

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan tentang Perencanaan Laba

##### 1. Pengertian Perencanaan Laba

Perencanaan merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Pada dasarnya perencanaan itu merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan berbagai alternatif tindakan dan perumusan kebijakan.

G. R. Terry dalam bukunya Kusmiadi berpendapat perencanaan adalah pemilihan dan menghubungkan fakta-fakta, membuat serta menggunakan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan masa datang, dengan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan tertentu yang diyakini diperlukan untuk mencapai suatu hasil.<sup>1</sup>

Menurut Basu Swasta, perencanaan yang jelas dan tepat baru dikatakan baik dan bermanfaat jika:<sup>2</sup>

1. Kita dapat membuat ramalan yang tepat
2. Situasi yang tidak berubah dengan tiba-tiba
3. Perencanaan tersebut mempunyai sasaran yang jelas dan mendetail.

Sedangkan menurut Atmosudirjo, perencanaan adalah aktivitas-aktivitas pengumpulan data dan informasi beserta pemikiran

---

<sup>1</sup> Rachmat Kusmiadi, *Teori dan Teknik Perencanaan*, (Bandung: Ilham Jaya, 1995), hal. 3.

<sup>2</sup> Basu Swastha, *Azas-azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 1990), hal. 28.

untuk menentukan apa yang hendak dicapai, apa saja yang harus dijalankan, bagaimana urutannya, fasilitas-fasilitas apa yang diperlukan, mengapa harus dicapai atau dijalankan, bilamana waktunya dan atau masanya, oleh siapa harus dijalankan dan terakhir ditentukan bagaimana caranya menjalankan.<sup>3</sup>

Abdul Halim dan Bambang Supomo berpendapat “laba merupakan pusat pertanggungjawaban yang masukan dan keluarannya diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya”.<sup>4</sup> Menurut M. Nafarin “Laba (*income*) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu”.<sup>5</sup> Sedangkan Kuswadi, menyatakan bahwa “Perhitungan laba diperoleh dari pendapatan dikurangi semua biaya”.<sup>6</sup> Berdasarkan hasil pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa laba merupakan seluruh total pendapatan yang dikurangi dengan total biaya-biaya.

Suatu perencanaan bisa terealisasi apabila manajemen berhasil dalam menjalankan perusahaan yang diukur dengan besarnya laba (*profitability*). Pengertian perencanaan laba menurut Machfoedz adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup>Atmosudirdjo Prajudi, *Administrasi dan Manajemen Umum*, (Jakarta: Gunung Agung, 1979), hal. 5.

<sup>4</sup>Abdul Halim dan Bambang, Supomo, *Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2005), hal.139.

<sup>5</sup> M, Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hal. 788.

<sup>6</sup>Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005), hal. 135.

<sup>7</sup>Machfoedz Mas'ud, *Akuntansi Manajemen Perencanaan dan Pembuatan Keputusan Jangka Pendek*, (Yogyakarta: STIE-WIDYA WIWAHA, 1996), Buku 1, Ed. 5, hal. 289.

Perencanaan laba (*profit planning*) sering disebut budget perencanaan (*planning budget*) atau rencana operasi (*plan operation*) adalah rencana dari manajemen yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan dibagi kedalam dua jenis rencana yaitu rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang.

Menurut Supriyono Perencanaan laba (*profit planning*) adalah perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. Didalamnya juga ditentukan tujuan laba yang dicapai oleh perusahaan.<sup>8</sup> Sedangkan menurut Carter Usry “perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi laba, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek”.

Perencanaan laba ditujukan kepada sasaran akhir perusahaan/organisasi dan bermanfaat sebagai pedoman untuk mempertahankan arah kegiatan yang pasti. Perencanaan laba yang baik tidaklah mudah karena ada kekuatan-kekuatan eksternal mempengaruhinya. Kekuatan-kekuatan tersebut meliputi perubahan dalam teknologi, tindakan pesaing, ekonomi, demografi, selera serta pilihan pelanggan, perilaku sosial, serta faktor-faktor politik. Kekuatan-kekuatan tersebut umumnya berada diluar kendali manajemen, dan besar serta arah perubahan seringkali sulit untuk diprediksi. Untuk mengatasi hal tersebut

---

<sup>8</sup>Supriyono, *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pembuatan Keputusan*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hal. 331.

para manajer harus didorong agar berusaha keras untuk menetapkan sasaran pribadi yang sejalan dengan sasaran perusahaan/organisasi.

Dalam menentukan sasaran atau tujuan laba, manajemen sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor berikut:<sup>9</sup>

1. Laba atau rugi yang diakibatkan dari volume penjualan tertentu
2. Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup semua biaya plus menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar deviden serta menyediakan kebutuhan kegiatan masa depan.
3. *Break Event Point*.
4. Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang.
5. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba.
6. Pengembalian atas modal yang digunakan.

Menurut Carter Usry dalam menetapkan sasaran laba ada tiga prosedur yang dapat digunakan yaitu:<sup>10</sup>

1. Dalam metode priori, tujuan laba mendominasi perencanaan. Pertama-tama manajemen menentukan tingkat pengembalian yang diinginkan dan berusaha untuk merealisasikan melalui perencanaan.
2. Dalam metode posteriori, tujuan laba berada dibawah perencanaan dan diidentifikasi sebagai hasil dari perencanaan.

---

<sup>9</sup>Carter, William K. and Milton F. Usry, *Cost Accounting*, (Jakarta: Krista, Salemba Empat, 2002), buku 1, Ed. 13, hal. 4.

<sup>10</sup>Carter, William K. and Milton F. Usry, *Cost Accounting*, (Jakarta: Krista, Salemba Empat, 2002), buku 1, Ed. 13, hal. 4.

3. Dalam metode pragmatis, manajemen menggunakan suatu standar laba yang telah diuji dan dibuktikan melalui pengalaman.

Sedangkan menurut Krismiaji dalam penetapan laba terdapat pendekatan yang berbeda, yaitu:<sup>11</sup>

1. Didasarkan pada masa kembali modal yang diinvestasikan. Metode ini menghendaki penetapan tingkat keuntungan menjadi titik tolak penyusunan rencana.
2. Didasarkan kepada produk yang akan dijual. Metode ini menghendaki perencanaan yang diformulasikan akan diperoleh berupa keuntungan.
3. Didasarkan pada perhitungan menurut standar. Metode ini melakukan perhitungan dari proses perencanaan yang diukur dengan standar yang ada. Manajemen memperhitungkan relatif keuntungan menurut standar yang dianggap memuaskan perusahaan/organisasi.

## **2. Manfaat dan Keterbatasan Perencanaan Laba**

Perencanaan laba memiliki manfaat atau keuntungan yaitu:<sup>12</sup>

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi antar sesama manajer.

---

<sup>11</sup> Krismiaji, *Sistem Informasi Akuntansi*, (Yogyakarta: UPP AMPYKPN, 2002), hal. 163.

<sup>12</sup> Carter, William K. and Milton F. Usry, *Cost Accounting*, (Jakarta: Krista, Salemba Empat, 2002), buku 1, Ed. 13, hal. 6.

4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari setiap tingkatan manajemen.
5. Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

Sedangkan menurut Adolph Matz dkk., adanya perencanaan laba memiliki manfaat sebagai berikut:<sup>13</sup>

1. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan masalah.
2. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapinya dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil keputusan.
3. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya yang maksimum.
4. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana yang saling terkait dapat menggambarkan keseluruhan organisasi dalam bentuk rencana yang terpadu dan menyeluruh.
5. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbarui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.

---

<sup>13</sup> Adolph Matz, dkk., *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 1993), hal. 6-7.

6. Mengkoordinasikan serta mempertemukan semua upaya organisasi/ lembaga ke dalam suatu prosedur perencanaan anggaran yang terarah karena inilah satu-satunya cara yang paling tepat mengungkapkan keselamatan kegiatan manajemen.
7. Mengarahkan penggunaan modal dan daya upaya pada kegiatan yang paling menguntungkan.
8. Mendorong standar prestasi yang tinggi dengan merangsang kegairahan untuk bersaing menanamkan hasrat untuk mencapai tujuan, dan menumbuhkan minat untuk melaksanakan kegiatan secara lebih efektif.
9. Berperan sebagai standar untuk mengukur kegiatan dan menilai kebijakan manajemen dan tingkat kemampuan dari setiap pelaksana.

Dengan berbagai manfaat tersebut di atas, maka pihak manajemen merasa tergugah atau berpikir bagaimana agar perencanaan laba tersebut dapat berhasil yang akan berakibat pula pada keberhasilan suatu usaha.

Sementara keuntungan atau manfaat dari perencanaan laba tidak diragukan lagi bersifat impresif dan berwawasan luas, tetapi perencanaan juga memiliki keterbatasan dan kekurangan berikut ini:<sup>14</sup>

1. Prediksi bukanlah suatu ilmu pasti; ada sejumlah pertimbangan dan estimasi. Karena suatu anggaran harus didasarkan pada prediksi atau kejadian masa depan, maka revisi atau modifikasi dari anggaran

---

<sup>14</sup> Carter, William K. and Milton F. Usry, *Cost Accounting*, (Jakarta: Krista, Salemba Empat, 2002), buku 1, Ed. 13, hal. 7.

sebaiknya dilakukan ketika variasi dari estimasi membenarkan adanya perubahan dalam rencana.

2. Anggaran dapat memfokuskan perhatian manajemen dalam cita-cita (seperti tingkat produksi yang tinggi atau tingkat penjualan kredit yang tinggi) yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan dari perusahaan/organisasi.
3. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja sama dari semua anggota manajemen.
4. Penggunaan anggaran secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsional. Manajer mungkin mencoba menggunakan anggaran untuk mencapai anggaran pribadi.
5. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peran administrasi.
6. Penyusunannya memakan waktu.

## **B. Analisis Break Event Point**

### **1. Pengertian Analisis Break Event Point**

Sebelum memproduksi atau menghasilkan suatu produk, baik barang maupun jasa, perusahaan/organisasi biasanya terlebih dahulu merencanakan seberapa besar laba yang diperoleh. Penentuan besarnya laba yang ingin diperoleh merupakan prioritas utama bagi sebagian besar perusahaan/organisasi, di samping hal-hal lainnya. Agar besarnya perolehan laba mudah ditentukan, maka salah satu caranya

perusahaan/organisasi harus mengetahui terlebih dahulu berapa titik impasnya. Artinya, perusahaan/organisasi beroperasi pada jumlah produksi atau penjualan tertentu, sehingga perusahaan/organisasi tidak mengalami kerugian ataupun keuntungan.<sup>15</sup>

Dwi Prastowo Darminto dan Rifka Julianty berpendapat, “Titik Impas (*Break Even Point*) adalah titik dimana total biaya sama dengan total penghasilan”.<sup>16</sup> Menurut Henry Simamora, “Titik Impas (*Break Even Point*) adalah volume penjualan dimana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak terdapat laba maupun rugi bersih”.<sup>17</sup> Sedangkan menurut Darsono Prawironegoro dan Ari Purwanti, “*Break Even Point* atau Titik Impas, dimana perusahaan/organisasi tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian”.<sup>18</sup>

Menurut Bambang Riyanto, “Analisis *Break Event Point* adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan-hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan”.<sup>19</sup> Sedangkan dalam bukunya Akuntansi Manajemen Mulyadi berpendapat, Analisis Titik Impas adalah suatu cara untuk mengetahui berapa volume penjualan

---

<sup>15</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2010), Ed. 1, Cet ke-2, hal. 166.

<sup>16</sup> Darminto, Dwi Prastowo dan Rifka Julianty, *Analisis Laporan Keuangan: Konsep dan Manfaat*, (Yogyakarta: AMP-YKPN, 2002), hal. 140.

<sup>17</sup> Henry Simamora, *Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta: UPP-AMP-YKPN, 2002), Ed. 2, hal. 182.

<sup>18</sup> Prawironegoro, Darsono dan Ari Purwanti, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), Ed. 3, hal. 243.

<sup>19</sup> Bambang Riyanto, *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), Ed. 4, hal. 359.

minimum agar suatu perusahaan tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (laba = 0).<sup>20</sup>

Dari berbagai pengertian *Break Event Point* dan Analisis BEP di atas dapat disimpulkan bahwa, *Break Event Point* atau Titik Impas adalah suatu kondisi yang dapat dinyatakan sebagai total penjualan (jasa) lembaga sama besar dengan total biaya atas penjualan tersebut dan laba lembaga tersebut sama dengan nol. Sedangkan Analisis *Break Event Point* atau Analisis Titik Impas adalah suatu teknik analisa yang digunakan untuk merencanakan tingkat penghasilan agar dapat menutupi seluruh biaya, sehingga perusahaan/organisasi berada dalam keadaan impas atau tidak mengalami kerugian dan tidak pula memperoleh laba.<sup>21</sup>

Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau volume dapat dikelompokkan menjadi:

a. Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. biaya yang jumlah totalnya tidak berubah selama “*relevant range*” tertentu meskipun terjadi perubahan dalam volume produksi, penjualan atau level aktivitas tertentu.<sup>22</sup>
2. Pada biaya tetap, biaya satuan akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan, semakin tinggi volume

---

<sup>20</sup> Mulyadi, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), Ed. 3, hal. 230.

<sup>21</sup> <http://restieokti.blogspot.com/2012/04/analisis-break-even-point-sebagai-alat.html>. Diakses tanggal 24-05-2015, pk. 10:21.

<sup>22</sup> Edi Herman, *Akuntansi Manajerial Suatu Orientasi Praktis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hal. 41.

kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.<sup>23</sup>

Adapun menurut M. Fuad mengatakan bahwa biaya tetap adalah biaya yang memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>24</sup>

1. Totalitasnya tidak berubah (konstan) tanpa memandang perubahan tingkat aktivitas.
2. Biaya satuannya akan berbanding terbalik dengan perubahan volume keluar.

Sedangkan menurut Dr. Kasmir dalam bukunya Analisis Laporan Keuangan berpendapat bahwa biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batas tertentu). Artinya kita menganggap biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu saja, biasanya kapasitas produksi yang dimiliki. Namun, untuk kapasitas produksi bertambah, biaya tetap juga akan lain. Contoh biaya tetap adalah seperti gaji, bunga, sewa atau biaya kantor, dan biaya tetap lainnya.<sup>25</sup>

#### b. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan

---

<sup>23</sup> Dermawan Sjahrial, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012 ), Ed. 4, hal 97.

<sup>24</sup> M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 159.

<sup>25</sup> Dr. Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), cet. k-6, hal. 339.

semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel.

2. Pada biaya variabel, biaya satuan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan, jadi biaya satuan konstan.<sup>26</sup>

Sedangkan menurut Dr. Kasmir biaya variabel merupakan biaya yang total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, upah buruh langsung, dan biaya variabel lainnya.<sup>27</sup>

Analisis titik impas atau analisis peluang pokok atau dikenal dengan nama analisis *Break Event Point* (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan/organisasi. Analisis titik impas sering juga disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*).<sup>28</sup> Untuk menganalisis titik impas ini ada dua cara yang biasa digunakan yaitu: analisis grafis dan analisis matematis dengan rumus.<sup>29</sup>

Untuk mencari titik impas dapat kita gunakan beberapa model rumus. Pemakaian rumus dapat dilakukan dengan keinginan dan tujuan pemakai. Hanya saja masing-masing rumus memiliki keuntungan atau kelebihan masing-masing. Misalnya rumus matematika dengan grafik tentu memberikan informasi yang berbeda dalam arti luas, seperti lengkap tidaknya informasi yang diberikan dan kemudahan dalam menggunakan.

---

<sup>26</sup> Ibid, hal. 98.

<sup>27</sup> Dr. Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), cet. k-6, hal. 339.

<sup>28</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2010), Ed. 1, Cet ke-2, hal. 166.

<sup>29</sup> Dermawan Sjahrial, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012 ), Ed. 4, hal 99.

Sebagai contoh, dengan menggunakan model matematik, kita dapat dengan mudah mencari dan mengetahui titik impas suatu produk. Sebaliknya, penggunaan model grafik memberikan informasi yang diberikan cukup luas dan dapat dibuatkan grafik dengan mudah pula.

Berikut ini model rumus yang digunakan<sup>30</sup> peneliti dalam analisis titik impas:

#### Analisis Titik Impas Dalam Rupiah

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

Keterangan:

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

S = Penjualan

BEP (Rp) = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

Salah satu kegunaan analisis titik impas adalah untuk mengetahui pada jumlah berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya atau perusahaan/organisasi beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak pula rugi, atau laba sama dengan nol. Melalui titik impas kita akan dapat mengetahui bagaimana hubungan antara biaya tetap, biaya variabel,

---

<sup>30</sup> Dr. Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), cet. k-6, hal. 340-341.

tingkat keuntungan yang diinginkan, dan volume kegiatan (penjualan atau produksi). Oleh karena itu, analisis ini juga sering disebut pula dengan nama *cost profit volume analysis*.<sup>31</sup>

Analisis titik impas juga memberikan pedoman tentang berapa jumlah produk (jasa) minimal yang harus diproduksi atau dijual. Tujuannya adalah agar lembaga mampu memperoleh laba (keuntungan). Artinya dengan memproduksi sejumlah jasa dengan kapasitas produksi yang dimilikinya, lembaga akan tahu batas minimal yang harus dijual dan keuntungan yang diperoleh apabila diproduksi secara penuh.

Jumlah produksi yang akan dijual akan berkaitan erat dengan biaya yang dikeluarkan. Pada akhirnya biaya-biaya ini menjadi penentu terhadap harga jual perusahaan/organisasi. Besar kecilnya biaya sangat berpengaruh terhadap harga jual, demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, salah satu kegunaan analisis titik impas adalah untuk menentukan biaya-biaya yang dikeluarkan dan jumlah produksi. Dengan demikian, akan dapat diketahui berapa jumlah yang layak untuk dijalankan.<sup>32</sup>

## **2. Asumsi-asumsi dalam Analisis *Break Even Point***

Terdapat beberapa asumsi yang mendasari analisis *break even point*. Hansen dan Mowen mengatakan bahwa asumsi atau anggapan dasar yang digunakan dalam analisis *break even point* adalah sebagai berikut:<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2010), Ed. 1, Cet ke-2, hal. 166.

<sup>32</sup> Dr. Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali, 2013), Cet ke-6, hal. 333.

<sup>33</sup> Hansen dan Mowen, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), Ed. 8, hal. 22-23.

1. Analisis mengasumsikan fungsi pendapatan dan fungsi biaya berbentuk linier.
2. Analisis mengasumsikan harga, total biaya tetap dan biaya variabel per unit dapat diidentifikasi secara akurat dan tetap konstan sepanjang rentang yang relevan.
3. Analisis mengasumsikan apa yang diproduksi dapat dijual.
4. Untuk analisis multiproduk, diasumsikan bauran penjualan (sales mix) diketahui.
5. Diasumsikan harga jual dan biaya diketahui secara pasti.

Sedangkan menurut Mulyadi asumsi yang mendasari *break even point* adalah:<sup>34</sup>

1. Variabilitas biaya dianggap akan mendekati pola perilaku yang diramalkan. Biaya tetap akan selalu konstan dalam kisar volume yang dipakai dalam perhitungan *break even point*, sedangkan biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volume penjualan.
2. Harga jual produk dianggap tidak berubah-ubah pada berbagai tingkat kegiatan. Jika dalam usaha menaikkan volume penjualan dilakukan penurunan harga jual atau dengan memberikan potongan harga, maka hal ini mempengaruhi hubungan biaya-volume-laba.

---

<sup>34</sup> Mulyadi, *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), Ed. 3, hal. 260-261.

3. Kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan. Penambahan fasilitas produksi akan berakibat pada penambahan biaya tetap dan akan mempengaruhi hubungan biaya-volume-laba.
4. Harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah. Jika harga bahan baku dan tarif upah menyimpang terlalu jauh dibanding data yang dipakai sebagai dasar perhitungan break even point, maka hal ini akan mempengaruhi hubungan biaya-volume-laba.
5. Efisiensi produk dianggap tidak berubah. Apabila terjadi penghematan biaya karena adanya penggunaan bahan pengganti yang harganya lebih rendah atau perubahan metode produksi, maka hal ini akan mempengaruhi hubungan biaya-volume-laba.
6. Perubahan jumlah sediaan awal dan akhir dianggap tidak signifikan.
7. Komposisi produk yang dijual dianggap tidak berubah. Jika perusahaan/organisasi menjual lebih dari satu macam produk, maka meskipun volume penjualan sama tetapi apabila komposisinya berbeda, maka hal ini akan mempunyai pengaruh terhadap pendapatan penjualan.

Diantara anggapan-anggapan diatas, anggapan yang paling pokok adalah bahwa volume merupakan faktor satu-satunya yang mempengaruhi biaya. Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa asumsi yang digunakan dalam analisis *break even point*. Diantaranya biaya harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, fungsi pendapatan dan fungsi biaya berbentuk linier.

### **3. Tujuan Analisis Titik Impas dan Kelemahannya**

Penggunaan analisis titik impas bagi lembaga memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan, dan produksi. Dari uraian di atas sebelumnya, jelas bahwa terdapat beberapa keuntungan bagi para manajer dalam mengambil keputusan apabila mengetahui hasil analisis titik impas. Misalnya dengan informasi tersebut, manajer mampu meminimalkan kerugian, dan memprediksi keuntungan yang diharapkan.

Penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

- a. Mendesain spesifikasi produk;
- b. Menentukan harga jual
- c. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian;
- d. Memaksimalkan jumlah produksi;
- e. Merencanakan laba yang diinginkan; dan
- f. Tujuan lainnya.

Dalam mendesain suatu produk, diperlukan suatu pedoman yang memberi arah bagi manajemen untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga. Analisis titik impas memberikan perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan. Hal ini disebabkan karena biaya sangat

besar pengaruhnya terhadap harga. Dengan analisis titik impas, kita dapat menguji terlebih dahulu kelayakan suatu produk.<sup>35</sup>

Disamping memiliki tujuan dan mampu memmberikan manfaat yang cukup banyak bagi pimpinan perusahaan/organisasi, analisis titik impas juga memiliki beberapa kelemahan. Kelemahan analisis titik impas mau tidak mau pasti ada dan tidak dapat dihindari.

Berikut ini beberapa kelemahan dari analisis titik impas:

1. Perlu asumsi

Artinya analisis titik impas membutuhkan banyak asumsi, terutama mengenai hubungan antara biaya dengan pendapatan. Padahal terkadang asumsi yang digunakan tidak sesuai dengan realita yang terjadi ke depan.

2. Bersifat statis

Artinya analisis ini hanya digunakan pada titik tertentu, bukan pada suatu periode tertentu.

3. Tidak digunakan untuk mengambil keputusan akhir

Artinya analisis titik impas hanya baik digunakan jika ada penentuan kegiatan lanjutan yang dapat dilakukan.

4. Hubungan penjualan dan biaya

Hubungan penjualan dan biaya adalah dalam hal biaya, jika penjualan dilakukan dalam kapasitas penuh, tetapi memerlukan tambahan penjualan, aka ada tambahan biaya

---

<sup>35</sup> Dr. Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali, 2013), Cet ke-6, hal. 335.

tenaga kerja atau upah yang mengakibatkan naiknya biaya variabel dan jika diperlukan tambahan peralatan. Maka, biaya tetap juga akan meningkat.

5. Kurang mempertimbangkan risiko-risiko yang terjadi selama masa penjualan

Artinya selama masa penjualan begitu banyak risiko yang mungkin dihadapi, misalnya kenaikan harga baku, yang akan berpengaruh terhadap harga jual dan pada akhirnya akan berpengaruh kepada jumlah penjualan secara keseluruhan, baik unit maupun rupiah.<sup>36</sup>

Kelemahan-kelemahan yang terjadi merupakan risiko dari prediksi yang dilakukan sehingga dalam pengambilan keputusan melalui analisis titik impas tetap perlu adanya kehati-hatian dari manajer guna menghindari kesalahan yang berakibat pada kerugian usaha.

#### **4. Manfaat *Break Event Point***

Dalam analisis *Break Event Point* terdapat manfaat bagi manajemen antara lain:

- a. Membantu pengendalian melalui anggaran (*budgetary control*).

Membantu menunjukkan perubahan apabila ada yang diperlukan untuk menjadikan biaya selaras dengan pendapatan.

---

<sup>36</sup> Dr. Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali, 2013), Cet ke-6, hal. 336.

- b. Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan. Berlaku sebagai sinyal peringatan untuk menggugah manajemen terhadap kemungkinan kesulitan dalam program penjualan. Jika penjualan secara relatif tidak cukup tinggi dibandingkan dengan biasanya seperti semestinya, kenyataan ini akan diperhatikan. Dengan demikian akan tersedia cukup waktu guna mengevaluasi kembali teknik penjualan.
- c. Menganalisa dampak volume penjualan. Memberi jawaban atas pertanyaan seperti:
  - 1. Berapa banyak volume penjualan saat ini bisa berkurang sebelum industri/organisasi menderita rugi?
  - 2. Berapa kenaikan laba bila ada kenaikan volume penjualan?
- d. Menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya. Menunjukkan pengaruh yang mungkin terjadi atas laba akibat perubahan harga jual yang disertai oleh perubahan lain, sebagai contoh:
  - 1. Perubahan apa yang dapat diharapkan dalam laba jika terjadi perubahan harga dengan asumsi semua faktor lainnya tetap/konstan?
  - 2. Merundingkan upah. Membantu manajemen karena:
- e. Menunjukkan dengan cepat kemungkinan pengaruh perubahan usulan gaji terhadap laba.
- f. Memberikan bantuan dalam menentukan kemungkinan penghematan efisiensi yang dapat melindungi posisi laba perusahaan/organisasi.

- g. Menganalisa margin pengamanan sebagai cadangan margin pengaman dan cara untuk mempengaruhi melalui pengamanan.

Dalam bukunya Prof. Dermawan dan Djahotman dijelaskan beberapa manfaat titik impas, diantaranya:

- a. Batas penjualan yang aman (*margin of safety* - MOS) yaitu penurunan penjualan yang boleh terjadi namun tidak mengalami dan tidak memperoleh keuntungan.
- b. Indikator penutupan usaha yaitu apakah yang sebaiknya perusahaan/organisasi ditutup apabila biaya variabel dan biaya tetap tunai tidak dapat tertutup.
- c. Menetapkan target penjualan (*sales target* - ST) yaitu penjualan yang diharapkan memperoleh laba yang diinginkan.
- d. Menetapkan *sales* BEP yang baru akibat adanya perubahan-perubahan biaya, harga jual serta kuantitas yang dijual yang bertujuan untuk menghadapi persaingan.<sup>37</sup>

Menurut Soehardi Sigit, analisis *break event point* dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran dan tujuan perusahaan. Manfaat lainnya antara lain:<sup>38</sup>

- a. Sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai tujuan tertentu. Jadi sebagai alat perencanaan laba.

---

<sup>37</sup> Dermawan Sjahrial dan Djahotman Purba, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), Ed. 1, hal. 57-58.

<sup>38</sup> Sigit, Soehardi, *Pemasaran Praktis*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), Ed. 3, hal. 2.

- b. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual yaitu setelah diketahui hasil perhitungannya menurut analisis *Break Event* dan laba yang ditargetkan.
- c. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang harus dilakukan oleh seorang manager.
- d. Mengganti tebalnya sistem laporan dengan grafik yang sangat mudah dibaca ataupun dimengerti.

Menurut Garrison et. Al analisis *break even point* “Membantu manajer mengerti hubungan timbal balik antar biaya-volume-laba, alat ini sangat penting dalam berbagai keputusan bisnis”. Contoh keputusan bisnisnya yaitu:<sup>39</sup>

- a. Produk apa yang harus diproduksi dan dijual.
- b. Kebijakan harga apa yang harus dijalankan.
- c. Strategi pemasaran apa yang harus digunakan.
- d. Struktur biaya apa yang digunakan.

Sedangkan Munawir mengatakan bahwa analisis *break even point* dapat membantu manajemen dalam mengambil keputusan antara lain mengenai:<sup>40</sup>

- a. Menentukan harga jual terendah yang memungkinkan untuk diterima oleh perusahaan/organisasi.

---

<sup>39</sup> Garrison, Ray H., Noreen dan Brewer, *Akuntansi Manajerial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), buku 1, Ed, 11, terjemahan oleh Nuri Hinduan, hal. 322.

<sup>40</sup> S. Munawir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hal. 215.

- b. Menentukan produk mana yang harus ditingkatkan atau dikurangi produksinya untuk memperoleh keuntungan.
- c. Menentukan berbagai macam tingkat laba akibat adanya perubahan tingkat harga.
- d. Menentukan laba yang akan diperoleh pada berbagai macam tingkat volume penjualan.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat diketahui bahwa analisis *break event point* dapat membantu manajemen dalam perencanaan laba yaitu sebagai dasar penetapan harga jual yang wajar, sebagai dasar untuk menetapkan jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan/organisasi tidak mengalami kerugian, sebagai dasar untuk menentukan jumlah penjualan untuk memperoleh laba dan sebagai dasar atau landasan manajemen dalam merencanakan kegiatan operasional dalam usaha untuk mencapai perolehan laba tertentu.

### **Kontribusi Marjin (*Contribution Margin*)**

Kontribusi margin merupakan analisis biaya-volume-laba bagian dari manajemen akuntansi terhadap margin keuntungan dalam penjualan per unit dan berguna dalam melaksanakan berbagai perhitungan atau digunakan sebagai ukuran kepengaruhannya operasional.<sup>41</sup>

Menurut Machfoedz *contribution margin* adalah sisa hasil penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Jumlah margin kontribusi akan

---

<sup>41</sup> , diakses tanggal 24-6-2015, pk. 13.00.

bisa digunakan untuk menutup semua biaya tetap dan setelah biaya tetap tertutup maka sisanya untuk menghasilkan laba periode yang bersangkutan.<sup>42</sup>

Berdasarkan uraian di atas, pengertian margin kontribusi adalah sisa hasil penjualan setelah biaya variabel dikurangkan yang digunakan untuk menutup biaya tetap dan sisanya merupakan keuntungan suatu periode yang bersangkutan.

Secara umum, setiap unit dari produk atau jasa yang dijual harus dapat menutupi seluruh biaya tetap dan laba yang diinginkan. Pengcoveran itu diberikan oleh kontribusi margin. Secara formula, kontribusi margin ini dapat dihitung sebagai berikut:<sup>43</sup>

$$KM = TP - TBV$$

Keterangan:

KM = Kontribusi Margin

TP = Total Pendapatan

TBV = Total Biaya Variabel

### **Tingkat keamanan (*Margin of Safety*)**

Tingkat keamanan atau *Margin of Safety* (MOS) merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas.

---

<sup>42</sup> Machfoedz, M., *Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha, 1996), hal. 299.

<sup>43</sup> Edi Herman, *Akuntansi Manajerial Suatu Orientasi Praktis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hal. 108.

Batas aman digunakan untuk mengetahui berapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian.<sup>44</sup>

Batas keamanan menunjukkan batas seberapa besar penjualan dapat turun tetapi perusahaan/organisasi belum menderita rugi atau dalam keadaan impas. Batas keamanan seringkali dinyatakan dalam persentase. Persentase keamanan adalah batas keamanan dibagi penjualan yang dianggarkan.<sup>45</sup>

Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan atau *Margin of Safety* (MoS) adalah sebagai berikut:

1. Penjualan yang direncanakan

$$\text{MoS} = \frac{\text{penjualan per bujet}}{\text{perjualan per titik impas}} \times 100\%$$

2. Penjualan MoS

$$\text{MoS} = \frac{\text{penjualan per bujet} - \text{perjualan per titik impas}}{\text{perjualan per bujet}} \times \%$$

Dari data sebelumnya MoS dapat dicari sebagai berikut:

$$\text{MoS} = \frac{\text{Rp } 500.000.000}{\text{Rp } 300.000.000} \times 100\% = 166,66\% \text{ dibulatkan (167\%)}$$

$$\text{MoS} = \frac{\text{Rp } 500.000.000 - \text{Rp } 300.000.000}{\text{Rp } 500.000.000} \times 100\% = 40\%$$

---

<sup>44</sup> Dr. Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali, 2013), Cet ke-6, hal. 345-346.

<sup>45</sup> Dermawan Sjahrial, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012 ), Ed. 4, hal. 104.

Ini berarti bahwa tingkat penjualan tidak boleh kurang atau turun 40% dari tingkat penjualan yang direncanakan atau 67% dari tingkat penjualan titik impas yang telah ditetapkan perusahaan/organisasi.

Jika *Margin of Safety* ditentukan berdasarkan hasil penjualan, dapat dicari sebagai berikut:

$$\text{Pertama : } 67\% \times \text{Rp } 300.000.000,00 = \text{Rp } 201.000.000,00-$$

$$\text{Kedua : } 40\% \times \text{Rp } 500.000.000,00 = \text{Rp } 200.000.000,00-$$

### C. Konsep Biaya

Biaya dalam pengertian luas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Menurut Mulyadi, biaya adalah satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual. Dalam definisi tersebut terdapat 4 unsur pokok, yakni:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi,
2. Diukur dalam satuan uang,
3. yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, dan
4. pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.<sup>46</sup>

Menurut Hansen Mowen yang dialih bahasakan oleh Ancella A. Hermawan, mendefinisikan biaya sebagai “kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan

---

<sup>46</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2007), Ed. K-5, hal. 8.

masa ini dan masa datang untuk organissssi.<sup>47</sup> Di sisi lain, Carter dan Usry biaya didefinisikan sebagai “Nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat”.<sup>48</sup>

Menurut Bastian, dkk. biaya adalah “pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu”.<sup>49</sup>

Berbeda pakar berbeda pula definisi tentang biaya. Pengertian biaya paling simple diberikan oleh Profesor Maher, Stickney dan Weil berikut ini:

*In principle, a cost is a sacrifice of resources,*<sup>50</sup>

(Pada prinsipnya, biaya adalah suatu pengorbanan dari sumber daya).

Kohler lebih mempersempit pengertian biaya kepada kas yang dibayarkan, aktiva lain yang ditransfer, saham modal yang dikeluarkan, atau jasa yang diserahkan atau juga yang terhutang. Tambahan lagi, penilaian tentang pengorbanan aktiva yang tidak dapat dinilai juga tidak dijelaskan bagaimana mengukurnya. Jadi apapun yang anda korbankan sepanjang itu dapat membuat anda berdaya dapat disebut dengan biaya. Orang dapat berdaya karena uangnya, maka pengorbanan uang adalah biaya. Apabila berdaya karena kekuatan fisik, dan anda korbankan kekuatan itu berarti anda telah mengeluarkan biaya. Apabila anda menzakatkan tanah, maka pengorbanan tanah itu disebut biaya. Mau mengorbankan jantung anda untuk

---

<sup>47</sup> Hansen dan Mowen, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal. 38.

<sup>48</sup> Carter, W.K & Usry, M.F., *Akuntansi Biaya* (terjemahan), (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hal. 29.

<sup>49</sup> Bastian, Indra, *Sistem Akuntansi Sektor Publik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 4.

<sup>50</sup> Maher, M.W., Stickney, C.P., & Weil, R.L., *Managerial Accounting: An Introduction to Concepts, Methods, and Uses*, (USA: The Dryden Press, 1997), hal. 29.

ditransplantasikan ke orang lain yang sedang sakit, kalau itu dilakukan anda akan mengeluarkan biaya sangat besar, yang mungkin tidak bisa dinilai dengan nyawa anda itu.

Sumber daya itu dapat berupa kas, piutang, persediaan barang, tanah, waktu, tenaga, kekuasaan, dan sebagainya. Tiga yang terakhir adalah sumber daya tidak berwujud sementara yang empat pertama adalah berwujud. Secara akuntansi, semua aktiva adalah biaya.

Masalah paling mendasar tentang biaya ini adalah dasar untuk mengukurnya, yaitu berapa nilai rupiah yang akan dipakai untuk suatu pengorbanan sumber daya. Sampai detik ini, pakar akuntansi baru mampu mengukur pengorbanan sumber daya berwujud. Problemnnya adalah apa (*what*) dasar penilaiannya dan bagaimana (*how*) menilainya. Yang jelas adalah para ahli akuntansi sepakat bahwa “beda biaya beda pula tujuannya (*different cost for different purpose*)”.<sup>51</sup>

Berdasarkan definisi-definisi di atas biaya adalah pengorbanan yang dilakukan oleh perusahaan/organisasi untuk mendapatkan laba yang dimasa yang akan datang. Jadi biaya merupakan hal penting bagi industri/organisasi, sebab dengan berbagai macam biaya dapat diketahui atau dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan mengenai harga jual dan produk tersebut. Biaya diukur dengan satuan uang, sehingga biaya merupakan modal berdirinya suatu industri atau organisasi. Adanya sistem pembiayaan yang terarah maka perolehan laba akan berjalan dengan lancar.

---

<sup>51</sup> Edi Herman, *Akuntansi Manajerial: Suatu Orientasi Praktis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hal. 29.

Klasifikasi biaya yang sangat tua dibuat oleh Profesor Matz dan Usry dengan tujuan yang beraneka ragam. Mereka mengelompokkan biaya yang sangat banyak menjadi 7 bagian untuk 5 tujuan. Tujuan<sup>52</sup> itu adalah sebagai berikut:

*The collection, presentation, and analysis of cost data should serve the following uses of aim: (1). Planning profit by means of budgets, (2). Controlling cost via responsibility, (3). Measuring annual or periodic profit, including inventory costing, (4). Assisting in establishing selling prices, and pricing policy, (5). Furnishing relevant data for analytical processes for decision making.*

(pengumpulan, penyajian dan analisis data biaya berfungsi untuk mencapai tujuan: (1). Perencanaan laba melalui alat anggaran, (2). Mengontrol biaya via akuntansi pertanggungjawaban, (3). mengukur laba periodik atau tahunan, termasuk costing persediaan, (4). Membantu dalam penetapan harga dan kebijakan harga, (5). Menyajikan data biaya yang relevan untuk proses analisis dalam pengambilan keputusan).

Sementara itu, klasifikasi yang tujuh itu adalah sebagai berikut:

*Cost are classified: (1). By nature of the item (a natural classification), (2). With respect to the accounting period to which they apply, (3). By their tendency to vary with volume or activity, (4). By their relation to the product, (5). By their relation to manufacturing departments, (6). For planning and control, (7). For analytical purposes.*

Biaya diklasifikasikan sebagai berikut: (1). Berdasarkan sifat dari biaya tersebut (klasifikasi natural), (2). Berdasarkan periode akuntansi di dalam mana biaya dibebankan, (3). Berdasarkan tendensinya untuk berubah

---

<sup>52</sup> Matz, A., & Usry, M.F., *Cost Accounting: Planning and Control*, (USA: South-Western Publissing, 1976), hal. 43.

sesuai dengan perubahan volume atau aktivitas, (4). Berdasarkan hubungannya dengan produk, (5). Berdasarkan hubungannya dengan departemen produksi, (6). Untuk perencanaan dan pengendalian, (7). Untuk tujuan analisis.

#### **D. Peranan *Break Even Point* Terhadap Perolehan Laba**

Perencanaan merupakan proses awal sebelum melakukan kegiatan usaha, tanpa perencanaan maka kegiatan usaha tidak berjalan terarah dan tidak mempunyai tujuan yang pasti. Untuk itu perencanaan merupakan hal penting dalam mengambil keputusan.

Perencanaan merupakan fungsi manajemen dalam aktivitas organisasi untuk merumuskan aktivitas-aktivitas serta asumsi-asumsi mengenai masa depan atau dalam jangka waktu yang panjang dalam mencapai tujuan.

Setiap industri/organisasi mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan atau memperoleh laba. Untuk memperoleh laba tersebut sebelumnya harus diadakan perencanaan sehingga sesuai yang ditargetkan oleh pihak industri dan perencanaan tersebut disebut perencanaan laba.

Pada perencanaan laba maka pihak manajer industri/organisasi akan mudah dalam pengambilan keputusan, dapat memperkirakan anggaran yang dibutuhkan, mengetahui kesalahan yang mungkin muncul. Hal itu dapat dilihat dari pengalaman masa lalu serta dengan perencanaan laba yang dapat merangsang atau memacu menuju persaingan yang lebih ketat melalui efektivitas dan efisiensi.

Anggaran merupakan masalah utama yang dibahas dalam perencanaan laba sebab anggaran tersebut meliputi seluruh biaya-biaya yang ada dalam industri/organisasi, harga jual yang harus ditentukan dan berapa volume penjualan produk tersebut. Diantara tiga hal itu yang meliputi biaya, harga jual, dan volume penjualan tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lain, sebab harga jual ditafsirkan berdasarkan biaya dan volume penjualan yang dihasilkan pada harga jual walaupun juga harus melihat bagaimana situasi pasar tetapi pasar tersebut juga melihat harga jual yang ditetapkan industri/organisasi. Selain itu kualitas produk yang dibebankan pada biaya industri/organisasi, maka akan dihasilkan berapa anggaran industri/organisasi yang dapat digunakan untuk menentukan berapa besar laba yang diinginkan. Dalam hal ini perlu adanya teknik atau cara agar laba tersebut dapat diperoleh seefektif dan seefisien mungkin, untuk itu perlu diterapkan analisa *Break Event Point*. Adapun pengertian dari *Break Event Point* adalah suatu keadaan dimana perusahaan/organisasi tersebut tidak mengalami rugi juga belum mendapatkan laba.

Analisa *Break Event Point* dapat digunakan sebagai pedoman di masa mendatang apabila terjadi pengaruh-pengaruh atau perubahan-perubahan yang akan muncul terhadap perolehan besar kecilnya laba. Tujuan dari analisis break even point secara umum dapat dikatakan untuk menyajikan dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan yang erat atas ketiga variabel berikat yaitu biaya, volume penjualan dan laba. Selanjutnya dapat memudahkan pimpinan perusahaan/organisasi untuk melihat bagaimana

perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi laba dengan cara penyajian yang ringkas sehingga pimpinan perusahaan/organisasi dapat dibantu dalam pengambilan keputusan. Jadi, analisis break even point merupakan salah satu sarana bagi manajemen dalam menentukan laba perusahaan/organisasi.

Analisis break even point juga memberikan keuntungan bagi manajemen untuk menilai perencanaan laba secara jelas serta memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan dan hubungannya dengan kemungkinan mendapat laba menurut tingkat penjualan yang terjadi.

Menurut Muslich “Teknik analisis break event point memberikan dasar hubungan antara berbagai variabel untuk menentukan aktivitas perusahaan dalam suatu proses perencanaan keuangan dalam mencapai target laba yang ditentukan”.<sup>53</sup>

Jadi, analisis break even point akan memberikan dasar hubungan antara berbagai variabel untuk menentukan aktivitas perusahaan/organisasi dalam suatu proses perencanaan keuangan dalam mencapai target laba yang ditentukan.

Analisa break event point dengan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisa break event point dan perencanaan laba sama-sama berbicara dalam hal anggaran atau di dalamnya mencakup anggaran yang meliputi biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang kesemua itu mengarah ke perolehan laba. Untuk itu dalam perencanaan perlu penerapan atau menggunakan analisa break event point untuk perkembangan ke arah

---

<sup>53</sup> Muhammad Muslich, *Manajemen Keuangan Modern Analisis , Perencanaan dan Kebikjaksanaan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), cet. k-3, hal. 308.

masa datang dan perolehan laba. Selain itu analisa break event point dapat dijadikan tolak ukur untuk menaikkan laba atau untuk mengetahui penurunan laba yang tidak mengakibatkan kerugian pada organisasi.