BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Perencanaan Laba dan Manfaatnya

2.1.1 Pengertian Perencanaan Laba

Menurut (Fauzi dkk, 2024) Perencanaan laba, atau yang disebut juga *profit planning*, merupakan proses pengembangan rencana operasional yang bertujuan untuk mencapai tujuan dan aspirasi perusahaan. *Profit* memiliki peran penting dalam perencanaan ini karena inti dari rencana adalah mencapai *profit* yang memuaskan.

(Purwaji dkk, 2016:4) "Perencanaan adalah proses penetapan tujuan yang akan dicapai di masa yang akan datang, baik tujuan yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang". Perencanaan laba (Pangemanan, 2016) adalah perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan yaitu memperoleh laba

Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan di atas dapat diketahui bahwa perencanaan laba merupakan pandangan ke depan untuk mewujudkan tujuan dalam menciptakan nilai tambah ekonomis sumber daya perusahaan. Perencanaan laba berguna membantu manajemen dalam pengambilan keputusan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang demi tercapainya tujuan perusahaan.

2.1.2 Manfaat Perencanaan Laba

Penyusunan perencanaan laba perusahaan sangat besar manfaatnya bagi seorang manajer. Menurut (Nursanty dkk, 2022:94) manfaat perencanaan laba adalah

a. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yanag disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.
b. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manejemen
c. Perencanaan laba meningkatkan kordinasi. Hal tersebut memberikan suatu cara untuk menyelesaikan usaha-usaha dalam mencapai cita
d. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manejemen.

e. Perencanana laba menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan individu

2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Biaya menurut (Harahap, 2022:56) “adalah pengorbanan yang dilakukan dengan berkurangnya asset atau bertambahnya kewajiban dalam proses produksi yang dihitung dalam satuan keuangan”. Biaya adalah pengorbanan untuk memperoleh harta, sedangkan beban merupakan pengorbanan untuk memperoleh pendapatan (Massie, dkk 2018). Semua aktivitas dapat diukur dengan satuan uang yang lazim disebut biaya dalam dunia bisnis. Biaya adalah semua pengorbanan yang dilakukan dalam memproduksi suatu barang yang kemudian dilakukan proses pencatatan, penggolongan dan peringkasan serta penyajian biaya-biaya yang merupakan pengertian dari akuntansi biaya (Febriana dan Londong, 2016)

Berdasarkan pengertian di atas dapat dinyatakan defenisi dari biaya adalah nilai tukar yang dikorbankan yang diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa, yang diharapkan memberi manfaat untuk saat ini atau di masa yang akan datang.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Pengklasifikasian biaya adalah proses pengelompokan elemen-elemen yang termasuk ke dalam biaya secara sistematis dalam kelompok tertentu yang lebih ringkas sehingga dapat mempermudah pihak manajemen dalam menganalisis serta mengklasifikasikan biaya yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Berdasarkan hubungannya dengan perubahan volume kegiatan perusahaan, (Mulyadi, 2016: 96) biaya dapat digolongkan menjadi:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran. Obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya.
2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok. Dalam 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.
   b. Biaya pemasaran.
   c. Biaya administrasi dan umum.

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*).
   b. Biaya tidak langsung (*Indirect Cost*).
4. Penggolongan biaya menurut perilakunya. Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas. Biaya dapat digolongkan menjadi:
   a. Biaya variabel.
   b. Biaya semivariabel.
   c. Biaya semifixed.
   d. Biaya tetap.
5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya. Atas dasar jangka waktu dan manfaatnya dapat dibagi menjaadi 2
   a. Pengeluaran modal.
   b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*).

2.3 Pengertian *Break Event Point* dan Tujuannya

2.3.1. Pengertian *Break Event Point*

Suatu perusahaan akan berada pada titik *Break Even Point* apabila dalam suatu periode aktivitas usaha, tidak memperoleh laba dan tidak juga menderita kerugian. Artinya, jika dijumlahkan seluruh pendapatan yang diperoleh perusahaan, maka jumlah tersebut akan sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikeluarkan.

BEP adalah suatu keadaan impas, yaitu apabila telah disusun perhitungan laba dan rugi suatu periode tertentu, perusahaan tidak mendapat keuntungan dan tidak menderita rugi (Maruta, 2018). “Titik impas atau BEP adalah suatu kondisi dimana perusahaan dalam usahanya tidak mendapatkan untung maupun tidak menderita kerugian” (Sujarweni, 2017:139).

2.3.2 Tujuan *Break Event Point*

Analisis BEP sangat berguna sebagai alat ukur untuk mengambil sebuah keputusan bagi seorang manajemen, berikut ini beberapa tujuan dari analisis BEP menurut beberapa ahli. (Kasmir, 2017:334) Penggunaan titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual persatuan

3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan laba yang diinginkan

Dalam mendesain produk, diperlukan suatu pedoman yang memberikan arah bagi manajemen untuk mengambil suatu keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga. Analisis titik impas memberikan perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan. Tujuan untuk mencari titik impas (Sujarweni, 2017:122) adalah:

1. Mencari tingkat aktivitas dimana penjualan = biaya
2. Menunjukan suatu sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan
3. Mengawasi kebijakan penentuan harga
4. Memungkinkan perusahaan mengetahui apakah beroperasi dekat / jauh dari titik impas.

2.4 Asumsi Asumsi Dasar dan Metode Perhitungan BEP

2.4.1 Asumsi Asumsi Dasar Dalam 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 BEP. Asumsi dan beberapa keterbatasan analisis titik impas (Kasmir, 2017:338) sebagai berikut:

1. Penentuan Biaya
   Dalam analisis titik impas hanya digunakan dua macam biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Untuk memisahkan biaya ini dapat dilakukan melalui dua pendekatan sebagai berikut :
   a. Pendekatan analitis, yaitu kita harus meneliti setiap jenis dan unsur biaya yang terkandung satu per satu dari biaya yang ada, beserta sifat-sifat dari biaya tersebut.
   b. Pendekatan historis. Dalam hal ini harus dilakukan adalah dengan memisahkan biaya tetap dan variabel berdasarkan angka-angka dan data biaya masa lampau.
2. Biaya tetap. Biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batas tertentu). Artinya, jika kita menganggap biaya

tetap konstan sampai kapasitas tertentu saja, biasanya kapasitas produksi yang dimiliki.

3. Biaya variabel. 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 dan penjualan.
4. Harga jual. Harga jual maksudnya dalam analisis hanya digunakan untuk satu macam harga jual atau harga barang yang dijual atau diproduksi.
5. 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 berurbahubah seiring dengan perubahan biaya-biaya lainya yang berhubungan langsung dengan produk maupun tidak.

2.4.2 Metode Perhitungan BEP

Mencari BEP dapat digunkan dalam beberapa model rumus. Pemakaian rumus dapat dilakukan sesuai dengan keinginan dan tujuan pemakaian. Hanya saja setiap rumus memiliki keuntungan dan kelebihannya masing-masing. Menurut (Garsion dkk, 2018:224) metode perhitungan BEP dapat dihitung dengan menggunakan metode rumus:

1. Atas Dasar Unit Penjualan

   Ditinjau dari per satuan produk atau barang yang dijual, maka setiap satuan barang memberikan kontribusi (*margin*) yang sama besarnya untuk menutup biaya tetap atau laba. Dalam keadaan *break even point*, maka dengan membagi jumlah biaya tetap dengan margin per satuan barang akan diperoleh jumlah satuan barang harus dijual sehingga perusahaan tidak mengalami rugi ataupun laba.

   $$\text{BEP dalam unit penjualan} = \frac{\text{Target Laba+Beban Tetap}}{\text{Margin Kontribusi}}$$

   $$= \frac{\$0+\textit{B}\text{eban Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}}$$

   $$= \frac{\text{Beban Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Beban Variabel per Unit}}$$

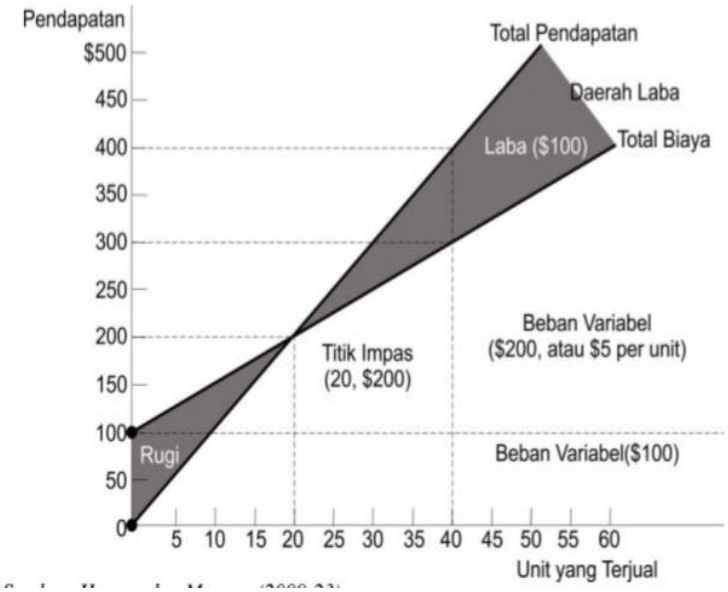
2. Atas dasar Nilai Penjualan

   $$\text{BEP dalam nilai penjualan} = \frac{\text{Target Laba+Beban Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

   $$= \frac{\$0+\text{Beban Tetap}}{1-\text{Rasio Beban Variabel}}$$

   $$= \frac{\text{Biaya Tetap}}{1-\frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

Penentuan *Break Even Point* dapat pula dilakukan dengan grafik atau gambar. Dengan grafik BEP manajemen akan dapat mengetahui hubungan antara biaya, penjualan (volume penjualan) dan laba. Selain itu manajemen dapat mengetahui besarnya biaya yang tergolong biaya tetap dan biaya variabel serta dapat mengetahui tingkat-tingkat penjualan yang sudah menimbulkan laba, atau besarnya laba atau rugi pada suatu tingkat penjualan tertentu. Grafik BEP dengan pendekatan grafis merujuk pada (Mowen dkk, 2018:23).



Sumber: Hansen dan Mowen (2018)

Gambar 2. 1
Grafik Break Event Point

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik *Break Even Point* berada di titik potong antara garis penjualan dan garis jumlah biaya. Bagian rugi dapat dilihat di bagian bawah dari titik *Break Even Point* sedangkan bagian laba berada di bagian atas titik BEP.

2.5 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi *Break Event Point*

Analisa BEP dapat berubah dengan adanya faktor-faktor tertentu. Menurut (Munawir, 2014:211) faktor-faktor yang dapat merubah titik BEP yaitu:

1. Perubahan Biaya Tetap. Perubahan jumlah biaya tetap akan mengakibatkan perubahan jumlah biaya secara keseluruhan pada berbagai

tingkat penjualan akan berubah pula, dengan perubahan jumlah biaya maka besarnya penjualan pada tingkat akan berubah pula.

2. Kenaikan Biaya Variabel. Dengan adanya kenaikan biaya variabel maka jumlah biaya juga akan berubah begitu pula besarnya penjualan pada tingkat *Break Even Point* juga akan berubah.
3. Perubahan Komposisi Penjualan. Analisa *Break Even Point* atau analisa biaya, volume dan laba yang diuraikan di muka selalu terapkan untuk satu macam barang atau dengan anggapan bahwa perusahaan hanya memproduksi dan menjual satu macam barang atau secara total. Apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu macam barang, maka analisa *Break Even Point* dapat pula diterapkan untuk seluruh barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan beberapa faktor diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Break Even Point* dapat berubah seiring dengan adanya perubahan biaya tetap, kenaikan biaya variabel dan perubahan komposisi penjualan yang terjadi di dalam perusahaan.

2.6 BEP Multi Produk

Bagi perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk maka dalam menghitung titik impasnya harus terlebih dahulu dihitung bauran penjualannya. Menurut (Mowen dkk, 2018) bahwa :

Analisis multiproduk mensyaratkan dibuatnya identifikasi bauran penjualan yang diharapkan dalam unit dari produk-produk yang dipasarkan, mengkonveksi masalah multiproduk menjadi analisis produk tunggal.

Menurut (Siregar 2019:329) menyatakan bahwa:

> Cara terbaik untuk mengkonversi adalah dengan mengidentifikasi bauran penjualan (*sales mix*) yang diekspektasikan dalam unit produk, bauran penjulan adalah kombinasi relatif dari produk produk yang dijual dari perusahaan, adapun perhitungan bauran penjualan (*Sales mix*) dapat dilakukan dengan rumus :

$$\text{Bauran Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Per Produk}}{\text{Total Penjualan}}$$

2.7 Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Hasil dari analisa Break Even Point mengenai tingkat penjualan minimum agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Jika hasil penjualan pada *Break Even*

Point tersebut dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan oleh perusahaan maka akan diperoleh informasi mengenai seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga tidak mengalami kerugian. Menurut (Garsion dkk, 2018:33) "*Margin of Safety* adalah kelebihan dari penjualan yang dianggarkan (actual) diatas titik impas volume penjualan". (Munawir, 2014:218) "*Margin of Safety* adalah hubungan atau selisih antara penjualan yang dibudget atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat break even merupakan tingkat keamanan (*Margin of Safety*) bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan".

Untuk menghitung batas keamanan digunakan suatu rumus yang menurut (Garsion dkk, 2018:225) adalah sebagai berikut:

Margin of Safety = Total Penjualan yang dianggarkan (aktual) - Penjualan BEP

Presentase *margin Of Safety* = $\frac{Margin\ Of\ safety}{\text{Penjualan yang dianggarkan}}$ x 100%

Berdasarkan pengertian diatas bahwa selisih antara penjualan yang dianggarkan dengan penjualan pada tingkat *Break Even Point* merupakan tingkat keamaanan bagi perusahaan melakukan penjualan tingkat *Margin of Safety* yang lebih tinggi lebih baik dari tingkat *Margin of Safety* yang lebih rendah.