**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Pengertian *Break Even Point* (BEP)**

 Tercapainya titik impas *(break even point)* pada volume penjulan yang relatif rendah merupakan harapan dari setiap perusahaan karena memberi kesempatan kepada perusahaan untuk dapat segera merealisasi adanya keuntungan.

 Menurut Garisson, dkk (2016: 210), *“Break even point* adalah suatu tingkat penjualan dimana laba adalah nol. Menurut Siregar, dkk (2017: 218), “*Break even point* adalah keadaan yang menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang diterima perusahaan (pendapatan total) sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan (biaya total)”. Sedangkan, menurut Munawir (2012: 184), “*Break even point* adalah suatu keadaan dimana di dalam operasinya perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (Penghasilan = total biaya)”.

 Berdasarkan teori di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa *break even point* merupakan suatu keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, jumlah pendapatan yang diterima perusahaan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

* 1. **Pengertian Analisis *Break Even Point* (BEP)**

 Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba maksimum. Besar kecilnya laba yang dicapai merupakan ukuran keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Analisis *break even point* merupakan alat bantu bagi manajemen dalam perencanaan dan penganggaran yakni dapat menambah ketepatan dalam membuat peramalan penjualan atau produksi, biaya-biaya, laba atau rugi sehingga analisis tersebut dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi seorang manajer dalam membuat keputusan sehubungan dengan penjualan atau produksi.

 Menurut Riyanto (2013: 359), “Analisis *break even point* adalah suatu teknik analisa untuk mengetahui hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan”.

 Menurut Kasmir (2017: 332) bahwa:

Analisis *break even point* adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

 Menurut Periansya (2017: 76) bahwa:

Analisis *break even point* adalah suatu cara yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian.

 Dari teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa analisis *break even point* merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengetahui berapa volume produksi atau penjualan yang menunjukkan keadaan perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian.

* 1. **Kegunaan Analisis *Break Even Point* (BEP)**

 Analisis *break even point* sering digunakan dalam perencanaan keuangan. Dengan diketahuinya *break event point* tersebut dapatlah direncanakan tingkat volume produksi atau volume penjualan yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan.

 Menurut Harahap (2016: 357), kegunaan analisis *break even point* yaitu untuk mengetahui:

1. Hubungan antara penjualan, biaya dan laba.
2. Struktur biaya tetap dan variabel.
3. Kemampuan perusahaan memberikan *margin* untuk menutupi biaya tetap.
4. Kemampuan perusahaan dalam menekan biaya dan batas dimana perusahaan tidak mengalami laba dan rugi

Menurut Kasmir (2017: 334), Kegunaan *break even point*  adalah:

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 dan penjualan.
5. Merencanakan tujuan yang diinginkan, dan tujuan lainnya

 Mengingat betapa pentingnya analisis ini bagi perusahaan maka seorang manajer harus mampu menguasai dan memahami sehingga dapat dirasakan kegunaannya.

* 1. **Asumsi Dasar dalam *Break Even Point* (BEP)**

Dalam menganalisis*break even point* terdapat beberapa asumsi (anggapan) dasar yang harus dipengaruhi.

 Menurut Riyanto (2013: 360), dalam mengadakan analisis *break even point* digunakan asumsi-asumsi berikut:

1. Biaya di dalam perusahaan dibagi dalam golongan biaya variabel dan golongan biaya tetap.
2. Besarnya biaya variabel secara totalitas berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi/penjualan. Ini berarti bahwa biaya variabel pada unitnya adalah tetap sama.
3. Besarnya biaya tetap secara totalitas tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi/penjualan. Ini berarti bahwa biaya tetap per unitnya berubah-ubah karena adanya perubahan volume kegiatan.
4. Harga jual per unit tidak berubah selama periode yang dianalisis.
5. Perusahaan hanya memproduksi satu macam produk. Apabila diproduksi lebih dari satu macam produk, pertimbangan penghasilan penjualan antara masing-masing produk atau *“sales mix”* adalah tetap konstan.

 Analisis*break even point* penting bagi manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba, terutama informasi mengenai jumlah penjualan minimum dan besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Oleh karena itu analisis *break even point* didasarkan pada asumsi-asumsi di atas. Jika salah satu asumsi berubah, maka akan mempengaruhi posisi *break even point* dan mempengaruhi laba perusahaan.

* 1. **Metode Perhitungan *Break Even Point* (BEP)**

 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.

1. Perhitungan *Break Even Point* (BEP) dengan Menggunakan Pendekatan Matematis

Dalam menghitung tingkat *break even point* dengan pendekatan matematis dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

* 1. Atas Dasar Unit

 Ditinjau dari per satuan produk atau barang yang dijual, maka setiap satuan barang memberikan sumbangan atau 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 (harga jual per satuan dikurangkan dengan biaya variabel per satuan) akan diperoleh jumlah satuan barang harus dijual sehingga perusahaan tidak mengalami rugi ataupun laba.

Menurut Riyanto (2013: 364-365), perhitungan *break even point* atas dasar unit dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$BEP (Q)=\frac{FC}{(P-V)}$$

Keterangan:

P = Harga jual per unit

V = Biaya variabel per unit

FC = Biaya tetap

Q = Jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

* 1. Atas Dasar Rupiah

 Dalam keadaan *break even* *point* laba perusahaan adalah nol, oleh karena itu dengan membagi jumlah biaya tetap dengan *marginal income ratio*-nya [1 – (biaya variabel per satuan dibagi harga jual per satuan)], akan diperoleh/diketahui tingkat penjualan (dalam rupiah) yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita rugi ataupun memperoleh laba (*break even point*).

Menurut Riyanto (2013: 364-365), perhitungan *break even point* atas dasar rupiah dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

 $BEP \left(Rp\right)= \frac{FC}{1-\frac{VC}{S}}$

Keterangan:

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

S = Volume Penjualan

 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.

 Menurut Garisson, dkk (2016: 224), perhitungan *break even point* untuk perencanaan laba atas dasar rupiah dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$BEP dalam Nilai Penjualan= \frac{Beban Tetap+Target Lsbs}{Rasio Margin Kontribusi}$$

$$ = \frac{Beban Tetap+ Target Laba}{1- \frac{Biaya Variabel }{Penjualan}}$$

 Sedangkan perhitungan *break even point* untuk perencanaan laba atas dasar unit dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

 $BEP dalam Unit Penjualan= \frac{Beban Tetap+ Target Laba}{Margin Kontribusi per Unit}$

 $ = \frac{Beban Tetap + Target Laba}{Harga Jual per Unit-Biaya Variabel per Unit}$

1. Perhitungan *Break Even Point* (BEP) dengan Menggunakan 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. Berikut penjelasan mengenai grafik *break even point* menurut Kasmir (2017: 344) dapat dilihat pada gambar 2.1.

Y

Volume Penjaualan (dalam unit) X

Rugi

Biaya Variabel

Biaya Tetap

Total Biaya

Laba

Total Penjualan

Titik Impas (BEP)

Pendapatan dan Biaya (dalam Rupiah)

*Sumber: Kasmir 2017*

**Gambar 2.1**

**Grafik *Break Even Point***

 Keterangan cara pembuatan grafik impas adalah sebagai berikut:

1. Sumbu X menggambarkan besarnya volume produksi atau penjualan
2. Sumbu Y menggambarkan besarnya biaya dan penghasilan penjualan
	1. **Pengertian Batas Keamanan *(Margin of Safety)***

 Dari target penjualan manajemen memerlukan informasi berapa jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan boleh terjadi, agar penurunan tersebut tidak mengakibatkan perusahaan menderita kerugian. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, manajemen memerlukan informasi *margin of safety* dari anggaran laba dalam tahun anggaran yang akan datang.

 Menurut Kasmir (2017: 345), *“Margin of safety* merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas”. Menurut Riyanto (2013: 366), *“Margin of safety* merupakan angka yang menunjukkan jarak antar penjualan yang direncanakan atau dibudgetkan *(budgeted sales)* dengan penjualan pada *break even”*.

 Menurut Munawir (2012: 198) bahwa:

*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.

 Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa batas keamanan *(margin of safety)* merupakan tingkat keamanan (*margin of safety*) bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan agar tidak menderita kerugian dan juga belum memperoleh laba.

* 1. **Perhitungan Batas Keamanan *(Margin of Safety)***

Menurut Garrison, dkk (2016: 225), rumus perhitungan batas keamanan adalah sebagai berikut.

$$ MoS = Total Penjualan yang dianggarkan (atau aktual) – Penjualan Titik Impas$$

Sedangkan batas keamanan dalam bentuk persentase dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\% MoS =\frac{ Batas Keamanan dalam Rupiah}{Total Penjualan yang dianggarkan (atau aktual) dalam rupiah}$$

 Menurut Munawir (2012: 199), untuk menghitung batas keamanan digunakan suatu rumus sebagai berikut:

$$MoS =\frac{ Penjualan per Budget – Penjualan per Break Even Point}{Penjualan per Budget}x 100\%$$

* 1. **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.

 Menurut Siregar, dkk (2017: 329), “Bauran penjualan *(sales mix)* merupakan kombinasi relatif dari produk-produk yang dijual oleh perusahaan”. Menurut Garisson, dkk (2016: 231), “Bauran penjualan *(sales mix)* mengacu pada proporsi relatif di mana produk perusahaan dijual. Tujuannya adalah untuk menghasilkan kombinasi, atau bauran, yang akan menghasilkan laba terbesar”.

 Menurut Rudianto (2013: 31) bahwa:

Untuk perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk, maka dalam menghitung titik impas harus terlebih dahulu dihitung bauran penjualan produknya atau perbandingan volume penjualan antara produk satu dan produk lain. Dengan menggunakan perbandingan volume penjualan tersebut, dapat dihitung titik impas perusahaan melalui rumus yang sama dengan rumus sebelumnya.

 Berdasarkan teori di atas 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.

* 1. **Perencanaan Laba**

Untuk mengukur berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditinjau dari kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, merupakan tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaan agar segala kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang dapat direncanakan.

Menurut Carter (2009: 4), “Perencanaan merupakan proses merasakan kesempatan maupun ancaman eksternal, menentukan tujuan yang diinginkan, dan menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut”.

Perencanaan yang efektif membutuhkan partisipasi dan koordinasi dari semua bagian dalam entitas tersebut. Perencanaan mencakup penentuan tujuan perusahaan, yang merupakan target atau hasil yang terukur. Dalam menyatakan tujuan dari suatu bisnis, banyak orang berpikir mengenai laba terlebih dahulu. Meskipun laba merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari suatu bisnis yang berhasil. Menurut Siregar, dkk (2017: 36), “Laba merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya”.

 Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa laba dari suatu perusahaan sebagai tujuan utama, maka laba merupakan alat untuk mengukur prestasi, efektivitas dan efesien dari manajemen suatu perusahaan. Perencanaan laba dapat dijadikan pedoman manajemen untuk mengontrol dan mengendalikan arah kegiatan yang sudah terealisasi maupun yang masih dalam perencanaan. Manajemen perusahaan akan dipermudah untuk mengevaluasi hasil dari kegiatan-kegiatan secara tepat dalam pengambilan suatu kebijakan, oleh karena itu tingkat kinerja dari manajemen perusahaan dapat dinilai dari kemampuan salah satu fungsi dasarnya untuk merencanakan laba.

* 1. **Perencanaan Laba Jangka Pendek**

 Berhasil atau tidaknya perusahaan dapat melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Karena itu tugas manajemen untuk membuat perencanaan yang pada dasarnya kegiatan membentuk masa depan, yang pada intinya memutuskan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang.

 Menurut Kasmir (2017: 307), laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu:

1. Berubahnya Harga Jual

Artinya, berubhanya harga jual yang dianggarkan dengan harga jual pada periode sebelumnya.

1. Berubahnya Jumlah Kuantitas (Volume) Barang yang Dijual

Artinya, perubahan jumlah barang yang dijual dari jumlah yang dianggarkan dengan jumlah periode sebelum.

1. Berubahnya Harga Pokok Penjualan

Maksudnya perubahan harga pokok penjualan dari yang dianggarkan dengan harga pokok penjualan pada periode sebelum.

 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.

* 1. **Pengertian Biaya**

Biaya (*cost*) berbeda dengan beban (*expense*) akan tetapi sering diartikan sama. Biaya (*cost*) adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dan jasa. Sedangkan beban (*expense*) adalah pengorbanan yang diperlukan atau dikeluarkan untuk merealisasikan hasil, beban ini dikaitkan dengan pendapatan (*revenue)*.

 Menurut Siregar, dkk (2017: 36), “Biaya *(expense)* adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jas ayang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang”.

 Menurut Carter (2009: 30) bahwa:

Biaya adalah nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan, untuk memperoleh manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada saat akuisisi mewakili oleh penyusutan saat ini atau di masa yang akan datang dalam kas dan aktiva lain. Sedangkan beban dapat didefinisikan sebagai aliran keluar terukur dari barang atau jasa, yang kemudian dibandingkan dengan pendapatan untuk menentukan laba.

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

 Berdasarkan teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengeluaran atau pengorbanan dalam satuan uang yang diharapkan dapat memberi manfaat sekarang atas masa yang akan datang.

* 1. **Pengklasifikasian Biaya**

Pada umumnya, berbagai biaya yang terjadi dan cara mengklasifikasikan biaya tergantung pada tipe perusahaan atau industri. Biaya perlu diklasifikasikan dengan tujuan untuk memudahkan dalam menentukan titik impas penjualan produk. Hal ini sangat penting untuk mengetahui apakah biaya tertentu bereaksi atau merespon terhadap perubahan aktivitas usaha. Bila aktivitas usaha meningkat atau menurun, biaya tertentu mungkin akan ikut naik atau turun atau mungkin juga tetap.

 Pada analisis *break even point* ini, hanya akan diuraikan klasifikasi biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan volume kegiatan. Penggolongan biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan volume kegiatan merupakan penggolongan biaya sesuai dengan aktivitas perencanaan keputusan.

 Menurut Siregar, dkk (2017: 37) berdasarkan perilaku biaya terhadap kegiatan perusahaan biaya dapat dikelompokkan menjadi:

1. Biaya Variabel *(Variable Cost)*

 Biaya variabel yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan aktivitas dan volume produksi, sementara jumlah per unitnya tidak berubah. Berdasarkan definisi diatas dapat ditekankan bahwa:

1. biaya variabel total berubah proporsional dengan perubahan aktivitas;
2. biaya variabel per unit tidak berubah walaupun aktivitas berubah.
3. Biaya Tetap *(Fixed Cost)*

 Biaya tetap yaitu biaya yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran relevan *(relevant range)* tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dinyatakan bahwa:

1. jumlah biaya tetap total tidak berubah dalam kisaran relevan tertentu meski tingkat aktivitas berubah;
2. biaya tetap per unit berubah dengan berubahnya tingkat aktivitas.

 Pengidentifikasian suatu biaya sebagai biaya tetap tidak membutuhkan penjelasan dimana biaya tersebut terjadi, berikut tipikal jenis biaya tetap, baik untuk perusahaan jasa, dagang, maupun manufaktur.

1. Biaya depresiasi peralatan.
2. Biaya depresiasi bangunan.
3. Biaya abonemen listrik.
4. Biaya gaji pokok pegawai.
5. Biaya gaji mandor pabrik
6. Biaya Campuran *(Mixed Cost)*

 Biaya campuran adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel sekaligus biaya tetap. Sebagian dari biaya campuran berubah mengikuti perubahan aktivitas secara proporsional. Sementara, sebagian yang lain tidak berubah meskipun aktivtasnya berubah. Contoh biaya campuran adalah biaya pegawai penjualan dan biaya listrik.

 Sedangkan menurut Garisson, dkk (2016: 30-35) klasifikasi biaya untuk memprediksi perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi:

1. Biaya Variabel *(Variable Cost)*

Biaya variabel bervariasei dalam pembagian langsung berdasarkan perubahan tingkat aktivitas. Contoh umum dari biaya variabel adalah harga pokok penjualan untuk perusahaan manufaktur, bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, elemen variabel dari overhead manufaktur produksi, seperti bahan baku tidak langsung, perlengkapan, dan listrik dan elemen variabel dari beban penjualan dan administrasi, seperti komisi dan ongkos kirim.

1. Biaya Tetap *(Fixed Cost)*

Biaya tetap adalah biaya yang selalu konstan secara keseluruhan tanpa terpengaruh tingkat akivitas. Contoh biaya tetap termasuk penyusutan garis lurus, asuransi, pajak properti, sewa, gaji penyelia, gaji bagian administrasi, dan iklan.

1. Biaya Semivariabel *(Mixed Cost)*

Biaya semivariabel terdiri atas dua elemen biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.