

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan merupakan aktivitas yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh data, menggunakan data, dan mengelola aset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

##### **2.1.2 Pengertian Biaya**

Biaya merupakan unsur terpenting sebagai acuan dalam analisis *break even point* (BEP). Adapun definisi biaya secara umum dalam suatu perusahaan menurut Prawirosentono (2011:114) yaitu:

Biaya adalah pengorbanan sumber daya produksi ekonomi yang dinilai dalam satuan uang, yang tidak dapat dihindarkan terjadinya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

##### **2.1.2.1 Perilaku Biaya**

Perilaku biaya dapat diartikan sebagai perubahan dari suatu aktivitas bisnis. Menurut Syahril dan Purba (2013:60) Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berhubungan dengan perilaku biaya dapat dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap (*fixed cost-FC*) adalah jenis biaya yang jumlah totalnya tetap atau konstan sampai kapasitas tertentu. Artinya biaya tetap selalu tetap dan tidak dipengaruhi perubahan kapasitas produksi atau penjualan.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel (*variable cost-VC*) adalah jenis biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah secara proporsional atas perubahan kapasitas produksi atau penjualan.

## 2.2 *Break Even Point (BEP)*

### 2.2.1 *Pengertian Break Even Point (BEP)*

Menurut Syahril dan Purba (2013: 59) analisis impas (*Break Even Point*), suatu teknis analisis mengenai hubungan biaya, volume, dan laba. Artinya ke tiga variabel ini saling terkait dan berhubungan erat, sehingga dapat mengukur kinerja perusahaan. Pengertian BEP itu sendiri adalah total penjualan sama dengan total biaya.

Menurut Raharjaputra (2011:110), biaya adalah merupakan pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau perorangan yang bertujuan untuk memperoleh manfaat lebih dari aktivitas yang dilakukan tersebut.

Menurut Herjanto (2008:151), analisis pulang pokok (*break even analysis*) adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik dalam kurva biaya-pendapatan yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan. Dalam menganalisis titik pulang pokok diperlukan estimasi mengenai biaya tetap, biaya variabel, dan pendapatan.

Menurut Yamit (1998:62), *Break Even Point (BEP)* dapat diartikan suatu keadaan dimana total pendapatan besarnya sama dengan total biaya ( $TR=TC$ ).

Menurut Herjanto (2008:151), analisis pulang pokok (*break even analysis*) adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik dalam kurva biaya-pendapatan yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan. Dalam menganalisis titik pulang pokok diperlukan estimasi mengenai biaya tetap, biaya variabel, dan pendapatan.

“Menurut Prawirosentono (2001:114-116), biaya digolongkan berdasarkan sifatnya (*by nature*), yakni sebagai berikut:

1. Biaya Tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume produksi pada periode dan tingkat tertentu. Namun pada biaya tetap ini biaya satuan (unit cost) akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume produksi. Semakin tinggi volume produksi, semakin rendah biaya satuannya. Sebaliknya, semakin rendah volume produksi semakin tinggi biaya per satuannya.
2. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding (proporsional) sesuai dengan perubahan volume produksi. Semakin besar volume produksi semakin besar pula jumlah total biaya variabel

yang dikeluarkan. Sebaliknya semakin kecil volume produksi semakin kecil pula jumlah total biaya variabel.

3. Biaya semi-variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume produksi, namun perubahannya tidak proporsional. Oleh karena itu, biaya semi variabel adalah biaya yang tidak dapat dikategorikan secara tepat ke dalam biaya tetap atau biaya variabel sebab mengandung kedua sifat biaya tersebut diatas.

### 2.2.2 Rumus Perhitungan *Break Even Point* (BEP) Tunggal

Menurut Prawirosentono (2011:112), analisis titik impas dapat dilakukan secara matematis dan grafik.

Menurut Render dan Heizer (2001:191), rumus analisis titik impas secara matematis atau pendekatan aljabar yaitu:

Dengan menetapkan TR sama dengan TC, maka:

$$TR = TC$$

Untuk mencari nilai x, kita dapatkan

$$BEP(x) = \frac{F}{p-v}$$

Dan

$$BEP(Rp) = BEP(x) P$$

$$= \frac{F}{1-v} P = \frac{F}{(p-v)/p}$$

$$BEP(Rp) = \frac{F}{1-v/p}$$

Keterangan:

BEP(x) = Titik-impas dalam unit

BEP (Rp) = Titik-impas dalam rupiah

P = Harga per unit

X = Jumlah unit yang diproduksi

TR = Pendapatan total

F = Biaya tetap  
 V = Biaya variabel  
 TC = Biaya total

Dengan menggunakan persamaan ini, kita dapat langsung mencari titik-impas dari profitabilitas. Ada dua rumus yang perlu diperhatikan, yaitu:

$$\text{Titik impas dalam unit} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{Harga} - \text{Biaya variabel}}$$

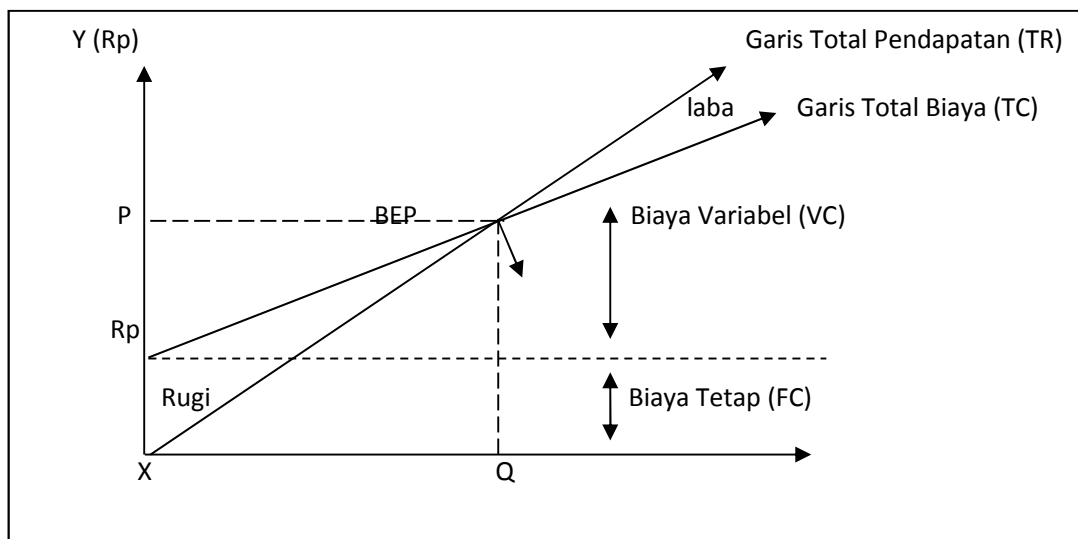
$$\text{Titik impas dalam rupiah} = \frac{\text{Biaya Tetap total}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Harga}}}$$

Atau

$$\text{BEP}(x) = \frac{F}{p-v}$$

$$\text{BEP}(Rp) = \frac{F}{1-V/P}$$

Sedangkan perhitungan *Break Even Point* (BEP) secara grafis dapat dijelaskan pada gambar berikut ini:



Sumber: Herjanto (2008:152)

**Gambar 2.1**  
**Grafik *Break Even Point* (BEP)**

Keterangan:

BEP (Rp)	= Titik Pulang Pokok (dalam rupiah)
BEP (Unit)	= Titik Pulang Pokok (dalam unit)
Q	= Jumlah unit yang dijual
P	= Harga jual netto per unit
TR	= Pendapatan total
TC	= Biaya total
VC	= Biaya variabel
FC	= Biaya tetap

### 2.2.3 Asumsi Analisis *Break Even Point*

Menurut Munawir, (2007:197) analisis impas bergantung pada sejumlah asumsi yang membatasi. Diantaranya asumsi tersebut adalah:

- Bahwa biaya harus dapat dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua, Yaitu biaya tetap dan biaya variabel dan prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat.
- Bahwa biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh.
- Bahwa biaya variabel akan berubah secara proporsial (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan.
- Harga jual per satuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
- Bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual jika lebih dari satu macam, maka kombinasi atau komposisi penjualannya (*sales mix*) akan tetap konstan.

### 2.3 Pengertian Laba

Menurut Harahap, (2008:113) laba didefinisikan sebagai kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi.

Menurut (Soemarso, 2004:227) laba adalah selisih antara pendapatan dan pengeluaran atau surat kelebihan pendapat yang diterima oleh perusahaan sesudah dikurangi pengorbanan yang dikeluarkan, yang merupakan kenaikan bersih dan modal yang berasal dari kegiatan usaha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa laba merupakan selisih antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan pada suatu kegiatan usaha yang disebut sebagai kelebihan pendapatan yang diterima.

### 2.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba menurut Mulyadi (2005:513), yaitu:

1. Biaya

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

2. Harga Jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3. Volume Penjualan dan Produksi

Besarnya volume penjuala berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

### 2.3.2 Analisis Perencanaan Laba

Menurut Render dan Heizer (2001:191), untuk menghitung perencanaan laba dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$TR - TC = Laba$$

## 2.4 Pengertian Harga

Menurut Tjiptono (2008:151) harga dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditujukan agar memperoleh hak kepemilikan langsung atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang

terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual.(tambahi lagi)

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi

1. Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.
2. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas.

#### **2.4.1 Tujuan Penetapan Harga**

Menurut Tjiptono (2008:152-153) pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu:

1. Tujuan Berorientasi pada Laba  
Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi.
2. Tujuan berorientasi pada volume  
Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit, m<sup>3</sup>, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar<sup>1</sup> (absolut maupun relatif).
3. Tujuan Berorientasi pada Citra  
Citra (image) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius.
4. Tujuan Stabilitas Harga  
Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitive terhadap harga, bila suatu

#### **2.4.2 Pengertian Industri Manufaktur**

Untuk membahas mengenai hal yang berhubungan dengan manajemen produksi dan operasi dimana terdapat industri manufaktur yang memiliki hubungan yang sangat erat diantara keduanya.

Menurut Prawirosentono (2001:2), industri adalah kelompok perusahaan yang menghasilkan dan menjual barang sejenis atau jasa sejenis. Sedangkan manufaktur adalah kegiatan memproses suatu atau beberapa bahan menjadi barang lain yang mempunyai nilai tambah yang lebih besar. Dari pengertian tersebut dapat diartikan

bahwa industri manufaktur sebagai kelompok perusahaan sejenis yang mengolah bahan-bahan menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang bernilai tambah lebih besar.

## 2.5 Proses Produksi dan Jenis Proses Produksi

Proses produksi dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan dengan melibatkan tenaga manusia, bahan serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna.

Menurut Assauri (2008:105), proses produksi dapat diartikan sebagai cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan dana) yang ada.

Adapun jenis-jenis proses produksi menurut prawirosentono (2001:8), yaitu:

1. Perusahaan dengan proses produksi terus-menerus (*continous process* atau *continoues manufacturing*). Perusahaan manufaktur ini beroperasi secara terus-menerus (*countinuous*) untuk memenuhi stok pasar (kebutuhan pasar). Selama stok barang hasil produksi yang terdapat di pasaran masih diperlukan konsumen perusahaan akan terus memproduksi barant tersebut.
2. Perusahaan dengan proses produksi yang terputus-putus (*intermitten process* atau *intermitten manufacturing*). Perusahaan manufaktur yang berproduksi secara terputus-putus menggantungkan proses produksinya pada pesanan (*job order*). Artinya perusahaan ini akan berproduksi membuat suatu jenis barang sesuai dengan permintaan pemesan. Jika tidak ada pesanan (*order*) berarti tida ada proses produksi (*job*). Ketika perusahaan telah bisa menentukan jenis proses produksi apa yang ingin mereka gunakan, maka perusahaan dapat merencanakan kapasitas produksi.



## 2.6 Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dilakukan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang Analisis *Break Even Point* yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Praticia yang berjudul *Analisa Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Tropica Cocoprime. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar *break even point* dan jumlah margin pengaman yang dialami dan dicapai oleh PT. Tropica Cocoprime pada tahun 2010, 2011, dan 2012. Penelitian ini menggunakan analisis data *break even* dan analisis margin pengaman. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan pencapaian titik impas dalam rupiah dan dalam kuantitas di setiap tahunnya. Ini disebabkan karena adanya perbedaan besarnya biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan setiap tahun. Namun untuk setiap tahun dapat dilihat bahwa penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sudah baik dan selalu berada di atas titik impas, yang berarti perusahaan mampu untuk mencapai keuntungan setiap tahunnya.

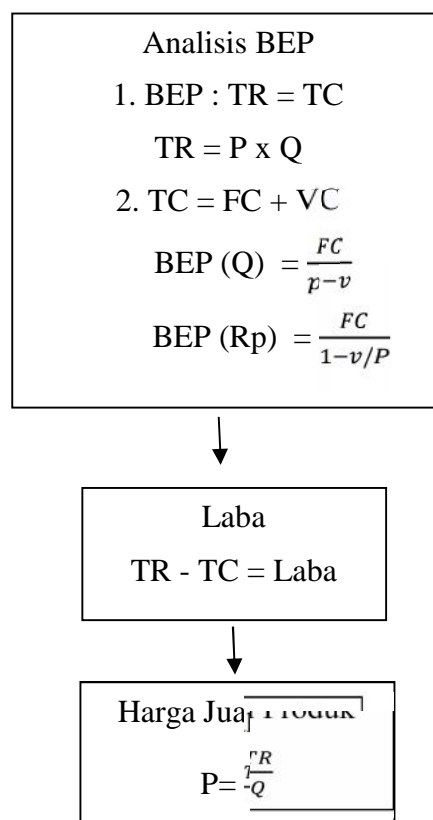
Penelitian yang dilakukan oleh Nindy yang berjudul *Analisa Titik Impas* Sebagai Dasar Perencanaan Laba Jangka Pendek Produk Kacang Olahan Pada Industri Kecil Menengah di Kawangkoan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa besarnya keuntungan dan titik impas dan untuk mengetahui dampak analisa titik impas sebagai perencanaan laba jangka pendek pada beberapa produk kacang olahan industri kecil menengah di Kawangkoan tahun 2013. Metode analisis digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan Industri A, B, C, D, E, dan F sudah mampu mengoptimalkan kinerjanya sehingga sudah memperoleh penjualan diatas titik impas. Laba kontribusi yang paling tinggi terdapat pada industri C dengan produk Kacang Gula sedangkan laba kontribusi yang paling kecil pada industri F dengan produk kacang Belimbing dan Kacang Merah.

Penelitian dilakukan oleh Retno yang berjudul *Analisis Break Even Point* Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan dan Laba (studi kasus pada PT. Cakra Guna Cipta Malang

Periode 2011-2013) tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat BEP yang dicapai dalam perencanaan volume penjualan yang harus dicapai oleh PT. Cakra Guna Cipta Malang untuk memenuhi target laba yang diinginkan pada periode 2014. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai BEP mix yang dicapai perusahaan untuk tahun 2011 sebesar Rp 3.924.783.972,52. Tahun 2012 BEP mix yang capai adalah sebesar Rp 5.309.131.772, 23 dan tahun 2013 BEP mix yang didapatkan sebesar Rp 4.067.022.479, 13. Tahun 2013 menjadi dasar untuk perencanaan volume penjualan dan laba di tahun 2014.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Adapun landasan berpikir yang sesuai dengan permasalahan yaitu:



**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pemikiran**

*Sumber: Diolah dari berbagai sumber*

Keterangan :

BEP ( $Q$ )	= Titik-impas dalam produk
BEP (Rp)	= Titik-impas dalam rupiah
P	= Harga per unit
Q	= Jumlah unit produk
TR	= Pendapatan total
FC	= Biaya tetap
VC	= Biaya variabel
TC	= Biaya total

Kerangka pemikiran yang diatas menganalisis *Break Even Point* (BEP) pada Toko Souvenir Citra 19 Ilir Palembang untuk menentukan berapa titik impas yang dicapai dalam rupiah dan unit. Setelah perhitungan *Break Even Point* (BEP) akan diketahui berapa besar titik pulang pokok yang di hasilkan. Dari hasil *Break Even Point* (BEP) akan terlihat perbedaan sebelum dan sesudah menerapkan *Break Even Point* (BEP) yaitu dengan menentukan Laba yang diharapkan oleh Toko Souvenir Citra 19 Ilir Palembang. Dari total laba yang diharapkan akan menentukan harga yang diinginkan oleh Toko Souvenir Citra 19 Ilir Palembang.