

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Cost Volume Profit (CVP)*

2.1.1 Pengertian CVP

Cost Volume Profit (CVP) merupakan teknik dalam akuntansi manajemen yang digunakan untuk mengkaji hubungan antara biaya, volume penjualan, dan keuntungan operasional suatu perusahaan. Analisis ini menyoroti bagaimana modifikasi pada salah satu faktor seperti volume penjualan, harga jual, biaya tetap, atau biaya variabel secara langsung berpengaruh terhadap tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Teori ini menjadi landasan analitis untuk berbagai teknik perencanaan laba jangka pendek, seperti *Break Even Point (BEP)*, *Margin of Safety (MoS)*, *Contribution Margin*, dan *Degree of Operating Leverage*, karena keempatnya dibangun dari hubungan matematis antara harga jual, biaya tetap, dan biaya variabel.

Keandalan hasil analisis CVP tergantung pada sejumlah asumsi dasar, antara lain harga jual dan biaya variabel per unit bersifat tetap, biaya tetap tidak berubah dalam rentang aktivitas tertentu, serta hubungan antara biaya, volume, dan laba diasumsikan bersifat linier. Jika salah satu asumsi ini tidak dipenuhi dalam keadaan nyata, hasil analisis bisa menghasilkan kesimpulan yang

tidak tepat, sehingga penggunaannya perlu disesuaikan dengan ciri-ciri usaha yang dianalisis.

Menurut Rahmat Hidayat (2024) dalam penelitiannya mengenai UMKM Madu Asy-Syifa menyatakan bahwa penggunaan analisis CVP memberikan keuntungan langsung bagi para pelaku usaha mikro dalam mengevaluasi kelayakan usaha, karena para pelaku bisnis dapat secara jelas mengetahui jumlah unit atau nilai penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target keuntungan yang telah ditentukan, serta mengidentifikasi tingkat efisiensi biaya operasional yang sedang berjalan. Menurut Agista Salsabila et al. (2025) dalam penelitian mereka mengenai UMKM Keripik Q-Jho menyebutkan bahwa pelaksanaan CVP memungkinkan pelaku usaha kecil menengah untuk memahami seberapa besar dampak perubahan bauran penjualan dan struktur biaya terhadap margin kontribusi serta tingkat keamanan usaha.

Dalam konteks UMKM, penerapan teori CVP sangat penting mengingat terbatasnya sumber daya dan ukuran usaha yang ada. Pengusaha dapat menggunakan analisis ini untuk mengidentifikasi titik impas, menetapkan target penjualan minimum, serta mengevaluasi seberapa besar penurunan penjualan yang masih bisa ditoleransi tanpa menyebabkan kerugian pada usaha yang akan dijelaskan lebih lanjut melalui metode BEP dan MoS di sub-bab selanjutnya.

2.1.2 Tujuan *Cost Volume Profit (CVP)*

Secara umum, CVP bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana perubahan pada salah satu variabel (biaya tetap, biaya variabel, harga jual, atau volume) berdampak pada laba perusahaan. Memahami keterkaitan antara biaya, volume, dan keuntungan
2. Menetapkan titik impas (*Break Even Point*), memahami pada tingkat penjualan berapa perusahaan tetap tidak mendapatkan keuntungan maupun mengalami kerugian.
3. Menetapkan sasaran keuntungan tertentu, menghitung berapa jumlah penjualan atau pendapatan yang perlu dicapai agar perusahaan mendapatkan keuntungan sesuai sasaran yang telah ditentukan.
4. Menjadi landasan untuk pengambilan keputusan jangka pendek seperti keputusan terkait harga jual, peningkatan kapasitas produksi, atau perubahan komposisi produk (*product mix*).
5. Menilai tingkat risiko bisnis dengan menghitung *Margin of Safety*, untuk memahami sejauh mana penjualan dapat menurun sebelum perusahaan mengalami kerugian.

2.1.3 Manfaat *Cost Volume Profit (CVP)*

Cost Volume Profit memiliki beberapa manfaat penting bagi perusahaan, di antaranya:

1. Sebagai alat perencanaan laba (*profit planning*) yang membantu manajemen memproyeksi seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh pada tingkat penjualan tertentu, atau sebaliknya, berapa jumlah penjualan yang diperlukan untuk mencapai sasaran keuntungan tertentu.
2. Mendukung proses pengambilan keputusan manajerial, contohnya keputusan untuk meningkatkan atau menurunkan harga jual, menambah kapasitas produksi, atau mengubah variasi produk yang dijual.
3. Memahami titik impas usaha (*Break Even Point*) agar manajemen mengetahui batas minimal jumlah penjualan agar usaha tidak mengalami kerugian.
4. Sebagai sarana pengendalian dan penghematan biaya dengan memisahkan biaya tetap dan variabel, pihak manajemen dapat menilai komponen biaya mana yang harus ditekan. Efisiensi biaya memiliki peran yang signifikan, terlihat dari biaya variabel per unit yang menurun sehingga meningkatkan profitabilitas usaha.
5. Menetapkan batas aman penjualan (*Margin of Safety*) dalam memberikan ilustrasi seberapa jauh penjualan dapat turun sebelum perusahaan mengalami kerugian.

2.1.4 Asumsi Cost Volume Profit (CVP)

Agar *Cost Volume Profit* dapat diterapkan secara valid, terdapat beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi:

1. Biaya dapat dipisahkan secara jelas menjadi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*).
2. Harga jual per unit tetap sama, tidak bervariasi sepanjang periode analisis, terlepas dari jumlah unit yang terjual.
3. Biaya tetap tidak berubah dalam kisaran aktivitas tertentu (*relevant range*), meskipun volume produksi berubah dalam batas tersebut.
4. Volume produksi setara dengan volume penjualan, yang berarti tidak ada perubahan berarti pada persediaan (tidak ada barang yang menumpuk di penyimpanan).
5. Hanya terdapat satu variabel yang berpengaruh terhadap biaya, yaitu volume kegiatan (bukan faktor lain seperti inflasi atau efisiensi perangkat).
6. Berlaku untuk waktu yang singkat, karena dalam jangka panjang komponen biaya dapat berubah secara signifikan.

2.1.5 Komponen-komponen *Cost Volume Profit (CVP)*

Dalam analisis *Cost Volume Profit*, terdapat beberapa komponen dasar yang saling berkaitan dan menjadi fondasi dalam melakukan perhitungan maupun interpretasi hasil analisis. Ada empat komponen utama yang membangun analisis CVP:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya total tetap sama meskipun jumlah produksi atau penjualan berubah, selama jangka aktivitas tertentu. Contoh: biaya menyewa tempat, upah karyawan tetap, pengurangan nilai peralatan.

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya totalnya berubah secara proporsional sesuai dengan naik atau turunnya volume produksi atau penjualan. Semakin banyak produk yang dihasilkan atau dijual, semakin tinggi total biaya variabelnya. Contoh: bahan baku, biaya bahan bakar produksi, komisi penjualan.

3. Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Perbedaan antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit. Margin ini menunjukkan seberapa besar setiap unit produk berkontribusi untuk menutupi biaya tetap dan membentuk laba.

4. Rasio Margin Kontribusi (*Contribution Margin Ratio*)

Persentase margin kontribusi dari harga jual digunakan untuk mengetahui seberapa efisien setiap rupiah yang didapat dari penjualan dalam membantu menghasilkan keuntungan.

2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.2.1 Pengertian UMKM

Menurut Lubis & Salsabila (2024) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama

perekonomian Indonesia yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Keberadaan UMKM tersebar luas di berbagai sektor, mulai dari perdagangan, industri pengolahan, pertanian, hingga jasa, sehingga menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomian nasional.

Di Indonesia, UMKM diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah. Pengelompokan ini didasarkan pada skala usaha yang diukur dari kekayaan bersih maupun hasil penjualan tahunan masing-masing unit usaha. Klasifikasi tersebut bertujuan untuk memberikan kepastian hukum sekaligus memudahkan pemerintah dalam menyusun kebijakan pembinaan dan pengembangan yang tepat sasaran. Peranan penting umkm untuk menopang stabilitas keuangan dan perekonomian nasional.

Menurut Basyah & Fahmi (2024) mendefinisikan UMKM sebagai kelompok usaha berskala terbatas yang berkontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi nasional. Hal ini mempertegas bahwa UMKM bukan sekadar kategori administratif, melainkan cerminan nyata dari aktivitas ekonomi masyarakat luas yang terus berkembang dan beradaptasi menghadapi dinamika perekonomian.

2.2.2 Karakteristik UMKM

UMKM memiliki sejumlah ciri khas yang membedakannya dari perusahaan besar. Menurut Ramadhan, Ramadhani, & Rambe

(2025), UMKM secara umum memiliki ciri utama berupa keterbatasan modal, skala usaha yang relatif kecil, jumlah tenaga kerja yang terbatas, fokus pada pasar lokal, serta kemampuan tinggi untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi ekonomi. Ciri-ciri ini menunjukkan bahwa UMKM cenderung fleksibel dan mampu bertahan di tengah tekanan ekonomi, meskipun beroperasi dengan sumber daya yang terbatas.

Selain aspek permodalan dan skala usaha, UMKM di Indonesia dikategorikan berdasarkan ukuran dan status kepemilikan sesuai dengan kerangka kerja Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, sedangkan Badan Pusat Statistik memberikan definisi lebih detail berdasarkan jumlah tenaga kerja yang ada. Gabungan antara keterbatasan sumber daya dan fleksibilitas manajemen menjadikan UMKM sebagai unit usaha yang cukup tangguh, namun pada saat yang sama masih memerlukan pendampingan agar dapat naik kelas dan lebih kompetitif.

2.2.3 Peran UMKM bagi Perekonomian

UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian nasional. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, UMKM memberikan kontribusi besar terhadap ekonomi Indonesia, dengan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 60% dan menyediakan hampir 97% lapangan kerja nasional. Ini menegaskan bahwa UMKM adalah

sektor ekonomi yang produktif, kuat, dan relatif tidak terpengaruh negatif oleh fluktuasi atau krisis ekonomi. Sejalan dengan hal tersebut, menurut Kholifah & Andini (2024) menunjukkan bahwa UMKM memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar 61% atau sekitar Rp9.580 triliun, dengan total unit usaha mencapai 65,5 juta berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM.

Selain berfungsi sebagai penopang PDB dan penyerap tenaga kerja, UMKM juga berperan penting dalam pemerataan distribusi pendapatan masyarakat, terutama di daerah pedesaan dan pinggiran kota. Peran UMKM semakin dioptimalkan oleh kemajuan teknologi digital yang menciptakan peluang baru bagi pelaku bisnis. Kemajuan digitalisasi menciptakan kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar, sehingga dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan berbagai pihak terkait sangat penting untuk memperkuat peran UMKM dalam mendorong pembangunan ekonomi nasional. Dengan demikian, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penopang ekonomi pada masa krisis, tetapi juga sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di era digital.

2.3 Perencanaan Laba

2.3.1 Pengertian Laba

Laba merupakan salah satu indikator utama keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Secara umum, laba adalah selisih antara total pendapatan yang diperoleh dengan total biaya yang dikeluarkan dalam suatu periode akuntansi tertentu. Laba mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai tambah dari sumber daya yang dikelolanya.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK 46) laba akuntansi adalah laba bersih selama satu periode sebelum dikurangi beban pajak (Elbasit et al., 2023). Definisi ini menegaskan bahwa laba tidak sekadar mencerminkan hasil operasional, tetapi juga mencakup seluruh aktivitas yang menghasilkan pendapatan maupun yang menimbulkan beban bagi perusahaan selama periode berjalan.

Dari perspektif yang lebih luas, laba yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan, yaitu yang memiliki karakteristik relevansi, reliabilitas, dan komparabilitas atau konsistensi. Laba yang berkualitas rendah tidak menyajikan informasi yang benar tentang kinerja manajemen, yang dapat menyesatkan pengguna laporan keuangan dalam membuat keputusan ekonomi.

2.3.2 Manfaat Laba

Laba memiliki berbagai manfaat penting bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Beberapa manfaat strategis laba sebagai berikut:

- 1) Sebagai ukuran kinerja manajemen: Laba menjadi tolak ukur seberapa efektif manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Dengan membandingkan laba antar periode, manajemen dapat mengevaluasi keberhasilan strategi yang telah dijalankan.
- 2) Sebagai dasar perencanaan keuangan: Analisis laba historis dan proyeksi laba masa depan menjadi dasar dalam perencanaan strategis jangka panjang perusahaan, termasuk penyusunan anggaran tahunan (annual budgeting) serta rencana bisnis jangka menengah hingga panjang.
- 3) Sebagai sumber pendanaan internal: Laba yang ditahan (retained earnings) menjadi sumber modal internal yang dapat digunakan untuk membiayai ekspansi usaha tanpa harus bergantung sepenuhnya pada pinjaman eksternal.
- 4) Sebagai daya tarik investor dan kreditur: Perusahaan yang secara konsisten menghasilkan laba lebih dipercaya oleh investor dan lembaga keuangan untuk mendapatkan pembiayaan tambahan.
- 5) Sebagai dasar pembagian hasil: Laba merupakan dasar perhitungan pembagian keuntungan kepada pemilik usaha maupun sebagai dasar pemberian bonus karyawan.
- 6) Sebagai indikator kelangsungan usaha: Perusahaan yang terus menghasilkan laba menunjukkan kemampuannya untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang (going concern).

2.3.3 Jenis-Jenis Perencanaan Laba

Perencanaan laba (*profit planning*) dibagi menjadi dua, yaitu perencanaan laba jangka panjang dan perencanaan laba jangka pendek.

1) Perencanaan Laba Jangka Pendek

Perencanaan laba jangka pendek terdiri dari beberapa metode analisis, yaitu *break even point*, *margin of safety*, *degree of operating leverage*, *shut down point*, dan *contribution margin*. Laba jangka pendek adalah tingkat pendapatan yang diperoleh perusahaan dari aktivitasnya sebagai ukuran kinerja dalam periode tertentu. Dalam merencanakan laba jangka pendek dapat dilakukan dengan berbagai metode, yaitu metode *break even point*, *margin of safety*, *shut down point*, dan *degree of operating leverage*.

2) Perencanaan Laba Jangka Panjang

Perencanaan laba jangka panjang menekankan pada keputusan investasi strategis yang memengaruhi keberlanjutan dan perkembangan perusahaan dalam periode waktu lebih dari satu tahun. Investasi merupakan alokasi sumber daya dalam jangka panjang untuk memperoleh keuntungan di masa depan, yang mencakup empat kategori, yaitu investasi yang tidak memberi laba, investasi yang labanya sulit diukur, investasi untuk penggantian peralatan, dan investasi untuk ekspansi usaha.

Karena investasi biasanya memerlukan modal yang cukup besar dengan komitmen dana dalam periode yang panjang dan mengandung risiko, diperlukan evaluasi yang cermat sebelum investasi dilakukan, di mana manajemen membutuhkan informasi akuntansi diferensial sebagai salah satu dasar utama untuk menentukan pilihan investasi.

2.4 Metode *Break Even Point* (BEP)

2.4.1 Pengertian *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point (BEP) atau titik impas adalah suatu kondisi di mana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Pada titik ini, total pendapatan sama persis dengan total biaya yang dikeluarkan. Menurut Fauzi et al. (2024) menyatakan bahwa analisis *Break Even Point* merupakan salah satu perhitungan yang berguna dalam perencanaan laba, di mana perusahaan berada dalam kondisi tidak memperoleh keuntungan dan tidak merugi, sehingga semua biaya yang dikeluarkan untuk operasi produksi dapat ditutup oleh hasil penjualan.

Menurut Aji Bimayu (2023) mendefinisikan *Break Even Point* sebagai suatu keadaan di mana dalam operasi perusahaan tidak mendapat untung maupun rugi, atau dengan kata lain total biaya sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi. Analisis BEP merupakan dasar untuk perencanaan laba bagi manajemen perusahaan.

2.4.2 Komponen *Break Even Point (BEP)*

Dalam melakukan analisis *Break Even Point*, terdapat tiga komponen utama yang wajib diperhatikan. Ketiga komponen tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya Tetap (*Fixed Cost*) Biaya tetap merupakan biaya yang bersifat konstan dan tidak berubah meskipun suatu bisnis melakukan kegiatan produksi ataupun tidak berproduksi sama sekali. Nilai biaya tetap tidak dipengaruhi oleh volume produksi. Contoh biaya tetap antara lain gaji karyawan tetap, biaya penyusutan mesin dan peralatan, biaya sewa gedung atau tempat usaha, serta biaya asuransi.
- 2) Biaya Variabel (*Variable Cost*) Biaya variabel adalah biaya per unit yang sifatnya dinamis dan tergantung pada volume produksi. Apabila produksi meningkat, maka biaya variabelnya juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Biaya variabel mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung (*direct labour*), serta komisi penjualan.
- 3) Harga Jual (*Selling Price*) Harga jual adalah harga yang ditetapkan per unit atas barang atau jasa yang diproduksi dan dijual kepada konsumen. Dalam analisis BEP, harga jual diasumsikan bersifat tetap dan tidak berubah selama periode analisis, berapapun jumlah unit yang dijual.

2.4.3 Kegunaan *Break Even Point (BEP)*

BEP atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan, antara lain keputusan untuk menarik produk atau mengembangkan produk, atau untuk menutup anak perusahaan yang tidak menguntungkan. Analisis BEP tidak hanya memberikan informasi mengenai posisi impas, tetapi sangat membantu manajemen dalam perencanaan dan pengambilan keputusan secara umum.

Menurut Aji Bimayu (2023) menegaskan bahwa kegunaan BEP adalah sebagai dasar untuk mengetahui laba perusahaan dan target penjualan di masa yang akan datang. Sementara itu, menurut Fauzi et al. (2024) menyatakan bahwa secara umum manfaat analisis BEP adalah untuk mengetahui titik pulang pokok dari sebuah usaha, sehingga manajemen dapat mengetahui harus memproduksi atau menjual pada jumlah berapa unit agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Adapun kegunaan spesifik analisis BEP dalam konteks manajerial meliputi:

- 1) Menentukan volume penjualan minimum agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- 2) Menetapkan target produksi yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba yang direncanakan.
- 3) Sebagai alat bantu dalam keputusan penetapan harga jual produk.

- 4) Sebagai dasar evaluasi kelayakan suatu produk atau lini bisnis baru.
- 5) Membantu manajemen dalam menganalisis dampak perubahan biaya dan harga terhadap profitabilitas.

2.4.4 Tujuan dan Manfaat *Break Even Point (BEP)*

Analisis BEP memiliki tujuan dan manfaat yang saling berkaitan erat. Menurut Fauzi et al. (2024) tujuan analisis titik impas adalah untuk mengetahui tingkat aktivitas di mana pendapatan hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetapnya. Apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah BEP. Masalah BEP baru muncul apabila suatu perusahaan memiliki biaya variabel sekaligus biaya tetap. Berikut tujuan analisis BEP lebih lanjut, yaitu:

- 1) Menentukan jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- 2) Menentukan jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat laba yang telah direncanakan.
- 3) Mengukur dan menganalisis dampak perubahan harga jual, biaya produksi, dan volume penjualan terhadap laba perusahaan.
- 4) Membantu manajemen dalam menyusun proyeksi keuangan dan rencana anggaran perusahaan.

Adapun manfaat analisis BEP menurut Manuho et al. (2021) mencakup:

- 1) Membantu perusahaan dalam menentukan harga jual yang tepat sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian akibat penetapan harga yang terlalu rendah.
- 2) Memberikan informasi mengenai jumlah unit produk minimum yang harus diproduksi dan dijual agar seluruh biaya dapat tertutup.
- 3) Sebagai alat evaluasi dan pengendalian biaya operasional perusahaan.
- 4) Menjadi dasar penyusunan strategi penjualan dan perencanaan laba jangka pendek.
- 5) Membantu investor dan manajemen dalam mengambil keputusan strategis terkait ekspansi atau penghentian lini produk.

2.4.5 Rumus *Break Even Point (BEP)*

Terdapat dua rumus utama yang digunakan dalam perhitungan BEP. (Ramadhan & Setiawan, 2024) menyajikan rumus BEP sebagai berikut:

BEP dalam Unit :

$$\text{BEP} = \frac{FC}{P - VC}$$

Sumber: (Ramadhan & Setiawan, 2024)

Keterangan:

BEP = Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

FC = Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

VC = Biaya Variabel Persatuan (*Variable Cost*)

P = Harga Jual Persatuan (*Price*)

BEP dalam Rupiah:

$$\text{BEP} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{P}}$$

Sumber: (Kewetary et al., 2024)

Keterangan :

BEP = Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

FC = Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

VC = Biaya Variabel Persatuan (*Variable Cost*)

P = Harga Jual Persatuan (*Price*)

2.4.6 Kelebihan *Break Even Point* (BEP)

Break Even Poin memiliki beberapa kelebihan yang menjadikannya alat analisis yang banyak digunakan dalam perencanaan keuangan perusahaan. Berikut ini kelebihan dari *Break Even Point*, yaitu:

- 1) Membantu Pemilik Usaha Menentukan Target Penjualan Harian
- 2) Mempermudah Perencanaan Kebutuhan Bahan Baku
- 3) Memberikan Gambaran Kelayakan Usaha Secara Cepat
- 4) Menjadi Acuan dalam Pengambilan Keputusan Penambahan Produk Baru
- 5) Membantu Penetapan Harga Jual yang Tepat

2.4.7 Kekurangan *Break Even Point (BEP)*

Analisis titik impas ini memiliki beberapa kelemahan, dimana kelemahan ini pasti ada dan tidak adapat dihindari. Berikut ini ada beberapa kelemahan dari *Break Even Point*, yaitu:

- 1) *Break Event Point* membutuhkan banyak asumsi, terutama mengenai hubungan antara biaya dengan pendapatan. Padahal terkadang sering kali asumsi yang digunakan sudah tidak sesuai dengan realita yang terjadi ke depan.
- 2) Bersifat statis *Break Even Point* hanya digunakan pada titik tertentu bukan pada suatu periode tertentu.
- 3) Tidak digunakan untuk mengambil keputusan akhir, *Break Even Point* hanya digunakan jika ada penentuan kegiatan lanjutan yang dapat dilakukan.
- 4) Tidak menyediakan pengujian aliran kas yang baik Jika aliran kas telah ditentukan melebihi aliran kas yang harus dikeluarkan, maka proyek dapat diterima dan hal-hal lainnya dianggap sama.
- 5) Hubungan penjualan dan biaya Ada hubungan penjualan dan biaya, misalnya dalam hal biaya, jika penjualan dilakukan dalam kapasitas penuh, namun diperlukan tambahan penjualan, maka akan ada tambahan biaya tenaga kerja atau upah yang mengakibatkan naiknya biaya variabel dan jika diperlukan tambahan peralatan atau pabrik, maka biaya tetap juga akan meningkat.

2.5 Metode *Margin of Safety (MoS)*

2.5.1 Pengertian *Margin of Safety (MoS)*

Menurut Lestari (2020), *margin of safety* adalah selisih penjualan yang dianggarkan dengan penjualan titik impas yang biasanya dinyatakan dalam persentase maupun rupiah, atau dengan kata lain merupakan batas penurunan maksimal sebelum perusahaan menderita kerugian. Sejalan dengan hal tersebut, Garaika dan Feriyana (2020) dalam bukunya Akuntansi Manajemen mendefinisikan *Margin of Safety (MOS)* sebagai selisih antara penjualan yang dianggarkan dan penjualan pada titik impas yang berfungsi sebagai tingkat keamanan bagi perusahaan ketika menghadapi penurunan penjualan, di mana MOS yang besar dianggap lebih menguntungkan karena memberikan gambaran kepada manajemen sejauh mana penurunan penjualan dapat ditoleransi tanpa mengalami kerugian (Medyawati, 2025).

Menurut Safitri et al. (2024), *Margin of Safety* adalah selisih antara penjualan yang sesungguhnya atau yang dianggarkan dengan penjualan pada tingkat titik impas. *Margin* ini menggambarkan seberapa besar penurunan penjualan yang masih dapat ditoleransi oleh perusahaan tanpa menimbulkan kerugian. Dengan kata lain, *Margin of Safety* mencerminkan tingkat keamanan usaha, karena menunjukkan batas toleransi penurunan penjualan sebelum perusahaan mencapai kondisi rugi. Semakin besar

Margin of Safety, maka semakin aman posisi keuangan perusahaan dari kemungkinan kerugian akibat penurunan volume penjualan. Margin of Safety sangat penting dalam pengambilan keputusan manajerial karena dapat digunakan untuk menilai risiko yang dihadapi perusahaan apabila terjadi fluktuasi dalam penjualan.

2.5.2 Komponen *Margin of Safety (MoS)*

Dalam menghitung *Margin of Safety*, terdapat beberapa komponen utama yang harus dipahami terlebih dahulu, yaitu sebagai berikut:

1) Penjualan Aktual (*Actual Sales*)

Penjualan aktual adalah total pendapatan penjualan yang sesungguhnya diperoleh atau dianggarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu. Komponen ini menjadi angka pembanding dalam perhitungan MoS.

2) *Break Event Point (BEP)*

Break Even Point adalah suatu kondisi di mana perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian, karena total pendapatan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. BEP merupakan titik acuan utama dalam perhitungan *Margin of Safety*. Menurut Fadilah (2022), *Break Even Point* adalah suatu keadaan dimana perusahaan dalam kondisi tidak memperoleh keuntungan dan tidak merugi, sehingga BEP menjadi dasar penentuan batas keamanan penjualan.

3) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun volume produksi atau penjualan berubah, seperti biaya sewa, gaji karyawan tetap, dan penyusutan aset. Komponen ini memengaruhi posisi BEP dan secara tidak langsung mempengaruhi nilai MoS.

4) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional seiring dengan perubahan volume produksi atau penjualan, seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya variabel memengaruhi perhitungan margin kontribusi yang menjadi dasar analisis MoS.

5) Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Margin kontribusi adalah selisih antara total penjualan dengan total biaya variabel. Komponen ini mencerminkan kemampuan penjualan dalam menutup biaya tetap perusahaan. Menurut hasil analisis pada penelitian Rahmi et al. (2023) terhadap UMKM Pempek Palembang MWR, margin kontribusi diperoleh dari selisih penjualan dan biaya variabel, yang kemudian menjadi dasar penghitungan *Break Even Point* dan *Margin of Safety*.

2.5.3 Kegunaan *Margin of Safety* (MoS)

Margin of Safety memiliki berbagai kegunaan praktis dalam manajemen keuangan dan operasional perusahaan, antara lain:

- 1) Mengukur tingkat keamanan penjualan perusahaan dari risiko kerugian akibat penurunan volume penjualan.
- 2) Sebagai alat bantu dalam perencanaan laba jangka pendek, sehingga manajemen dapat menetapkan target penjualan minimum yang realistis.
- 3) Memberikan informasi kepada manajemen mengenai seberapa besar penjualan boleh turun tanpa menyebabkan kerugian.
- 4) Digunakan sebagai indikator untuk mengevaluasi efisiensi operasional dan ketahanan keuangan perusahaan.
- 5) Membantu pengambilan keputusan strategis seperti penetapan harga jual, pengendalian biaya, dan ekspansi usaha.

2.5.4 Tujuan dan Manfaat *Margin of Safety (MoS)*

Menurut Ramadhan & Setiawan (2024) dengan diketahuinya *Break Even Point* dan *Margin of Safety*, pihak manajemen dapat menggunakannya sebagai acuan dalam merencanakan laba, sehingga keputusan bisnis yang diambil lebih terarah dan terukur. Pernyataan ini menegaskan bahwa MoS tidak hanya berfungsi sebagai alat pengukuran risiko, tetapi juga sebagai panduan strategis dalam perencanaan usaha. Tujuan utama penerapan *Margin of Safety* dalam akuntansi manajemen adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui batas aman penjualan minimum yang harus dicapai perusahaan agar tidak merugi.

- 2) Memberikan dasar yang kuat bagi manajemen dalam merencanakan laba yang realistis dan terukur.
- 3) Membantu perusahaan dalam menentukan kebijakan harga dan volume produksi yang optimal.
- 4) Mengidentifikasi potensi risiko keuangan apabila terjadi penurunan penjualan yang signifikan.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan *Margin of Safety* antara lain adalah:

- 1) Manajemen memperoleh gambaran yang jelas mengenai tingkat kerentanan atau ketahanan perusahaan terhadap fluktuasi penjualan.
- 2) Perusahaan dapat menghindari pengambilan keputusan yang berisiko tinggi dengan mempertimbangkan batas keamanan yang dimiliki.
- 3) Memudahkan pengawasan dan pengendalian kinerja keuangan perusahaan secara periodik.
- 4) Mendukung penyusunan anggaran dan proyeksi keuangan yang lebih akurat dan berbasis data.

2.5.5 Rumus *Margin of Safety* (MoS)

Terdapat dua jenis rumus *Margin of Safety* yang umum digunakan, yaitu dalam bentuk nominal (rupiah) dan dalam bentuk persentase, sebagai berikut:

$$\text{MoS (Rp)} = \text{Total Pendapatan} - \text{Jumlah BEP}$$

$$\text{MoS (\%)} = \frac{\text{MoS}}{\text{Total Penjualan}} 100\%$$

Sumber: (Ramadhan & Setiawan, 2024)

2.5.6 Kelebihan *Margin of Safety (MoS)*

Penerapan *Margin of Safety* dalam analisis keuangan perusahaan memiliki sejumlah kelebihan, antara lain:

- 1) Memberikan ukuran risiko yang mudah dipahami dan dikomunikasikan kepada berbagai pihak, termasuk pemilik usaha yang tidak memiliki latar belakang keuangan yang mendalam.
- 2) Dapat digunakan untuk membandingkan tingkat keamanan antar periode atau antar usaha yang berbeda ukurannya, terutama ketika dinyatakan dalam bentuk persentase sehingga bersifat comparable.
- 3) Membantu manajemen mengidentifikasi kondisi bisnis yang berisiko lebih awal sehingga tindakan pencegahan dapat segera diambil sebelum perusahaan mendekati titik impas.
- 4) Bersifat fleksibel dan dapat diterapkan baik pada level perusahaan secara keseluruhan maupun pada level produk atau divisi tertentu untuk analisis yang lebih mendalam.
- 5) Melengkapi analisis BEP dengan memberikan perspektif dinamis tentang kondisi aktual perusahaan relatif terhadap batas

minimum, sehingga gambaran keuangan menjadi lebih komprehensif.

2.5.7 Kekurangan *Margin of Safety (MoS)*

Di samping kelebihanannya, *Margin of Safety* juga memiliki beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan, yaitu:

- 1) Bergantung pada asumsi linier. Perhitungan MoS mengasumsikan bahwa biaya tetap dan biaya variabel bersifat konstan atau berubah secara linier, padahal dalam kenyataannya perilaku biaya seringkali lebih kompleks dan tidak selalu linear.
- 2) Tidak memperhitungkan faktor eksternal. MoS hanya berfokus pada data internal perusahaan (biaya dan penjualan) dan tidak mempertimbangkan faktor eksternal seperti perubahan kondisi pasar, inflasi, persaingan usaha, maupun perubahan kebijakan pemerintah.
- 3) Keterbatasan pada multi-produk. Pada perusahaan yang memproduksi atau menjual lebih dari satu jenis produk (bauran produk), perhitungan MoS menjadi lebih kompleks dan memerlukan asumsi mengenai proporsi penjualan masing-masing produk yang belum tentu akurat.
- 4) Bersifat historis dan statis. MoS dihitung berdasarkan data periode tertentu, sehingga hasilnya tidak serta-merta mencerminkan kondisi masa depan, terutama jika terdapat perubahan signifikan dalam struktur biaya atau pasar.

- 5) Potensi kesalahan dalam pemisahan biaya. Keakuratan MoS sangat bergantung pada ketepatan pemisahan biaya tetap dan biaya variabel. Apabila pemisahan biaya tidak dilakukan dengan benar, hasil perhitungan MoS dapat menyesatkan manajemen.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Kusumawardani & Alamsyah, (2020)	Analisis Perhitungan <i>BEP (Break-Even Point)</i> dan <i>Margin of Safety</i> dalam Penentuan Harga Jual pada Usaha Kecil Menengah	Kualitatif dengan pendekatan studi kasus.	BEP = 100.334 unit atau Rp9.832.775. MOS = 46%. Penentuan harga jual layak dilanjutkan karena penjualan aktual melampaui BEP
2.	Fadilah, (2022)	Pengaruh <i>Break Even Point, Margin of Safety</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT Gudang Garam Tbk 2017–2021	Deskriptif Kuantitatif	BEP meningkat tiap tahun (Rp74,17 M → Rp118,15 M). MOS fluktuatif: 11% (2017), 10% (2018), 13% (2019), 8% (2020), 5% (2021). Penurunan MOS 2020–2021 akibat pandemi Covid-19, namun perusahaan tetap di atas BEP
3.	Ramadhan & Setiawan, (2024)	Analisis <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin of Safety</i> Sebagai Perencanaan Laba pada Depot Air Minum Aulia Tirta Kabupaten Bekasi	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa BEP = 3.912 unit atau Rp19.560.000. Laba aktual = Rp26.885.980. MOS = Rp38.460.000 atau 66%. Untuk target kenaikan laba 10% perlu penjualan

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Safitri et al., (2024)	Analisis <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin of Safety</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba pada Usaha Tahu Sumber Mulya Kota Bengkulu	Deskriptif Kuantitatif	12.374 unit. Usaha dalam kondisi aman Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Tahun 2022: BEP = 1.014.423 unit (Rp502.380.952), MOS = 86,1%. Tahun 2023: BEP = 886.585 unit (Rp436.200.000), MOS = 89,8%. MOS meningkat menunjukkan posisi keuangan semakin aman. Proyeksi laba 2024 = Rp2.560.790.480
5.	Liestiana & Novianty, (2021)	Perhitungan <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin of Safety</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM Makroni NR Ciamis	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode BEP = 456 unit atau Rp5.466.406. MOS = Rp90.869.594 atau 94,33%. Laba bersih 2020 = Rp50.690.337 (melampaui target). MOS sangat tinggi menunjukkan usaha sangat aman dari risiko kerugian.

Sumber: Data diolah (2026)