerugian perusahaan harus memperjuangkan jumlah penjualan pada titik impas tersebut dan guna mencapai laba yang maksimal jumlah penjualan harus di atas titik impas.

#### **2.1.13 Margin Kontribusi (CM)**

Pada dasarnya margin kontribusi didefinisikan sebagai jumlah uang yang harus dibayarkan oleh perusahaan untuk menutup biaya tetapnya setelah membayar seluruh biaya variabelnya.

$$\text{Kontribusi Margin} = \text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya Variabel}$$

#### **Rasio Margin Kontribusi (RCM)**

Rasio margin kontribusi adalah persentase kontribusi atas pendapatan total, yang dimana dapat dihitung dari kontribusi satuan terhadap harga satuan maupun jumlah kontribusi terhadap jumlah pendapatan

$$\text{RCM} = \text{Kontribusi Margin} / \text{Penjualan}$$

#### **2.1.14 Margin Of Safety**

Menurut Garisson dkk (2013:225) *margin of safety* adalah kelebihan dari nilai penjualan dalam rupiah yang dianggarkan diatas titik impas penjualan dalam rupiah. *Margin of safety* memberikan informasi mengenai jumlah rencana penjualan agar dapat terealisasikan sehingga

perusahaan tidak mengalami kerugian. Pernurunan realisasi penjualan tidak boleh melebihi dari *margin of safety* yang sudah ditetapkan sehingga perusahaan tetap berada pada batas keamanan.

Batas keamanan (MOS) yaitu menganalisis berapa banyak penjualan yang boleh turun dari jumlah penjualan tersebut. Simamora (2012) “Mendefinisikan Margin pengaman (*margin of safety*) sebagai kelebihan penjualan yang dianggarkan diatas volume penjualan impas”. Batas pengaman tersebut dapat menentukan seberapa banyak penjualan yang boleh turun sebelum perusahaan tersebut mengalami kerugian. Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa *margin of safety* merupakan metode yang digunakan untuk menghitung volume penjualan diatas titik impas yang sudah ditentukan. Untuk menghitung *margin of safety* dapat dengan cara melihat titik impas yang sudah ditentukan dengan volume penjualan yang sudah terjadi.

Untuk menghitung *margin of safety* mengurangi antara total penjualan dengan titik impas, seperti rumus sebagai berikut :

$$\text{Margin Of Safety} = \text{Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas}$$

$$\text{MoS Ratio} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

### 2.1.15 Analisis Target Laba

Manajemen perusahaan khususnya pada bidang keuangan dapat menggunakan analisis *Cost Volume Profit* ini dalam penyusunan rencana kerja untuk melakukan evaluasi lebih mendalam. Oleh karena analisis target laba dapat menggambarkan tingkat penjualan yang seharusnya

dianggarkan perusahaan untuk mencapai jumlah laba.

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{biaya tetap} + \text{target laba}}{\text{CMR}}$$

## 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai sumber referensi oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Siswanto (2011) dengan judul “Analisis Break Even Point (BEP) Usaha Cucian Motor Steam di Kecamatan Arga Makmur kabupaten Bengkulu Utara (Studi kasus Pada 10 Usaha Cucian Motor Steam ). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

- .Rata-rata Break Even Point (BEP ) ke 10 usaha cucian steam di kecamatan Arga Makmur Bengkulu Utara adalah 63 unit.
- Karena Break Even Point (BEP) tercapai pada jumlah unit yang berbeda pada tiap usaha, maka semakain cepat BEP , semangkin menguntungkan usaha ini.
- Banyak atau sedikitnya unit pencucian usaha cucian motor untuk mencapai BEP tergantung dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan, tingkat BEP usaha cucian motor dicapai disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: letak lokasi usaha cucian motor steam, fasilitas, pelayanan, ketrampilan tenaga kerja, hasil pencucian, penghematan dalam menggunakan biaya-biaya variabel, perawatan peralatan usaha cucian motor steam .

2. Nohandhini (2012) melakukan penelitian tentang analisis perencanaan laba dengan penerapan metode *cost volume profit* pada PG Rajawali 1 unit PG Karebet Malang menyatakan bahwa mengklasifikasi biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel kita akan

mengetahui berapa saja biaya produksi gula tahun 2011. Penerapan metode CVP dalam perencanaan laba untuk tahun yang akan datang akan lebih stabil dan sesuai dengan target perusahaan. Oleh karena itu peneliti memberikan saran kepada PG karebet baru malang untuk menerapkan metode *cost volume profit* dalam perencanaan laba untuk tahun selanjutnya agar laba bisa stabil dan target laba yang diinginkan PG karebet malang dapat teralisasi.

3. Parade (2013) melakukan penelitian tentang analisis *cost volume profit* sebagai alat perencanaan laba pada UD Hartono putra balung Jember menyatakan bahwa penerapan metode *cost volume profit* hendaknya disertai dengan pemahaman yang baik mengenai pemisahan biaya tetap dan biaya variabel bagi perusahaan UD Hartono putra balung jember harus memproduksi diatas titik impas agar laba yang ditargetkan dapat terpenuhi dan harus memperhatikan juga nilai *margin of safety* serta *operating leverage*. Karena dengan nilai *operating leverage* 19,9% itu berarti setiap 1% kenaikan pendapatan penjualan UD Hartono balung jember akan mengakibatkan kenaikan 19,9% laba bersihnya.
4. Verawati (2014) melakukan penelitian tentang analisis *cost volume profit* sebagai alat bantu analisis perencanaan laba pada UKM Vinito brownis hasil penelitian verawati menyatakan bahwa UKM Vinito brownis belum memiliki standar dalam melakukan analisis biaya khususnya biaya produksi. Selama ini perusahaan hanya melakukan pencatatan mengenai pengeluaran tanpa memisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel. Laba maksimal yang diperkirakan mampu diperoleh di periode mei-oktober 2014 yaitu sebesar Rp 182.265.995. oleh karena itu untuk memperoleh laba maksimal di periode selanjutnya UKM Vinito Bronis harus menghasilkan penjualan sebesar Rp 474.971.076 atau setara dengan menjual 59.370.

5. Rahayu dan Husaini (2014) melakukan penelitian analisis *break even point* terhadap perencanaan volume penjualan dan laba pada PT Cakra Guna Cipta Malang. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui tingkat BEP yang dicapai dalam perencanaan volume penjualan dan laba pada PT Cakra Guna Cipta Malang periode 2011-2013 dan untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai perusahaan untuk memenuhi target laba yang diinginkan pada tahun 2014. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai BEP *mix* yang dicapai untuk tahun 2011 sebesar Rp. 3.924.783.972,52 Tahun 2012 BEP *mix* yang dicapai adalah sebesar Rp 5.309.131.772,23 dan tahun 2013 BEP *mix* yang didapatkan sebesar Rp 4.067.022.479, 13. Tahun 2013 menjadi tahun dasar untuk perencanaan volume penjualan dan laba di tahun 2014. Dan dari hasil BEP yang diteliti diketahui bahwa hasil penjualan dari tahun 2011 ke 2013 mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup drastis.
  
6. Dahlia HB (2011), Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Bantu dalam Perencanaan Laba pada PT. Pabrik Gula Takala. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa : Faktor-faktor yang mempengaruhi laba PT. Pabrik Gula Takalar adalah biaya variabel dan biaya tetap, harga jual, dan volume penjualan. Hal tersebut dibuktikan dalam analisis sensitivitas yang memengaruhi laba secara signifikan.
  
7. Tri Yohana Wati (2017), judul penelitian adalah Analisis Penerapan CVP untuk perencanaan Laba Pada UD Tidar Kediri. Metode penelitian perpaduan antara kuantitatif dan kualitatif. Kesimpulan hasil penelitian bahwa perencanaan laba menggunakan metode CVP pada perusahaan ini memberikan gambaran target yang bagus, rasio margin kontribusi produk bak dan memiliki yang cukup baik dengan nilai penjualan sebesar Rp. 1090.607.154 sedangkan BEP sebesar

Rp. 426.672.846, hal tersebut menggambarkan bahwa perusahaan dalam batas keamanan yang terkendali.

Persamaan metode penelitian yaitu analisa setiap data penjualan dan semua biaya yang terjadi dan membuat perencanaan laba untuk periode yang akan datang , sedangkan perbedaan terletak di perencanaan laba ini lebih menganalisa dari biaya titik impas dan penjualan.

**Tabel 1**  
**Tinjauan Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Metode / Teknik	Hasil
1	Siswanto (2011)	Analisis Break Even Point (BEP) Usaha Cucian Motor Steam di Kecamatan Arga Makmur kabupaten Bengkulu Utara (Studi kasus Pada 10 Usaha Cucian Motor Steam )	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode pemisahan biaya semivariabel menggunakan metode tinggi rendah.	1. Karena BEP tercapai pada jumlah unit yang berbeda pada tiap usaha, maka semakin cepat BEP, semakin menguntungkan usaha ini. 2. Banyak atau sedikitnya unit pencucian usaha cucian motor untuk mencapai BEP tergantung dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan, tingkat BEP usaha cucian motor

				<p>dicapai disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain letak lokasi usaha cucian motor, ketrampilan tenaga kerja, penghematan dalam menggunakan biaya-biaya variabel, perawatan peralatan usaha cucian motor.</p>
2	Nohandh ini (2012)	<p>analisis perencanaan laba dengan penerapan metode <i>cost volume profit</i> pada PG Rajawali 1 unit PG Karebet Malang</p>	<p>menerapkan metode <i>cost volume profit</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. biaya tetap dan biaya variabel kita akan mengetahui berapa saja biaya produksi gula tahun 2011.</li> <li>2. Penerapan metode CVP dalam perencanaan laba untuk tahun yang akan datang akan lebih stabil dan sesuai dengan target perusahaan.</li> </ol>

3	Parade (2013)	<p>analisis <i>cost volume profit</i> sebagai alat perencanaan laba pada UD Hartono putra balung Jember</p>	<p>Metode <i>Cost Volume Profit</i></p>	<p>Hartono putra balung jember harus memproduksi diatas titik impas agar laba yang ditargetkan dapat terpenuhi dan harus memperhatikan juga nilai <i>margin of safety</i> serta <i>operating leverage</i>. Karena dengan nilai <i>operating leverage</i> 19,9% itu berarti setiap 1% kenaikan pendapatan penjualan UD Hartono balung jember akan mengakibatkan kenaikan 19,9% laba bersihnya.</p>
4	Verawati (2014)	<p>Penerapan Metode CVP (Cost-Volume-Profit) Sebagai Alat Bantu</p>	<p>1.Perhitungan BEP, 2.Margin of Safety, 3.Contribution Margin, 4.Laba Maksimal</p>	<p>1. Peningkatan penjualan dapat ditaksir untuk periode selanjutnya dengan menggunakan analisis cost-volume-</p>

		<p>Analisis Perencanaan Laba dalam Mencapai Target Perusahaan pada UKM Vinito Brownis</p>		<p>profit,</p> <p>2. Dengan analisis CVP UKM Vinito Brownis dapat membuat target penjualan yang harus dicapai, untuk memperoleh laba maksimal.</p> <p>3. Penetapan Break Event Point pada UKM Vinito Brownis sebesar Rp. 83.469.465, sehingga kelebihan dari nilai tersebut merupakan laba bagi perusahaan.</p> <p>4. Penetapan Margin of Safety yang tinggi sehingga UKM Vinito Brownis dapat merasa aman dari rawan penurunan penjualan.</p>
5	Rahayu dan Husaini (2014)	<p>analisis break even point terhadap perencanaan volume penjualan dan laba pada PT. Cakra Guna Cipta Malang</p>	<p>mengetahui tingkat BEP yang dicapai dalam perencanaan volume penjualan dan laba pada PT. Cakra Guna Cipta Malang periode 2011-2013 dan</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai BEP mix yang dicapai perusahaan untuk tahun 2011 sebesar Rp3.924.783.972,52. Tahun 2012 BEP mix yang dicapai</p>

			<p>untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai perusahaan untuk memenuhi target laba yang diinginkan pada periode 2014</p>	<p>adalah sebesar Rp 5.309.131.772,23 dan tahun 2013 BEP mix yang didapatkan sebesar Rp 4.067.022.479, 13. Tahun 2013 menjadi tahun dasar untuk perencanaan volume penjualan dan laba di tahun 2014. Dan dari hasil BEP yang diteliti diketahui bahwa hasil penjualan dari tahun 2011 ke 2013 mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup drastis.</p>
6	Dahlia HB (2011)	<p>Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Bantu dalam Perencanaan Laba pada PT. Pabrik Gula Takalar</p>	<p>Analisis deskriptif faktor-faktor yang mempengaruhi laba, 2. Analisis data biaya tetap, biaya variabel, harga jual, kuantitas penjualan, dan laba, 3. Analisis Peramalan Time Series, 4. Elemen-elemen</p>	<p>Faktor-faktor yang mempengaruhi laba PT. Pabrik Gula Takalar adalah biaya variabel dan biaya tetap, harga jual, dan volume penjualan. Hal tersebut dibuktikan dalam analisis sensitivitas yang memengaruhi laba secara signifikan.</p>

			Analisis Cost-Volume-Profit, 5. Analisis Target Laba, 6. Analisis Sensitivitas	
7	Tri Yohana Wati (2017)	Analisis penerapan CVP <i>Cost volume profit</i> untuk perencanaan laba pada UD Tidar Kediri.	1. Metode kuantitatif 2. Metode kualitatif .	bahwa perencanaan laba menggunakan metode CVP pada perusahaan ini memberikan gambaran target yang bagus, rasio margin kontribusi produk bak dan memiliki yang cukup baik dengan nilai penjualan sebesar Rp. 1090.607.154, sedangkan BEP sebesar Rp. 426.672.846, hal tersebut menggambarkan bahwa perusahaan dalam batas keamanan yang terkendali. Persamaan metode penelitian yaitu analisa setiap data penjualan dan semua biaya yang terjadi

				<p>dan membuat perencanaan laba untuk periode yang akan datang , sedangkan perbedaan terletak di perencanaan laba ini lebih menganalisa dari biaya titik impas dan penjualan.</p>
--	--	--	--	---

### 2.3 Kerangka Pemecah Masalah

Berhasil tidaknya suatu perusahaan ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dengan kesempatan di masa yang akan datang. Salah satu syarat agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup, perusahaan harus dapat menghasilkan laba. Laba yang diperoleh dalam suatu perusahaan menjadi ukuran sukses atau tidaknya manajemen dalam mengelola perusahaannya.

Dalam laporan laba rugi, perubahan beberapa variabel seperti penjualan dan biaya-biaya merupakan penentu yang mempengaruhi laba. Laba dipengaruhi tiga faktor yaitu harga produk jual, biaya dan penjualan. Biaya menentukan harga jual dan mempengaruhi penjualan kemudian mencapai tingkat laba yang dikehendaki atau direncanakan.

Tiga faktor saling berkaitan sehingga di dalam perencanaan laba, hubungan antara biaya, volume, penjualan memegang peranan sangat penting. Untuk memastikan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan masa yang akan datang manajemen membutuhkan data untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat pada laba. Analisis titik impas merupakan salah satu bagian dari rancangan analisis biaya, penjualan dan laba. Analisis titik impas menitik beratkan pada tingkat penjualan minimum sesuai dengan laba yang direncanakan dan penjualan yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian

**Gambar 1**  
**kerangka Berpikir**

