

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1.1 Pengertian Administrasi

Administrasi dalam arti sempit adalah berasal dari kata *administratie* (bahasa Belanda), yang meliputi kegiatan seperti catat-mencatat, pembukuan ringan, surat-menyurat, ketik-mengetik, agenda dan lain-lain, yang bersifat teknis ketatausahaan (*clerical work*). Sedangkan administrasi dalam arti luas adalah suatu proses rangkaian kerjasama yang dilakukan antara dua orang atau lebih berdasarkan tugas pokok dan fungsi masing-masing dalam sebuah hirarki organisasi yang saling mendukung dan melengkapi untuk mencapai tujuan tertentu secara berdaya guna dan berhasil guna. Pengertian administrasi menurut para ahli ilmu administrasi adalah sebagai berikut :

Menurut (Sondang P. Siagian 2014:13) menyatakan bahwa “Administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan dari keputusan-keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.”

2.1.2 Administrasi Bisnis

Pengertian secara umum tentang administrasi bisnis adalah seluruh kegiatan yang berhubungan didalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencapai laba yang ditargetkan oleh perusahaan tersebut. Beberapa pendapat para ahli tentang pengertian administrasi bisnis,

Menurut (Poerwanto 2006) bahwa, “Administrasi Bisnis adalah keseluruhan kerja sama dalam memproduksi barang atau kerja sama dalam memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan hingga pada penyampaian barang atau jasa tersebut kepada pelanggan dengan memperoleh dan memberikan keuntungan secara seimbang, bertanggung jawab dan berkelanjutan”.

2.1.3 Manajemen Keuangan

Menurut (Sulaiman & Marginingsih, 2019) manajemen keuangan merupakan segala kegiatan aktivitas perusahaan atau organisasi mulai dari bagaimana perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, memperoleh pendanaan dan penyimpanan dana atau asset yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi mengupayakan bagaimana agar efektif dan efisien untuk mencapai tujuan utama sesuai rencana.

Menurut JF Bradley (Mulyanti, 2017) Manajemen keuangan adalah bidang manajemen bisnis yang ditujukan untuk penggunaan modal secara bijaksana & seleksi yang seksama dari sumber modal untuk memungkinkan unit pengeluaran untuk bergerak ke arah mencapainya.

Manajemen keuangan berkaitan dengan disiplin ilmu keuangan yang memperhatikan dua hal pokok yaitu penilaian dan pengambilan keputusan, dua hal tersebut mewarnai manajemen keuangan dimana dua fungsi saling berkaitan karena keputusan keuangan perusahaan tergantung pada penilaian oleh pihak yang menilai. Walaupun ada kesamaan dengan akuntansi dalam hal memfokuskan perhatian pada aktiva dan passiva perusahaan namun berbeda dengan akuntansi yang penekannya pada aspek tinjauan dari apa yang sudah terjadi melihat pada laporan keuangan

dan mempertanggung jawabkan apa yang sudah terjadi di masa lalu. Sebaliknya manajemen keuangan penekannya pada pembuatan keputusan lebih memfokus pandangan pada masa depan. Dengan fokus apa yang kita lakukan sekarang dan kita akan pergi ke posisi keuangan seperti apa dimasa yang akan datang.

2.1.4 Fungsi Manajemen Keuangan

Menurut (Mulyanti, 2017) Perencanaan Keuangan yaitu membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu. Penganggaran Keuangan yaitu tindak lanjut dari perencanaan keuangan dengan membuat detail pengeluaran dan pemasukan. Pengelolaan Keuangan yaitu menggunakan dana perusahaan untuk memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara. Pencarian Keuangan yaitu mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan perusahaan. Penyimpanan Keuangan yaitu mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dana tersebut dengan aman. Pengendalian Keuangan yaitu melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada perusahaan. Pemeriksaan Keuangan yaitu melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.

2.1.5 Pengertian *Break Even Poin* (BEP)

Break even point adalah posisi dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. *Break Even Point* atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan untuk menarik produk atau mengembangkan produk, atau untuk menutup anak perusahaan yang tidak menguntungkan. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan atau *revenue* (penghasilan) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

Menurut Djarwanto dalam (Maruta, 2018), *break even point* adalah suatu keadaan impas, yaitu apabila telah disusun perhitungan laba dan rugi suatu periode tertentu, perusahaan tidak mendapat keuntungan dan tidak menderita kerugian.

Menurut Harahap dalam (Rusdiana, 2014), *break even point* berarti suatu keadaan ketika perusahaan tidak mengalami laba dan tidak mengalami rugi, artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi ini dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan. Total biaya (biaya tetap dan biaya variabel) sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba tidak ada rugi.

Lain halnya dengan Garrison dan Noreen dalam (Rusdiana, 2014) bahwa *break even point* adalah tingkat penjualan yang diperlukan untuk menutupi semua biaya operasional, yaitu ketika *break even* tersebut laba sebelum bunga dan pajak sama dengan nol.

S. Munawir dalam (Rusdiana, 2014) menyatakan bahwa titik *break even point* atau titik pulang pokok dapat diartikan sebagai suatu keadaan ketika operasi perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (total penghasilan = total biaya).

Menurut Jumingan dalam (Rusdiana, 2014), “Analisis *break even point* diperlukan untuk mengetahui hubungan antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya lainnya yang bersifat tetap, variabel, dan laba atau rugi.”

Menurut Romanda dalam (Rusmayanti, 2021) analisis *Break Even Point* bertujuan untuk memudahkan manajemen dalam Menyusun dan merencanakan anggaran untuk keberhasilan usaha pada masa yang akan datang. Sehingga jika

terdapat factor – factor yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, akan dapat atasi lebih dini, dikarenakan *Break Even Point* memberikan gambaran mengenai hubungan biaya, volume dan laba

Berdasarkan uraian pengertian menurut para ahli di atas, sehingga dapat disimpulkan bahwa *break even point* adalah suatu keadaan dimana sebuah perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak juga mengalami kerugian dari kegiatan penjualannya, karena hasil penjualan yang di peroleh perusahaan sama besarnya dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan.

2.1.6 Tujuan Analisis *Break Even Point*

Pada umumnya, salah satu tujuan perusahaan adalah mencapai laba atau keuntungan sesuai dengan pertumbuhan perusahaan.

Menurut Adikoesoemah dalam (Rusdiana, 2014), analisis *Break Even Point* digunakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk:

1. Mengevaluasi tujuan laba dari perusahaan secara keseluruhan,
2. Menyajikan data biaya dan laba kepada top management, yang diperlukan untuk mengambil keputusan dan merumuskan kebijakan,
3. Mengganti sistem laporan yang tebal dengan suatu grafik yang mudah dibaca dan dimengerti.

Dalam penggunaan analisis *Break Even Point*, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. mendesain spesifikasi produk.
2. menentukan harga jual per satuan.
3. menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
4. memaksimalkan jumlah produksi.
5. merencanakan laba yang diinginkan

2.1.7 Asumsi Break Even Point

1. Asumsi Dasar Analisis *Break Even Point*

Memahami dasar analisis *break even point* diawali dengan melihat asumsi- asumsi yang berpengaruh dalam analisis *break even point*. Oleh karena itu, Mulyadi

dalam buku (Rusdiana, 2014) menjelaskan bahwa beberapa asumsi yang berpengaruh dalam *Break Even Point*, antara lain:

- 1) **variabilitas biaya dianggap mendekati pola perilaku yang diramalkan;**
- 2) **harga jual produk dianggap tidak berubah pada berbagai tingkat kegiatan;**
- 3) **kapasitas produksi pabrik dianggap relatif konstan;**
- 4) **harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah;**
- 5) **efisiensi produksi dianggap tidak berubah;**
- 6) **perubahan jumlah persediaan awal dan akhir dianggap tidak signifikan;**
- 7) **komposisi produk yang dijual dianggap tidak berubah;**
- 8) **volume merupakan faktor satu-satunya yang memengaruhi biaya.**

Analisis *break even point* akan berguna ketika beberapa asumsi dasar dipenuhi oleh asumsi-asumsi tersebut, antara lain sebagai berikut.

- 1) Biaya pada berbagai tingkat kegiatan dapat diperkirakan jumlahnya secara tepat. Perubahan tingkat produksi dapat dijabarkan menjadi perubahan tingkat biaya.
- 2) Biaya yang dapat diperkirakan, dipisahkan dengan yang bersifat variabel dan merupakan beban tetap (*fixed cost*). Analisis *break even* hanya dapat dihitung jika sebagian biaya merupakan biaya tetap.
- 3) Tingkat penjualan sama dengan tingkat produksi, artinya apa yang diproduksi dianggap terjual habis. Dengan demikian, tingkat persediaan barang jadi tidak mengalami perubahan atau perusahaan tidak menyediakan stok barang jadi.
- 4) Harga jual produk perusahaan di berbagai tingkat penjualan tidak mengalami perubahan. Hal ini berarti pasarnya demikian sempurna atau share pasaran perusahaan sedemikian kecil sehingga tidak mampu mengubah harga pasar yang terjadi.
- 5) Efisiensi perusahaan di berbagai tingkat kegiatan juga tidak berubah, sehingga biaya variabel setiap unit produk sama untuk berbagai volume produksi.

- 6) Tidak ada perubahan pada berbagai kebijakan pimpinan yang secara langsung berpengaruh terhadap beban tetap keseluruhan. Dengan demikian, biaya tetap keseluruhan juga tidak berubah.
- 7) Perusahaan dianggap seakan-akan hanya menjual satu macam produk akhir. Apabila dalam kenyataannya produk yang dibuat lebih dari satu macam, sales mix dipertahankan tetap sama.

Pada kenyataannya, lebih banyak asumsi yang tidak dapat dipenuhi. Walaupun demikian, perubahan asumsi ini tidak mengurangi validitas dan kegunaan analisis *Break Even Point* sebagai alat bantu pengambilan keputusan. Oleh karena itu, diperlukan modifikasi tertentu dalam penggunaannya.

2. Asumsi Keterbatasan Analisis *Break Even Point*

Diketahui bahwa salah satu keterbatasan dari analisis *Break Even Point* dikarekan banyaknya asumsi yang mendasari analisis ini. Di sisi lain, asumsi-asumsi tersebut diperlukan apabila analisis ini ingin dilakukan secara cepat dan akurat. Asumsi-asumsi yang dilakukan terkadang terlalu memaksa dan pertanggung jawabannya sering diabaikan. Oleh karena itu, para manajer menganggap bahwa asumsi ini harus tetap dilakukan dan merupakan salah satu keterbatasan analisis *Break Even Point*. Adapun keterbatasan asumsi-asumsi dalam analisis *Break Even Point*, antara lain sebagai berikut :

a. Biaya dalam analisis *Break Even Point*

Dalam analisis *Break Even Point*, hanya menggunakan dua macam biaya, yaitu *fixed cost* dan *variable cost*. Oleh karena itu, dalam memulai analisis *Break*

Even Point, perlu diawali dengan memisahkan komponen antara biaya tetap dan biaya variabel.

Untuk memisahkan kedua biaya tersebut relatif sulit dikarenakan adanya biaya yang tergolong semivariabel dan tetap. Untuk memisahkan kedua biaya tersebut dapat dilakukan melalui dua pendekatan berikut.

- 1) Pendekatan analitis, yaitu harus meneliti setiap jenis dan unsur biaya yang terkandung satu per satu dari biaya yang ada beserta sifat-sifat biaya tersebut.
- 2) Pendekatan historis, yaitu harus dilakukan pemisahan biaya tetap dan variabel berdasarkan angka-angka dan data biaya masa lampau.

b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batas tertentu). Artinya, biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu, yaitu kapasitas produksi yang dimiliki. Contoh, gaji, penyusutan aktiva tetap, bunga, sewa atau biaya kantor, dan lainnya.

c. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel merupakan biaya yang secara total berubah ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Artinya, asumsi biaya variabel berubah-ubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Hal ini sulit terjadi dalam mempraktiknya karena dalam penjualan jumlah besar akan ada potongan-potongan tertentu, baik yang diterima maupun

diberikan perusahaan. Contoh, biaya bahan baku, upah buruh langsung, komisi penjualan, dan lainnya.

d. Harga Jual

Harga jual hanya digunakan untuk satu macam harga jual atau harga barang yang dijual atau diproduksi.

e. Tidak Ada Perubahan Harga Jual

Harga jual per satuan tidak dapat berubah selama periode analisis. Hal ini bertentangan dengan kondisi yang sesungguhnya, yaitu ketika harga jual dalam suatu periode dapat berubah seiring dengan perubahan biaya lainnya yang langsung ataupun tidak berhubungan langsung dengan produk.

2.1.8 Memahami Landasan *Break Even Point*

Makna lain dari memahami landasan *break even point*, di antaranya tentang langkah-langkah untuk menentukan *break even* adalah membagi harga pokok penjualan (HPP), dan biaya operasi menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan fungsi dari waktu, bukan fungsi dari jumlah penjualan dan ditetapkan berdasarkan kontrak, misalnya sewa gudang. Adapun biaya variabel bergantung pada penjualan, bukan fungsi dari waktu, misalnya biaya angkut barang.

Apabila sebuah perusahaan hanya mempunyai biaya variabel, masalah *break even point* dalam perusahaan tersebut tidak akan muncul. Masalah *break even point* akan muncul apabila suatu perusahaan mempunyai biaya variabel dan biaya tetap.

Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah sesuai dengan volume produksi perusahaan, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Dengan adanya unsur biaya variabel dan unsur biaya tetap, suatu perusahaan dengan volume produksi tertentu dikatakan menderita kerugian karena penjualan hanya menutupi biaya tetap. Hal ini mengisyaratkan bahwa bagian dari hasil penjualan yang tersedia hanya cukup untuk menutupi biaya, artinya tidak cukup untuk menutupi biaya variabelnya.

Apabila diketahui nilai volume penjualan atau penghasilan total sama besarnya dengan nilai biaya total, sehingga perusahaan tidak mencapai laba atau keuntungan dan tidak menderita kerugian dinamakan *break even point*.

2.1.9 Manfaat Analisis *Break Event Point*

Matz, Usry, dan Hammer dalam buku (Rusdiana, 2014) menjelaskan manfaat dari analisis *break even point* untuk kepentingan manajemen, yaitu:

1. untuk membantu pengendalian melalui anggaran,
2. untuk meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan,
3. untuk menganalisis dampak perubahan volume,
4. untuk menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya,
5. untuk merundingkan upah,
6. untuk menganalisis bauran produk,
7. untuk menerima keputusan kapitalisasi dan ekspansi lanjutan,
8. untuk menganalisis *margin of safety*

Menurut Sigit dalam buku (Rusdiana, 2014) *analisis break even point* mempunyai beberapa manfaat, antara lain:

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

Break even point dapat juga digunakan untuk berbagai tujuan, terutama bagi perusahaan yang sedang menyusun perencanaan. Di samping itu, *break even point* dapat digunakan pula sebagai alat pengendalian waktu perusahaan masih dalam kegiatan sebelum berakhirnya suatu periode. Senada dengan itu, Sigit dalam buku (Rusdiana, 2014) juga menyatakan tentang berbagai manfaat analisis *break even point*, yaitu:

1. sebagai alat untuk merencanakan laba,
2. sebagai alat untuk perencanaan budget,
3. sebagai penentu harga jual produk,
4. sebagai dasar menentukan harga jual produk,
5. sebagai dasar rencana pengembangan,
6. sebagai dasar pengambilan keputusan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa manfaat analisis *break even point*, antara lain:

1. dapat dipakai sebagai alat pemberi informasi kepada manajemen secara sederhana dan singkat;
2. analisis *break even point* dapat digunakan sebagai alat pedoman dalam mengambil keputusan yang menyangkut biaya, pendapatan, dan perencanaan biaya;
3. dapat memberikan gambaran tentang biaya dan hasil produk yang diharapkan secara menyeluruh dalam aktivitas utama perusahaan untuk masa mendatang;

4. dapat digunakan sebagai landasan untuk mengendalikan kegiatan operasional yang sedang berjalan, yaitu sebagai sarana realisasi dengan perhitungan berdasarkan analisis *break even point* sebagai alat pengendali atau controlling;
5. dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual, yaitu setelah diketahui hasil-hasil perhitungan menurut analisis *break even point* dan laba yang ditargetkan.

2.1.10 Kelemahan dalam Analisis Break Event Point

Sesuai dengan karakteristiknya, analisis *Break Even Point* tidak hanya mendatangkan manfaat dan kegunaan, tetapi juga mempunyai kelemahan. Sesuai dengan pernyataan Sofyan Syafri Harahap dalam (Rusdiana, 2014), kelemahan dalam analisis *Break Even Point*, antara lain sebagai berikut :

1. Asumsi yang menyatakan harga jual konstan, padahal kenyataannya harga ini kadang-kadang harus berubah sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.
2. Asumsi terhadap penggolongan biaya tetap dan biaya variabel juga mengandung kelemahan. Dalam keadaan tertentu untuk memenuhi volume penjualan biaya harus berubah karena pembelian mesin-mesin dan peralatan lainnya. Demikian juga perhitungan biaya variabel per unit akan dapat dipengaruhi perubahan ini.
3. Biaya tetap tidak selalu tetap pada berbagai kapasitas.
4. Biaya variabel tidak selalu berubah sejajar dengan perubahan volume

Sekalipun analisis *break even* banyak digunakan oleh perusahaan, tetapi tidak dapat dilupakan bahwa analisis ini mempunyai beberapa kelemahan. Kelemahan utama dari analisis *break even point*, antara lain asumsi tentang *linearity*, klasifikasi biaya, dan penggunaannya terbatas untuk jangka waktu yang pendek.

1. Asumsi tentang Linearity

Pada umumnya, harga jual per unit ataupun variabel cost per unit tidak berdiri sendiri dari volume penjualan. Dengan perkataan lain, tingkat penjualan yang melewati titik tertentu hanya dicapai dengan jalan menurunkan harga jual per unit. Hal ini tentu akan menyebabkan garis revenue tidak lurus, tetapi melengkung. Di samping itu, variabel operating cost per unit akan bertambah besar dengan meningkatkan volume penjualan mendekati kapasitas penuh. Hal ini bisa disebabkan menurunnya efisiensi tenaga kerja atau bertambah besarnya upah lembur.

2. Klasifikasi Biaya

Kelemahan kedua dari analisis *break even point* adalah kesulitan dalam mengklasifikasikan biaya karena adanya semivariabel cost, yaitu biaya ini tetap sampai dengan tingkat tertentu kemudian berubah setelah melewati titik tersebut.

3. Jangka Waktu

Penggunaan Kelemahan lain dari analisis *break even point* adalah jangka waktu penerapannya yang terbatas, biasanya hanya digunakan dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya untuk advertensi ataupun biaya lainnya yang cukup besar, tetapi hasil dari pengeluaran tersebut (tambahan investasi) tidak terlihat dalam waktu yang dekat, sedangkan *operating cost* sudah meningkat, sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisis *break even point* agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga.

Kelemahan dari analisa *break even point* yang lain adalah bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual. Jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualannya (*sales mix*) akan tetap konstan. Jika dilihat di jaman sekarang ini bahwa perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya mereka menciptakan banyak produk, jadi sangat sulit dan ada satu asumsi lagi yaitu harga jual persatuan barang tidak akan berubah berapa pun, jumlah satuan barang yang dijual, atau tidak ada perubahan harga secara umum. Analisa *break even point* jangka waktu penerapannya terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk advertensi ataupun biaya lainnya yang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut (tambahan investasi) tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan *operating cost* sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa *break even point* agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga.

2.1.11 Metode Perhitungan Break Even Point (BEP) Multiproduk

Menurut (Jamaludin, 2019) Suatu perusahaan dalam membuat atau menjual suatu produk lebih dari satu produk dengan menggunakan fasilitas yang sama. Misalnya suatu restoran, menjual lebih dari satu jenis makanan, super market menjual lebih dari jenis komoditas, atau industri bahan bangunan menjual lebih dari satu jenis bahan bangunan. Misalnya semen, keramik, tegel dan lain-lain. Untuk menghitung *Break Even Point* untuk setiap produk sukar dilakukan meskipun biaya variabel dan harga jual setiap jenis produk dapat diketahui. Hal tersebut disebabkan sulitnya menghitung biaya tetap untuk masing-masing jenis produk. Untuk mengetahui posisi *Break Even Point*, biasanya dilakukan bukan untuk perjenis

produk melaiikan untuk semua produk yang dibuat atau dijual perusahaan secara keseluruhan.

Rumus *Break Even Point* untuk produk tunggal tidak dapat langsung digunakan untuk multiproduk karena biaya variabel dan harga jual produk berbeda. Oleh karena itu, rumus tersebut harus dimodifikasi dengan mempertimbangkan kontribusi penjualan setiap produk.

Rumus *break Even Point* untuk multiproduk, sebagai berikut :

$$\text{BEP}_{(Rp)} = \frac{F}{\sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{V_i}{P_i}\right) W_i}$$

Keterangan:

F = biaya tetap per periode

V_i = biaya variabel per unit

P_i = harga jual per unit

W_i = persentase penjualan produk i terhadap total rupiah penjualan

$(1 - V_i/P_i) \cdot W_i$ = kontribusi tertimbang

n = jumlah produk

Kontribusi tertimbang = persentase penjualan produk terhadap total rupiah penjualan

Disamping rumus di atas, Dapat juga di pergunakan Rumus sebagai berikut :

$$\text{BEP}_{(Rp)} = \frac{F}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}}$$

Keterangan :

TVC = biaya variabel total

TR = total pendapatan

Untuk menghitung *Break Even Point* digunakan bantuan Tabel 2.1. Tabel ini bertujuan mencari nilai pembagi (nominator) dalam rumus *Break Even Point* multiproduk atau merupakan jumlah kontribusi tertimbang semua tipe produk yang dijual. Dalam kasus ini estimasi penjualan dinyatakan dalam unit, padahal harga setiap tipe produk berbeda satu sama lain. Untuk itu, harus dicari lebih dulu estimasi penjualan dalam rupiah (kolom 7), yaitu dengan mengalikan harga jual dengan jumlah unit terjual. Selanjutnya, dapat dihitung proporsi penjualan setiap tipe produk terhadap total penjualan (kolom 8) dan kontribusi setiap tipe produk terhadap total penjualan (kolom 9).

Tabel 2.1.

Bantu analisis Break Even Point Untuk Multiproduk

Jenis produk	Biaya Variabel (rp/unit)	Harga jual (Rp/unit)			Estimasi penjualan (unit/bln)	Estimasi penjualan (Rp/bln)	Proporsi thd. Total penjualan	Kontribusi tertimbang
	V	P	V/P	1-V/P	S	R	W	(1-V/P).W
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)

Sumber : Jamaludin M (2019)

Keterangan:

W = Persentase penjualan produk terhadap total penjualan

V = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

S = Penjualan/bulan

R = P x S

Untuk mengetahui berapa unit yang harus terjual untuk masing-masing produk dalam rangka mencapai *Break Even Point* dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$BEP_{(Rp)}$ per jenis produk = $W \times BEP_{(Rp)}$ multiproduk

$$BEP_{(Unit)} = \frac{BEP_{(Rp)} \text{ per jenis produk}}{P}$$

2.1.12 Perencanaan Laba

Menurut Hassanah & Daud dalam (Rusmayanti, 2021) Laba dapat diartikan sebagai selisih dari total pendapatan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan total biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Suatu perusahaan dikatakan mendapat laba, apabila total pendapatan yang dihasilkan, lebih besar dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan.

Menurut Yudianto dalam (Rusmayanti, 2021) Laba merupakan suatu keuntungan yang hendak ingin dicapai oleh perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya. Dengan diperoleh laba atau keuntungan perusahaan akan semakin sejahtera. Selain itu, laba juga dapat memberikan penilaian terhadap perusahaan mengenai seberapa besar tingkat kesejahteraannya. Semakin banyak laba, tingkat kesejahteraan perusahaan akan semakin meningkat.

Menurut Hassanah & Daud dalam (Rusmayanti, 2021) Perencanaan laba merupakan suatu kegiatan yang sangat penting untuk dapat dilakukan, hal ini dikarenakan dengan adanya perencanaan laba, suatu perusahaan dapat dinilai apakah perusahaan tersebut telah berhasil dalam meningkatkan kinerja perusahaan serta kaitannya dengan penilaian terhadap keberhasilan perusahaan dari

keberlangsungan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam perencanaan laba, salah satu yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan cara menggunakan perhitungan analisis *Break Even Point*, sehingga dengan menghitung analisis *Break Even Point* suatu perencanaan laba bisa dilakukan dengan maksimal. Apabila perencanaan laba sudah dilakukan dengan maksimal, maka akan dapat meningkatkan keuntungan suatu perusahaan

Menurut Ananda & hamidi dalam (Rusmayanti, 2021) Perencanaan laba merupakan suatu perencanaan dalam menentukan Langkah untuk mencapai laba yang seoptimal mungkin. Sehingga dengan dihasilkannya laba yang optimal, perusahaan tersebut akan semakin sejahtera. Selain itu, tingkat kemampuan perusahaan dalam mengkoordinir dan mengendalikan laba dapat dilihat jika tingkat perencanaan laba yang dilakukan ini berhasil. Salah satu hal yang dapat dilihat dari keberhasilan suatu perusahaan adalah dapat dilihat dari kemampuan perusahaan tersebut, dalam menghasilkan laba

Menurut yudianto dalam (Rusmayanti, 2021) Perencanaan laba dapat dijadikan sebagai pedoman untuk mengontrol dan mengendalikan kemana arah suatu kegiatan usaha dilakukan. Baik usaha yang sudah lama berdiri maupun suatu usaha yang baru saja akan direncanakan (belum terealisasi). Dengan adanya perencanaan laba, biaya yang harus dikeluarkan dalam suatu perusahaan dan volume laba yang harus dicapai untuk mendapatkan keuntungan maksimal suatu perusahaan

Berdasarkan menurut uraian diatas, maka perencanaan laba memberikan manfaat bagi perusahaan diantaranya meningkatkan koordinasi, pendekatan yang disiplin atas identifikasi pemecahan masalah, alat manajemen untuk menetapkan

keputusan dan langkah-langkah yang tepat untuk dapat meningkatkan laba perusahaan.

2.1.13 Analisis Hubungan Break Even Point Dengan Laba

Pada dasarnya tujuan utama sebuah perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan yang optimal. Tujuan ini dapat terlaksana jika disertai dengan peningkatan jumlah penjualan produk. Rencana strategis untuk meningkatkan volume penjualan harus dilakukan oleh manajemen untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan yang berakibat pada perubahan harga jual, volume penjualan, biaya tetap dan biaya variabelnya.

Menurut (Jubaedah, 2022) Titik break even mampu memberikan gambaran berbagai tingkat volume penjualan dan hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan tersebut. Kemampuan untuk melihat kemungkinan – kemungkinan inilah yang membuat analisa ini bermanfaat untuk merencanakan laba di masa yang akan datang.

Untuk mendapatkan pencapaian laba yang maksimal, dapat di tempuh dengan melakukan langkah sebagai berikut :

1. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan harga jual sesuai dengan laba yang di kehendaki.
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Ketiga komponen diatas mempunyai hubungan yang sangat erat dan berkaitan. Biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, sementara itu volume penjualan mempengaruhi biaya. Dengan keterkaitan tersebut, analisis *Break Even Point* dapat digunakan untuk mengetahui keterkaitan ketiganya. Analisa ini juga dapat membantu perencanaan kegiatan sehingga dapat digunakan untuk menentukan target penjualan optimal sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai laba maksimal dapat terpenuhi.

2.1.14 Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi dalam (Lasena, 2013) menyatakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. dari definisi ini dapat disimpulkan bahwa biaya dapat didefinisikan atau diartikan dalam dua kategori, yaitu :

1. Biaya dalam arti luas Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis (sifat kelangkaan) yang diukur dalam satuan mata uang yang terjadi atau kemungkinan terjadi dalam mencapai tujuan tertentu (*to secure benefit*).
2. Biaya dalam arti sempit Biaya adalah bagian dari harga pokok yang dikorbankan dalam usaha memperoleh penghasilan.

Menurut Supriyono dalam (Lasena, 2013) menyatakan bahwa akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Mulyadi dalam (Lasena, 2013) menyatakan bahwa akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan,

peringkasan, dan penyajian biaya buatan dan penjual produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya.

Dari beberapa pengertian di atas yaitu Biaya adalah Suatu usaha atau pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan yang mampu memberikan manfaat untuk tujuan yang diinginkan.

Dalam menjalankan aktifitasnya, ada beberapa biaya yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan dalam menunjang operasionalnya. Berikut ini peneliti memaparkan beberapa jenis biayanya :

1. Biaya Tetap

Adalah biaya yang harus di tanggung oleh perusahaan dan tidak terpengaruh oleh aktifitas produksi sampai jumlah tertentu, sehingga jika di lihat dari biaya satuan akan terbalik dengan biaya produksi. Biaya Tetap adalah biaya yang dalam jumlah keseluruhan tetap konstan dalam rentang yang relevan ketika tingkat keluaran aktifitas berubah.

2. Biaya Variabel

Adalah biaya yang berubah – ubah sesuai dengan volume produksi sehingga biaya satuan menjadi konstan. Biaya variabel adalah biaya yang dalam keseluruhan bervariasi secara proporsional terhadap perubahan keluaran, jadi biaya variabel naik ketika keluaran naik dan akan turun ketika keluaran turun .

Berdasarkan uraian di atas diperoleh bahwa biaya yang harus dikeluarkan pada pelaksanaan produksi pada umumnya bagi perusahaan yang bersangkutan ini

terdiri dari berbagai macam. Dalam hal ini, seluruh biaya yang ada didalam perusahaan dikelompokkan dalam dua kelompok yaitu biaya yang disebut dengan biaya tetap dan biaya variable. Masing–masing biaya tersebut akan mempunyai pola dan perilaku sendiri–sendiri, sehingga didalam hubungannya dengan analisa impas yang akan dilaksanakan tersebut, biaya ini perlu untuk diketahui jumlahnya masing – masing dan juga hubungan antara biaya tersebut dengan tingkat kegiatan yang ada didalam perusahaan yang bersangkutan tersebut.

2.1.15 Margin Of Safety

Menurut kasmir dalam (Maruta, 2018)“ *Margin of Safety* atau tingkat keamanan merupakan hubungan atau selisih antara 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”

Margin of safety menurut Bambang Riyanto dalam (Maruta, 2018) adalah: “*margin of safety* merupakan angka yang menunjukkan jarak penjualan yang direncanakan atau budget sales dengan penjualan *break even*. Dengan demikian maka *margin of safety* adalah juga menggambarkan jarak batas jarak, dimana jika penjualan melampaui batas tersebut maka penjualan akan mengalami kerugian”.

Tujuan menghitung *Margin of Safety* adalah untuk memberikan informasi sejauh mana volume penjualan yang direncanakan tersebut boleh turun untuk menjaga agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2.
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul (Tahun)	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Slamet Renaldy	Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Produk Kaos Kaki Soka Basic di Pt. Soka Cipta Niaga (Renaldi, 2022)	Jenis metode penelitian yang di gunakan adalah penelitian deskriptif dan dengan penggunaan pendekatan penelitian kuantitatif	Pada pt.soka cipta niaga memproduksi semua produk yang dijualnya sedangkan tb. Engkus membeli produk dari pemasok dan menjualnya kembali.	Hasil dari analisis pada tahun 2019 dan 2020 PT.Soka Cipta Niaga mampu melewati titik BEP. Pada tahun 2020 adanya perubahan pada biaya tetap dan biaya variable dikarenakan adanya penurunan penjualan. Meskipun PT. Soka Cipta Niaga mengalami penurunan penjualan tetapi perusahaan masih mendapatkan keuntungan karena adanya penurunan biaya tetap, biaya variabel dan perusahaan mendapatkan pendapatan lain.
2.	Asprizal Rizky	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Sebagai alat perencanaan laba pada UD. Pakujon (Rizky, 2022)	Memiliki tujuan yang sama untuk melakukan penelitian tentang titik impas atau <i>break even point</i> yang seharusnya di capai oleh suatu usaha tertentu.	Dalam produksi produk di ud. Pakujon tidak mengeluarkan biaya buan bahan baku karena memanfaatkan limbah yang terbuang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin kontribusi pada UD. Pokujon mampu menutupi biaya tetap dalam memperoleh laba bersih dan <i>Break even point</i> sebagai perencanaan laba pada UD. Pokujon telah melewati titik impas pada bulan Juli, Agustus, dan

					September 2021 baik dalam Unit atau Rupiah. Sehingga perusahaan mampu memperoleh laba dari aktivitas produksi.
3	Putri Dwi Utami	Analisis <i>Break Even Point</i> sebagai alat perencanaan laba produk pisang sale pada usaha kecil Fajar Endah (Utami, 2019)	Memiliki tujuan yang sama salah satunya yaitu untuk mengetahui pengaruh perubahan elemen break even terhadap perencanaan laba perusahaan. dan Analisis data menggunakan rumus <i>break even</i> dan <i>margin of safety</i> .	Dalam menganalisis <i>break even point</i> pada produk pisang sale menggunakan rumus BEP pendekatan persamaan dan pendekatan grafis sedangkan TB. Engkus menggunakan rumus BEP multiproduk	Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan BEP, melalui pendekatan persamaan dan grafis dapat diketahui bahwa <i>break even point</i> atau titik impas untuk bulan Juni-Agustus 2019 pada usaha kecil Fajar Endah berturut-turut yaitu sebesar 28 kg, 29 kg dan 28 kg. Adapun laba yang diperoleh untuk setiap bulannya berbeda, hal ini dipengaruhi oleh hasil penjualan dan biaya yang dikeluarkan setiap bulannya.
4	Heru Maruta	Analisis <i>Break Even Point</i> (Bep) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen (2018)	Memiliki tujuan yang sama untuk melakukan penelitian tentang titik impas atau <i>break even point</i> yang seharusnya di capai oleh suatu usaha tertentu.	Dalam menganalisis datanya peneliti terdahulu hanya melakukan analisis <i>break even point</i> saja sedangkan penelitian ini menggunakan analisis <i>contribution margin</i> , <i>margin of safety</i> serta perencanaan laba dan penjualan.	hasil hitungan <i>Break Even Point</i> (BEP) PT. Laksamana Raja di Laut tersebut menunjukkan bahwa apabila perusahaan mau mendapat keuntungan, maka harus memproduksi atau menjual barang dalam jumlah di atas 7.000 unit sampai batas kapasitas penuh yaitu 15.000 unit. Apabila

					perusahaan memproduksi atau menjual produk di bawah jumlah 7.000 unit dipastikan perusahaan menderita kerugian.
5	Ratna Ayu Yuliani	Analisis <i>Break Even Point</i> (Bep) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Nara Grosir Desa Grogol kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal (Yuliani, 2021)	Objek penelitiannya sama yaitu dengan menghitung banyak produk yang di jual atau Multiproduk	Umkm nara grosir hanya menghitung satu periode dan tidak menggunakan rumus <i>break even point</i> dalam multiproduk	Hasil penelitian in menunjukkan bahwa perhitungan BEP (Rupiah) pada bulan Mei 2021 sebesar Rp. 54.042.553 sedangkan BEP (Unit) sebesar 1.633. Dalam penjualan dan perencanaan laba UMKM merencanakan laba untuk bulan Juni 2021 sebesar 5% untuk menapai kenaikan laba, maka harus menaikkan penjualan sebesar 6.336 atau sebesar Rp. 218.658.000. Berdasarkan perhitungan penjualan dan perencanaan laba maka diperoleh margin of safety sebesar 53% dan contribution margin rasio sebesar 47% hal in menunjukkan bahwa UMKM mendapatkan toleransi penurunan penjualan sebesar 53%, apabila UMKM mengalami penurunan penjualan melebihi 53% maka UMKM akan mengalami kerugian.

2.3. Kerangka Pemikiran

Biaya merupakan sumber ekonomi yang dapat diukur dengan satuan moneter yang dikeluarkan untuk memperoleh laba. Untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya, biaya dapat digolongkan sesuai dengan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan yang dikelompokkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

Perusahaan yang semakin meningkat diperlukannya manajemen dalam menganalisa biaya pembelian produk, volume penjualan, dan laba yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan evaluasi kegiatan saat ini maupun kegiatan yang akan datang. Oleh karena itu, diperlukan alat analisis yang dapat dijadikan pertimbangan manajemen dalam mengambil keputusan perusahaan agar dapat terhindar dari kerugian, salah satu alat bantu yang digunakan oleh perusahaan adalah analisis *Break Even Point* yang digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan hanya untuk menutupi total biaya yang sudah dikeluarkan dalam kurun waktu tertentu, termasuk biaya tetap maupun biaya variabel.

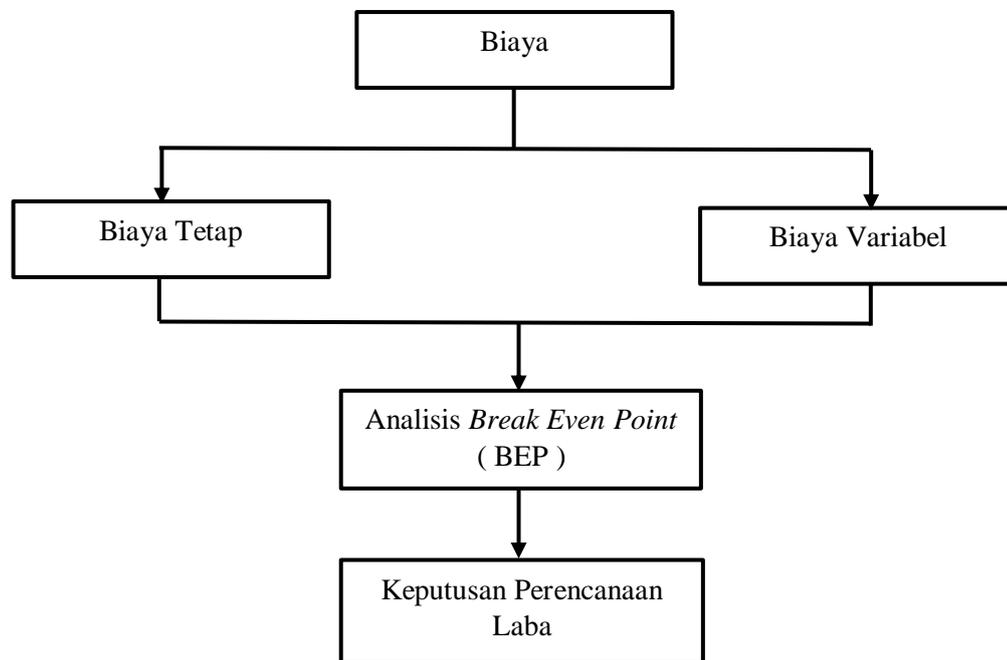
Perencanaan laba yang merupakan perencanaan yang berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan. Perencanaan laba membuat pihak perusahaan akan mudah dalam pengambilan keputusan, dapat memperkirakan anggaran yang dibutuhkan dan mengetahui kesalahan yang sering muncul. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan manajemen dalam perencanaan laba adalah analisis *break even point*

yang dapat diartikan sebagai suatu teknik analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume kegiatan dan laba.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berfikir sebagai berikut :

Bagan 1.1

Kerangka Berfikir



Sumber : Tb.Engkus (2023)