

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 *Break Even Point*

*Break Even Point* atau Titik Impas mempunyai beberapa definisi dari para ahli. Menurut Kasmir (2016: 333), *Break Even Point* adalah keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan atau laba dan tidak pula menderita kerugian. Dalam artian kondisi jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Analisis ini digunakan untuk menentukan berapa unit yang harus dijual agar dapat memperoleh keuntungan, baik dalam volume penjualan unit maupun rupiah.

Menurut Simamora (2012: 7) titik impas adalah volume penjualan dimana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak terdapat laba maupun rugi bersih. Laba bersih dapat diperoleh bilamana volume penjualan berada di atas titik impas. Menurut Horngren, dkk (2006: 448), mengatakan bahwa *Break Even Point* atau Titik Impas adalah suatu tingkat penjualan dimana laba operasi adalah nol. Menurut Hansen, dkk (2011: 9) Titik Impas adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol.

Sedangkan Menurut Mulyadi (2010: 232), *Break Even Point* adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain suatu dapat dikatakan impas apabila jumlah penghasilan sama dengan jumlah biaya,

atau apabila margin kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

Dapat disimpulkan bahwa *Break Even Point* adalah keadaan dimana perusahaan tidak mengalami keuntungan atau total pendapatan dan total biaya sama dengan nol. Sedangkan analisis *Break Even Point* adalah keadaan dimana kondisi dimana penjualan perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. *Break Even Point* atau Titik Impas ini berperan penting bagi manajemen perusahaan untuk mengambil keputusan. Keputusan tersebut berupa menarik produk atau mengembangkan suatu produk atau menutup anak perusahaan yang tidak menguntungkan. Suatu usaha dapat dikatakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya atau laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

#### **2.1.1.1 Rumus Break Even Point**

Rumus *Break Even Point* terbagi menjadi empat metode, masing-masing metode berasal dari sumber yang berbeda. Pemakaian metode *Break Even Point* dapat dilakukan sesuai dengan keinginan dan tujuan. Menurut Harahap (2016: 204) Beberapa metode yang dapat digunakan dalam analisis *Break Even Point*, sebagai berikut:

1. Metode Persamaan

Metode ini digunakan untuk memanfaatkan data dari laporan laba rugi yang disusun dengan format kontribusi. Metode ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$\text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel} - \text{Biaya Tetap} = \text{Laba}$$

Atau

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

Namun, jika data tidak tersedia untuk menggunakan rumus tersebut, maka *Break Even Point* dalam rupiah dapat dihitung dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$\text{Rasio Penjualan} = \text{Rasio Margin Kontribusi} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

## 2. Metode Margin Kontribusi

Margin Kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari suatu penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Jumlah tersebut digunakan untuk menutup biaya tetap dan laba pada periode tersebut. Margin Kontribusi digunakan untuk menutup biaya tetap dan apabila ada sisa akan menjadi laba. Demikian, jika margin kontribusi tersebut tidak cukup untuk menutupi biaya tetap, maka akan mengalami kerugian. Berikut rumus margin kontribusi yang terbagi menjadi dua macam, yaitu:

- a. Menghitung margin kontribusi dalam unit, dapat digunakan dengan rumus, sebagai berikut:

$$\text{Margin Kontribusi Per Unit} = \text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}$$

- b. Menghitung margin kontribusi dalam jumlah totalnya, dapat digunakan dengan rumus, sebagai berikut:

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Total Pendapatan} - \text{Total Biaya Variabel}$$

Margin kontribusi dapat dihitung melalui total pendapatan dikurangi dengan total biaya variabel. Dapat disimpulkan bahwa dalam menghitung

margin kontribusi ini dapat dilakukan dengan dua cara yaitu menghitung margin kontribusi dalam unit dan menghitung margin kontribusi dalam jumlah total. Margin kontribusi sebagai persentase penjualan disebut sebagai rasio margin kontribusi (Rasio MK). Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Berdasarkan rasio margin kontribusi tersebut sangat berguna jika perusahaan memiliki berbagai macam produk dan dapat menentukan *Break Even Point* untuk perusahaan secara keseluruhan.

### 3. Metode Sederhana

*Break Even Point* dapat dilakukan dengan cara berbeda yaitu dengan membuat tabel harga penjualan, biaya variabel, dan biaya tetap.

### 4. Metode Grafik

Terlihat masing-masing unit penjualan terdapat informasi yang lengkap seperti setiap rupiah penjualan, biaya tetap, biaya variabel, total biaya maupun laba atau rugi. demikian manajemen dapat melihat jika akan memproduksi sekian unit sehingga terlihat seluruh komponen.

Pada metode grafik ini dapat menggambarkan titik impas. Grafis titik impas akan menunjukkan volume penjualan pada Sumbu X (*Horizontal*) dan biaya yang akan terletak pada Sumbu Y (*Vertikal*). Sedangkan, titik impas akan terletak pada perpotongan antara garis pendapatan dan garis biaya. Garis sebelah kiri menunjukkan sisi kerugian, sebaliknya pada sisi kanan

menunjukkan sisi laba usaha. Dengan menggunakan metode grafik ini dapat membantu dalam mengevaluasi akibat perubahan volume tahun lalu dan dapat memprediksi volume penjualan di tahun yang akan datang.

#### **2.1.1.2 Break Even Point Multi Produk**

Bagi perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk maka dalam menghitung titik impasnya harus terlebih dahulu dihitung bauran penjualannya. Menurut Hansen dan Mowen (2005: 305) menyatakan bahwa analisis multi produk mensyaratkan dibuatnya suatu asumsi sehubungan dengan bauran penjualan yang diharapkan pada bauran penjualan tertentu, masalah multi produk dapat dialihkan ke dalam analisis produk tunggal. Namun, harus diingat bahwa hasilnya akan berubah jika bauran penjualannya berubah. Jika bauran penjualan berubah pada perusahaan multi produk, maka titik impas juga akan berubah. Kenaikan penjualan produk yang memiliki margin kontribusi tinggi akan memperkecil titik impas, sementara kenaikan penjualan produk dengan margin kontribusi rendah akan memperbesar titik impas.

Berikut rumus untuk menghitung *Break Even Point* menurut Hansen dan Mowen (2005: 307) sebagai berikut:

$$BEP (Rp) = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\% \text{ Margin Kontribusi Keseluruhan}}$$

#### **2.1.1.3 Asumsi Dasar Analisis Break Even Point**

Menurut Horngren (2008: 58) Asumsi yang mendasari analisis *Break Even Point*, sebagai berikut:

1. Satu-satunya faktor yang mempengaruhi biaya adalah perubahan volume.
2. Manajer menggolongkan setiap biaya, baik biaya variabel maupun biaya tetap.
3. Beban dan pendapatan adalah linier di seluruh cakupan volume relevannya.
4. Tingkat persediaan tidak akan berubah.
5. Penjualan atas gabungan produk tidak akan berubah. Kombinasi produk yang membentuk total penjualan disebut Penjualan gabungan.

Sedangkan menurut Mulyadi (2010: 235), beberapa asumsi yang berpengaruh dalam analisis *Break Even Point*, sebagai berikut:

1. Variabilitas biaya dianggap akan mendekati pola perilaku yang diramalkan.
2. Harga jual suatu produk dianggap tidak berubah pada berbagai tingkat kegiatan.
3. Kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan.
4. Harga faktor produksi dianggap tidak berubah.
5. Efisiensi produksi dianggap tidak berubah.
6. Perubahan jumlah persediaan awal dan akhir dianggap tidak signifikan.
7. Komposisi produk yang dijual dianggap tidak berubah.
8. Volume merupakan faktor satu-satunya yang mempengaruhi biaya.

#### **2.1.1.4 Manfaat Analisis *Break Even Point***

Menurut Harahap (2016: 215), Manfaat dari analisis *Break Even Point* sebagai berikut:

1. Sebagai alat perencanaan untuk menghasilkan laba.

2. Dapat memberikan suatu informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungan dengan kemungkinan dapat memperoleh laba menurut tingkat penjualan.
3. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan yang di produksi, harga jual serta biaya yang dikeluarkan, sehingga laba rugi suatu perusahaan dapat diketahui.
4. Untuk mengetahui jumlah penjualan minimum.
5. Untuk mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.
6. Dapat mengganti sistem laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan dapat dimengerti.
7. Sebagai alat pertimbangan untuk menentukan harga jual.
8. Sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal seperti jumlah penjualan minimal yang perlu dipertahankan agar tidak mengalami kerugian, jumlah penjualan yang perlu dicapai untuk memperoleh keuntungan, seberapa jauh berkurangnya penjualan agar tidak menderita rugi, serta mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

#### **2.1.1.5 Kelemahan *Break Even Point***

Menurut Harahap (2016: 213), Kelemahan utama dari analisa *Break Even Point* sebagai berikut:

1. Asumsi *Linearity*

Pada umumnya harga jual per unit maupun *variable cost* per unit, tidak dapat berdiri sendiri terlepas dari volume penjualan. Tingkat penjualan

yang melewati suatu titik tertentu hanya akan dicapai dengan jalan menurunkan harga jual per unit. Hal tersebut menyebabkan garis *revenue* tidak lurus, melainkan melengkung. Juga *variable operating cost* per unit bertambah besar dengan meningkatkan volume penjualan mendekati kapasitas penuh. Hal tersebut dapat disebabkan karena menurunnya efisiensi tenaga kerja atau bertambah besarnya upah lembur.

## 2. Klasifikasi Biaya

Kelemahan di dalam mengklasifikasi biaya menjadi hal yang sulit. Hal tersebut terjadi karena adanya *semi variable cost* dimana biaya ini tetap sampai dengan tingkat tertentu dan dapat berubah setelah melewati titik tersebut.

## 3. Jangka Waktu Penggunaan

Apabila perusahaan mengeluarkan biaya untuk advertensi ataupun biaya lainnya yang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan operating cost sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa *Break Even Point* agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga.

### **2.1.2 Margin Of Safety**

Menurut Mulyadi (1997: 72), Analisa titik impas ini memberikan informasi mengenai berapa jumlah volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita rugi. Apabila angka titik impas tersebut dihubungkan dengan angka hasil penjualan yang dianggarkan atau hasil penjualan tertentu, maka akan diperoleh

informasi mengenai berapa volume penjualan yang dianggarkan atau hasil penjualan tertentu boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi. selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan titik impas merupakan angka *Margin Of Safety*.

*Margin Of Safety* atau bisa disebut juga tingkat keamanan merupakan kelebihan dari proyeksi atau aktual penjualan atas *Break Even Point*. *Margin Of Safety* ini berguna untuk memberikan informasi tentang seberapa jauh penurunan penjualan, baik dalam rupiah maupun dalam kuantiti sehingga perusahaan masih dalam posisi aman atau memiliki laba yang cukup.

Perusahaan yang mempunyai *Margin Of Safety* yang besar akan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai *Margin Of Safety* yang rendah, karena *Margin Of Safety* ini dapat memberikan gambaran kepada manajemen berupa beberapa penurunan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga belum mendapatkan laba. Menurut Kasmir (2016: 286) rumus yang dapat digunakan untuk mencari *Margin Of Safety* atau tingkat keamanan, sebagai berikut:

1. Penjualan yang direncanakan

$$MOS = \frac{\text{Penjualan per budget}}{\text{Penjualan Per Titik Impas}} \times 100\%$$

2. Penjualan *Margin Of Safety*

$$MOS = \frac{\text{Penjualan Per Budget} - \text{Penjualan Per Titik Impas}}{\text{Penjualan Per Budget}} \times 100\%$$

Adapula rumus yang digunakan oleh Alwi (2009: 280), sebagai berikut:

$$MOS = Total Penjualan - Penjualan Impas$$

Dimana:

Total Penjualan merupakan jumlah penjualan yang telah didapat oleh perusahaan dalam periode tertentu. Dan penjualan impas merupakan jumlah penjualan yang harus dicapai dalam kondisi ini perusahaan tidak mengalami untung maupun rugi.

### **2.1.3 Perencanaan Laba**

Perencanaan laba pada dasarnya merupakan perencanaan yang telah diperhitungkan dimana implikasi keuangannya dapat dinyatakan dalam bentuk perhitungan laba rugi, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka pendek dan jangka panjang. Hal terpenting dari perencanaan laba yaitu pengambilan keputusan terhadap penetapan target laba yang akan dicapai, karena langkah awal dalam perencanaan laba yaitu menjalani suatu usaha melalui pengambilan keputusan. Dilakukannya perencanaan laba bertujuan untuk memecahkan permasalahan dalam suatu perusahaan sehingga dapat memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan tersebut.

Perencanaan laba merupakan suatu perencanaan yang sangat penting dibuat oleh manajemen perusahaan untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin. Perencanaan laba berisi tentang langkah-langkah yang ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan.

Menurut Kuswandi (2005: 135), perencanaan laba sangat perlu dilakukan agar dapat memperoleh laba yang optimal untuk menentukan pihak yang berkepentingan yaitu para pemegang saham, manajemen, konsumen, karyawan, serta pemerintah. Perencanaan ini memegang peranan yang sangat penting dalam keberhasilan suatu perusahaan karena menyangkut masa depan perusahaan itu sendiri, guna menjaga komunitas usaha dan mencapai tujuan perusahaan. Adapun manfaat dari perencanaan laba menurut Usry, dkk (1990: 6) sebagai berikut:

1. Menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah
2. Menyediakan arahan ke semua tingkatan manajemen
3. Meningkatkan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari setiap tingkatan manajemen
4. Menjadi tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan para individu.

Meskipun manfaat perencanaan laba tersebut meyakinkan, namun menyadari juga keterbatasan dan kekurangan dari perencanaan laba, sebagai berikut:

1. Peramalan bukanlah ilmu pasti, dalam setiap penyusunan sebuah anggaran akan terdapat sejumlah pertimbangan tertentu
2. Anggaran dapat mengikat perhatian manajer pada sasaran tertentu yang tidak selaras dengan tujuan perusahaan secara menyeluruh
3. Perencanaan laba memerlukan kerja sama dan peran dari seluruh tingkatan manajemen

4. Perencanaan laba tidaklah dapat menghapus maupun mengambil alih peranan bagian administrasi
5. Pelaksanaan perencanaan laba memerlukan waktu.

Dapat dihitung menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Margin Kontribusi}}$$

Dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba merupakan sebuah rencana yang dilakukan oleh perusahaan untuk memaksimalkan laba yang ingin dicapai, karena besar kecilnya sebuah laba yang didapat tergantung kepada kelancaran dan keberhasilan perencanaan laba yang dilakukan oleh manajemen untuk perusahaannya. Perencanaan laba memungkinkan suatu perusahaan memilih beberapa alternatif yang mungkin dapat dilaksanakan untuk dimasa yang akan datang dengan mempertimbangkan bentuk keuangannya.

#### **2.1.4 Klasifikasi Biaya dalam Analisis *Break Even Point***

Untuk memisahkan biaya ini dapat dilakukan melalui dua pendekatan, sebagai berikut:

1. Pendekatan analitis, dalam pendekatan ini peneliti perlu meneliti setiap jenis dan unsur biaya yang terkandung satu per satu dari biaya yang ada beserta sifat-sifat biaya.
2. Pendekatan historis, dalam pendekatan ini yang perlu dilakukan yakni memisahkan biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan angka-angka maupun data biaya masa lampau.

Menurut Kasmir (2016: 302), menggolongkan biaya berdasarkan perilakunya dalam hubungan volume kegiatan terbagi menjadi tiga golongan, sebagai berikut:

### 1. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan.

Biaya tetap dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu:

- a. *Committed Fixed Cost*, meliputi biaya tetap yang berhubungan dengan investasi dalam fasilitas, peralatan, dan struktur dasar organisasi sebuah perusahaan.
- b. *Discretionary Fixed* atau bisa disebut juga *Managed Fixed Cost*, meliputi biaya tetap yang timbul dari keputusan tahunan manajemen untuk membelanjai bidang biaya tetap tertentu. Biaya ini akan hilang jika kebijakan yang bersangkutan juga ditiadakan, dan juga fluktuasinya akan dipengaruhi oleh kebijakan manajemen.

### 2. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan secara total berubah sesuai dengan perubahan volume produksi dan penjualan. Biaya variabel dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a. *Engineered Variable Cost* atau bisa disebut *True Variable Cost*, yakni biaya yang memiliki spesifikasi hubungan fisik yang *eksplisit* dengan pelaksanaan suatu aktivitas. Biaya ini biasanya timbul dalam aktivitas operasi normal suatu perusahaan. Contohnya, biaya bahan baku dan

biaya tenaga kerja langsung yang berubah volumenya karena proses pembuatan sebuah produk.

- b. *Discretionary Variable Cost* atau bisa disebut *Step Variable Cost*, yakni biaya kebijakan yang memiliki pola grafis variabel.
- c. Biaya Semi Variabel *Mixed Cost* atau Semi Variabel *Cost*, yakni biaya yang di dalamnya terdiri dari elemen biaya tetap dan biaya variabel. Umumnya terdapat dalam komponen biaya tidak langsung.

### 2.1.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengenai Analisis *Break Even Point* dan *Margin Of Safety* terhadap Perencanaan Laba yang dapat dijadikan pedoman dalam pertimbangan penelitian yang dilakukan diantaranya, sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Rahmi Aminus, dan Refi S, (2022) Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Golden Oilindo Nusantara Palembang	Persamaan : Metode <i>Break Even Point</i> sebagai alat Perencanaan Laba. Perbedaan : Tempat penelitian dan Metode penelitian.	Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba dengan menggunakan analisis <i>Break Even Point</i> memberikan gambaran yang bagus dikarenakan dapat mengetahui margin kontribusi, titik impas dan seberapa aman <i>Margin Of Safety</i> perusahaan dalam	Jurnal Manajemen, Vol. 10, No. 3, July, 2022

No	Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			mengambil keputusan.	
2	Ira Novianty, (2021) Perhitungan <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin Of Safety</i> sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM Makroni NR Ciamis	Persamaan : <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin Of Safety</i> sebagai Alat Perencanaan Laba. Perbedaan : Tempat Penelitian	Hasil Penelitian UMKM Makroni Ciamis, perusahaan tidak akan mengalami kerugian apabila mencapai titik impas, perhitungan <i>Margin Of Safety</i> perusahaan diperkenankan melakukan penurunan penjualan, jika melebihi perusahaan mengalami kerugian.	Indonesian Accounting Literacy Journal Vol. 01, No. 03, July, 2021 pp.549-562
3	Fahcmy Idris P, Sifrid S. Pangemanan, dan Victoriana Z. Tirayoh, (2021). Analisis <i>Break Even Point</i> sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Telesindo Shop Manado	Persamaan : Metode <i>Break Even Point</i> sebagai Alat Perencanaan Laba. Perbedaan : Metode <i>Margin Of Safety</i> , tempat penelitian, dan metode penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan mampu mencapai titik impas, <i>Margin Of Safety</i> menunjukkan antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada <i>Break Even Point</i> , dan penjualan masih kurang dari target penjualan.	Jurnal EMBA Vol. 9 No. 3 Juli, Hal. 554-564. ISSN 2303-1174
4	Meylan F. Palenteng, Herman Karamoy, dan Robert Lambey, (2022). Penerapan Analisis <i>Break Even Point</i> dan	Persamaan : Metode <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin Of Safety</i> sebagai Alat Perencanaan Laba.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan laba dapat diukur oleh analisis <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin Of Safety</i>	Jurnal LPPM Bidang (Ekonomi, Sosial, Budaya dan Hukum) Vol. 6 No. 1 Juli-Desember,

No	Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	<i>Margin Of Safety</i> sebagai Alat Bantu Manajerial Untuk Perencanaan Laba pada De Nearby Hotel Manado	Perbedaan : Tempat penelitian dan Metode penelitian.		Hal 159-168. p-ISSN : 24072-361X.
5	Alvanda Dwi Putri Magu, Stanly W. Alexander, dan Natalia Y.T Gerungai, (2022). Penerapan <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin Of Safety</i> Untuk Perencanaan Laba di Perusahaan Umum BULOG Kantor Wilayah Sulut dan Gorontalo	Persamaan : Metode <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin Of Safety</i> untuk Perencanaan Laba. Perbedaan : Tempat penelitian dan Metode penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan laba dapat diukur oleh analisis titik impas atau <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin Of Safety</i> . Di dapat estimasi perencanaan laba yang dilakukan peneliti mencapai perencanaan laba yang telah ditentukan	Jurnal LPPM Bidang (Ekonomi, Sosial, Budaya dan Hukum) Vol. 6 No. 1 Juli-Desember, Hal 287-298. P-ISSN : 24072-361X
6	Christine Praticia Ponomban, (2013). Analisis <i>Break Even Point</i> sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Tropica Cocoprime	Persamaan : Metode <i>Break Even Point</i> sebagai Alat Perencanaan Laba. Perbedaan : Metode <i>Margin Of Safety</i> dan Tempat Penelitian.	Analisis <i>Break Even Point</i> dapat diketahui berapa titik batas margin dan batas penjualan yang harus didapatkan. Pada PT. Tropica Cocoprime, perusahaan telah mencapai yang diinginkan. Penelitian ini menggunakan batas terendah analisis atau <i>Margin Of Safety</i> , perencanaan laba, serta <i>Break Even Point</i> sebagai	Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 1250-1261. ISSN 2303-1174

No	Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			peramalan dalam jangka pendek untuk mencapai tujuan.	
7	Nyoman Ayu Gayatri dan Nyoman Dwika Ayu Amrita, (2019). Analisis <i>Break Even Point</i> sebagai Dasar Perencanaan Laba Penjualan Pada CV. Osa Garmen Badung	Persamaan : Metode <i>Break Even Point</i> sebagai Perencanaan Laba. Perbedaan : Metode <i>Margin Of Safety</i> dan Tempat penelitian.	Analisis dapat menentukan batas terendah serta target laba yang harus dicapai dalam suatu usaha. Penelitian ini menggunakan batas titik terendah atau <i>Margin Of Safety</i> sebagai batas yang harus dipertahankan	Jurnal MBE Vol. 5, No. 1 Maret, Hal : 10-16.
8	Gestia Ananda, dan Hamidi, (2019). Analisis <i>Break Even Point</i> sebagai Alat Perencanaan Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2014-2017	Persamaan : <i>Break Even Point</i> sebagai Alat Perencanaan Laba. Perbedaan : Metode <i>Margin Of Safety</i> dan Objek Penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa besar kecilnya biaya tetap maupun biaya variabel yang digunakan setiap perusahaan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Dapat disimpulkan penelitian tersebut nilai <i>Break Even Point</i> perusahaan menjadi salah satu tolak ukur perusahaan	Jurnal Akuntansi Vol.13 No. 1 : 1-10, 2019. P-ISSN : 2252-5394
9	Rumanintya Lisaria, (2017). Analisis <i>Break Even Point</i> sebagai Alat Perencanaan Laba	Persamaan : <i>Break Even Point</i> sebagai Alat Perencanaan Laba.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan laba dapat ditentukan oleh <i>Break Even Point</i>	Jurnal Benefit, Vol. 4, No 1. July, 2017

No	Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	(Studi Kasus UMKM Batik Djoyokoesomo Blitar)	Perbedaan : Metode penelitian dan Tempat Penelitian.		
10	Hapsari Tria Kusumawardani, (2017). Analisis <i>Break Even Point</i> sebagai dasar kebijakan perencanaan penjualan dan laba (Studi pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung Periode 2014-2016)	Persamaan : <i>Break Even Point</i> sebagai Perencanaan Laba. Perbedaan : Metode Penelitian dan Tempat penelitian.	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti, analisis <i>break even point</i> dapat menjadi salah satu alat yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk digunakan dalam perencanaan penjualan dan laba.	Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 47 No.1 Juni 2017
11	Faradilla Noviani, (2017). Analisis <i>Break Even Point</i> Untuk Perencanaan Laba pada UD. Meubel Setia Budi di Samarinda Tahun 2014-2016	Persamaan : <i>Break Even Point</i> Untuk Perencanaan Laba. Perbedaan : Metode <i>Margin Of Safety</i> dan Tempat penelitian.	Setelah melihat analisis dapat diketahui hasil perhitungan nilai titik impasnya, <i>Margin Of Safety</i> , dan laba yang ingin dicapai. Perusahaan perlu pertimbangan kembali dalam penetapan harga jual dan biaya proses produksinya.	eJournal Adm Bisnis, Vol. 5 (2): 451-465 ISSN 2355-5408

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Berhasil atau tidaknya suatu usaha umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kesempatan di masa yang akan datang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Ukuran keberhasilan manajemen dalam

memimpin sebuah perusahaan dapat dilihat dari laba yang dihasilkan selama periode tertentu. Agar suatu usaha tersebut dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan yang direncanakan, maka perlu dibuat suatu perencanaan yang sangat matang. Perencanaan merupakan penentuan tujuan dan mempersiapkan berbagai jenis anggaran untuk dapat mencapai tujuan yang ditetapkan.

Laba merupakan salah satu tujuan yang umum dalam suatu usaha. Dalam praktiknya manajemen perusahaan dapat merencanakan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Dengan adanya perencanaan laba maka perusahaan akan dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan sebagai dasar untuk melakukan pengawasan terhadap kegiatan perusahaan .

Menurut Supriyono (1987: 209) Perencanaan laba yang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba yang optimal. Sedangkan menurut Machfoedz (1996: 289) Perencanaan laba sering disebut budget perencanaan atau rencana operasi merupakan 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.

Perencanaan laba ditujukan kepada sasaran akhir suatu perusahaan dan dijadikan sebagai pedoman untuk mempertahankan arah kegiatan yang pasti. Perencanaan laba yang baik tidaklah mudah karena ada kekuatan eksternal yang mempengaruhinya. Hal tersebut perlu didorong oleh manajemen perusahaan agar

berusaha keras untuk menetapkan sasaran pribadi yang sejalan dengan sasaran suatu perusahaan.

Pada saat penyusunan rencana, termasuk perencanaan laba seringkali terdapat kejadian yang tidak terduga atau tidak diketahui yang dapat menurunkan penjualan dibawah tingkat yang diharapkan atau dianggarkan oleh perusahaan sebelumnya. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam perencanaan laba adalah dengan menggunakan analisis *Break Even Point* dan *Margin Of Safety*. *Break Even Point* merupakan keadaan suatu usaha tidak mengalami kerugian dan tidak mendapatkan laba sedangkan *Margin Of Safety* merupakan jarak keamanan antara *Break Even Point* dan penjualan yang direncanakan.

Menurut Garisson, (2013: 60) *Break Even Point* dan perencanaan laba memiliki hubungan yang kuat karena keduanya itu menjelaskan mengenai anggaran yang mencakup harga jual, volume penjualan, dan biaya, dimana semuanya mengacu kepada penerimaan laba. Maka berdasarkan teori tersebut, dalam perencanaan perlu dilakukan penerapan dengan menggunakan *Break Even Point* sebagai tolak ukur dalam menaikkan laba serta untuk mengetahui penurunan laba.

Cara lain yang dapat digunakan dalam perencanaan laba adalah *Margin Of Safety*. Menurut Kasmir (2016: 180) Tingkat keamanan atau *Margin of safety* merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu sesuai anggaran dengan penjualan pada titik impas. Angka *Margin Of Safety* ini akan memberikan petunjuk mengenai jumlah maksimal penurunan volume penjualan yang direncanakan atau dianggarkan sekaligus tidak mengakibatkan kerugian.

Hansen dan Mowen (2011: 450), menyatakan bahwa bila *Margin Of Safety* suatu perusahaan adalah besar dengan adanya penjualan yang diharapkan, resiko untuk menderita kerugian yang harus diambil penjualan suatu putaran ke bawah adalah kurang daripada *Margin Of Safety* nya kecil. Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen perusahaan memerlukan informasi tentang berapa jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang boleh terjadi. Hal tersebut dilakukan agar penurunan yang terjadi tidak mengakibatkan perusahaan menderita kerugian.

Dengan mengetahui *Margin Of Safety* akan sangat berguna bagi manajemen untuk mengetahui batas keamanan dari kondisi penjualan. Semakin besar *Margin Of Safety* maka semakin besar kesempatan perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal, sebaliknya semakin kecil *Margin Of Safety* maka semakin rawan perusahaan terhadap penurunan target pendapatan penjualan yang secara tidak langsung mempengaruhi laba.

Selaras dengan hasil peneliti yang pernah diteliti sebelumnya oleh (Aryani, 2022; Liestiana dan Novianty, 2021) mengenai *Break Even Point* dan *Margin Of Safety* sebagai alat perencanaan laba perusahaan. Dari hasil perhitungannya terdapat hubungan yang sangat erat antara perhitungan analisis *Break Even Point* dan *Margin Of Safety* dengan perencanaan laba perusahaan, dimana dengan mengetahui perhitungan ini perusahaan dapat lebih merencanakan perolehan labanya yang lebih optimal di tahun yang akan datang.

Pada penelitian ini peneliti mengimplementasikan perhitungan *Break Even Point* dan *Margin Of Safety* nya pada perusahaan *Lemona Cake and Bakery* yang merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang makanan. Oleh sebab itu sangat penting untuk dilakukan penelitian tentang tingkat volume penjualan dan jarak keamanan agar dapat mengetahui keadaan serta seberapa besar tingkat penjualan yang harus dilakukan agar perusahaan tersebut tidak mengalami kerugian.

Dengan melakukan penelitian ini peneliti berharap perusahaan mampu untuk merencanakan jumlah penjualan sehingga terhindar dari resiko kerugian. Adanya perhitungan perencanaan laba diharapkan perusahaan mampu mengembangkan usaha yang dijalani dalam waktu jangka panjang. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran teoritis yang menyatakan bahwa Perencanaan Laba dapat diukur oleh *Break Even Point* dan *Margin Of Safety*.