

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya dan Klasifikasi Biaya

Menurut Mulyadi, (2018) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.” Sedangkan menurut Longdong, (2016) “Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi.” Artinya biaya merupakan dana yang dikeluarkan perusahaan dengan tujuan menghasilkan suatu produk atau jasa. Biaya berkaitan dengan semua tipe organisasi bisnis, non-bisnis, manufaktur, serta dagang dan jasa. Biaya mempengaruhi secara langsung terhadap tingkat keuntungan perusahaan dalam laba setiap aktivitas usaha yang tidak akan terlepas dari pengorbanan yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan pengertian di atas biaya adalah pengorbanan yang dilakukan baik dalam bentuk arus pengeluaran ataupun pengurangan terhadap aset guna memperoleh suatu manfaat. Artinya, jika pengorbanan itu tidak menghasilkan manfaat maka hal tersebut merupakan kerugian yang harus ditanggung oleh perusahaan.

Pada umumnya, biaya perlu diklasifikasikan dengan tujuan untuk memudahkan dalam melakukan perencanaan. Pengklasifikasian didalam akuntansi biaya diperlukan untuk memberikan informasi akuntansi yang mudah dimengerti dan dianalisis oleh pihak-pihak yang berkepentingan baik pihak intern maupun pihak ekstern. Penggolongan biaya itu merupakan suatu proses pengelompokkan biaya atas keseluruhan unsur-unsur biaya tersebut secara sistematis kedalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas dengan tujuan menyediakan informasi biaya bagi kepentingan manajemen dan menjalankan perusahaan khususnya dalam rangka mengambil keputusan.

Menurut Siregar dkk., (2017) pada dasarnya biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan:

1. Biaya Berdasarkan Ketelusuran
Berdasarkan ketelusuran biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua yaitu:
 - a. Biaya langsung (*direct cost*)
Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusur ke produk.
 - b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)
Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelesur ke produk.
2. Biaya Berdasarkan Prilaku
Berdasarkan prilakunya biaya dapat diklasifikasikan menjadi:
 - a. Biaya variabel (*variable cost*), adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas.
 - b. Biaya tetap (*fixed cost*), adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu.
 - c. Biaya campuran (*mixed cost*), adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel sekaligus biaya tetap.
3. Biaya Berdasarkan Fungsi
Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi tiga:
 - a. Biaya produksi (*production cost*)
 - b. Biaya pemasaran (*marketing expense*)
 - c. Biaya administrasi dan umum (*general and administrative expense*)
 - d. Biaya berdasarkan elemen biaya produksi
Berdasarkan fungsi produksi, biaya dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:
 - a. Biaya bahan baku (*raw material cost*)
 - b. Biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung (*direct labour cost*)
 - c. Biaya overhead pabrik (*manufacture overhead cost*), semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Selanjutnya, menurut Mulyadi, (2018) klasifikasi biaya dapat digolongkan menjadi lima golongan, yaitu sebagai berikut:

1. Menurut Objek Pengeluaran
Berdasarkan cara ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya, misal obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.
2. Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan
Biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:
 - a. Biaya Produksi
Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap jual. Menurut obyek pengeluarannya biaya produksi ini dibagi menjadi : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
 - b. Biaya Pemasaran

- Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- c. Biaya Administrasi dan Umum
Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.
3. Menurut Hubungannya dengan Sesuatu yang Dibiayai
Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan produk, biaya produksi dibagi menjadi 2 : biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Dalam hubungannya dengan departemen dibagi menjadi 2 golongan : biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat digolongkan menjadi 2 golongan:
- a. Biaya Langsung (*Direct Cost*)
Adalah biaya yang terjadi yang penyebabnya satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)
Adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi tidak langsung disebut biaya *overhead* pabrik. Biaya tidak langsung departemen adalah biaya yang terjadi di suatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen.
4. Menurut Perilaku Biaya dan Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan:
- a. Biaya Variabel
Adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- b. Biaya Semivariabel
Adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- c. Biaya *Semifixed*
Adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume tertentu yang berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
- d. Biaya Tetap
Adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.
5. Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya
Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi 2:
- a. Pengeluaran Modal (*capital expenditures*)
Adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (besarnya periode akuntansi adalah satu tahun kalender)
- b. Pengeluaran penetapan (*revenue expenditures*)
Adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Berdasarkan kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa klasifikasi biaya ditujukan untuk mempermudah manajemen dalam melakukan pengendalian terhadap biaya-biaya produksi. Pengklasifikasian biaya ini juga memberikan informasi biaya yang berguna untuk menentukan baik harga pokok produksi maupun harga pokok penjualan suatu produk.

Berdasarkan perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan: biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel.

a) Biaya Tetap

Menurut Mulyadi, (2018) “Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran perubahan volume kegiatan tertentu.” Maksudnya biaya yang dikeluarkan secara tetap atau tidak berubah-ubah, tidak tergantung pada volume penjualan walaupun suatu perusahaan tersebut tidak melakukan penjualan.

Menurut Samryn, (2020) “Biaya tetap adalah biaya yang konstan secara total sekalipun terjadi perubahan tingkat aktivitas dalam suatu kisaran relevan tertentu.” Bila suatu biaya tetap dinyatakan dalam dasar per unit maka biaya biaya tersebut akan berubah secara terbalik dengan tingkat aktivitas. Artinya, bila volume aktivitas meningkat maka biaya tetap per unit akan menjadi semakin kecil. Sebaliknya bila tingkat aktivitas menurun maka biaya tetap per unit objek biaya akan mengalami kenaikan.

Biaya tetap juga sering disebut dengan biaya kapasitas karena biaya ini timbul dalam rangka penyediaan kapasitas pabrik, seperti fasilitas, peralatan, dan sebagainya, untuk kelangsungan operasional perusahaan. Menurut Riwayadi, (2017) biaya tetap dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Biaya tetap yang sudah dikomitmenkan (*committed fixed cost*)
Biaya tetap yang sudah dikomitmenkan merupakan biaya yang berhubungan dengan penyediaan kapasitas pabrik, peralatan, dan struktur organisasi perusahaan. Contoh dari biaya tetap yang sudah dikomitmenkan yaitu beban penyusutan pabrik dan peralatan pabrik, pajak bumi dan bangunan, asuransi, dan gaji manajemen puncak dan karyawan pabrik.
- b. Biaya tetap diskresioner (*discretionary fixed cost*)
Biaya tetap diskresioner juga sering disebut dengan *managed cost*. Biaya ini muncul sebagai akibat keputusan tahunan (*annual decisions*)

oleh manajemen untuk mengeluarkan biaya tetap tertentu. Contoh biaya tetap diskresioner yaitu biaya iklan, biaya penelitian dan pengembangan, dan biaya pelatihan karyawan.

b) Biaya Variabel

Menurut Siregar dkk., (2017) “Biaya variabel (*variable cost*) yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan aktivitas dan volume produksi, sementara jumlah per unitnya tidak berubah.” Berdasarkan definisi di atas dapat ditekankan bahwa:

1. Biaya variabel total berubah proporsional dengan perubahan aktivitas;
2. Biaya variabel per unit tidak berubah walaupun aktivitas berubah.

Menurut (Ahmad, 2018) biaya variabel mempunyai pola sebagai berikut:

1. Total biaya variabel berubah proporsional dengan perubahan volume/kapasitas, makin besar kapasitas yang digunakan semakin besar pula total biaya variabel, demikian pula sebaliknya.
2. Per unit biaya berubah (variabel) konstan/tetap. Misalnya biaya bahan langsung, contoh dimuka biaya pemakaian bahan langsung, bensin, olie yang dihitung dan tergantung kilometer yang ditempuh.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dilihat bahwa semakin besar volume kegiatan, semakin besar pula jumlah total biaya variabel, dan semakin rendah volume kegiatan, maka jumlah total biaya variabel akan semakin rendah. Akan tetapi untuk biaya variabel per satuan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan. Menurut Riwayadi, (2017) biaya variabel dapat dibagi menjadi dua kategori berikut:

- a. Biaya variabel teknis (*engineered variable cost*)
Biaya variabel teknis adalah biaya yang memiliki hubungan erat dan nyata antara *input* dan *output*. Sebaliknya, juga akan meningkat secara proporsional dengan kenaikan *output*. Contoh biaya variabel teknis adalah biaya bahan baku.
- b. Biaya variabel diskresioner (*discretionary variable cost*)
Biaya variabel diskresioner adalah biaya yang memiliki hubungan erat, tetapi tidak nyata (*artificial*). Kenaikan *output* akan meningkatkan *input*. Namun, kenaikan *input* belum tentu meningkatkan *output*.

c) Biaya Semivariabel

Menurut Mulyadi, (2018) “Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan, biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.” Sedangkan menurut Siregar dkk., (2017) “Biaya semivariabel adalah yang memiliki karakteristik biaya variabel sekaligus biaya tetap”. Sebagian dari biaya ini berubah mengikuti perubahan aktivitas secara proporsional. Sementara, sebagian yang lain tidak berubah meski tingkat aktivitasnya berubah. Contoh dari biaya ini adalah biaya pegawai, listrik, telepon dan air, pemeliharaan dan perbaikan mesin, serta asuransi kesehatan.

Berdasarkan pengertian diatas bahwa pada biaya semivariabel terdapat komponen biaya tetap dan biaya variabel. Dalam analisis *break even point* biaya ini harus dipisahkan menurut unsur tetap dan unsur variabel.

2.2 Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

2.2.1 Pengertian Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Menurut Septiana, (2018) menyatakan bahwa: “Analisis *break even point* merupakan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan, dan volume aktivitas”. Masalah *break even point* baru akan muncul dalam perusahaan apabila perusahaan tersebut mempunyai biaya variabel dan biaya tetap. Menurut Kasmir, (2019) bahwa: “Analisis titik impas merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan”. Suatu perusahaan akan berada pada titik impas apabila dalam suatu periode aktivitas usaha, tidak memperoleh laba dan tidak juga menderita kerugian. Artinya, jika seluruh pendapatan yang diperoleh perusahaan dijumlahkan, maka jumlah tersebut akan sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikeluarkan.

Telah dipaparkan sebelumnya bahwa *break even point* adalah suatu keadaan bahwa jika seluruh pendapatan yang diperoleh perusahaan dijumlahkan, maka jumlah tersebut akan sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikeluarkan. Dapat dilihat bahwa syarat yang harus dipenuhi untuk dapat melakukan perhitungan *break even point* adalah harus terdapat biaya, yang dapat

diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Pemisahan antara kedua biaya ini harus secara cermat dan benar terhadap hasil perhitungan *break even point*.

2.2.2 Tujuan, Kelemahan dan Asumsi Dalam Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Penggunaan analisis titik impas bagi perusahaan memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan, dan produksi. Menurut Kasmir, (2019) penggunaan analisis titik impas memiliki 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; dan
- 6) Tujuan lainnya.

Menurut Harahap, (2018) kelemahan analisis titik impas (*break even point*) :

1. Asumsi yang menyebutkan harga jual konstan padahal kenyataannya harga kadang-kadang harus berubah sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.
2. Asumsi terhadap *cost*, penggolongan biaya tetap dan biaya variabel juga mengandung kelemahan. Dalam keadaan tertentu untuk memenuhi volume penjualan biaya tetap tidak bisa tidak berubah karena pembelian mesin-mesin atau peralatan lainnya. Demikian juga perhitungan biaya variabel perunit juga akan dapat dipengaruhi perubahan ini.
3. Jenis barang yang dijual tidak selalu satu jenis.
4. Biaya tetap juga tidak selalu tetap pada berbagai kapasitas.
5. Biaya variabel juga tidak selalu berubah sejajar dengan perubahan volume.

Mudah tidaknya perhitungan atau penutupan titik impas (*break even point*) tergantung pada konsep-konsep yang mendasari atau asumsi yang digunakan di dalamnya. Septiana, (2018) memaparkan tentang asumsi dasar yang digunakan dalam *break even point* yaitu:

1. Biaya yang terjadi dalam suatu perusahaan harus digolongkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.

2. Biaya variabel yang secara total berubah sesuai dengan perubahan volume, sedangkan biaya tetap tidak mengalami perubahan secara total.
3. Jumlah biaya tetap tidak berubah walaupun ada perubahan kegiatan, sedangkan biaya tetap per unit akan berubah-ubah.
4. Harga jual produk yang diproduksi dianggap selalu habis terjual.
5. Jumlah produk yang diproduksi dianggap selalu habis terjual.
6. Perusahaan menjual dan membuat satu jenis produk bila perusahaan membuat atau menjual lebih dari satu jenis produk maka “perimbangan hasil penjualan” setiap produk tetap.

2.2.3 Metode Perhitungan Titik Impas (*Break Even Point*)

Untuk melakukan perhitungan *Break Even Point*, maka dapat digunakan metode perhitungan, yaitu perhitungan *break even point* dengan pendekatan matematis dan grafik.

1. Analisis *Break Even Point* dengan Pendekatan Matematis

Analisis *break even point* dengan pendekatan matematis dilakukan berdasarkan pendapatan penjualan sama dengan pendapatan penjualan dikurangi dengan jumlah biaya. Dalam perhitungan *break even point* dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$\text{Pendapatan Penjualan} = \text{Biaya Variabel} + \text{Laba}$$

Atau

$$\text{Laba Bersih} = \text{Pendapatan Panjualan} - \text{Biaya Variabel} - \text{Biaya Tetap}$$

Menurut Kasmir (2019) persamaan di atas disederhanakan dengan rumus untuk menghitung *Break Even Point* dengan pendekatan matematis dilakukan dengan dua cara yaitu:

$$\text{Impas (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}}$$

$$\text{Impas (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Per Unit}}{\text{Harga Jual Per Unit}}}$$

Rumus *Break Even Point* tidak hanya dipakai untuk menentukan besarnya penjualan dalam keadaan *Break Even Point*, yang lebih penting rumus ini juga dapat digunakan untuk perencanaan laba yaitu menentukan tingkat penjualan pada laba yang dikehendaki atau yang direncanakan oleh perencanaan. Oleh karena itu, untuk perencanaan laba dapat dihitung dengan rumus menurut Mulyadi, (2001) sebagai berikut:

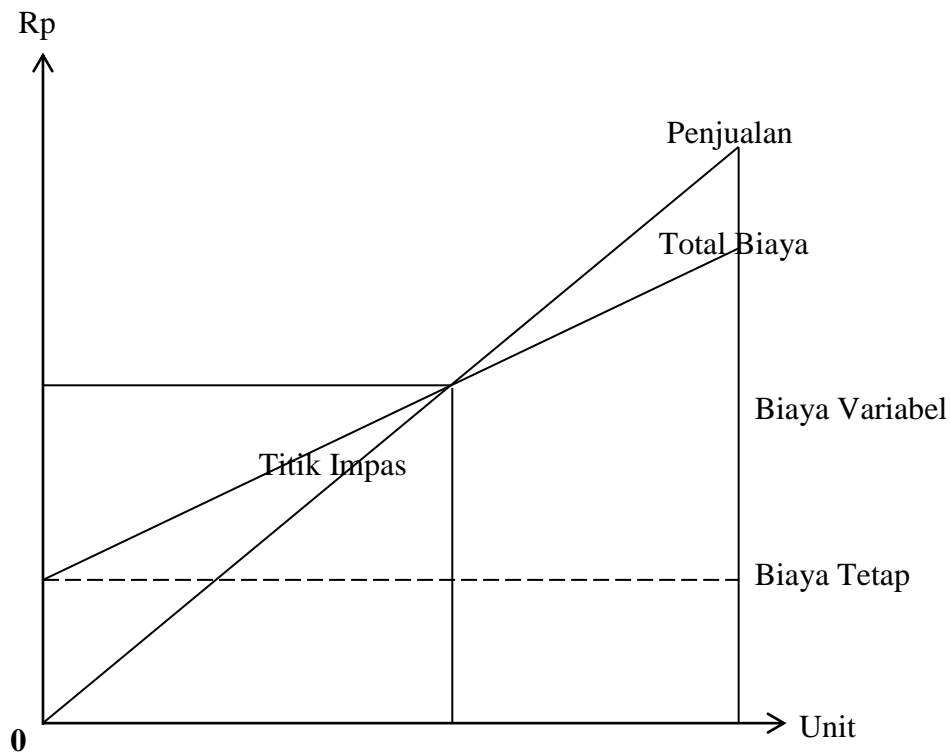
$$\text{Impas (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Diinginkan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

$$\text{Impas (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Diinginkan}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}}$$

2. Analisis *Break Even Point* dengan Pendekatan Grafis

Analisis *Break Even Point* dengan pendekatan grafis digambarkan dengan suatu grafik yang disebut bagan impas. Perhitungan *Break Even Point* dapat dilakukan dengan menentukan titik pertemuan atau titik potong antara garis pendapatan penjualan dengan biaya. Titik pertemuan tersebut merupakan titik impas.

Untuk menentukan titik impas, harus dibuat dengan sumbu datar (horizontal) yang menunjukkan volume penjualan, sedangkan sumbu tegak (vertikal) menunjukkan biaya dan pendapatan. Untuk lebih jelasnya, maka dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Sumber : (Kasmir, 2019)

Gambar 2.1 Grafik Analisis Titik Impas

Keterangan :

1. Sumbu X menggambarkan besarnya volume produksi atau penjualan
2. Sumbu Y menggambarkan besarnya biaya dan penghasilan penjualan
3. Pembuatan garis penjualan dilakukan dengan cara sebagai berikut:
 - a. Pada volume penjualan yang sama dengan nol dan pendapatan sama dengan nol
 - b. Garis lurus kemudian ditarik untuk menghubungkan titik $X = 0$ dan $Y = 0$
4. Pembuatan garis tetap dilakukan sebagai berikut : karena biaya tetap pada volume penjualan berapapun tidak mengalami perubahan dalam kapasitas tertentu
5. Titik impas terletak pada titik potong garis pendapatan penjualan dengan garis total biaya
6. Daerah sebelah kiri titik impas, yaitu bidang di antara garis total biaya dengan garis pendapatan penjualan merupakan daerah rugi, karena

pendapatan penjualan lebih rendah dari total biaya. Sedangkan daerah sebelah kanan titik impas, yaitu bidang diantara pendapatan penjualan dengan garis total biaya merupakan daerah laba, karena pendapatan penjualan lebih tinggi dari total biaya

2.2.4 Tingkat Keamanan (*Margin of Safety*)

Batas keamanan (*margin of safety*) merupakan hasil penjualan pada tingkat titik impas bila dibandingkan dengan penjualan yang dianggarkan atau penjualan pada tingkat tertentu, maka akan didapat informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. “Tingkat kewanaman (*margin of safety*) merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas” (Kasmir, 2019). Hubungan atau selisih penjualan yang dianggarkan atau tingkat penjumlahan tertentu dengan penjualan titik impas disebut dengan batas keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan.

Menurut Garrison, (2014) rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan adalah sebagai berikut:

1. Dinyatakan Dalam Unit

$$\text{Batas Keamanan} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan pada Titik Impas}$$

2. Dinyatakan Dalam Persentase

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Margin Pengaman Dalam Rupiah}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Suatu perusahaan yang mempunyai *Margin of Safety* yang besar akan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai *Margin of Safety* rendah. Hal ini dikarenakan dapat memberikan gambaran kepada manajemen berapa penurunan penjualan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi dan juga belum memperoleh laba.

2.3 Perencanaan Laba

Selain untuk menentukan titik dimana perusahaan tidak mendapatkan untung dan tidak mendapatkan rugi, analisis break even point dapat juga berfungsi sebagai dasar dalam perencanaan penjualan untuk memperoleh laba optimal atau dengan kata lain break even point dapat juga berfungsi sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan laba. Untuk mengukur berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditinjau dari kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, merupakan tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaan agar segala kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang dapat direncanakan cara menghadapinya sejak sekarang. Menurut Baris & Sondakh, (2014) “Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang”.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dinyatakan bahwa perencanaan laba itu diartikan sebagai pemutusan tindakan untuk mencapai keuntungan dari aktivitas tersebut, dengan perencanaan laba ini manajer dapat menentukan aktivitas perusahaan guna mencapai target laba yang sudah ditentukan oleh suatu perusahaan. Untuk mendapatkan laba yang diinginkan, perusahaan dapat menggunakan rumus untuk menentukan jumlah unit yang seharusnya dijual untuk mencapai laba yang diinginkan tersebut dengan menggunakan rumus Mulyadi (2001:236) sebagai berikut:

$$BEP (Rp) = \frac{Biaya Tetap + Laba yang Diinginkan}{1 - \frac{Biaya Variabel Per Satuan}{Harga Jual Per Satuan}}$$

$$BEP (Unit) = \frac{Biaya Tetap + Laba yang Diinginkan}{Harga Jual Per Satuan - Biaya Variabel Per Satuan}$$