

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian dan Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

2.1.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dinyatakan sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah dan besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008.

2.1.2 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjelaskan kriteria yang tepat mengenai UMKM yaitu:

1. Kriteria Usaha Mikro
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00.
3. Kriteria Usaha Menengah
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan Rp 50.000.000.000.

2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Setiap kegiatan perusahaan memerlukan biaya-biaya untuk dapat menjalankan kegiatan perusahaan. Menurut Purwaji, Wibowo dan Muslim (2016:10) biaya adalah “pengorbanan sumber daya yang diukur dalam satuan uang, yang mana hal tersebut telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi dalam upaya perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa”.

Menurut Dunia, Abdullah dan Sasongko (2018:22)

Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan. Biaya biasanya tercermin dalam laporan posisi keuangan sebagai aset perusahaan.

Menurut Sujarweni (2015:9)

Biaya mempunyai dua pengertian yaitu pengertian 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 dan belum terjadi atau baru direncanakan. Biaya dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengeluaran-pengeluaran yang melekat pada suatu aktiva yang belum digunakan atau dipakai untuk memperoleh barang atau jasa serta memberikan manfaat 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, biaya digolongkan atas biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.

Menurut Halim dkk (2014:21) berdasarkan hubungannya dengan perubahan volume kegiatan perusahaan, biaya dapat digolongkan menjadi:

1. Biaya tetap
Biaya tetap adalah biaya-biaya yang di dalam jarak kapasitas tertentu totalnya tetap, meskipun volume kegiatan perusahaan berubah-ubah,. Sejahter tidak melampaui kapasitas, total biaya tetap tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan perusahaan.
2. Biaya variabel
Biaya variabel adalah biaya-biaya yang totalnya selalu berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Besar-kecilnya biaya variabel dipengaruhi oleh besar-kecilnya volume produksi/ penjualan secara proporsional.
3. Biaya semi variabel
Biaya semi variabel adalah biaya-biaya yang totalnya selalu berubah-ubah tetapi tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Berubahnya biaya ini tidak dalam tingkat perubahan yang konstan.

2.3 Pengertian, Asumsi dan Keterbatasan Analisis *Break Even Point*

2.3.1 Pengertian Analisis *Break Even Point*

Menurut Kasmir (2018:332) Analisis *break even point* adalah “salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis ini disebut juga analisis titik impas atau analisis perencanaan laba”.

Menurut Utari dkk (2016:85) analisis *break even point* atau analisis *cost volume profit* adalah “alat untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yang sangat penting karena ia menekankan pada saling ketergantungan antara biaya, unit yang terjual, dan harga”. *Break even point* adalah titik impas dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. Menurut Siregar dkk (2017:7) titik impas atau *break even point* adalah keadaan yang menunjukkan jumlah pendapatan yang diterima perusahaan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan”.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa analisis *break even point* merupakan alat untuk perencanaan dalam perusahaan untuk mengetahui titik dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian.

2.3.2 Asumsi dan Keterbatasan Analisis *Break Even Point*

Menurut Kasmir (2018:338) asumsi-asumsi dan keterbatasan analisis *break even point* yaitu:

1. Biaya
Dalam analisis titik impas, hanya digunakan dua macam biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Oleh karena itu kita harus memisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel.
2. Biaya tetap
Biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan. Contohnya adalah biaya gaji, penyusutan aktiva tetap, bunga, sewa dan biaya lainnya.
3. Biaya variabel
Biaya variabel merupakan biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Contohnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, komisi penjualan dan biaya lainnya.
4. Harga jual
Harga jual maksudnya dalam analisis ini hanya digunakan untuk satu macam harga jual atau harga barang yang dijual atau diproduksi.
5. Tidak ada perubahan harga jual
Artinya diasumsikan harga jual per satuan tidak dapat berubah selama periode analisis.

Menurut Munawir (2010:201) faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisis *break even point* antara lain:

1. Perubahan biaya tetap
Perubahan 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 *break even* akan berubah pula.
2. Kenaikan biaya variabel
Dengan adanya kenaikan biaya variabel maka jumlah biaya tetap juga akan berubah begitu pula besarnya penjualan pada tingkat *break even* juga akan berubah.
3. Harga jual
Perusahaan dalam usahanya untuk meningkatkan penjualan diharapkan untuk menaikkan keuntungan dengan menaikkan harga jual. Tetapi harus diperhatikan sebab dengan adanya kenaikan harga jual dapat mengakibatkan penurunan volume penjualan juga perubahan besarnya *break even*.
4. Perubahan komposisi penjualan
Apabila perusahaan memproduksi lebih dari satu produk, maka dapat pula diterapkan untuk seluruh barang yang diproduksi. Komposisi antara barang tersebut harus tetap sama baik komposisi produksi maupun penjualan. Apabila komposisi berubah maka *break even* akan berubah pula.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa asumsi-asumsi dan keterbatasan analisis *break even point* yaitu pada biaya tetap, biaya variabel, harga jual, dan komposisi penjualan. Faktor-faktor tersebut dapat mengakibatkan perubahan tingkat *break even point* dan grafik yang akan dihasilkan.

2.4 Tujuan Analisis Break Even Point

Penggunaan titik impas atau *break even point* bagi perusahaan memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan, dan produksi. Menurut Kasmir (2018:334) Tujuan penggunaan 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.
2. Menentukan harga jual per satuan.
Penentuan harga jual per satuan sangat penting agar harga jual dapat diterima pelanggan.
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
Penentuan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian adalah agar perusahaan mampu menentukan batas jumlah

produksi dalam kondisi tidak rugi dan tidak laba dari kapasitas produksi yang dimilikinya.

4. Memaksimalkan jumlah produksi.
Yaitu agar jangan sampai ada kapasitas produksi yang menganggur.
5. Merencanakan laba yang diinginkan
Manajemen mampu merencanakan laba yang diinginkan dengan kapasitas produksi yang dimilikinya.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan analisis *break even point* yaitu mengetahui spesifikasi produk yang dihasilkan, menentukan harga jual, menentukan jumlah produksi yang dilakukan agar tidak mengalami kerugian, memaksimalkan produksi dan merencanakan laba yang diinginkan.

2.5 Metode Perhitungan Analisis *Break Even Point*

Menurut Kasmir (2018:340) untuk mencari titik impas atau *break even point* (BEP) digunakan beberapa model rumus yaitu:

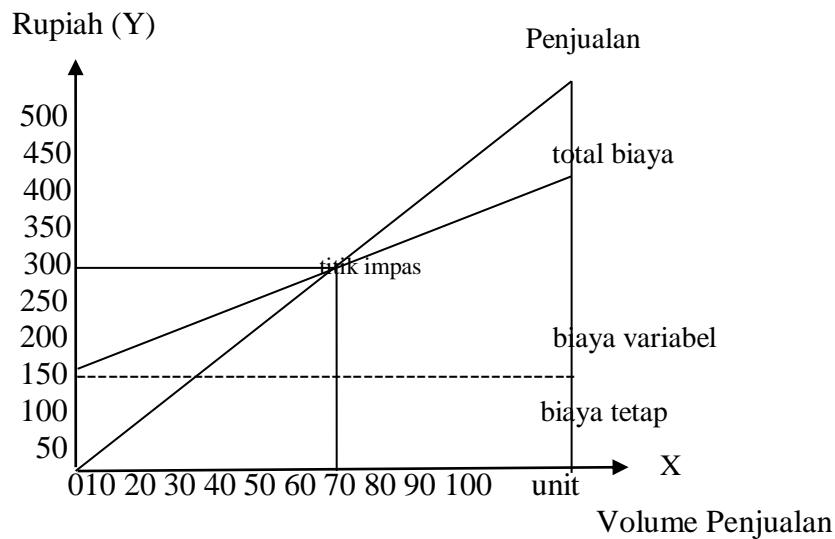
1. Perhitungan analisis *break even point* dengan rumus matematis :
 - a. Analisis titik impas dalam unit

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya Variabel per satuan}}$$

- b. Analisis titik impas dalam rupiah

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Jumlah Penjualan}}}$$

2. Perhitungan analisis *break even point* dengan grafik
Analisis *break even point* dengan pendekatan grafik terlihat bahwa untuk tiap-tiap masing unit penjualan, biaya tetap, biaya variabel, total biaya maupun laba atau rugi. Jadi manajemen dapat melihat jika akan memproduksi sekian unit, akan terlihat seluruh komponen di atas. BEP melalui grafik dapat ditunjukkan baik dari segi unit maupun rupiah.



Sumber : Kasmir (2018:344)

Gambar 2.1
Grafik Break Even Point

3. Penentuan Titik Impas untuk Multiproduk

Sodikin (2015:123) menyatakan bahwa:

Bagi perusahaan yang membuat dan menjual lebih dari satu jenis produk, penentuan titik impasnya harus didasarkan pada analisis menurut pandangan perusahaan, bukan pandangan per produk. Untuk multiproduk, analisis titik impas didasarkan pada bauran penjualan (*sales mix*).

Menurut Utari dkk (2016:93) Dalam menghitung titik impas perusahaan, harus dihitung dahulu bauran produknya (*product mix*), harga rata-rata, biaya variabel rata-rata, dan margin kontribusi per unit rata-rata. Menurut Sodikin (2015:110) metode perhitungan titik impas yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{margin kontribusi rata-rata tertimbang}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{rasio margin kontribusi}}$$

2.6 Pengertian Analisis Target Laba

Analisis target laba merupakan hal yang penting dalam perusahaan. Menurut Garrison et.al (2013) dikutip oleh Cahyadi (2018:17) analisis target laba adalah “mengestimasi volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba yang diinginkan”. Untuk menghitung penjualan yang harus dicapai dalam mencapai target laba yaitu:

$$\text{Nilai Penjualan} = \frac{\text{Target Laba} - \text{Biaya tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$$

$$\text{Unit Penjualan} = \frac{\text{Target Laba} - \text{Biaya tetap}}{\text{margin kontribusi rata-rata tertimbang}}$$

2.7 Pengertian *Margin of Safety*

Menurut Sodikin (2015:120) *margin of safety* merupakan “unit yang dijual atau diharapkan akan dijual di atas titik impas”. Menurut Utari dkk (2016:95) *margin of safety* adalah “unit dijual atau penjualan yang diharapkan atau pendapatan yang diharapkan untuk mendapatkan laba di atas titik impas atau BEP”. Manajemen membutuhkan informasi tersebut untuk mengetahui penurunan target penjualan agar tidak menderita kerugian.

Menurut Kasmir (2018:345) tingkat keamanan atau *margin of safety* adalah “hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas”. Batas aman digunakan untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian.

Menurut Kasmir (2018:345) rumus yang digunakan untuk mencari *margin of safety* adalah:

1. Penjualan yang direncanakan

$$\text{Margin of safety} = \frac{\text{Penjualan per Budget}}{\text{Penjualan per titik impas}} \times 100 \%$$

2. Persentase *Margin of safety* (MoS)

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan per Budget} - \text{Penjualan per titik impas}}{\text{Penjualan per budget}} \times \%$$

2.8 Pengertian Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi

Menurut Sodikin (2015:110) margin kontribusi merupakan “selisih antara hasil penjualan dan seluruh biaya variabel (biaya produksi, administrasi dan penjualan)”. Jumlah tersebut digunakan untuk menutupi biaya tetap dan memperoleh laba dalam periode tersebut. Apabila margin kontribusi dan biaya tetap sama besar, kondisi ini disebut dengan titik impas perusahaan. Menurut Sodikin (2015:111) rasio margin kontribusi merupakan “perbandingan antara margin kontribusi dan penjualan”. Rasio ini menunjukkan persentase tiap satu rupiah penjualan yang dapat digunakan untuk menutupi beban tetap dan kemudian laba. Menurut Samryn (2012) dikutip oleh Cahyadi (2018:15) rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times \%$$

2.9 Pengertian *Shut Down Point* (SDP)

Menurut Utari dkk (2016:91) Titik Penutupan Usaha atau *Shut Down Point* yaitu “informasi yang dibutuhkan oleh manajemen tentang penjualan minimum untuk menutup usaha”. Untuk mengetahui titik penutupan usaha, biaya tetap harus diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap tunai dan biaya tetap non-kas atau penyusutan. Menurut Cahyadi (2018:17) perhitungan *Shut Down Point* baik dalam unit maupun rupiah untuk lebih dari satu produk dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{SDP (Unit)} = \frac{\text{Biaya tetap tunai}}{\text{Margin kontribusi rata-rata tertimbang}}$$

$$\text{SDP (Rp)} = \frac{\text{Biaya tetap tunai}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$$

2.10 Pengertian Tingkat *Operating Leverage*

Menurut Utari dkk (2016:92) tingkat leverage operasi atau tingkat *Operating Leverage* yaitu “informasi perubahan persentase laba operasi sebagai dampak perubahan nilai penjualan”.

$$\text{Tingkat } Operating Leverage = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Operasi}}$$

2.11 Pengertian Perencanaan dan Laba

Menurut Siregar dkk (2017:7) perencanaan (*planning*) adalah “aktivitas yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan metode yang digunakan dalam mencapai tujuan tersebut”. Proses perencanaan menghasilkan rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Menurut Sodikin (2015:5) perencanaan adalah “proses menetapkan tujuan dan strategi. Tujuan merupakan sesuatu yang ingin dicapai di masa yang akan datang, sedangkan strategi adalah rencana luas untuk mencapai tujuan tersebut”. Pengertian laba menurut SAK ETAP (2018) adalah “selisih aritmatika antara penghasilan dan beban”.

Perencanaan erat kaitannya dengan penetapan tujuan perusahaan. Dalam menetapkan tujuan tersebut, manajemen perusahaan lebih menekankan pada kebutuhan akan laba. Dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume penjualan dan laba memegang peranan penting untuk menghitung harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran.