

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi. Ekuivalen kas adalah sumber non kas yang dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan.

Menurut Napisah (2024: 7) “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, biaya merupakan unsur penting yang diukur dalam satuan uang untuk mencapai tujuan tertentu yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan.

2.1.2 Pengklasifikasian Biaya

Pengklasifikasian biaya adalah proses pengelompokan atas elemen-elemen yang termasuk dalam biaya secara sistematis dan kelompok-kelompok tertentu yang lebih ringkas sehingga dapat mempermudah pihak manajemen dalam menganalisis data-data produksi yang akan dilaporkan suatu program kerja yang lebih terpadu dan dapat diandalkan. Umumnya pengklasifikasian biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan pengklasifikasian tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep: “*different costs for different purposes*”.

Menurut Oktavia (2023: 3) terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya, yaitu:

1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran Obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.
2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan Perusahaan industri memiliki tiga fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi umum. Perusahaan manufaktur mengelompokkan biaya menjadi tiga kelompok:

- a. Biaya produksi Merupakan biaya - biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
 - 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. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang dibiayai. Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:
- a. Biaya langsung (Direct Cost) Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.
 - b. Biaya tidak langsung (Indirect Cost) Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *Operasional* pabrik (factory *Operasional* cost).
4. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas. Biaya dapat digolongkan menjadi:
- a. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - b. Biaya semi variable adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
 - c. Biaya semifixed adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
 - d. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam volume kegiatan tertentu.
5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua: Pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.
- a. Pengeluaran modal (capital expenditures) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender).
 - b. Pengeluaran pendapatan (revenue expenditures) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

2.2 Break even point

2.2.1 Pengertian *Break even point*

Analisis break even point adalah salah satu bagian akuntansi manajemen karena *analisis break even point* merupakan salah satu cara dalam merencanakan laba perusahaan oleh pihak manajemen, dalam hal ini berhubungan dengan tingkat penjualan perusahaan dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. *Analisis break even point* memberikan informasi kepada pihak manajemen perusahaan mengenai berapa volume atau tingkat penjualan minimum yang harus dicapai perusahaan untuk mencapai titik *break even point* agar perusahaan tersebut tidak mengalami kerugian. Menurut Jubaedah (2020:2) persamaan yang digunakan yaitu analisis *Break even point* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Break even point (Q)} = \frac{F}{P-V}$$

Keterangan :

Q = Jumlah unit produksi yang dijual.

F = Biaya tetap

P = Harga jual per unit

V = Biaya variable per unit.

Penggunaan *rumus break even point* dimaksudkan :

- Untuk mengetahui biaya tetap dan biaya variable PT DI dalam memproduksi pesawat terbang.
- Untuk mengetahui volume produksi yang efisien pada PT DI.
- Untuk mengetahui berapa besar keuntungan yang diperoleh PT DI.

Menurut Aminus dan Sarina (2022: 3) *break even point* juga digunakan sebagai penentu penjualan minimal yang harus dicapai oleh perusahaan untuk mendapatkan laba yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga manajemen dapat mengetahui batas keamanan yang menyatakan sampai seberapa jauh volume penjualan yang dianggarkan boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi.

Menurut Rusmayanti (2021: 2), “Analisis titik impas (*break even point*) adalah informasi yang digunakan oleh manajemen untuk mendapatkan gambaran tentang tingkat volume penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian ataupun untung.”

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa yang dimaksud dengan *break even point* (titik impas) adalah suatu keadaan dimana jumlah pendapatan sama dengan biaya sehingga perusahaan tidak memperoleh laba ataupun tidak menderita kerugian.

2.2.2 Tujuan 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. Dari uraian diatas sebelumnya jelas bahwa terdapat beberapa keuntungan bagi para manajer dalam mengalami keputusan apabila mengetahui analisis titik impas. Misalnya dengan informasi tersebut, manajer mampu meminimalkan kerugian, memaksimalkan keuntungan, dan memprediksi keuntungan yang diharapkan.

Menurut Shinta (dalam Rahmi dkk, 2022) Penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa tujuan yang ini dicapai yaitu :

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual persatuan
3. Menentukan harga jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan laba yang diinginkan.

Dalam mendesain suatu produk, diperlukan suatu pedoman memberi arahan bagi manajemen untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga. 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 analisis titik impas, kita dapat menguji terlebih dahulu kelayakan suatu produk.

Penentuan harga jual persatuan, sangat penting agar harga jual dapat diterima pelanggan. Disamping pertimbangan biaya yang akan dikeluarkan, harga jual yang tidak realistis, perusahaan tidak akan mampu menutupi semua atau sebagian biaya yang dikeluarkan. Demikian pula jika memenuhi harga jual dari pesaing dan tidak diimbangi dengan kualitas dan pelayanan, perusahaan juga tidak akan mampu memaksimalkan penjualan seperti yang telah ditentukan. Maksud penentuan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian adalah agar perusahaan minimal agar perusahaan mampu menentukan batas

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 dimilikinya.

2.2.3 Manfaat *Break even point* (BEP)

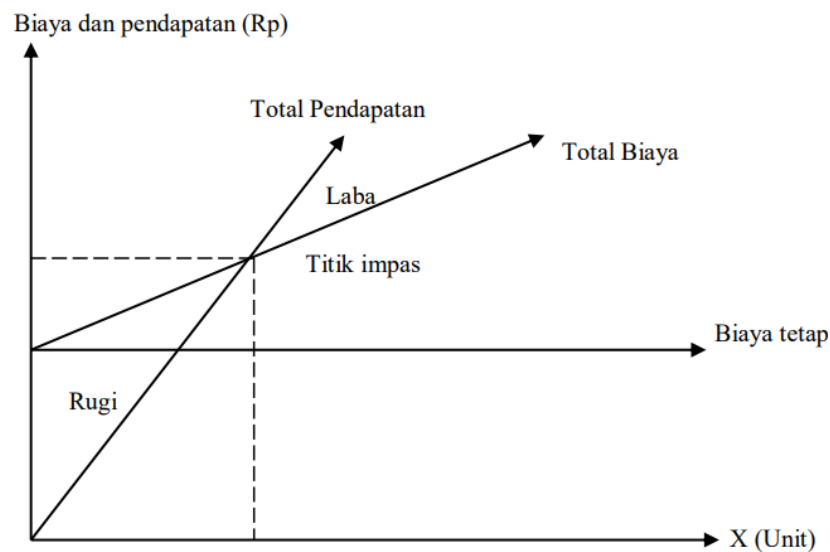
Menurut Shinta (dalam Rahmi dkk, 2022) Manfaat analisis *break even point* yaitu : Analisis Break even secara umum dapat memberikan informasi kepada pimpinan, bagaimana pola hubungan antara volume penjualan , cost/biaya, dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada level penjualan tertentu. Menurut Shinta Rahma diana (2021:76), Analisis *break even point* dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan mengenai hal-hal sebagai berikut :

1. Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
3. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
4. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh

2.2.4 Analisis *Break even point* (BEP) dengan Pendekatan Grafis

Analisis *break even point* dengan pendekatan grafis digambarkan dengan suatu grafik yang disebut bagan impas, menjelaskan hubungan antara volume penjualan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan serta laba. Selain itu, untuk mengetahui biaya tetap dan biaya variabel dan tingkat kerugian perusahaan. Perhitungan ini dapat dilakukan dengan menentukan titik pertemuan atau titik potong antara garis pendapatan penjualan dengan biaya. Titik pertemuan tersebut merupakan titik impas (*break even point*).

Untuk menentukan titik impas, harus dibuat dengan sumbu datar (horizontal) yang menunjukkan volume penjualan, sedangkan sumbu tegak (vertikal) menunjukkan biaya dan pendapatan. Berikut penjelasan mengenai grafik *break even point* menurut Mulyadi (2016: 242):



Sumber: Fitriani (2023:8)

Gambar 2. 1
Grafik *Break even point*

Poin Keterangan :

1. Sumbu data (X) menunjukkan volume penjualan yang dapat dinyatakan dalam satuan kuantitas atau rupiah pendapatan penjualan.
2. Sumbu tegak (Y) menunjukkan pendapatan penjualan dan biaya dalam rupiah.
3. Pembuatan garis penjualan dilakukan dengan cara sebagai berikut: Pada volume penjualan yang sama dengan nol dan pendapatan sama dengan nol. Garis lurus kemudian ditarik untuk menghubungkan titik $X = 0$ dan $Y = 0$
4. Pembuatan garis tetap dilakukan karena biaya tetap pada volume penjualan berapapun tidak mengalami perubahan dalam kapasitas tertentu.
5. Impas adalah terletak pada titik potong garis pendapatan penjualan dengan garis 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.

Analisis *Break even point* disebut juga Cost Volume Profit Analysis. Arti penting analisis *break even point* bagi manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan keuangan adalah sebagai berikut, yaitu :

1. Guna menetapkan jumlah minimal yang harus diproduksi agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Penetapan jumlah penjualan yang harus dicapai untuk mendapatkan laba tertentu.

3. Penetapan seberapa jauhkan menurunnya penjualan bisa ditolerir agar perusahaan tidak menderita rugi.

Titik impas (break even) berlandaskan pada pernyataan sederhana, berapa besarnya unit produksi yang harus dijual untuk menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut. *Break even point* adalah suatu keadaan impas yaitu apabila telah disusun perhitungan laba dan rugi suatu periode tertentu, perusahaan tersebut tidak mendapat keuntungan dan sebaliknya tidak menderita kerugian. Menurut Harahap *Break even point* berarti suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga 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.

Langkah pertama 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 biasanya ditetapkan berdasarkan kontrak, misalnya sewa gudang. Sedangkan biaya variabel tergantung langsung dengan penjualan, bukan fungsi dari waktu, misalnya biaya angkut barang. (Maram, 2024).

Seperti yang telah diuraikan diatas bahwa satu kelemahan analisis titik impas adalah karena banyaknya asumsi yang mendasari analisis ini. Akan tetapi, asumsi-asumsi ini memang harus dilakukan jika kita mau analisis ini dapat dilakukan secara tepat. Kemudian, dengan asumsi-asumsi ini, analisis titik impas dapat dilakukan secara tepat dan akurat. Hanya saja asumsi-asumsi yang dilakukan terkadang terlalu memaksa dan pertanggung jawabanya sering diambangkan. Oleh karena itu para menejer bahwa asumsi ini tetap dilakukan dan ini merupakan salah satu keterbatasan analisis titik impas bila kita mau menggunakannya.

Menurut Wahyuni dkk (2021:2) adapun Elemen dan keterbatasan analisis titik impas adalah sebagai berikut :

1. 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. Arti mengelompokan biaya tetap disuatu sisi dan mengelompokan biaya di sisi

lain. Dalam hal ini secara umum untuk memisahkan kedua biaya ini relative sulit karena ada biaya yang tergolong seni variabel dan tetap.

Untuk memisahkan biaya ini dapat melalui dua pendekatan seperti pendekatan anlitis yaitu harus meneliti setiap jenis dan unsure biaya yang terkandung satu per satu dari biaya yang ada beserta sifat-sifat biaya tersebut. Pendekatan historis, dilakukan dengan memisahkan biaya tetap dengan biaya variabel berdasarkan angka-angka dan data biaya masa lampau.

2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetep merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan walaupun ada perubahan volume produksi ataupun penjualan. Artinya kita menganggap biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu, biasanya kapasitas produksi yang dimiliki, namun, untuk kapasitas bertambah, biaya tetap juga menjadi lain. Contoh biaya tetap adalah seperti gaji, penyusutan aktifa tetap, bunga, sewa atau biaya kantor.

3. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel merupakan biaya secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Artinya asumsi kita biaya variabel berubah-ubah secara sebanding (proposional) dengan perubahan volume produksi penjualan. Dalam hal ini sulit terjadi dalam praktiknya karena dalam penjualan jumlah besar aka nada potonganpotongan tertentu, baik yang diterima maupun diberikan perusahaan Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, upah buruh langsung, dan kondisi penjualan biaya variabel lainnya

4. Total Pendapatan

Total biaya (tetap atau variabel) sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba atau tidak ada rugi”

5. Laba dan kerugian

Daerah rugi dimana garis jumlah biaya diatas garis penjualan atau dengan kata lain jumlah biayanya lebih besar daripada jumlah penjualan. Daerah laba sebaliknya, dimana garis penjualan diatas atau lebih besar dari pada garis jumlah biaya. Bila $Sales (S) - Total Cost = Laba (\pi)$ dan $FC + VC = Total Cost$ (Fitriani dan Sumarni, 2023:8).

Artinya diasumsikan harga jual persatuan tidak dapat berubah selama periode analisis. Hal ini bertentangan dengan kondisi yang sesungguhnya, dimana harga jual suatu priode dapat diubah-ubah seiring dengan perubahan biaya-biaya lainnya yang berhubungan langsung dengan produk maupun tidak.

2.4.5 Analisis *Break even point* dalam Perencanaan Laba

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. Menurut Jubaedah, (2020:3) penjualan yang diinginkan bisa dicari sebagai berikut :

$$\frac{\text{Total Margin fixed cost} + \text{Profit Objective}}{\frac{C}{M} \text{ ratio}}$$

1. *Total Margin Fixed Cost*

Margin Fixed cost adalah sebagai besar biaya tetap yang terjadi dari kepemilikan perusahaan, organisasi pokok, dan juga peralatan di dalamnya.

2. *Profit Objective*

Tujuan keuntungan (profit objective) adalah tujuan utama yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan, yaitu memaksimalkan keuntungan. Keuntungan didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan dan pengeluaran. Dengan kata lain, perusahaan ingin mendapatkan penghasilan sebanyak mungkin setelah semua biaya dikurangkan.

3. *CM Ratio*

Rasio margin kontribusi (CM ratio) adalah rasio yang menunjukkan persentase pendapatan yang tersisa setelah dikurangi biaya variabel. Biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah sesuai dengan tingkat aktivitas perusahaan. Contohnya, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan komisi penjualan.

2.3 **Asumsi Penggunaan Analisis *Break even point***

Dalam penggunaan analisis *break even point* tentunya tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasannya, yang berarti harus menggunakan asumsi-asumsi tertentu. Menurut Manuho dkk (2021: 5) Analisis BEP berguna apabila beberapa asumsi dasar dipenuhi. Dalam kenyataan yang sebenarnya lebih banyak asumsi yang tidak dapat dipenuhi. Namun demikian perubahan asumsi ini tidak mengurangi validitas dan kegunaan analisa BEP sebagai suatu alat bantu pengambilan keputusannya saja diperlukan suatu modifikasi tertentu dalam penggunaannya. Kelemahan dari analisa BEPantarlainhanya 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 kondisi saat ini, kebanyakan perusahaan menciptakan banyak produk untuk meningkatkan daya saingnya mereka sehingga penerapan analisa BEP menjadi sulit. Asumsi lainnya adalah harga jual persatuan barang, jumlah satuan barang yang dijual, atau harga secara umum tidak mengalami perubahan.

Analisa BEP memiliki jangka waktu penerapan 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 tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan operating cost sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa BEP agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga. Menghitung BEP dapat menggunakan metode persamaan, metode kontribusi unit, maupun metode grafis.

2.4 Metode Perhitungan *Break even point*

Untuk melakukan perhitungan *break even point*, maka dapat digunakan metode perhitungan, yaitu perhitungan *break even point* dengan pendekatan matematis dan perhitungan *break even point* dengan perhitungan grafis.

Analisis *Break even point* dengan Pendekatan Matematis Menurut Susanti (2021: 21) menyatakan bahwa dalam menghitung *break even point* yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut:

$\begin{aligned} \text{Penjualan} &= \text{Total Biaya Variabel} + \text{Total Biaya Tetap} \\ \text{Total Margin Kontribusi} &= \text{Total Biaya Tetap} \end{aligned}$
--

Titik impas terjadi ketika jumlah penjualan sama dengan jumlah biaya variabel ditambah dengan biaya tetap. Kondisi titik impas juga dapat terjadi ketika total margin kontribusi sama dengan total biaya tetap. Ada dua cara menghitung yang relatif cepat dengan menggunakan rumusan baku untuk menghitung penjualan (dalam unit dan rupiah) dalam kondisi titik impas. Berikut ringkasan formulanya:

1. Atas dasar unit :

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

Atau dengan rumus lain

$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

2. Atas dasar rupiah :

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

Atau dengan rumus lain

$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

Rumus *break even point* tidak hanya dipakai untuk menentukan besarnya penjualan dalam keadaan *break even point*, yang lebih penting rumus *break even point* 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 sebagai berikut :

Target laba dapat dihitung dari selisih antara total margin kontribusi dengan total biaya tetap.

$$\begin{aligned} \text{Penjualan} &= \text{total beban variabel} + \text{total beban tetap} + \text{target laba} \\ \text{Target laba} &= \text{Total margin kontribusi} - \text{Total biaya tetap} \end{aligned}$$

Ada metode perhitungan yang relatif cepat dengan menggunakan formula baku untuk menghitung penjualan (dalam unit dan rupiah) dalam kondisi target laba. Metode perhitungan ini dilakukan dengan menyesuaikan rumus perhitungan sebelumnya. Berikut ringkasan formulanya:

3. Atas dasar unit :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Penjualan (Unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target laba}}{\text{Harga Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}} \\ &\text{Atau dengan rumus lain} \\ &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}} \end{aligned}$$

4. Atas dasar rupiah :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Penjualan (Rupiah)} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}} \\ &\text{Atau dengan rumus lain} \\ &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}} \end{aligned}$$

2.5 Hubungan BEP dengan Perencanaan Laba

Perencanaan merupakan proses awal sebelum melakukan kegiatan usaha, tanpa perencanaan maka kegiatan usaha tidak berjalan terarah dan tidak mempunyai tujuan yang pasti. Untuk itu perencanaan merupakan hal penting dalam mengambil keputusan.

Pada perencanaan laba maka pihak manajer industri akan mudah dalam pengambilan keputusan, dapat memperkirakan anggaran yang dibutuhkan, mengetahui kesalahan yang mungkin muncul. Hal itu dapat dilihat dari pengalaman masa lalu serta dengan perencanaan laba yang dapat merangsang atau memacu menuju persaingan yang lebih ketat melalui efektivitas dan efisiensi.

Anggaran merupakan masalah utama yang dibahas dalam perencanaan laba sebab anggaran tersebut meliputi seluruh biaya-biaya yang ada dalam industri, harga jual yang harus ditentukan dan berapa volume penjualan produk tersebut. Diantara tiga hal itu yang meliputi biaya, harga jual, dan volume penjualan tidak

bisa dipisahkan antara satu dengan yang lain, sebab harga jual ditafsirkan berdasarkan biaya dan volume penjualan yang dihasilkan pada harga jual walaupun juga harus melihat bagaimana situasi pasar tetapi pasar tersebut juga melihat harga jual yang ditetapkan industri. Selain itu kualitas produk yang dibebankan pada biaya industri, maka akan dihasilkan berapa anggaran industri yang dapat digunakan untuk menentukan berapa besar laba yang diinginkan. Dalam hal ini perlu adanya teknik atau cara agar laba tersebut dapat diperoleh seefektif dan seefisien mungkin, untuk itu perlu diterapkan analisa *Break even point* (BEP).

Analisa *Break even point* dengan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisa titik impas dan perencanaan laba sama-sama berbicara dalam hal anggaran atau di dalamnya mencakup anggaran yang meliputi biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang kesemua itu mengarah ke perolehan laba. Untuk itu dalam perencanaan perlu penerapan atau menggunakan analisa *Break even point* untuk perkembangan ke arah masa datang dan perolehan laba. Selain itu analisa titik impas dapat dijadikan tolak ukur untuk menaikkan laba atau untuk mengetahui penurunan laba yang tidak mengakibatkan kerugian pada industri.

2.6 Bauran Penjualan (*Sales Mix*)

Bagi perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk maka dalam menghitung *break even point* harus terlebih dahulu dihitung bauran penjualannya. Penetapan suatu bauran penjualan tertentu memungkinkan untuk mengonversi masalah multiproduk ke produk tunggal.

Bauran penjualan (*sales mix*) merupakan komposisi relatif penjualan produk perusahaan. Analisis terbatas pada satu jenis produk. Apabila perusahaan menjual lebih dari satu jenis produk, dianggap bahwa kombinasi penjualannya adalah konstan. Kombinasi penjualan/ bauran penjualan (*sales mix*) merupakan komposisi relatif penjualan produk perusahaan.

Maka dapat disimpulkan bahwa bauran penjualan (*sales mix*) merupakan kombinasi relatif dari produk-produk yang dijual perusahaan yang harus diperhitungkan nilainya terlebih dahulu sebelum dihitung menggunakan analisis *break even point* produk tunggal.

2.7 Degree of Operating Leverage

1. Pengertian *Operating Leverage*

Operating Leverage atau leverage operasi terjadi karena perusahaan dalam beroperasi menggunakan aktiva tetap sehingga harus menanggung biaya tetap. Berikut beberapa pengertian dari operating leverage dari beberapa pendapat.

Operating Leverage berkenaan dengan hubungan antara hasil penjualan dengan tingkat pendapatan sebelum pembayaran bunga dan pajak.

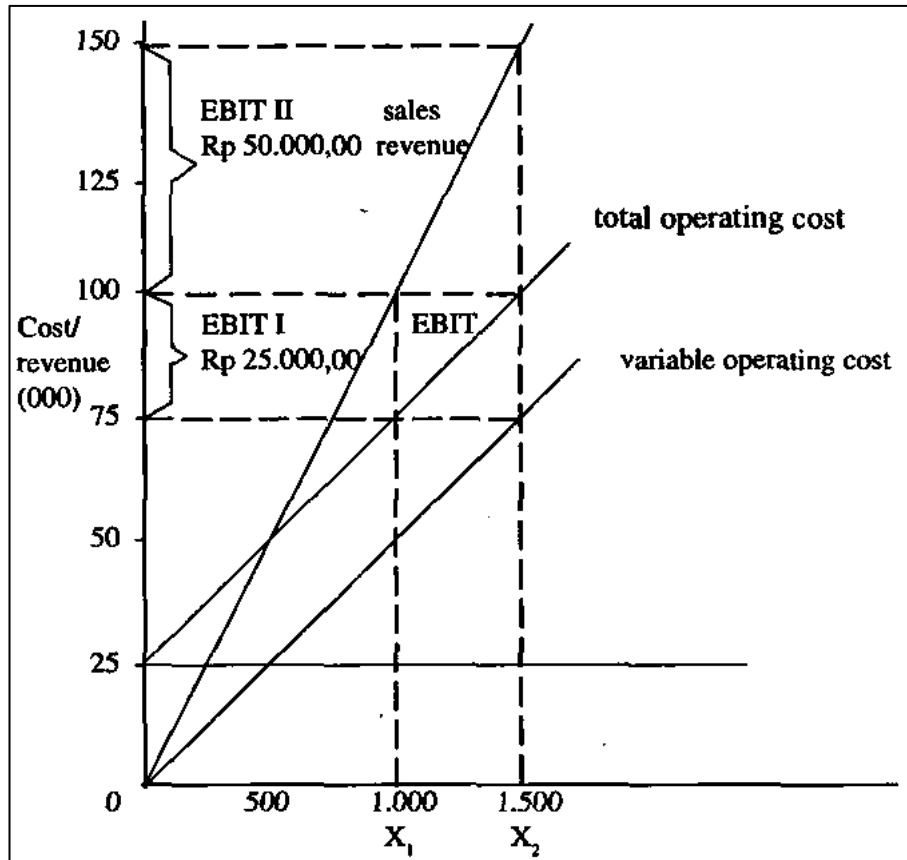
Operating Leverage atau *Leverage Operasi* adalah penggunaan aktiva yang menyebabkan perusahaan harus menanggung biaya tetap berupa penyusutan. Penggunaan leverage operasi oleh perusahaan diharapkan agar penghasilan yang diperoleh atas penggunaan aktiva tetap tersebut cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel.

2. Kegunaan *Degree of Operating Leverage*

Operating leverage menunjukkan seberapa besar biaya tetap digunakan dalam operasi perusahaan jika sebagian besar dari total perusahaan adalah biaya tetap, maka dikatakan bahwa leverage operasi tersebut tinggi. (Margaetha, 2021:47).

Operating leverage timbul karena adanya fixed operating cost yang digunakan di dalam perusahaan untuk menghasilkan income. Fixed operating cost tidak berubah dengan adanya perubahan volume penjualan.

Dengan demikian operating leverage dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan di dalam menggunakan fixed operating cost untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap earning before interest and taxes (EBIT).



Sumber: Fitriani (2023:8)

Gambar 2. 2

Analisis Break Even Point dan Operating Leverage

Gambar diatas menyajikan grafik *Break even point* dengan menggunakan data sebagai berikut ini:

Harga Jual per Unit (P) = Rp100

Variabel Operating Cost (V) = Rp50

Fixed Operating Cost (F) = Rp25.000

3. Pengukuran Tingkat Operating Leverage (DOL)

Tingkat *Operating Leverage* atau yang biasa dikenal dengan istilah “*degree of operating leverage*” (DOL) dapat diukur dengan menggunakan formula sebagai berikut:

$$DOL = \frac{\text{Persentase Perubahan EBIT}}{\text{Persentase Perubahan Penjualan}}$$

$$\text{Kasus 1} = \frac{+100\%}{+50\%} = 2$$

$$\text{Kasus 2} = \frac{-100\%}{-50\%} = 2$$

Oleh karena perubahan dalam kasus 1 dan 2 di atas lebih besar dari 1 maka berarti dalam hal ini terdapat operating leverage.

Cara lain untuk menghitung tingkat atau degree of operating leverage adalah dengan mengumpamakan X sebagai tingkat penjualan semula atau dasar dalam mengadakan perhitungan. Dengan demikian akan didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$\text{DOL pada tingkat penjualan X} = \frac{X (P-V)}{X (P-V) - F}$$