

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian**

##### **A. Pengertian Administrasi**

Administrasi merupakan bidang studi yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian aktivitas yang dilakukan dalam sebuah organisasi, baik itu dalam sektor publik maupun swasta.

Menurut **Siagian (2012:13)** Administrasi dapat dikonseptualisasikan sebagai rangkaian kegiatan kerja sama antara beberapa individu manusia yang didasarkan pada alasan rasional tertentu, dengan tujuan mencapai hasil yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pemahaman yang akurat mengenai peran administrasi dalam kehidupan modern sangat bergantung pada konsep yang digunakan sebagai titik acuan pemikiran. Administrasi diartikan sebagai suatu "keseluruhan proses kerja sama" antara dua individu atau lebih yang didasarkan pada rasionalitas tertentu dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan menggunakan sarana dan prasarana yang efektif dan efisien.

Mengenai konteks administrasi, dapat dipahami bahwa administrasi merupakan salah satu sub sistem yang terdapat dalam sistem administrasi organisasi, yang bekerja secara sinergis dengan sub sistem lainnya untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks ini, administrasi dapat didefinisikan dalam dua konsep yang berbeda, yaitu secara luas dan sempit.

Administrasi dalam arti sempit berkisar pada berbagai kegiatan ketatausahaan. Kegiatan kegiatan ketatausahaan merupakan bagian yang sangat penting dari kegiatan organisasi terutama karena kegiatan tersebut menyangkut penanganan informasi yang dikatakan berperan sebagai "darah" bagi suatu organisasi. Dalam pengertian yang demikian administrasi biasanya hanya dikaitkan dengan kegiatan-kegiatan ketatausahaan yang mencakup korespondensi, kesekretariatan, penyusunan laporan dan kearsipan (Siagian, 2001:267)

Administrasi dalam arti luas berarti keseluruhan proses penyelenggaraan kegiatan-kegiatan yang didasarkan pada rasional tertentu oleh dua orang atau lebih dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan menggunakan sarana dan prasarana tertentu pula (Siagian, 2001:267)

### Ruang Lingkup Administrasi

Ruang Lingkup tugas administrasi dapat dikatakan tugas pelayanan di sekitar keterangan-keterangan yang berwujud (Gie, 2007: 16) yang dikutip dari (Apiaty Kamaluddin, 2017) yaitu:

#### **a. Menghimpun**

Rangkaian aktivitas untuk mencari dan mengorganisir informasi yang sebelumnya tidak tersedia atau tersebar, dengan tujuan agar informasi tersebut dapat digunakan saat dibutuhkan.

#### **b. Mencatat**

Kegiatan yang melibatkan penggunaan berbagai alat tulis untuk mencatat informasi yang diperlukan, sehingga terbentuklah catatan tertulis yang dapat dibaca, dikirim, dan disimpan untuk keperluan selanjutnya.

#### **c. Mengelola**

Berbagai macam kegiatan mengerjakan keterangan-keterangan dengan maksud menyajikan dalam bentuk yang berguna

#### **d. Mengirim**

Kegiatan yang menyimpan dengan berbagi cara dan alat dari satu pihak ke pihak lain.

#### **e. Menyimpan**

Kegiatan menaruh dengan berbagai cara dan alat di tempat tertentu yang aman.

Dalam ruang lingkup yang telah disebutkan, tercakuplah keterangan atau informasi. Keterangan atau informasi merujuk pada pemahaman tentang suatu subjek atau peristiwa yang diperoleh terutama melalui proses membaca atau mengamati.

### **B. Administrasi Bisnis**

Administrasi bisnis adalah cabang khusus dari administrasi yang fokus pada pengelolaan dan operasionalisasi aspek bisnis dalam suatu organisasi, termasuk manajemen sumber daya manusia, keuangan, pemasaran, dan strategi bisnis.

Menurut **Handyaningrat (2013)** administrasi bisnis adalah kegiatan-kegiatan / proses / usaha yang dilakukan di bidang bisnis dalam usahanya mencapai tujuan yaitu mencari keuntungan. Sedangkan **Siagian (2010)** mengemukakan bahwa administrasi bisnis adalah keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang atau jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut ditangan konsumen.

#### 1) Definisi Administrasi dalam Arti Sempit

Administrasi dalam arti sempit berkisar pada berbagai kegiatan ketatausahaan yang memiliki peran krusial dalam sebuah organisasi, terutama dalam hal penanganan informasi yang diibaratkan sebagai "darah" bagi organisasi tersebut. Dalam konteks ini, administrasi umumnya terkait dengan kegiatan-kegiatan ketatausahaan seperti korespondensi, kesekretariatan, penyusunan laporan dan kearsipan (**Siagian, 2001: 267**) yang dikutip dari (Apiaty Kamaluddin, 2017)

#### 2) Definisi Administrasi dalam Arti Luas

Administrasi dalam arti luas berarti keseluruhan proses penyelenggaraan kegiatan-kegiatan yang didasarkan pada rasional tertentu oleh dua orang atau lebih dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan

menggunakan sarana dan prasarana tertentu pula (**Siagian, 2001: 267**) yang dikutip dari (Apiaty Kamaluddin, 2017)

### C. Perencanaan Laba

Pengelolaan suatu perusahaan sering dinilai berdasarkan laba yang dihasilkan. Terdapat tiga faktor kunci yang mempengaruhi besarnya laba, yaitu jumlah produk yang terjual, harga jual produk, dan biaya. Dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume, dan laba menjadi hal yang penting karena ketiga variabel tersebut saling berhubungan.

Menurut **Supriyono (2004:218)** yang dikutip dari (Yulianto, 2018), perencanaan laba merupakan sebuah rencana kerja yang teliti dengan mempertimbangkan faktor-faktor finansial, termasuk perhitungan potensi keuntungan dan kerugian, saldo kas, serta modal kerja baik dalam jangka waktu yang panjang maupun pendek.

Menurut **Ahmad (2007:54)**, perencanaan laba yang digunakan untuk menghadapi kemungkinan perubahan harga jual unit, biaya tetap, biaya variabel, perubahan volume penjualan, dan perubahan komposisi produk yang dijual, pada dasarnya merupakan rencana yang harus dilaksanakan perusahaan untuk mencapai laba dengan menggunakan analisis titik impas. Perencanaan laba akan memudahkan tugas manajemen dalam memantau aktivitas perusahaan di masa yang akan datang dan mencapai profitabilitas. Perencanaan yang baik akan berdampak pada manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien.

Untuk mencapai tujuan memperoleh keuntungan yang besar, manajemen dapat menjalankan strategi perencanaan dan pelaksanaan berikut ini:

- 1) Menjaga stabilitas harga jual dan volume penjualan dengan menekan biaya produksi dan operasional.
- 2) Menetapkan harga jual yang optimal.
- 3) Meningkatkan volume penjualan untuk memperoleh hasil yang lebih besar.

Menurut **Sugiri, Slamet (2009:110)** terdapat tiga faktor utama yang saling berkaitan dan mempengaruhi hasil keuntungan, yaitu biaya, harga jual, dan volume penjualan. Untuk menentukan target keuntungan yang diinginkan, Analisis *Break Even Point* dapat diterapkan dengan menghitung jumlah unit yang harus terjual.

#### **D. Pengertian Analisis *Break Even Point***

Titik Impas (*Break even point*) merupakan titik di mana pendapatan dan pengeluaran bisnis sama, tanpa untung atau rugi di antaranya. Hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, laba, dan volume aktivitas seperti penjualan atau produksi dapat dipahami dengan melakukan analisis titik impas. Akibatnya, nama lain untuk metode ini adalah analisis biaya-volume-laba.

*Break even point* merupakan alat yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan, dan volume penjualan dalam suatu usaha. Dalam konteks ini, *break even point* dapat diartikan sebagai kondisi di mana jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya, sehingga usaha tidak memperoleh laba maupun menderita rugi. Dengan demikian, suatu usaha dapat dikatakan *break even* apabila mencapai titik di mana pendapatan dan biaya seimbang. (Jamaludin, 2019)

Adapun definisi analisis titik impas atau *break even point* menurut para ahli dalam (Jamaludin, (2019 :569), adalah sebagai berikut:

- 1) **Sigit (1993, p.2)** *break even point* adalah teknik yang digunakan oleh petugas atau manajer perusahaan untuk menentukan volume penjualan atau produksi yang diperlukan agar perusahaan tidak mengalami kerugian maupun memperoleh laba.
- 2) **Schmidgall, Hayes, dan Ninemeier (2002)** " *Break even analysis is a management tool that helps restaurant managers examine the relationship between various costs, revenues, and sales volume. It enables them to determine the revenue required at any desired profit level, which is referred to as Cost-Volume-Profit (CVP) analysis.*" (p. 169). Dapat juga memiliki arti sebagai berikut: Analisis titik impas adalah alat manajemen yang membantu manajer restoran memeriksa hubungan antara berbagai biaya, pendapatan, dan volume penjualan. Dengan analisis ini maka dapat memungkinkan manajer untuk

menentukan pendapatan yang dibutuhkan pada setiap tingkat keuntungan yang diinginkan, yang disebut sebagai analisis Biaya-Volume-Laba (CVP).

- 3) **Mulyadi (1993, 230)** “Analisis *break even* merupakan sebuah metode untuk menentukan volume penjualan minimum yang diperlukan agar sebuah usaha tidak mengalami kerugian, namun juga belum memperoleh keuntungan, artinya laba sama dengan nol”.
- 4) **Matz, Usry, dan Hammer (1991, p. 202)** “Analisis *break even* adalah sebuah analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi level penjualan dan komposisi produk yang diperlukan agar seluruh biaya yang terjadi dalam periode tersebut dapat ditutupi. Melalui analisis ini, akan ditemukan suatu titik di mana perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian”.
- 5) **Rony (1990, p. 358)** “Analisis *break even*, juga dikenal sebagai Analisis titik impas, adalah sebuah alat bagi manajemen untuk mengetahui titik di mana pendapatan penjualan sama dengan total biaya sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan atau kerugian”.
- 6) **Bambang Riyanto**, dalam bukunya “Dasar-dasar perbelanjaan Perusahaan” mengemukakan pengertian Analisa *Break Even* sebagai berikut:  
  
“Analisis *Break Even* sebagai suatu teknik analisis yang mempelajari kaitan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan, dan volume kegiatan seperti produksi atau penjualan. Karena analisis ini berfokus pada hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume, teknik ini juga

dikenal sebagai *cost-profit volume analysis*. (*CPV analysis*). (1982: 290)".

- 7) **Rosyandi (1985)** *break even point* dapat didefinisikan sebagai titik produksi di mana pendapatan penjualan sama dengan total biaya produksi.
- 8) **Munawir (1986)** menyatakan bahwa analisis titik impas merupakan teknik untuk menentukan jumlah penjualan yang diperlukan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, yang biasanya disebut sebagai BEP. Dengan menggunakan analisis ini, perencanaan penjualan dan produksi dapat dilakukan sehingga kerugian minimal terjadi. Namun, agar perusahaan mendapatkan keuntungan, produksi harus dilakukan di atas BEP atau titik impas.

#### **E. Tujuan Titik Impas (*Break Event Point*)**

Analisis titik impas memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Umumnya digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan laba, penjualan, dan produksi. Adapun tujuan titik impas menurut para ahli seperti yang dikutip dalam (Fredriksz, 2022) sebagai berikut:

Menurut **Kasmir (2008:334)** dalam pemanfaatan titik impas dilakukan dengan berbagai tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

- 1) Merancang produk secara spesifik.
- 2) Menetapkan harga jual per satuan.
- 3) Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimum untuk menghindari kerugian.

- 4) Memaksimalkan jumlah produksi.
- 5) Merencanakan laba yang diinginkan.
- 6) Tujuan lainnya.

Menurut **Adikoesoemah (1996:359)** dalam perusahaan menggunakan analisis titik impas untuk beberapa tujuan, antara lain:

- 1) Menilai target keuntungan keseluruhan dari perusahaan.
- 2) Menyajikan informasi biaya dan keuntungan kepada manajemen puncak, yang penting untuk pengambilan keputusan dan perumusan kebijakan.
- 3) Menggantikan laporan yang kompleks dengan grafik yang lebih mudah dibaca dan dipahami.

Berikut adalah beberapa manfaat dari analisis titik impas menurut para ahli yang terdapat dalam (Jamaludin, 2019:571):

Menurut **Rony (1990, p. 357)** analisis titik impas, atau yang dikenal juga sebagai analisis *Break Even Point*, memiliki manfaat besar bagi manajemen dalam menjelaskan beberapa keputusan operasional yang krusial dalam tiga cara yang saling terkait, yaitu:

- a) Pertimbangan terhadap produk baru, analisis titik impas membantu menentukan tingkat penjualan yang perlu dicapai agar perusahaan memperoleh keuntungan.
- b) Sebagai kerangka dasar untuk meneliti dampak ekspansi terhadap tingkat operasional perusahaan.

- c) Membantu manajemen menganalisis konsekuensi penggeseran biaya variabel menjadi biaya tetap karena adopsi teknologi otomatisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional.

**Matz, Usry dan Hammer (1991, p. 224)** juga memberikan penjelasan mengenai beberapa manfaat analisis titik impas bagi manajemen, antara lain:

- 1) Membantu pengendalian melalui perencanaan anggaran.
- 2) Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan.
- 3) Menganalisis dampak perubahan volume.
- 4) Menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya.
- 5) Merencanakan penggajian.
- 6) Menganalisis bauran produk.
- 7) Memutuskan tentang investasi dan ekspansi.
- 8) Menganalisis *margin of safety*.

Menurut **Sigit (1993, p. 1)** analisis *break even point* memiliki beberapa manfaat, yaitu:

- a) Menjadi dasar dalam merencanakan kegiatan operasional untuk mencapai target keuntungan yang diinginkan.
- b) Menjadi dasar untuk mengendalikan aktivitas operasional yang sedang berjalan.
- c) Menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jual produk atau jasa.
- d) Menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis.

Menurut **Sutrisno (2000)** menjelaskan beberapa manfaat dari analisis *Break Even Point*, antara lain:

- a) Membantu dalam perencanaan produksi dan penjualan yang sesuai dengan target laba yang diinginkan.
- b) Membantu dalam perencanaan harga jual normal atas produk yang dihasilkan untuk mencapai target keuntungan dengan memproyeksikan target penjualan.
- c) Membantu dalam perencanaan dan pemilihan metode produksi yang paling efisien dan efektif.
- d) Membantu dalam menentukan titik tutup pabrik (*shut down point*) ketika penjualan tidak cukup untuk menutupi biaya variabel dan biaya tetap tunai.

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

Analisis titik impas memiliki manfaat yang cukup besar bagi kepemimpinan perusahaan serta tujuan tertentu, namun analisis tersebut juga tetap mempunyai beberapa kelemahan yang tidak dapat dihindarkan.

Menurut **Syamsuddin (2004:106)** dalam (Suhartono, 2014) menyatakan bahwa terdapat beberapa keterbatasan dalam analisis *Break Even Point*, antara lain:

- 1) Asumsi tentang *linearity*, di mana harga jual per unit dan variabel *operating cost* per unit tidak selalu konstan terlepas dari volume penjualan. Artinya, tingkat penjualan yang melebihi titik tertentu hanya dapat dicapai dengan menurunkan harga jual per unit, sehingga garis revenue tidak lurus tetapi melengkung. Selain itu, variabel *operating cost* per unit juga akan meningkat ketika volume penjualan mendekati

kapasitas penuh. Hal ini dapat disebabkan oleh menurunnya efisiensi tenaga kerja atau kenaikan upah lembur.

- 2) Klasifikasi biaya, di mana terdapat kesulitan dalam mengklasifikasikan biaya karena adanya biaya semi variabel, di mana biaya tersebut tetap pada tingkat tertentu dan kemudian berubah setelah melebihi titik tersebut.
- 3) Jangka waktu penggunaan yang terbatas, di mana analisis *Break Even Point* biasanya hanya digunakan dalam membuat proyeksi operasi perusahaan untuk periode setahun.

### **G. Pengertian Biaya**

Adanya kebutuhan biaya dalam setiap usaha yang dijalankan atau dikelola menjadi suatu hal yang tidak terhindarkan. Oleh sebab itu, pemahaman yang mendalam mengenai pengertian biaya menjadi suatu hal yang sangat penting. Berbagai pengertian biaya menurut para ahli turut disampaikan untuk memperkaya pemahaman mengenai konsep biaya, seperti yang dikaji (Haspila A, 2018) sebagai berikut:

Menurut **Nafarin (2004:379)**, biaya atau *cost* dapat didefinisikan sebagai suatu nilai atau jumlah uang yang dikorbankan untuk memperoleh suatu aset yang seimbang dengan pengurangan aset lainnya atau penambahan utang atau modal. Dalam konteks ini, biaya diukur dalam satuan uang dan merupakan suatu pengorbanan yang perlu dilakukan untuk memperoleh sesuatu.

Menurut **Purba, dan radiks (2006:209)**, *Tentative set of Broad Accounting Principles Enterprise*, biaya dapat diartikan sebagai jumlah uang atau pengorbanan

yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat. Ketika istilah biaya digunakan secara spesifik, maka istilah tersebut ditambahkan dengan objek yang relevan seperti biaya langsung, biaya konversi, biaya tetap, biaya variabel, biaya standar, biaya diferensial, biaya kesempatan, dan lain-lain. Setiap jenis biaya memiliki makna yang berbeda dalam menghitung dan mengukur biaya, sehingga dapat memberikan manfaat bagi pimpinan dalam mencapai sasaran perencanaan dan pengawasan. Selain itu, konsep biaya secara umum terdiri dari empat unsur, yaitu:

- 1) Merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi, baik itu berupa uang, tenaga kerja, waktu, atau sumber daya lainnya.
- 2) Diukur dengan menggunakan satuan uang.
- 3) Biaya dapat terjadi di masa lalu, sedang terjadi, atau akan terjadi di masa depan.
- 4) Pengeluaran biaya memiliki tujuan yang spesifik, seperti produksi barang atau jasa, pemeliharaan fasilitas, atau pengembangan proyek.

Menurut **Mulyadi (2014:8)**, menjelaskan bahwa biaya dalam pengertian luas merupakan suatu pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dengan menggunakan satuan uang, baik yang telah terjadi maupun yang kemungkinan akan terjadi di masa depan, untuk tujuan tertentu. Namun, dalam pengertian sempit, biaya diartikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi yang dilakukan untuk memperoleh aset atau aktiva.

Menurut **Astuty (2014:24)** dalam (Januarsah, 2019) menjelaskan bahwa biaya (*cost*) dapat didefinisikan sebagai jumlah uang atau setara uang yang harus dikeluarkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa, dengan harapan dapat memberikan manfaat atau keuntungan pada masa yang akan datang. Dalam hal ini, biaya merupakan pengorbanan atau pengeluaran yang harus dilakukan untuk memperoleh suatu manfaat atau keuntungan di masa depan.

Menurut **Mulyadi (2001:19)** mengklasifikasikan biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan menjadi empat jenis, yaitu:

- 1) Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh: biaya variabel meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- 2) Biaya semivariabel terdiri atas unsur biaya tetap dan biaya variabel, dan berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.. Contoh: biaya reparasi dan pemeliharaan aset tetap serta biaya listrik.
- 3) Biaya *semifixed* tetap pada tingkat volume kegiatan tertentu, tetapi berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contoh: Biaya *semifixed* dapat diwakili oleh biaya telepon
- 4) Biaya tetap memiliki jumlah total yang tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contoh: gaji direktur produksi.

#### **H. Metode Perhitungan *Break Even Point***

Perhitungan untuk menentukan *break even point*, ada rumus khusus yang dapat digunakan, namun jika ingin menggambarkan hubungan antara volume dan laba pada *break even point*, dibutuhkan grafik atau bagan. Ada berbagai rumus matematis yang dapat digunakan untuk menentukan *break even point*. Rumus untuk menghitung *Break Even Point* sebagai berikut:

- 1) Dengan pendekatan matematis

Perhitungan *break even point* menurut (Horngren, 1994) dengan menggunakan pendekatan matematis dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a) Atas dasar unit Rumus *break even point* adalah sebagai berikut :

*BEP (unit)*

$$= \frac{\text{Total biaya tetap}}{(\text{Harga jual per unit produk} - \text{Biaya variabel per unit})}$$

- b) Atas dasar rupiah Apabila diinginkan *break even point* dalam rupiah, maka dari formulasi rumus *break even point* dalam unit dikalikan dengan harganya (P), sehingga:

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{total biaya tetap}}{(1 - \frac{\text{biaya variabel}}{\text{total penjualan}})}$$

- 2) Dengan pendekatan grafik

Menurut **Sartono (2010:271)** pendekatan grafik digunakan untuk menggambarkan hubungan antara volume penjualan dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan, serta untuk mengetahui biaya tetap, biaya variabel, dan tingkat kerugian perusahaan.

### **I. Marjin Kontribusi**

Marjin kontribusi adalah suatu konsep yang penting dalam analisis biaya-volume-laba yang berguna untuk menghitung keuntungan yang dihasilkan oleh penjualan setelah mengurangi biaya variabel. Konsep ini juga berkaitan erat dengan perhitungan *break even point* dan profit-volume ratio yang membantu perusahaan dalam mengambil keputusan strategis terkait penjualan dan laba.

Menurut **Mulyadi (2004:143)** menjelaskan bahwa marjin kontribusi adalah jumlah yang tersedia dari penjualan dikurangi dengan biaya variabel, pendapatan dari jumlah penjualan yang tercapai akan dipergunakan untuk menutup biaya tetap

serta memperoleh laba pada periode yang bersangkutan. Sedangkan menurut **Mulyadi (2006:183)** rasio margin kontribusi atau profit-volume ratio merujuk pada persentase margin kontribusi terhadap penjualan total. Penggunaan rasio ini penting karena dapat menunjukkan bagaimana margin kontribusi akan berubah seiring dengan perubahan jumlah penjualan total dalam satuan uang tertentu.

Hubungan margin kontribusi dengan analisis biaya-volume-laba sangatlah erat karena keduanya berkaitan dengan titik impas. Rasio margin kontribusi atau profit-volume ratio sangat bermanfaat dalam menunjukkan bagaimana margin kontribusi dipengaruhi oleh perubahan penjualan total dalam jumlah tertentu. Jika margin kontribusi rendah, maka titik impas akan tinggi, sedangkan jika margin kontribusi tinggi, maka titik impas akan rendah. Tinggi atau rendahnya titik impas akan berpengaruh pada laba yang diterima oleh perusahaan dan menentukan batas keselamatan perusahaan.

#### **J. Margin Keamanan (*margin of safety*)**

Margin keamanan merupakan indikator penting untuk mengukur keamanan keuangan perusahaan, karena menunjukkan berapa banyak penjualan yang dapat menurun sebelum perusahaan mengalami kerugian. Dengan demikian, margin keamanan menjadi faktor kunci dalam perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan bisnis.

Menurut **Samryn (2012:181)** menjelaskan bahwa margin keamanan adalah kelebihan dari penjualan yang dianggarkan atau yang sebenarnya dicapai di atas titik impas. Hasil perhitungannya, dapat diketahui berapa banyak penjualan yang

dapat turun sebelum perusahaan mencapai titik impas. Margin keamanan ini dapat dihitung dalam satuan unit, satuan uang, atau persentase.

Menurut (**Horngren, 1994**) mengemukakan konsep *margin of safety*, yaitu selisih antara volume penjualan aktual dengan volume penjualan pada titik impas. *Margin of safety* ini memberikan gambaran sejauh mana perusahaan dapat bertahan jika terjadi fluktuasi penjualan. Analisis *break even point* dapat membantu perusahaan dalam menentukan target penjualan yang perlu dicapai agar mencapai titik impas dan meraih laba.

#### **K. Keterkaitan Analisis BEP dan Perencanaan Laba**

Keuntungan atau profit merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan, oleh karena itu perusahaan perlu membuat rencana strategis untuk menghasilkan keuntungan dari penjualan produk tertentu.

Mengetahui terhadap jumlah keuntungan yang mungkin dicapai, perusahaan perlu menggunakan metode titik impas atau *break even point* untuk menghitung laba yang diharapkan. Untuk menganalisis titik impas atau *break even point*, perusahaan perlu memperhatikan hubungan antara biaya, volume, dan harga

jual. Faktor-faktor ini saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain, di mana biaya yang dikeluarkan memengaruhi penetapan harga jual, harga jual memengaruhi volume penjualan, dan volume penjualan memengaruhi volume produksi serta biaya. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan, target volume penjualan yang diinginkan, dan penetapan harga jual yang tepat agar dapat mencapai tujuan laba yang diinginkan.

Analisis titik impas atau *break even point* tidak hanya memberikan informasi mengenai titik impas atau kondisi di mana perusahaan tidak memperoleh keuntungan maupun kerugian, tetapi juga memberikan informasi mengenai tingkat volume penjualan yang berbeda dan potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari setiap tingkat penjualan tersebut. Hal ini sangat membantu para pemimpin perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat dalam mencapai tujuan laba yang diinginkan. (Jamaludin, 2019:568)

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 4 Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti (Tahun)  | Judul  | Persamaan  | Perbedaan   | Hasil Penelitian  |
|----|------------------------|--|--|---|---|
| 1. | Zainal Yulianto (2018) | Analisis Biaya Volume Laba Untuk Perencanaan Laba Pada Perusahaan Es Batu Camplong di Sampang. | Menggunakan teknik perhitungan BEP (Titik Impas) | Perusahaan Es Batu Camplong menggunakan teori menurut Adisaputro dalam (Yulianto, 2018) | Untuk mencapai target penjualan sebesar 25% pada tahun mendatang, perusahaan Es Batu Camplong harus berhasil menjual sebanyak 107.479 unit. Hal ini didasarkan pada perencanaan laba yang mempertimbangkan hasil perbandingan dengan tahun sebelumnya, dengan target laba sebesar Rp 328.500.000. |

|    |   |   |  |  |  |
|----|---|---|--|--|--|
| 2. | Melinda Nasyrokha, Titi Rapini, Hadi Sumarsono (2018) | Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Industri Kerajinan Kulit Praktis Magetan. | Mempunyai tujuan yang sama untuk membuat perencanaan laba dengan menggunakan analisis titik impas. | UD.Praktis Magetan menggunakan teori perhitungan break even point menurut Djarwanto dalam(Nasyrokha, 2018) | Berdasarkan pembahasan dalam (Nasyrokha, 2018), dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:<br>Berdasarkan hasil perhitungan, pendapatan penjualan lebih besar dari titik impas, yang berarti UD Praktis tidak mengalami kerugian dalam penjualan.<br>Menetapkan target margin keuntungan merupakan salah satu perencanaan manajemen bagi perusahaan.<br>Perusahaan telah menetapkan margin keuntungan atau target keuntungan sebesar 27% untuk periode tahun 2017-2019. Margin of safety menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada titik impas. Hal ini juga menggambarkan batas jarak di mana jika penurunan penjualan melebihi batas jarak tersebut, perusahaan akan mengalami kerugian. |
| 3. | Ardiana, Rahma (2018)                                 | Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat   | Metode yang digunakan pendekatan deskriptif kuantitatif.   | Teori yang digunakan menurut Eman Suherman dalam   | Penelitian ini menyimpulkan bahwa Ulya Hijab memiliki titik impas pada penjualan sebanyak 4.475 unit atau senilai dengan   |

|    |                       |   |  |  |  |
|----|-----------------------|---|--|--|--|
|    |                       | Perencanaan Laba Pada Ulya Hijab Kudus Tahun 2017.  |  | (Ardiana, 2018)  | Rp 108.396.318. Adapun titik impas untuk masing-masing produk adalah Rampel Renda sebanyak 2.331 unit dan Pastan Vanilla sebanyak 2.144 unit. Margin of safety pada perusahaan Ulya Hijab Kudus mencapai 96%. Perusahaan menargetkan laba sebesar 15% dari laba tahun 2017 pada tahun 2018. Untuk mencapai target tersebut, perusahaan harus menjual produknya sebanyak 122.150 unit atau senilai dengan Rp 2.973.070.874. |
| 4. | Slamet Renaldy (2022) | Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Produk Kaos Kaki Soka Basic di PT. Soka Cipta Niaga. | Teknik analisa data yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. | Metode perhitungan <i>Break Even Point</i> pada PT.Soka dengan pendekatan matematis, dan grafis. | Hasil analisis yang dihitung oleh Slamet Renaldy dalam (Renaldy, 2022) bahwa PT.Soka Cipta Niaga berhasil mencapai titik impas atau mampu menutupi semua biayanya pada tahun 2019 dan 2020. Berdasarkan perencanaan laba yang diharapkan oleh PT.Soka Cipta Niaga, perusahaan harus mampu menjual sebanyak 5.684.476 unit atau 473.706 lusin dalam satu tahun.   |

|    |   |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|
| 5. | Nadia, Grace Fredriksz, Frangky J. Louth (2022) | Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Pada Produk Pintu Meubel Ud. Nadya Galunggu ng Ambon. | Teknik analisa data yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. | Metode perhitungan <i>Break Even Point</i> pada UD.Nadya Galunggu dengan pendekatan matematis, dan grafis. | Berdasarkan hasil penelitian UD.Nadya Galunggu dalam (Fredriksz et al., 2022) ditemukan bahwa titik impas produksi pintu Meubel UD. Nadya Galunggu terjadi pada volume produksi sebesar 241 unit pintu dengan titik impas dalam rupiah sebesar Rp. 438.508.000. Dengan asumsi harga jual tetap sebesar Rp. 1.400.000 per unit pintu, maka penerimaan yang diperoleh saat titik impas adalah sebesar Rp. 438.508.000. Informasi ini dapat menjadi acuan bagi Meubel UD. Nadya Galunggu untuk merencanakan penjualan minimum agar memperoleh keuntungan. |
|----|---|--|--|--|--|

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Peneliti memerlukan suatu kerangka pemikiran yang terdiri dari pandangan pakar dan teori-teori yang terkait dengan permasalahan yang dikaji serta variabel penelitian sebagai fondasi teoritis. Tujuan dari kerangka pemikiran ini adalah untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian serta membuktikan bahwa analisis titik impas (*break even point*) dapat membantu suatu perusahaan sebagai dasar perencanaan laba.

Menurut (Horngren, 1994), analisis *break even point* digunakan untuk menentukan titik impas atau titik di mana pendapatan sama dengan biaya total dalam suatu usaha. Teori ini mengatakan bahwa dalam analisis *break even point*, terdapat beberapa komponen yang perlu diperhatikan.

Pertama, terdapat biaya tetap (*fixed costs*) yang merupakan biaya yang tidak berubah seiring perubahan volume produksi atau penjualan. Biaya ini harus ditutupi sebelum perusahaan mencapai titik impas. Kedua, terdapat biaya variabel (*variable costs*) yang berkaitan langsung dengan volume produksi atau penjualan. Biaya variabel ini meningkat seiring dengan peningkatan volume produksi atau penjualan.

Selanjutnya, terdapat pendapatan penjualan (*sales revenue*) yang didapatkan dari penjualan produk atau jasa. Pendapatan penjualan ini juga meningkat seiring dengan peningkatan volume penjualan. Dalam analisis *break even point*, Horngren menyatakan bahwa titik impas tercapai ketika pendapatan penjualan sama dengan total biaya (biaya tetap ditambah biaya variabel). Pada titik ini, perusahaan tidak mengalami kerugian maupun laba.

Selain itu, Horngren juga mengemukakan konsep *margin of safety*, yaitu selisih antara volume penjualan aktual dengan volume penjualan pada titik impas. *Margin of safety* ini memberikan gambaran sejauh mana perusahaan dapat bertahan jika terjadi fluktuasi penjualan. Analisis *break even point* dapat membantu perusahaan dalam menentukan target penjualan yang perlu dicapai agar mencapai titik impas dan meraih laba.

Perencanaan laba adalah suatu rencana yang berisi langkah-langkah yang harus diambil oleh sebuah perusahaan agar mencapai target laba yang diharapkan.

Perencanaan laba ini akan membantu perusahaan dalam membuat keputusan, memperkirakan anggaran yang dibutuhkan dan mengetahui kesalahan yang sering terjadi. Salah satu cara yang bisa digunakan oleh manajemen untuk merencanakan laba adalah dengan melakukan analisis titik impas (*break even point*), yaitu suatu teknik analisis yang berguna untuk mengetahui hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume kegiatan dan laba

Menurut **Sugiri, Slamet (2009:110)** terdapat tiga faktor utama yang saling berkaitan dan mempengaruhi hasil keuntungan, yaitu biaya, harga jual, dan volume penjualan. Untuk menentukan target keuntungan yang diinginkan, Analisis *Break Even Point* dapat diterapkan dengan menghitung jumlah unit yang harus terjual. Perencanaan laba akan memudahkan tugas manajemen dalam memantau aktivitas perusahaan di masa yang akan datang dan mencapai profitabilitas. Perencanaan yang baik akan berdampak pada manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien.

Untuk mencapai tujuan memperoleh keuntungan yang besar, manajemen dapat menjalankan strategi perencanaan dan pelaksanaan berikut ini:

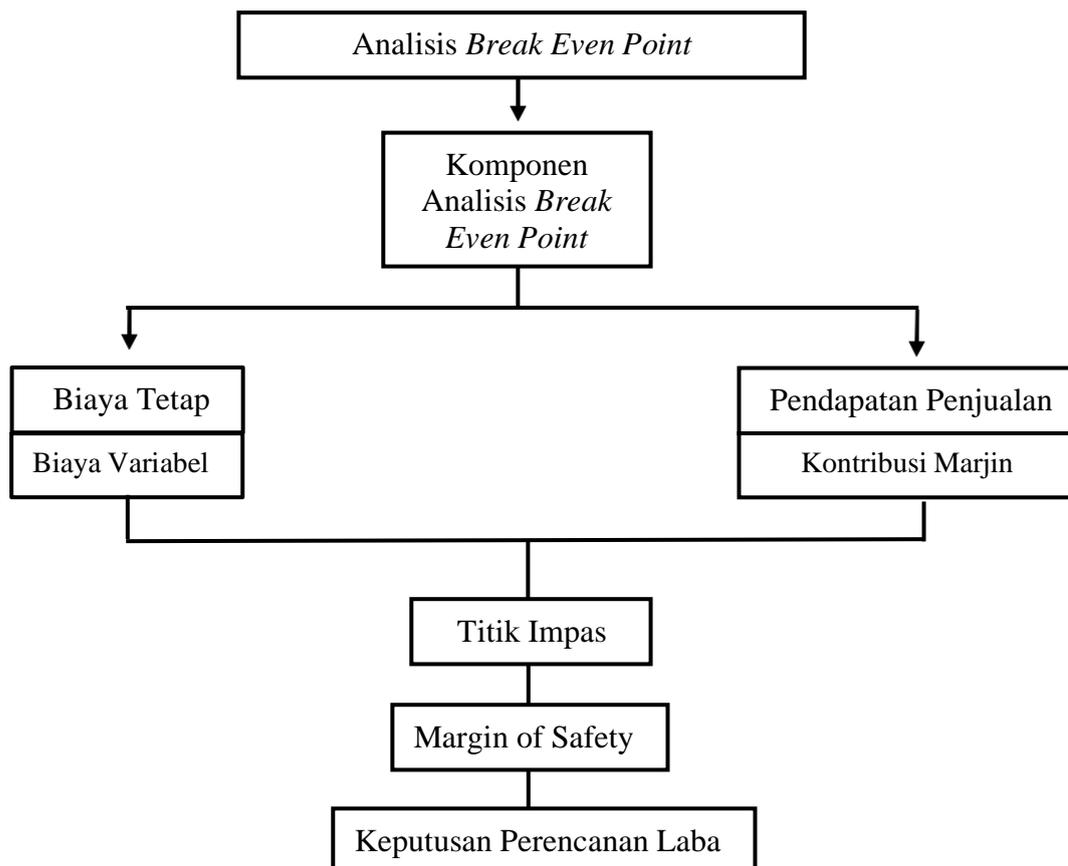
- 1) Menjaga stabilitas harga jual dan volume penjualan dengan menekan biaya produksi dan operasional.
- 2) Menetapkan harga jual yang optimal.
- 3) Meningkatkan volume penjualan untuk memperoleh hasil yang lebih besar.

Sebuah perusahaan yang semakin berkembang, manajemen harus mampu menganalisis biaya pembelian produk, volume penjualan, dan laba untuk melakukan evaluasi terhadap kegiatan saat ini dan kegiatan yang akan datang. Oleh

karena itu, perusahaan memerlukan alat analisis yang dapat membantu manajemen dalam membuat keputusan usaha yang tepat untuk menghindari kerugian.

Salah satu alat analisis yang digunakan oleh perusahaan adalah analisis *break even point*, yang memungkinkan perusahaan untuk menentukan tingkat penjualan yang diperlukan untuk menutupi total biaya yang telah dikeluarkan selama periode tertentu, termasuk biaya tetap dan biaya variabel. Dengan uraian di atas maka kerangka berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Bagan 1 Kerangka Berpikir



Sumber: data diolah peneliti tahun 2023