

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Laba**

Laba adalah apabila hasil penjualan melebihi dari biaya produksi (Sadono Sukirno, 2016:25). L.M. Samryn menyatakan bahwa pengertian laba adalah sebagai berikut: “Laba merupakan sumber dana internal yang dapat diperoleh dari aktivitas normal perusahaan yang tidak membutuhkan biaya ekstra untuk penyimpanan dan penggunaannya” (L.M. Samryn, 2016:429). Sedangkan menurut Wild dan Subramanyam, pengertian laba adalah sebagai berikut: “Laba (earnings) atau laba bersih (net income) mengindikasikan profitabilitas perusahaan”.

Teori tentang laba dapat dibedakan menjadi 4, yaitu:

##### 1. Teori laba friksional:

Laba ini didapat dari keseimbangan jangka Panjang, jika dalam jangka pendek industry memperoleh keuntungan diatas normal maka dalam jangka Panjang banyak industry yang masuk ke pasar tersebut dan akan menekan keuntungan menjadi normal, sebaliknya jika dalam jangka pendek industry merugi perusahaan banyak yang akan keluar dan menyebabkan keuntungan perusahaan bisa meningkat. Contoh : industri otomotif.

##### 2. Teori Laba Monopoli:

Perusahaan dengan kekuatan monopoli dapat membatasi/mengatur output/ mengatur harga yang menyebabkan harga tinggi sehingga menghasilkan laba yang lebih besar. Contoh pada perusahaan BUMN.

##### 3. Teori Laba Inovasi:

Laba diatas normal yang diperoleh dari inovasi yang berhasil. Dalam hal ini sistem hak paten penting dalam mendorong innovator karena tanpa hak paten innovator tidak bisa menikmati keuntungan sebagai mana mestinya. Contoh pada perusahaan produsen Hand Phone merek populer (Apple, Samsung) atau perusahaan teknologi lain.

#### 4. Teori Laba Kompensasi:

Teori laba yang menyatakan bahwa penerimaan diatas normal merupakan imbalan bagi perusahaan yang berhasil memenuhi keinginan konsumen, mempertahankan cara kerja yang efektif, efisien dan produktif. Contoh: perusahaan Toyota dengan sistem produksinya (Usep Sudrajat, 2018:9).

### **2.2 Perencanaan Laba**

Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang. perencanaan laba atau penganggaran mempunyai manfaat bagi perusahaan yaitu:

- a. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan permasalahan
- b. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil suatu keputusan.
- c. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba.
- d. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana saling berkaitan.
- e. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaharui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.

Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan implikasi keuangan yang dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas, dan modal kerja untuk jangka panjang juga jangka pendek.

Perencanaan laba jangka panjang merupakan proses yang berkesinambungan untuk mengambil keputusan secara sistematis dan disertai dengan perkiraan terbaik mengenai keadaan dimasa mendatang, mengorganisasikan kegiatan yang diperlukan secara sistematis untuk melaksanakan keputusan. Dengan segala laba dan pertumbuhan yang diharapkan haruslah dipecah kedalam anggaran jangka

pendek, agar dapat direncanakan dan dikendalikan secara terarah. Rencana jangka panjang manajemen hanya akan tercapai jika sasaran laba jangka panjang bisa dipenuhi secara memuaskan, dan ini memerlukan pertumbuhan dan tingkat laba yang cukup tinggi dan stabil.

Perencanaan laba melibatkan kegiatan seperti penetapan tujuan dan target laba yang realistis serta cara untuk mencapainya, yang diupayakan manajemen untuk dicapai. Menurut Adolph Maltz, Pada pokoknya tiga prosedur yang berbeda dapat digunakan dalam menetapkan sasaran laba:

- a. Metode *a priori*: dimana sasaran laba yang diinginkan ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses perencanaan.
- b. Metode *a posteriori*: di mana sasaran laba ditetapkan sesudah perencanaan, dan sasaran tersebut akan merupakan hasil perencanaan itu sendiri.
- c. Metode *pragmatis*: di mana pihak manajemen menggunakan standar laba tertentu yang telah teruji secara empiris dan didukung oleh pengalaman.

### 2.3 Margin of Safety

*Margin of Safety* atau tingkat keamanan merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas, artinya batas aman yang digunakan untuk mengetahui berapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian. Adapun rumus perhitungna *margin of safety (Mos)*:

$MoS = \text{Penjualan yang direncanakan} - \text{penjualan pada titik impas}$

### 2.4 Perencanaan sebagai Fungsi Manajemen

Perencanaan (*planning*) meliputi pemilihan serangkaian aktivitas dan spesifikasi bagaimana aktivitas tersebut akan dilaksanakan. Perencanaan merupakan suatu fungsi yang paling mendasar yang pernah berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya. Dalam perencanaan manajemen harus mengidentifikasi berbagai alternatif yang tersedia, dan selanjutnya memilih alternatif yang terbaik untuk memenuhi tujuan perusahaan. Manajemen perlu

menyeimbangkan antara kesempatan dan kebutuhan sumber daya dalam organisasi, untuk pemilihan serangkaian aktivitas yang akan dilaksanakan.

Serangkaian perencanaan tersebut diperlukan untuk memperbaiki kinerja yang kurang, untuk menghadapi kejadian yang tidak diinginkan dan tidak diantisipasi sebelumnya serta untuk mengambil kesempatan dari perkembangan yang baru terjadi.

## **2.5 Break Even Point**

### **2.5.1 Pengertian Break Even Point**

Tujuan sebuah perusahaan didirikan adalah untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Oleh karena itu perusahaan membutuhkan beberapa analisis agar perusahaan dapat menghasilkan laba seperti yang diharapkan. *Break even* merupakan salah satu alat analisis yang sangat bermanfaat bagi perusahaan. Ada beberapa ahli yang memberikan pengertian tentang *break even*. *Break even* atau titik impas adalah keadaan suatu perusahaan uang pendapatan penjualannya sama dengan jumlah total biayanya, atau besarnya *contribution margin* sama dengan total biaya tetapnya, dengan kata lain perusahaan tidak memperoleh laba tetapi tidak mengalami rugi atau rugi labanya sama dengan nol. Menurut V. Wiranata Sujarweni (2017:121). “Titik impas atau Break even point (BEP) adalah suatu kondisi dimana perusahaan dalam usahanya tidak mendapatkan untung maupun tidak menderita kerugian. Sedangkan menurut Syafruddin Alwi, *break even point* dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan dimana perusahaan di dalam operasinya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita rugi.

Menurut Dwi Prastowo (2016:158) . “Analisis titik impas ( Break-even analysis) adalah teknik analisis yang digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan komposisi produk yang diperlukan untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tertentu. Menurut Mulyadi (2016:2230) analisis impas adalah suatu cara untuk mengetahui berapa volume penjualan minimum agar supaya perusahaan tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba.

Menurut Munawir (2016:206) apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu macam barang, maka Analisa *break even* dapat pula diterapkan untuk seluruh barang yang diproduksi atau dijual oleh perusahaan tersebut. Untuk maksud tersebut komposisi (perbandingan) antara barang-barang tersebut harus tetap sama baik dalam komposisi produksinya maupun penjualannya (*product mix and sales mix*). *Sales mix* adalah kombinasi relative antara produk-produk yang dijual oleh suatu perusahaan dan dapat dihitung dalam unit terjual atau proporsi dari *revenue* (Rahmad Budiarto, 2017:5), sedangkan *product mix* ialah perbandingan jumlah produk yang dijual antara produk yang satu dengan produk yang lain.

Dari pengertian-pengertian *break even* diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis *break even* adalah teknik analisis yang mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variable, dan volume penjualan yang bertujuan untuk menentukan volume penjualan agar perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak memperoleh laba atau dengan kata lain labanya sama dengan nol.

### **2.5.2 Manfaat Analisis *Break Even Point***

Analisa *Break even* dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan. Manfaat atau kegunaan analisis *break even* antara lain adalah:

- a. Sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu. Jadi dapat digunakan untuk perencanaan laba atau profit planning.
- b. Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan operasi yang sedang berjalan, yaitu untuk alat pencocokan antara realisasi dengan angka-angka dalam perhitungan *break even* atau dalam gambar (chart) *break even*. Jadi, sebagai alat pengendali atau *controlling*.
- c. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual, yaitu setelah diketahui hasil-hasil perhitungannya menurut analisa *break even* dan laba yang ditargetkan.

- d. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan yang harus dilakukan oleh seorang manajer.

### 2.5.3 Langkah-langkah Analisis *Break Even Point*

Dalam mencantumkan tingkat *break even*, maka biaya yang terjadi harus dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel (Munawir, 2016: 185). Langkah-langkah berikutnya dalam menentukan tingkat *break even* adalah:

a. Pengelompokan Biaya

Dalam perhitungan analisis *break even*, biaya menjadi dua kelompok yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Pengertian biaya tetap dan biaya variabel adalah sebagai berikut:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap (dalam bahasa Inggris disebut *fixed cost*) adalah jenis-jenis biaya yang selalu tetap, dan tidak terpengaruh oleh volume penjualan melainkan dihubungkan dengan waktu (*function of time*).

2. Biaya Variabel

Biaya variabel (dalam bahasa Inggris disebut *variable cost*) adalah biaya yang selalu berubah sesuai dengan perubahan volume penjualan.

Total Biaya yang diperlukan adalah Biaya tetap ditambah dengan Biaya Variabel:

$$Total\ Cost = Fixed\ Cost + Variable\ Cost$$

$$\text{Atau } TC = FC + VC$$

3. Rumus dari penjualan adalah :

$$\text{Penjualan} = \text{Harga} \times \text{Kuantitas}$$

$$Sales = Price \times Quantity$$

$$S = P \times Q$$

Dimana P menggambarkan harga per unit, sedangkan Q menggambarkan volume penjualan dalam unit, dan S menggambarkan nilai total penjualan. (Sofyan Safari, 2018:359).

b. Penentuan Marjin Kontribusi

Marjin kontribusi merupakan kelebihan pendapatan penjualan diatas biaya variable. Marjin kontribusi dapat dihitung dengan cara:

Penjualan	xx
(-)Biaya variable	(xx)
Marjin Kontribusi	xx
(-)Biaya tetap	(xx)
Laba bersih	xx

Marjin kontribusi dapat dinyatakan dalam rasio marjin kontribusi adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Marjin kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

c. Perhitungan Tingkat *Break Even Point*

Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan untuk menghitung tingkat *break even point*, yaitu pendekatan secara matematis dan pendekatan secara grafis. Dalam analisis *break even* ini, tingkat *break even* dihitung menggunakan pendekatan matematis.

Merumuskan *break even point* atau titik impas dalam rupiah sebagai berikut (Elisa, 2020:19):

$$\text{BEP (dalam rupiah penjualan)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Pendapatan penjualan}}}$$

$1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Pendapatan penjualan}}$  disebut *marginal income ratio* atau *contribution margin ratio* atau rasio marjin kontribusi. Sehingga *break even point* atau impas dalam rupiah penjualan dapat pula dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{BEP (dalam rupiah penjualan)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Biaya kontribusi}}$$

Sedangkan untuk mencari titik impas dalam bentuk unit atau kuantitas adalah sebagai berikut:

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel}}$$

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Heru. B. S, dkk (2018) yang meneliti tentang analisis *Break Event Point* terhadap perencanaan laba CV. Uul Anugeras Surabaya yang menghasilkan kesimpulan bahwa perhitungan *break even point* sangat berperan penting pada CV. Uul Anugerah dalam perencanaan laba jangka pendek serta analisis ini dapat menjadi informasi penjualan minimum perusahaan dan penyusunan strategi perusahaan untuk pencapaian laba. Penjualan pada tahun 2016 juga dapat ditargetkan lebih tinggi karena penjualan pada tahun 2011 sampai 2015 telah mencapai *break event point*.

Menurut penelitian Vivin U.C, dkk (2016), tentang analisis *break even point* sebagai perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan (studi kasus pada Perhutani Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014) mengatakan bahwa hasil analisis menggunakan perhitungan *break even point* menunjukkan bahwa rencana penjualan pada tingkat laba yang diharapkan terbukti dapat menghasilkan laba sesuai dengan yang diharapkan. Selanjutnya penggunaan metode perhitungan ini dapat menjelaskan komposisi produk maupun sebaran penjualan dalam satuan moneter.

Edah J (2020) dalam penelitiannya yang berjudul analisis *break even point* dalam perencanaan laba PT Dirgantara Indoensia menyatakan bahwa perusahaan ini belum mengadakan penggolongan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variable, sehingga perusahaan sulit untuk mendapatkan informasi jika memiliki kepentingan untuk mengetahui perencanaan labseada. Selain itu PT Dirgantara Indonesia masih belum menerapkan analisis *break even point* yang terbukti dari data anggaran keuangan yang belum dikelompokkan ke dalam biaya tetap dan biaya variable, maka secara otomatis perusahaan ini belum menerapkan analisis tersebut. Menurut perhitungan dan analisis dalam laporan ini juga dengan kenaikan volume 25% dan



biaya produksi (biaya tetap dan variable) 15%, mampu meningkatkan laba per tahun dari Rp 2.447.023.231.927,- pada tahun 2019 menjadi Rp 3.347.165.939,- pada tahun 2020.

Penelitian oleh Muhammad.Y (2016) yang berjudul analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba pada CV. Langgeng Makmur Bersama Lumajang menghasilkan kesimpulan bahwa penerapan *break even point* sebagai alat perencanaan laba pada perusahaan ini pada kurun waktu 2012-2013 dilakukan dengan beberapa tahapan, pertama yaitu klasifikasi biaya yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan sehingga dapat dikelompokkan ke dalam biaya tetap, biaya variable dan semi variable. Selanjutnya yaitu mengelompokkan dan mengidentifikasi biaya semivariabel dengan menggunakan metode *least square method* untuk menentukan kontribusi margin, menentukan *break even point*, *margin of safety* serta *minimal sales*. Selanjutnya perhitungan dari *Margin of Safety* perusahaan ini dilakukan untuk mengetahui batas keamanan yang diperoleh dan didapatkan hasil *Margin of safety* sebesar 72,97%.