

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Manajemen Produksi dan Operasi

Menurut Assauri (2016:2) Manajemen Operasi Produksi adalah manajemen dari suatu organisasi yang bertanggung jawab untuk kegiatan produksi barang dan/atas jasa. Peran manajemen operasi produksi merupakan fungsi inti dari suatu organisasi yang harus dimanage. Fungsi ini menggunakan upaya dalam menjalankan manajemen sistem atau proses untuk menciptakan barang dan/atau memberikan jasa.

Menurut Herjanto (2015:152) Manajemen Produksi dan Operasi adalah suatu proses yang secara berkesinambungan dan efektif yang menggunakan fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumberdaya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan.

Dapat disimpulkan bahwa Manajemen produksi dan operasi merupakan kegiatan mengatur dan mengelola sumber daya yang dimiliki suatu perusahaan dengan tepat melalui kerjasama di dalam proses produksi dalam rangka menciptakan suatu produk untuk mencapai tujuan tertentu.

2.2 Perencanaan

2.2.1 Pengertian Perencanaan

Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan berbagai alternatif tindakan, dan perumusan kebijakan. Perencanaan merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Menurut Batemen dan Snell (2014:15), “Perencanaan (*planning*) adalah proses penetapan tujuan yang akan dicapai dan memutuskan tindakan tepat yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan”.

Menurut Suandy (2015:2), Perencanaan secara umum merupakan proses penentuan tujuan organisasi (perusahaan) dan kemudian menyajikan (mengartikulasikan) dengan jelas strategi-strategi (program), taktik-taktik (tata cara pelaksanaan program) dan operasi (tindakan) yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

Dari pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa perencanaan adalah proses menentukan tujuan dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

2.2.2 Perencanaan Produksi

Menurut Assauri (2016:181) Perencanaan produksi (*production planning*) adalah perencanaan dan pengorganisasian sebelumnya mengenai orang-orang, bahan-bahan, mesin-mesin, dan peralatan lain serta modal yang diperlukan untuk memproduksi barang-barang pada suatu periode tertentu di masa depan sesuai dengan yang diperkirakan atau diramalkan.

Menurut Sipayung (2015), Perencanaan produksi merupakan perencanaan tentang produk apa dan berapa yang akan diproduksi oleh perusahaan yang bersangkutan dalam satu periode yang akan datang.

Dapat penulis simpulkan bahwa perencanaan produksi adalah serangkaian aktivitas untuk menentukan tentang berapa dan apa saja yang akan dilakukan dalam proses produksi barang.

2.2.3 Tujuan Perencanaan Produksi

Tujuan dari perencanaan produksi menurut Assauri (2016:181) adalah:

- a. Untuk mencapai tingkat/level keuntungan (*profit*) yang tertentu. Misalnya berapa hasil (*output*) yang diproduksi supaya dapat dicapai tingkat/level profit yang diinginkan dan tingkat persentasi tertentu dari keuntungan (*profit*) setahun terhadap penjualan (*sales*) yang diinginkan.
- b. Untuk menguasai pasar tertentu, sehingga hasil dan output perusahaan ini tetap mempunyai pangsa pasar (*market share*) tertentu.
- c. Untuk mengusahakan supaya perusahaan pabrik ini dapat bekerja pada tingkat efisiensi tertentu.
- d. Untuk mengusahakan dan mempertahankan supaya pekerjaan dan kesempatan kerja yang sudah ada tetap pada tingkatnya dan berkembang.
- e. Untuk menggunakan sebaik-baiknya (efisien) fasilitas yang sudah ada pada perusahaan yang bersangkutan.

2.2.4 Perencanaan Kapasitas

Menurut Heizer dan Render (2015:348), Perencanaan kapasitas biasanya didasarkan pada permintaan di masa mendatang. Jika permintaan barang dapat diramalkan dengan tingkat ketepatan yang cukup, maka penentuan kebutuhan kapasitasnya dapat langsung dilakukan.

Menurut Rangkuti (2015:94), Perencanaan Kapasitas Produksi adalah langkah pertama ketika sebuah organisasi memutuskan untuk memproduksi lebih banyak atau ingin membuat sebuah produk baru. Apabila ingin meningkatkan jumlah produksi yang sudah ada, organisasi itu perlu mengevaluasi kapasitas yang ada sebelumnya.

Menurut Handoko (2014:302), “Perencanaan kapasitas merupakan kegiatan penentuan dan pembaharuan kebutuhan-kebutuhan kapasitas”.

Dapat disimpulkan bahwa perencanaan kapasitas adalah keputusan strategi jangka panjang untuk membangun sumber daya perusahaan secara keseluruhan.

2.3 Laba

2.3.1 Pengertian Laba

Menurut Ardianto (2019:100), “Laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya, disebut juga pendapatan bersih atau *net earning*”.

Menurut Martini (2013:113), Laba merupakan pendapatan yang diperoleh apabila jumlah finansial (uang) dari aset neto pada akhir periode (di luar dari distribusi dan kontribusi pemilik perusahaan) melebihi aset neto pada awal periode.

Dapat disimpulkan bahwa laba adalah selisih lebih dari pendapatan dikurang seluruh beban yang sehubungan dengan kegiatan suatu usaha.

2.3.2 Pengertian Perencanaan Laba

Menurut Carter (2014:6), “Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan”.

Perencanaan laba merupakan pengungkapan keuangan dan naratif akan hasil yang diharapkan dari keputusan perencanaan, dimana dengan jelas dapat ditetapkan sasaran dalam bentuk waktu yang diperkirakan dan hasil keuangan yang diharapkan. Maydanny (2014).

Dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah rencana kerja yang akan dilakukan dan telah dipertimbangkan tentang harapan laba yang diharapkan di masa yang akan datang.

2.3.3 Manfaat Perencanaan Laba

Menurut Carter (2014:7), manfaat perencanaan laba adalah sebagai berikut:

- a. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah. Hal ini memungkinkan adanya peluang untuk menilai setiap segi operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program.
- b. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal ini dilakukan untuk menyelaraskan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita.
- c. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama dari semua tingkatan manajemen.

2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba

Menurut Mulyadi (2015:227), laba dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu sebagai berikut:

- a. Biaya, merupakan biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- b. Harga jual, yaitu akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
- c. Volume penjualan dan produksi, yaitu besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Oleh karena itu dalam perencanaan laba, hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan penting karena merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran.

Menurut Putong (2015:227), untuk menghitung perencanaan laba dapat didekati dengan cara:

Perencanaan laba = $(Q - Q_{BEP}) (P - \text{biaya variabel per unit})$

Selain itu, untuk menghitung perencanaan laba dalam unit dan rupiah dapat dirumuskan sebagai berikut:

a. Dalam Unit

$$Q = \frac{FC + \text{Laba yang diharapkan}}{P - V}$$

b. Dalam Rupiah

$$Q = \frac{FC + \text{Laba yang diharapkan}}{\frac{1 - V}{P}}$$

Dimana:

Q = Kuantitas Penjualan Produk

FC = Biaya Tetap

V = Biaya Variabel per Unit

P = Harga Jual per Unit

2.3.5 Jenis Perencanaan Laba

Menurut Carter (dalam Ariyanti dkk., 2014:4), Jenis perencanaan laba yaitu:

- 1) Rencana Laba Strategik (Jangka Panjang)
Rencana laba strategik jangka panjang merupakan suatu perencanaan perusahaan untuk jangka waktu yang relatif lama, yakni lebih dari satu tahun atau bahkan lebih dari lima tahun.
- 2) Rencana Laba Taktis (Jangka Pendek)
Rencana laba taktis merupakan perencanaan-perencanaan kegiatan tahunan suatu perusahaan.

2.3.6 Perencanaan Laba Jangka Pendek

Menurut Mulyadi (2015:227), Perencanaan laba mengindikasikan berhasil atau tidaknya perusahaan dalam meraih kesempatan di masa yang akan datang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu tugas manajemen untuk membuat

perencanaan kegiatan, yang pada intinya memutuskan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa akan datang.

Menurut Rachmina dan Sari (2017:133) Parameter dalam melakukan perencanaan laba jangka pendek adalah sebagai berikut:

1. Margin kontribusi (*Contribution Margin - CM*)
2. Titik impas (*Break Even Point - BEP*)
3. Margin pengamanan penjualan (*Margin of Safety - MOS*)
4. Titik penutupan usaha (*Shut Down Point - SDP*)
5. Operating Leverage (*Degree Operating Leverage - DOL*)

Oleh karena itu dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan penting karena merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran.

2.4 Biaya

2.4.1 Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi (2015:8), “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diatur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Menurut Sujarweni (2015:9), Biaya mempunyai dua pengertian yaitu penertian secara luas dan secara sempit. Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi atau baru direncanakan. Biaya dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva.

Berdasarkan pengertian biaya menurut para ahli di atas, penulis menyimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh barang atau jasa untuk tujuan tertentu.

2.4.2 Penggolongan atau Klasifikasi Biaya

Menurut Render dan Heizer (2015:358), biaya tetap adalah biaya yang akan berlanjut bahkan jika tidak ada unit yang diproduksi.

Contohnya meliputi depresiasi, pajak, dan pembayaran hipotek. Biaya variabel merupakan biaya yang bervariasi bergantung pada volume unit yang diproduksi. Komponen utama dari biaya variabel adalah tenaga kerja dan bahan material. Namun biaya lainya, misalnya bagian dari pemanfaatan yang volumenya bervariasi juga merupakan biaya variabel.

Menurut Mulyadi (2015:14), Penggolongan biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan volume kegiatan merupakan penggolongan biaya sesuai dengan aktivitas perusahaan terutama untuk tujuan perencanaan, pengendalian serta pengembangan keputusan. Berdasarkan perilakunya terhadap kegiatan perusahaan biaya dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Biaya tetap (Fixed cost), adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran perubahan volume kegiatan tertentu. Karakteristik biaya tetap adalah:
 - 1) Biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan sampai dengan tingkat tertentu.
 - 2) Pada biaya tetap, biaya persatuan akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya per satuan.
- b. Biaya Variabel (Variable Cost), merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan maka semakin tinggi pula total biaya variabel. Elemen biaya variabel ini terdiri atas: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung yang dibayar per buah produk atau per jam, biaya overhead pabrik variabel, biaya pemasaran variabel. Karakteristik biaya variabel adalah biaya persatuan dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.
- c. Biaya Semi Variabel, adalah biaya yang mempunyai unsur tetap dan variabel didalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah minimal untuk menyediakan produk dan jasa. Sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh kegiatan. Karakteristik biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan.

2.5 Break Even Point (BEP)

2.5.1 Pengertian Break Even Point (BEP)

Menurut Sujarweni (2017:121), Titik impas atau *Break Even Point* (BEP) adalah suatu kondisi dimana perusahaan dalam usahanya tidak mendapatkan untung maupun tidak menderita kerugian.

Menurut Harahap (2018:258), *break-even point* berarti suatu keadaan di mana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi, artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan. Total Biaya (Tetap dan Variabel) sama dengan Total Penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi.

Menurut Utari, dkk. (2014:224-225), “Titik impas adalah suatu kegiatan penjualan dimana perusahaan tidak mengalami kerugian dan tidak memperoleh laba”.

Dari pendapat para ahli diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa *Break Even Point* (BEP) adalah titik di mana pendapatan dan pengeluaran suatu usaha berada di posisi yang sama.

2.5.2 Pengertian Analisis *Break Even Point* (BEP)

Menurut Prastowo (2016:158), Analisis titik impas (*Break-even analysis*) adalah teknik analisis yang digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan komposisi produk yang diperlukan untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tertentu.

Menurut Mulyadi (2016:223), analisis impas adalah suatu cara untuk mengetahui berapa volume penjualan minimum agar supaya perusahaan tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba.

Menurut Harmono (2016), analisis *break even point* adalah sebuah metode yang berguna untuk para manajer supaya dapat dan mampu memastikan prediksi penjualan produk perusahaan yang memadai dan dapat menutup biaya produk atau jasa yang dihasilkan pada tingkat keuntungan yang ditargetkan.

Penulis menyimpulkan bahwa analisis *Break Even Point* (BEP) adalah proses perhitungan oleh suatu usaha untuk mengetahui titik impas di mana suatu usaha tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

2.5.3 Manfaat Analisis *Break Even Point* (BEP)

Menurut Kuswadi dalam Putri (2021:218), terdapat beberapa manfaat di dalam analisis *Break Even Point* (BEP) bagi manajemen perusahaan, diantaranya yaitu:

1. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain serta mengetahui laba rugi perusahaan.
2. Sebagai sarana merencanakan laba.
3. Sebagai alat pengendalian (*controlling*) kegiatan operasi yang sedang berjalan.
4. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual.
5. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kebijakn perusahaan misalnya menentukan usaha yang perlu dihentika atau yang harus tetap dijalankan ketika perusahaan dalam keadaan tidak mampu menutup biaya-biaya tunai.

Sementara menurut Kasmir (2022:336), Manfaat analisis *break-even point* yaitu:

1. Mendesain spesifikasi produk, analisis titik impas memberikan perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan. Hal ini disebabkan biaya sangat besar pengaruhnya terhadap harga. Dengan analsiis titik impas, kita dapat menguji terlebih dulu kelayakan suatu produk.
2. Menentukan harga jual per satuan
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian, dengan analisis titik impas perusahaan mampu menentukan batas jumlah produksi dalam kondisi tidak rugi dan tidak laba dari kapasitas produksi yang dimilikinya. Dengan demikian, akan memudahkan perusahaan untuk mempertimbangkan apakah harga jual sudah layak jika dikaitkan dengan biaya yang dikeluarkan dan kapasitas produk yang dimiliki.
4. Memaksimalkan jumlah produksi, dengan analisis titik impas, kita akan tahu, apakah jumlah produksi sudah maksimal atau belum. Tujuannya adalah agar jangan sampai ada kapasitas produksi yang menganggur. Kemudian perusahaan juga mampu menjaga agar memproduksi secara efisien.
5. Merencanakan laba yang diinginkan, dengan analisis titik impas perusahaan mampu merencanakan laba yang diinginkan dengan kapasitas produksi yang dimiliki. Besarnya laba dapat diukur dari batas minimal produk atau dari totoal rupiah yang diproduksi. Kemudian mampu merencanakan atau menentukan jumlah keuntungan setiap unit produksi yang dijual.
6. Tujuan lainnya

2.5.4 Kelemahan Analisis *Break Even Point* (BEP)

Disamping memiliki manfaat yang cukup banyak bagi pimpinan perusahaan, analisis *Break Even Point* (BEP) juga memiliki beberapa kelemahan.

Menurut Sofyan (2016:364), “Dalam pemakaian analisis ini kita harus menyadari keterbatasan yang dikandung model ini. Kelemahan tersebut adalah sebagai berikut”:

- a. Asumsi yang menyebutkan harga jual konstan padahal kenyataannya harga ini kadang-kadang harus berubah sesuai dengan kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran di pasar. Untuk menutupi kelemahan itu, maka harus dibuat analisis sensitivitas untuk harga jual yang berbeda.
- b. Asumsi terhadap cost. Penggolongan biaya tetap dan biaya variabel juga mengandung kelemahan. Dalam keadaan tertentu untuk memenuhi volume penjualan biaya tetap tidak bisa tidak harus berubah karena pembelian mesin-mesin atau peralatan lainnya. Demikian juga perhitungan biaya variabel per unit juga akan dapat dipengerahui oleh perubahan ini.
- c. Jenis barang yang dijual tidak selalu satu jenis.
- d. Biaya tetap juga tidak selalu tetap pada berbagai kapasitas.
- e. Biaya variabel juga tidak selalu berubah sejajar dengan perubahan volume.

2.5.5 Asumsi-Asumsi *Break Even Point* (BEP)

Banyaknya asumsi merupakan salah satu kelemahan yang mendasari titik impas, akan tetapi asumsi-asumsi harus dilakukan agar analisis ini dapat dilakukan secara tepat dan cepat. Oleh karena itu, para manager menganggap asumsi ini harus dilakukan dan ini merupakan salah satu keterbatasan analisis titik impas.

Menurut Kasmir (2017:338) asumsi-asumsi dan keterbatasan analisis titik impas adalah sebagai berikut:

- a. Biaya

Dalam analisis titik impas hanya digunakan dua macam biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Oleh karena itu, kita harus memisahkan dulu komponen antara biaya tetap dan biaya variabel. Artinya, mengelompokkan biaya tetap di satu sisi dan mengelompokkan biaya variabel di sisi lain. Dalam hal ini secara umum untuk memisahkan kedua biaya ini relatif sulit karena ada biaya yang tergolong semi variabel dan tetap. Untuk memisahkan biaya ini dapat dilakukan melalui dua pendekatan sebagai berikut.

 - 1) Pendekatan analisisis, yaitu kita harus meneliti setiap jenis dan unsur biaya yang terkandung satu per satu dari biaya yang ada beserta sifat-sifat biaya tersebut.

- 2) Pendekatan historis, dalam pendekatan ini yang harus dilakukan adalah memisahkan 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, kita menganggap biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu saja, biasanya kapasitas produksi yang dimiliki. Namun, untuk kapasitas produksi bertambah, biaya tetap juga menjadi lain. Contoh biaya tetap adalah seperti gaji, penyusutan aktiva tetap, bunga sewa atau biaya kantor, dan biaya tetap lainnya.
 - c. **Biaya Variabel (*Variable Cost*)**
Biaya variabel merupakan biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Artinya asumsi kita biaya variabel berubah-ubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Dalam hal ini sulit terjadi dalam praktiknya karena dalam penjualan jumlah besar akan ada potongan-potongan tertentu, baik yang diterima maupun diberikan perusahaan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, upah buruh langsung, dan komisi penjualan biaya variabel lainnya.
 - d. **Harga Jual**
Harga jual maksudnya dalam analisis ini hanya digunakan untuk satu macam harga jual atau harga barang yang dijual atau diproduksi.
 - e. **Tidak ada perubahan harga jual**
Artinya diasumsikan harga jual persatuan tidak dapat berubah selama periode analisis. Hal ini bertentangan dengan kondisi yang sesungguhnya, dimana harga jual dalam satu periode dapat berubah-ubah seiring dengan perubahan biaya-biaya lainnya yang berhubungan langsung dengan produk maupun tidak.

2.5.6 Langkah-Langkah Analisis *Break Even Point* (BEP)

Menurut Munawir (2016:185), “Dalam mencantumkan tingkat *break even*, maka biaya yang terjadi harus dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel”. Langkah-langkah dalam menentukan tingkat *break even* yaitu sebagai berikut:

a. Pengelompokan Biaya

Dalam perhitungan analisis *break even*, biaya dibagi menjadi sebagai berikut:

1) Biaya Tetap (*Fixed Cost = FC*)

Biaya tetap adalah biaya yang besar/jumlahnya tetap selama jangka waktu tertentu walaupun volume produksi berubah-ubah.

2) Biaya Variabel (*Variable Cost = VC*)

Biaya variabel adalah biaya yang besar/jumlahnya berubah-ubah secara proporsional dengan perubahan volume produksi. Total variabel biasa diformulasikan sebagai berikut:

$$VC = V \times Q$$

3) Total Biaya (*Total Cost = TC*)

Total biaya adalah biaya yang besar/jumlahnya merupakan penjumlahan biaya variabel dengan biaya tetap.

Total biaya dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$TC = VC + FC$$

4) Total Penghasilan (*Total Revenue = TR*)

Total penghasilan merupakan jumlah penghasilan yang diterima oleh perusahaan secara keseluruhan sebagai hasil penjualan produknya pada angka tertentu.

Total penghasilan biasa diformulasikan sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

P = Price/Harga

Q = Quantity/Kuantitas yang dijual

b. Penentuan Contribution Margin

Contribution margin merupakan bagian dari penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap. Contribution Margin sering juga disebut "Contribution to Fixed cost"

Contribution Margin sering diformulasikan sebagai berikut:

$$CM = 1 - \frac{VC}{s}$$

Keterangan:

s = sales/penjualan

c. Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan untuk menghitung *break even point*, yaitu pendekatan secara matematis dan pendekatan secara grafis. Dalam analisis *break even* ini dihitung menggunakan pendekatan matematis.

Menurut Kasmir (2022:342), berikut ini beberapa model rumus yang dapat digunakan dalam analisis titik impas:

1) Dengan Rumus Matematik

a. Analisis Titik Impas Dalam Unit

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}/\text{Unit}}$$

Di mana:

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

FC = Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

VC = Biaya Variabel Persatuan (*Variable Cost*)

P = Harga Jual Persatuan (*Price*)

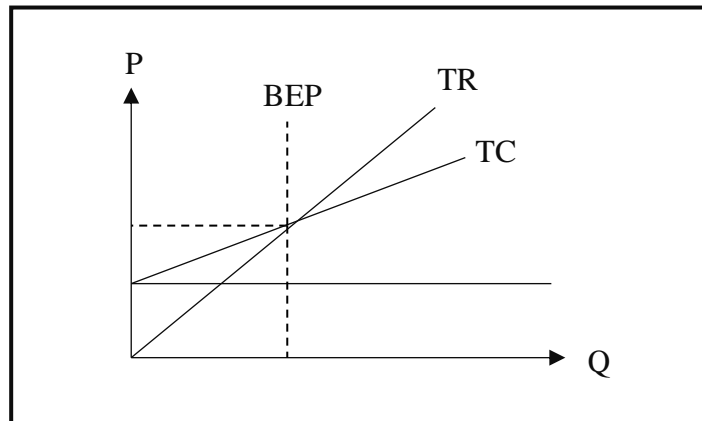
S = Jumlah Penjualan (*Sales Volume*)

b. Analisis Titik Impas Dalam Rupiah

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\frac{1 - \text{VC}}{\text{S}}}$$

2) Dengan Grafik

Analisis BEP dengan menggunakan pendekatan grafik dapat digambarkan dengan menggunakan grafik dimana garis pendapatan berpotongan dengan garis biaya pada titik peluang pokok (BEP). Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1 Grafik *Break Even Point* (BEP)

Sumber: Kasmir (2022:342)

Keterangan:

BEP = *Break Even Point*

TR = Total Revenue

TC = Total Cost

VC = Varibale Cost

FC = Fixed Cost