

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang juga menjadi dasar pertimbangan dilakukannya penelitian ini diantaranya adalah :

- a. Sumartiningsih (2007) dengan judul “Analisis *Break Even Point (BEP)* Sebagai Penentu Tingkat Penjualan Untuk Mencapai Target Laba (Studi Kasus pada PT PLN Persero Area Pelayanan dan Jaringan Pasuruan).”

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa :

1. Setelah dilakukan analisis berdasarkan pola perilaku biaya, maka dapat diketahui bahwa tingkat *BEP* pada PLN tahun 2004 adalah sebesar 875.619.000 kwh atau sebesar Rp 480.189.514.000.
  2. *Break Even Point (BEP)* dipengaruhi beberapa faktor, antara lain: harga jual, biaya tetap dan biaya variabel dimana apabila terjadi perubahan pada salah satu faktor tersebut akan mempengaruhi tingkat *BEP*.
  3. *Margin of Safety* sebesar 51,5% yang merupakan batas pengaman dimana volume penjualan boleh turun agar tidak mengalami resiko kerugian.
- b. Sipayung (2009) yang berjudul “Analisis *Cost Volume Profit* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. ECOGREEN OLEOCHEMICALS Medan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

1. Dari data biaya dan laba yang diperoleh, perusahaan memiliki rasio margin kontribusi sebesar 39.88% yang berarti bahwa untuk setiap kenaikan unit penjualan maka laba juga akan meningkat sebesar 39.88% dengan asumsi tidak ada perubahan biaya.
  2. Tahun 2005 perusahaan telah berhasil melakukan penjualan sebesar 4.580.000kg *fatty alcohol* dan memperoleh laba Rp 23.687.839.575. Pada tingkat penjualan tersebut, perusahaan memiliki *Break Even Point* pada tingkat penjualan sebesar Rp 90.823.301.373 (2.769.004 kg) sehingga tercapai penjualan sebesar 65,40% dari titik impasnya.
- c. Siswanto (2011) dengan judul “Analisis *Break Even Point (BEP)* Usaha Cucian Motor Steam di Kecamatan Arga Makmur Kabupaten Bengkulu Utara (Studi Kasus pada 10 Usaha Cucian Motor Steam).” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :
1. Rata-rata *Break Even Point (BEP)* ke 10 usaha cucian motor steam di kecamatan Arga Makmur Bengkulu Utara adalah 63 unit.
  2. Karena *Break Even Point (BEP)* tercapai pada jumlah unit yang berbeda pada tiap usaha, maka semakin cepat *BEP*, semakin menguntungkan usaha ini.
  3. Banyak atau sedikitnya unit pencucian usaha cucian motor untuk mencapai *BEP* tergantung dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan, tingkat *BEP* usaha cucian motor dicapai disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: letak lokasi usaha cucian motor steam, fasilitas,

pelayanan, ketrampilan tenaga kerja, hasil pencucian, penghematan dalam menggunakan biaya-biaya variabel, perawatan peralatan usaha cucian motor steam

Untuk lebih jelasnya pada Tabel 2.1 dibawah ini akan lebih diperinci tentang hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:



**Tabel 2.1**  
**Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Tujuan	Metode Analisis	Hasil penelitian	Saran
1.	Sumartini ngsih (2007)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) sebagai penentu tingkat penjualan untuk mencapai target laba (studi kasus pada PT PLN Persero area pelayanan dan jaringan Pasuruan)	Untuk memberikan gambaran mengenai batas jumlah penjualan minimal yang harus diusahakan agar perusahaan tidak menderita rugi, untuk menentukan jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh pada persyaratan tertentu, misalnya penjualan yang memberikan sejumlah laba tertentu.	Metode-metode yang digunakan untuk menentukan titik impas: Metode persamaan, metode margin kontribusi, metode grafik.	<p>1. Setelah dilakukan analisis berdasarkan pola perilaku biaya, maka dapat diketahui bahwa tingkat BEP pada PLN tahun 2004 adalah sebesar 875.619.000 kwh atau sebesar Rp 480.189.514.000.</p> <p>2. BEP dipengaruhi beberapa faktor, antara lain: harga jual, biaya tetap dan biaya variabel dimana apabila terjadi perubahan pada salah satu faktor tersebut akan mempengaruhi tingkat BEP.</p> <p>4. <i>Margin of Safety</i> sebesar 51,5% yang</p>	Selain analisa BEP, sebaiknya manajemen juga membuat analisis sensitifitas atau analisis risiko & ketidakpastian. Analisis ini dapat membantu manajer dalam menentukan hubungan BEP juga tentang pengaruh harga dan biaya terhadap kuantitas yang dijual.

					merupakan batas pengaman dimana volume penjualan boleh turun agar tidak mengalami resiko kerugian.	
2.	Sipayung (2009)	Analisis <i>cost volume profit</i> sebagai alat perencanaan laba pada PT. ECOGREEN OLEOCHEMICALS Medan	Untuk mengetahui berapa volume penjualan, harga jual dan biaya produksi per unit produk <i>fatty alcohol</i> yang harus dikeluarkan agar dapat tercapai target laba yang diinginkan perusahaan.	1. Analisis untuk merencanakan laba adalah Margin kontribusi, BEP, MOS, DOL, analisis target laba 2. Metode untuk memisahkan biaya semivariabel adalah dengan metode biaya berjaga	1. Dari data biaya dan laba yang diperoleh, perusahaan memiliki rasio margin kontribusi sebesar 39.88% yang berarti bahwa untuk setiap kenaikan unit penjualan maka laba juga akan meningkat sebesar 39.88% dengan asumsi tidak ada perubahan biaya.	Penerapan analisis <i>cost volume profit</i> sebaiknya memperhatikan asumsi-asumsi yang mendasarinya agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pengambilan keputusan dan dapat menetapkan kebijakan dan strategi yang tepat.
3.	Siswanto (2011)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Usaha Cucian Motor Steam di Kecamatan	Untuk mengetahui unit motor yang harus dicuci pada ke 10 usaha cucian motor steam di kecamatan Arga	Metode analisis yang digunakan <i>Break Even Point</i> , Metode pemisahan biaya semivariabel menggunakan	1. Rata-rata BEP ke 10 usaha cucian motor steam di kecamatan Arga Makmur	Disarankan untuk melakukan efisiensi biaya tetap agar BEP semakin cepat dicapai.

		Arga Makmur Kabupaten Bengkulu Utara (Studi Kasus pada 10 Usaha Cuci Motor Steam).”	Makmur Bengkulu Utara untuk mencapai BEP	metode tinggi rendah.	<p>Bengkulu Utara adalah 63 unit.</p> <p>2. Karena BEP tercapai pada jumlah unit yang berbeda pada tiap usaha, maka semakin cepat BEP, semakin menguntungkan usaha ini.</p> <p>3. Banyak atau sedikitnya unit pencucian usaha cuci motor untuk mencapai BEP tergantung dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan, tingkat BEP usaha cuci motor dicapai disebabkan</p>	
--	--	---	--	-----------------------	---	--

					oleh beberapa faktor, antara lain: letak lokasi usaha cucian motor steam, fasilitas, pelayanan, ketrampilan tenaga kerja, hasil pencucian, penghematan dalam menggunakan biaya-biaya variabel, perawatan peralatan usaha cucian motor steam	
--	--	--	--	--	---	--

4.	Yogi (2012)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) sebagai Dasar Perencanaan Laba dan Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Kerupuk Rambak UD Wahyu Abadi Tulungagung)	Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat <i>Break Even Point</i> yang dicapai, tingkat laba yang ditetapkan agar perusahaan mampu menghasilkan penjualan di atas BEP yang telah dicapai, dan tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan dapat menghasilkan laba yang ditargetkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dalam merencanakan laba menggunakan metode <i>Brek Even Point</i>.</li> <li>2. Perencanaan penjualan menggunakan metode <i>Time series Least Square</i> dan perhitungan target laba, peningkatan biaya tetap, nilai CMR.</li> <li>3. Pemisahan biaya semivariabel menggunakan <i>Regression Least Square</i>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat BEP tahun 2011 mencapai sebesar Rp 257.420.507 atau 11.334 unit. Pada tahun 2011 penjualan sebenarnya adalah Rp 528.585.000. Hal ini menunjukkan bahwa manager telah melakukan penjualan di atas titik impas serta memperoleh keuntungan.</li> <li>2. UD Wahyu Abadi Tulungagung menetapkan besarnya prosentase perencanaan laba untuk tahun</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manager UD wahyu Abadi dapat menerapkan analisis <i>Break Even Point</i> sebagai alat untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba pada perusahaan yang dapat digunakan untuk merencanakan laba serta penjualan di masa yang akan datang. Analisis dapat dihitung dengan metode peramalan time series least square serta menggunakan dasar hitungan</li> </ol>
----	-------------	--	--	--	---	---

				<p>2012 sebesar 30% dan 40% untuk tahun 2013. Sehingga target laba yang direncanakan tahun 2012 sebesar Rp 228.749.300 dan tahun 2013 sebesar Rp 246.345.400</p> <p>3. Total penjualan yang harus dicapai untuk tahun 2012 dan 2013 berdasarkan <i>time series least square</i> sebesar Rp 559.780.000 dan Rp 608.146.700. Sedangkan berdasarkan asumsi perhitungan adalah tahun</p>	<p>target laba perusahaan dan peningkatan biaya tetap dengan asumsi adanya perubahan tingkat inflasi yang tujuannya dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam kegiatan penjualan.</p> <p>2. Pihak manager UD Wahyu Abadi hendaknya melakukan pengklasifikasi n biaya ke dalam komponen biaya tetap dan biaya variabel secara tepat, sehingga dapat menyusun laporan laba rugi</p>
--	--	--	--	--	---

				<p>2012 sebesar Rp 623.585.99 dan tahun 2013 sebesar Rp 662.900.848. Hasil yang diperoleh tidak sama karena ramalan merupakan bukan suatu perencanaan</p>	<p>dengan metode variabel costing sehingga dapat ditentukan margin kontribusi yang dibutuhkan dalam analisis BEP. Selain itu manajer juga dapat menentukan harga pokok produksi yang dapat digunakan untuk mengontrol persediaan barang maupun menentukan harga pokok penjualan. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya mengkaitkan metode <i>Break Even Point</i></p>
--	--	--	--	---	--

						dengan efisiensi produksi. Karena peneliti yang sekarang hanya mengkaitkan metode Break Even Point dengan perencanaan laba dan penjualan namun sebenarnya metode tersebut juga bisa digunakan untuk menentukan tingkat efisiensi dari setiap produksi yang sudah dilakukan oleh suatu perusahaan.
--	--	--	--	--	--	---

Setelah hasil penelitian terdahulu dipaparkan diatas, maka persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dalam merencanakan laba sebuah perusahaan sama-sama menggunakan analisis *Break Even Point*. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode perencanaan dan metode pemisahan biaya semivariabel yang digunakan. Untuk merencanakan penjualan penulis menggunakan metode peramalan *Time Series Least Square*. Kemudian menyesuaikan hasil ramalan tersebut menggunakan metode perencanaan penjualan dengan dasar hitungan peningkatan biaya tetap, target laba perusahaan dan nilai *Contribution Margin Ratio* (CMR). Metode pemisahan biaya semivariabel menggunakan *Least Square Regression*. Penulis mengambil objek penelitian pada *home industry* yang memproduksi dua jenis rambak berbeda. Dalam proses produksinya menggunakan cara tradisional yang sangat tergantung pada cuaca dan iklim sehingga proses perhitungan titik impasnya menggunakan metode *Break Even Point* multiproduk. Selain itu, penelitian ini mengikutsertakan pembahasan dari sudut pandang Islam sebagai pelengkap terhadap analisis perencanaan laba dan penjualan.

## **2.2 Kajian Teoritis**

### **2.2.1 Perencanaan dan Pengendalian Laba**

Definisi tentang perencanaan laba menurut Welsh, Hilton Gordon (1996:3) adalah suatu proses mengembangkan tujuan perusahaan dan memilih kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan di masa mendatang untuk mencapai tujuan tersebut.

Perencanaan dan pengendalian laba yang komprehensif diartikan sebagai proses yang ditujukan untuk membantu melaksanakan fungsi-fungsi perencanaan dan pengendalian secara efektif. Sebuah program perencanaan dan pengendalian laba tidak hanya meliputi ide tradisional dari anggaran *periodic* atau induk. Program perencanaan dan pengendalian laba lebih mencakup aplikasi dari sejumlah konsep manajemen yang berhubungan melalui bermacam-macam pendekatan, teknik dan langkah-langkah yang berurutan (Welsch, 2000:27)

Adapun komponen khusus program perencanaan dan pengendalian laba untuk tahun tertentu adalah sebagai berikut :

1. Rencana substantive yang digambarkan oleh tujuan umum, strategi, rencana spesifik, dan program organisasi, dan dengan komitmen manajemen yang sejalan dengan pencapaian jangka panjang tujuan dan perencanaan.
2. Rencana keuangan merupakan angka-angka hasil keuangan yang direncanakan dengan menerapkan tujuan manajemen, strategi yang direncanakan, perencanaan dan kebijakan.
3. Anggaran biaya variabel mencakup perumusan antara biaya variabel eksternal dan internal untuk perusahaan.
4. Data pelengkap misalnya biaya, volume, dan analisis keuntungan, dan analisis rasio.
5. Laporan kinerja tiap akhir tahun atau akhir bulan.
6. Tindak lanjut, tindakan perbaikan dan laporan perencanaan ulang.

Dalam perspektif Islam perencanaan atau *planning* adalah kegiatan awal dalam sebuah pekerjaan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan itu agar mendapat hasil yang optimal. Oleh karena itu, perencanaan merupakan sebuah keniscayaan, sebuah keharusan di samping sebagai sebuah kebutuhan. Segala sesuatu memerlukan perencanaan.

Dalam buku Hadist Ekonomi karangan Diana (2008:163-165) menyebutkan salah satu hadist yang menerangkan tentang pentingnya perencanaan adalah sebagai berikut :

حَدَّثَنَا أَبُو مَعْمَرٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَارِثِ حَدَّثَنَا جَعْدُ بْنُ دِينَارٍ أَبُو عُثْمَانَ حَدَّثَنَا أَبُو رَجَاءٍ  
 الْعَطَارِدِيُّ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِيمَا يَرُوي عَنْ  
 رَبِّهِ عَزَّ وَجَلَّ قَالَ قَالَ إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْحَسَنَاتِ وَالسَّيِّئَاتِ ثُمَّ بَيَّنَ ذَلِكَ فَمَنْ هَمَّ بِحَسَنَةٍ  
 فَلَمْ يَعْمَلْهَا كَتَبَهَا اللَّهُ لَهُ عِنْدَهُ حَسَنَةً كَامِلَةً فَإِنْ هُوَ هَمَّ بِهَا فَعَمَلَهَا كَتَبَهَا اللَّهُ لَهُ عِنْدَهُ  
 عَشْرَ حَسَنَاتٍ إِلَى سَبْعِ مِائَةٍ ضِعْفٍ إِلَى أَضْعَافٍ كَثِيرَةٍ وَمَنْ هَمَّ بِسَيِّئَةٍ فَلَمْ يَعْمَلْهَا كَتَبَهَا  
 اللَّهُ لَهُ عِنْدَهُ حَسَنَةً كَامِلَةً فَإِنْ هُوَ هَمَّ بِهَا فَعَمَلَهَا كَتَبَهَا اللَّهُ لَهُ سَيِّئَةً وَاحِدَةً

Artinya:

Nabi SAW bersabda: “ Allah menulis kebaikan dan kejelekan yang dilakukan hambanya, barang siapa yang berencana melakukan kebaikan tetapi tidak melaksanakan, maka tetap ditulis sebagai satu amal baik yang sempurna baginya oleh Allah, tetapi barang siapa yang berencana melakukan kebaikan dan betul-betul dilaksanakan maka oleh Allah ditulis 10 kebaikan dan 700 lipat/cabang sampai cabang yang banyak, sebaliknya barang siapa yang berencana melakukan kejelekan tetapi tidak dilaksanakan maka ia dianggap melakukan kebaikan yang sempurna, jika ia berencana melakukan kejelekan dan melaksanakannya maka ditulis sebagai satu kejelekan.” (Riwayat Bukhori:6010)

Hadist tersebut mengindikasikan bahwa seorang muslim harus mempunyai rencana/*planning* dalam segala hal yang baik, apalagi dalam sebuah organisasi atau perusahaan, bahkan dalam hadist tersebut ditambahkan dengan hitungan matematis, yaitu 1 kebaikan ditulis 10 kebaikan. Hal ini dapat diartikan, *planning* yang baik akan menghasilkan laba yang baik, tentu saja tidak cukup hanya *planning*, tanpa diaktualisasikan. Jika *planning* yang baik itu dilaksanakan maka laba yang akan diperoleh akan berlipat-lipat. Sebaliknya jika *planning* yang dilaksanakan itu jelek maka akan mengalami kerugian.

Dalam melakukan perencanaan, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan, antara lain sebagai berikut :

- a. Hasil yang ingin dicapai
- b. Orang yang akan melakukan
- c. Waktu dan skala prioritas
- d. Dana (kapital)

Perencanaan dibuat berdasarkan data yang terperinci dan angka yang konkret, pengetahuan yang lengkap tentang realitas di lapangan, kemudian memahami prioritas program dan sejauh mana kepentingannya.

### **2.2.2 Perencanaan Penjualan**

Menurut Supriyanto (2001:66) pengertian dari perencanaan penjualan (*sales planning*) merupakan keputusan manajemen yang didasarkan pada ramalan penjualan sebuah manajemen memasukkan berbagai pendapat yang

berkenaan dengan volume, harga, usaha-usaha penjualan, produksi dan keuangan.

Salah satu faktor terpenting dalam meramalkan penjualan ialah analisa hasil penjualan historis, yang terinci menurut periode, produk, daerah penjualan (segmentasi pasar), para penjual dan lainnya. Oleh karena itu, akuntansi harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin untuk dapat memberikan informasi tentang banyaknya barang yang terjual maupun hasil penjualannya dalam rupiah Supriyanto (2001:66).

Analisis *Break Even Point (BEP)* sebagai alat bantu di dalam penyusunan perencanaan kegiatan perusahaan, dapat dimanfaatkan juga untuk menyusun perencanaan penjualan produk perusahaan. Dengan mempergunakan analisis ini manajemen perusahaan akan dapat menentukan seberapa besar tingkat penjualan produk perusahaan agar dapat mencapai keuntungan, atau berapa besar harga jual produk perusahaan sehingga tingkat *Break Even Point (BEP)* perusahaan dapat dicapai pada tingkat kegiatan tertentu. Dengan diketahuinya hal tersebut maka manajemen perusahaan akan dapat memperoleh masukan yang sangat berharga di dalam penyusunan perencanaan penjualan produk perusahaan pada suatu periode tertentu Harahap (1998:343).

Firman Allah dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'du ayat 11 :

لَهُرْ مُعَقَّبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ  
 إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ  
 بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

*“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah<sup>[767]</sup>. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan<sup>[768]</sup> yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”*

Peramalan yang dilakukan manusia adalah upaya untuk mencari pegangan dalam pengambilan suatu keputusan, akan tetapi hasil dari rencana manusia dapat berubah bergantung pada upaya-upaya yang mereka lakukan untuk menjadi yang lebih baik (Hafidhuddin dan Tanjung, 2003:78-79).

### 2.2.3 Perbandingan Antara Rencana Penjualan Strategis dan Taktis

Dalam keselarasan dengan rencana laba yang menyeluruh, rencana penjualan jangka panjang strategis dan jangka pendek taktis harus dibuat. Jadi, biasanya rencana penjualan strategis untuk lima atau sepuluh tahun dan rencana penjualan taktis satu tahun.

Menurut Sirait (2006:68) perbedaan antara rencana penjualan strategis dan rencana penjualan taktis adalah sebagai berikut:

#### 1. Rencana Penjualan Strategis

Rencana penjualan jangka panjang menggunakan pengelompokan produk berdasarkan jenisnya. Rencana penjualan jangka panjang biasanya

mencakup analisis yang mendalam tentang potensi pasar di masa mendatang.

## 2. Rencana Penjualan Taktis

Pendekatan umum yang biasa digunakan untuk jangka waktu pendek adalah merencanakan penjualan untuk 12 bulan berikutnya, merinci rencana tersebut menjadi kuartal dan menurut bulan untuk kuartal pertama. Pada akhir setiap kuartal atau bulan sepanjang tahun, rencana penjualan diteliti ulang dan direvisi dengan menambahkan satu periode dan menghapuskan periode yang telah lalu. Jadi rencana penjualan taktis biasanya ditinjau dan direvisi setiap kuartal, sedangkan rencana penjualan jangka pendek mencakup rencana rinci untuk setiap produk utama dan produk sampingan lainnya.

Dengan perbedaan di atas, maka penulis akan menggunakan rencana penjualan taktis karena penulis akan merencanakan penjualan selama dua tahun.

### 2.2.4 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Aktivitas/Volume Produksi

Menurut Halim (1999:7-8), jenis-jenis biaya dibedakan berdasarkan aktivitas perusahaan atau volume produksinya sebagai berikut:

1. Biaya tetap (*fixed cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya tidak dipengaruhi oleh adanya perubahan volume produksi. Misalkan biaya penyusutan, gaji tetap, biaya sewa gedung, bunga, dan lain-lain.
2. Biaya variabel (*variable cost*), yaitu biaya-biaya yang jumlahnya selalu berubah sebanding perubahan produksi. Misalkan biaya bahan baku, biaya

tenaga kerja langsung, sebagian dari biaya overhead pabrik seperti biaya listrik, gas, air yang dibayar sesuai dengan pemakaian, depresiasi yang dihitung berdasarkan unit produksi (satuan unit output).

3. Biaya semivariabel (*semi variable cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume produksi. Misalkan gaji salesman/salesgirl yang sistem penggajiannya berdasarkan persentase penjualan ditambah gaji tetap, biaya reparasi dan pemeliharaan mesin, dan lain-lain.

### 2.2.5 Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel

Menurut Tambunan (2000:10), Garrison (2006:282) dan Machfoedz (2000:260), biaya semi variabel dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

#### 1. Metode Tinggi Rendah (*High Low Method*)

Analisis biaya semivariabel dengan menggunakan metode titik tertinggi dan terendah (*high low method*) dimulai dengan mengidentifikasi periode dengan tingkat aktivitas yang paling rendah dan yang paling tinggi. Perbedaan biaya pada kedua periode tersebut dibagi dengan perubahan aktivitas antara periode ekstrim tersebut untuk memperkirakan biaya variabel per unit aktivitas. Metode titik tertinggi terendah dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Biaya variabel} = \text{kemiringan garis} = \frac{Y^2 - Y^1}{X^2 - X^1}$$

Biaya variabel =

$$\frac{\text{biaya aktivitas tertinggi} - \text{biaya aktivitas terendah}}{\text{aktivitas tinggi} - \text{aktivitas rendah}}$$

$$\text{Biaya variabel} = \frac{\text{perubahan aktivitas biaya}}{\text{perubahan aktivitas}}$$

Biaya tetap = Jumlah total biaya-biaya variabel

Persamaan biaya yang dihasilkan adalah :  $Y = a + bX$

Dimana : Y = jumlah biaya semivariabel

a = biaya tetap

b = biaya variabel per unit

X = kapasitas yang diharapkan

Kadang-kadang tinggi rendahnya tingkat aktivitas tersebut tidak sesuai dengan tinggi rendahnya biaya. Sebagai contoh periode yang memiliki tingkat aktivitas tertinggi belum tentu memiliki biaya tertinggi. Meskipun demikian, tingkat aktivitas yang tertinggi dan terendah selalu digunakan untuk menganalisis biaya semivariabel apabila menggunakan metode tinggi rendah. Alasannya adalah bahwa aktivitas menyebabkan adanya biaya sehingga para analis akan menggunakan data yang mencerminkan kemungkinan terbesar perubahan aktivitas. Metode tinggi rendah sangat sederhana dan mudah dilakukan tetapi banyak mengandung cacat karena hanya menggunakan dua titik saja. Umumnya dua titik tidak cukup untuk menghasilkan hasil yang akurat dalam analisis biaya. Selanjutnya periode yang tidak biasanya rendah atau tinggi dapat mengakibatkan ketidakakuratan hasilnya.

## 2. Metode Diagram Pencar (*Scattergraph Method*)

Metode *Scattergraph* adalah suatu metode pemisahan biaya campuran dengan menentukan hubungan tiap kelompok kegiatan dan biaya pada tingkat-tingkat kegiatan. Hubungan tersebut digambarkan dalam bentuk titik-titik yang tersebar pada bidang tertentu. Titik-titik yang digambarkan pada sb.x dan sb.y disebut *scattergraph* dan satu garis yang ditarik paling mendekati semua titik-titik tersebut adalah merupakan garis regresi. Garis regresi pada hakekatnya merupakan garis rata-rata dimana rata-rata biaya variabel per unit ditunjukkan oleh titik dimana sb.y dipotong oleh garis regresi itu. Dari titik-titik tersebut ditarik suatu garis lurus dan garis lurus ini dianggap sebagai garis biaya yang memisahkan antara biaya variabel dan biaya tetap. Metode *scattergraph* menghasilkan pemisahan biaya yang lebih baik dibanding dengan metode titik tertinggi dan terendah, namun mempunyai kelemahan yang utama yaitu penarikan garis biaya yang sangat bersifat subyektif. Artinya ada kemungkinan setiap analisis biaya mempunyai garis biaya yang berbeda dari sumber data yang sama, sehingga akan menghasilkan biaya yang berbeda-beda.

## 3. Metode Regresi Kuadrat Terkecil (*Least Squares Regression*)

Metode regresi kuadrat terkecil adalah metode yang memisahkan biaya semivariabel menjadi komponen biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan seluruh data. Metode *least square* terlalu lama jika dikerjakan secara manual, terutama jika mempertimbangkan lebih dari satu variabel independen, komputer bisa melakukan perhitungan lebih

cepat. Kapabilitas regresi dalam suatu program lembar kerja komputer dapat mengestimasi fungsi biaya linier. Output dari paket regresi komputer mencakup perpotongan yang diestimasi dan koefisien kemiringan (*slope coefficient*), masing-masing *standard error*, dan t-statistik. T-statistik memberikan suatu pengujian atas hipotesis bahwa koefisien yang diestimasi tidak sama dengan nol.

Fungsi persamaan metode ini adalah :

$$Y' = a + bx'$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Dimana : Y = rata-rata biaya semivariabel per bulan

a = unsur biaya tetap

b = unsur biaya semivariabel per bulan

x = volume kegiatan (produksi)

#### 4. Metode Biaya Berjaga (*Stand by Cost Method*)

Metode biaya berjaga praktis digunakan untuk menaksir biaya tetap dan biaya variabel bila sebuah perusahaan menutup kegiatannya untuk sementara. Istilah biaya berjaga digunakan untuk mewakili biaya tetap yang akan terjadi selama masa transisi tersebut. Metode ini disebut biaya berjaga karena dimaksudkan untuk menghitung cadangan dana yang harus disiapkan untuk berjaga-jaga selama tenggang waktu tanpa kegiatan normal. Selisih total biaya pada saat perusahaan menjalankan kegiatan operasi komersilnya dengan biaya yang diperkirakan akan terjadi pada saat kegiatan komersil dihentikan diperhitungkan sebagai biaya variabel. Biaya

variabel ini selanjutnya dapat dibebankan kepada setiap unit produksi atau satuan aktivitas dengan cara membagikan total unit produksi atau satuan aktivitas dari total biaya variabel.

Dalam penelitian ini peneliti memilih menggunakan metode *least squares regression* dengan menggunakan aplikasi komputer dikarenakan penyajian hasilnya lebih cepat dan tepat.

### **2.2.6 Penentuan Harga**

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Menurut Ahyari (2000) penentuan harga merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu yaitu untuk mendapatkan laba. Tetapi bila harga ditentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan akan berkurang, semua biaya mungkin akan tidak dapat ditutupi dan akhirnya perusahaan mengalami kerugian. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga ini adalah menitik beratkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan juga jumlah yang cukup untuk menutup ongkos-ongkos dan menghasilkan laba.

Menurut Al Mushlih, Abdullah & Ash-Shawi (2001) penentuan harga di dalam Islam menganjurkan agar menentukan dengan harga yang wajar dan sesuai dengan nilai barang atau komoditi tersebut. Islam melarang kita

umatnya memasang harga yang terlalu tinggi yang dapat memberatkan pembeli dan berakibat pembeli menyesal atau terpaksa membeli barang tersebut. Di dalam perniagaan Islam harga harus ditentukan terlebih dahulu dan harus sesuai dengan nilai barang itu serta tidak boleh memberi dua harga pada satu barang yang sama. Larangan memasang harga yang terlalu tinggi ini sesuai dengan sabda Rasulullah yang artinya sebagai berikut :

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَمُحَمَّدُ بْنُ الصَّبَّاحِ قَالَا حَدَّثَنَا هُشَيْمٌ أَبْنَانَا ابْنُ أَبِي لَيْلَى عَنْ الْقَاسِمِ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَنْ أَبِيهِ أَنَّ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ مَسْعُودٍ بَاعَ مِنَ الْأَشْعَثِ بْنِ قَيْسٍ رَقِيقًا مِنْ رَقِيقِ الْأِمَارَةِ فَاخْتَلَفَا فِي الثَّمَنِ فَقَالَ ابْنُ مَسْعُودٍ بَعْتُكَ بِعِشْرِينَ أَلْفًا وَقَالَ الْأَشْعَثُ بْنُ قَيْسٍ إِنَّمَا اشْتَرَيْتُ مِنْكَ بِعَشْرَةِ آلَافٍ فَقَالَ عَبْدُ اللَّهِ إِنْ شِئْتَ حَدَّثْتُكَ بِحَدِيثٍ سَمِعْتُهُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ هَاتِهِ قَالَ فَإِنِّي سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ إِذَا اخْتَلَفَ الْبَيْعَانِ وَلَيْسَ بَيْنَهُمَا بَيِّنَةٌ وَالْبَيْعُ قَائِمٌ بَعَيْنِهِ فَالْقَوْلُ مَا قَالَ الْبَائِعُ أَوْ يَتَرَادَانِ الْبَيْعُ قَالَ فَإِنِّي أَرَى أَنْ أَرُدَّ الْبَيْعَ فَرَدَّهُ

Artinya:

Dikisahkan Utsman bin Abi Shaybah dan Muhammad bin Al-Sabah mengatakan Dikisahkan Hushaym mengatakan kepada kami Ibnu Abi Layla dari Abd al-Rahman dari ayahnya bahwa Abdullah bin Mas'ud menjual budak bin Qais dari budak emirat dengan harga tertentu, berkata Ibnu Mas'ud "Saya akan menjual selama dua puluh ribu," kemudian berkata As'as ibn Qays "Aku akan membeli sepuluh ribu," Abdullah mengatakan, jika Anda inginkan seperti itu maka sesungguhnya saya telah mendengar Rasulullah bersabda, jika ada perbedaan harga antara penjual dan pembeli dan tidak ada kesepakatan maka harga penjual yang berlaku atau si pembeli bisa menolaknya dan berkata "Aku melihat Dia mengulanginya untuk menawar." (Riwayat Ibnu Majah:2177 )

Di dalam hadist tersebut, ada beberapa ketentuan dalam jual beli yang harus diperhatikan diantaranya:

1. Larangan kepada penjual menawarkan barangnya yang terlalu tinggi
2. Larangan kepada pembeli barang dengan terlalu murah
3. Larangan bertele-tele dalam jual beli.

Dalam hadist tersebut terkandung anjuran kepada penjual untuk menetapkan harga yang semestinya dan sesuai dengan yang diinginkan.

### **2.2.7 Analisis *Cost Volume Profit***

Menurut Garison, dkk (2006:250) analisis *cost volume profit* adalah suatu alat yang sangat berguna bagi manajemen untuk menjalankan fungsinya. Alat ini dapat membantu memahami hubungan antar biaya, volume dan laba organisasi dengan memfokuskan hubungan 5 elemen yaitu harga produk, volume atau tingkat aktivitas, biaya variabel, total biaya tetap, dan bauran produk yang dijual.

Analisis *cost volume profit* dapat diterapkan dalam beberapa hal sehingga membantu manajemen dalam menjawab beberapa pertanyaan antara lain:

1. Pada tingkat penjualan sejumlah tertentu akan menghasilkan laba atau rugi?
2. Berapa tambahan volume penjualan dibutuhkan untuk menutup tambahan biaya tetap akibat ekspansi?
3. Berapa laba dari produk X jika harganya diturunkan Y rupiah?

4. Berapa penjualan yang harus direalisasikan untuk memperoleh laba yang diinginkan?
5. Apa pengaruh penurunan volume penjualan sejumlah 25%?
6. Berapa penjualan minimal yang harus diperoleh supaya perusahaan bisa mempertahankan hidupnya?

### 2.2.8 Metode Analisis *Cost Volume Profit*

Dalam melakukan analisis *cost volume profit* terhadap suatu produk, terdapat beberapa metode perhitungan yang digunakan. Antara lain dengan menggunakan analisis titik impas (*Break Even Point*), margin kontribusi dan rasio margin kontribusi, analisis target laba, margin pengaman (*Margin of Safety*), *operating leverage* dan bauran penjualan.

#### a. Pengertian *Break Even Point (BEP)*

Analisis *Break Even Point (BEP)* adalah suatu cara yang digunakan oleh pemimpin perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian. Dengan diketahuinya titik impas tersebut dapatlah direncanakan tingkat-tingkat volume produksi atau volume penjualan yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Apabila volume penjualan tersebut tidak mencapai titik impas berarti perusahaan akan menderita rugi.

Tercapainya titik impas pada volume penjualan yang relative rendah (dari kapasitas optimal produksi) merupakan harapan dari setiap perusahaan karena memberi kesempatan kepada perusahaan untuk dapat segera

merealisasi adanya keuntungan (*profit planning*), perusahaan yang bersangkutan perlu membuat perencanaan penjualan, produksi dan biaya produksi. Dengan demikian, sebenarnya analisis titik impas itu sangat erat hubungannya dengan program *budgeting* yaitu suatu proses dibidang perencanaan keuangan. Meskipun analisis titik impas dapat diterapkan untuk data historis tetapi sebenarnya penggunaannya yang penting adalah untuk membuat peramalan periode yang akan datang (khususnya di bidang perencanaan laba) (Jumingan, 2006:184).

Menurut Sutrisno (2000:192) *Break Even Point (BEP)* adalah suatu kondisi dimana pada periode tersebut perusahaan tidak mendapatkan keuntungan dan juga tidak menderita kerugian. Dengan kata lain, pada keadaan itu keuntungan atau kerugian sama dengan nol. Hal tersebut dapat terjadi bila perusahaan dalam operasinya menggunakan biaya tetap, dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel. Apabila penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel maka perusahaan menderita kerugian. Dan sebaliknya akan memperoleh keuntungan, bila penjualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap yang harus dikeluarkan.

**b. Manfaat Analisis *Break Even Point (BEP)***

Analisis *Break Even Point (BEP)* secara umum dapat memberikan informasi kepada pimpinan, bagaimana pola hubungan antara volume penjualan, biaya, dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada level

penjualan tertentu. Analisis *Break Even Point (BEP)* dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan mengenai hal-hal sebagai berikut:

1. Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
3. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
4. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

**c. Metode dalam Perhitungan *Break Even Point (BEP)***

Terdapat berbagai metode dalam menghitung titik impas (pendekatan matematis). Data atau informasi yang diperlukan dalam menghitung titik impas adalah :

1. Hasil keseluruhan penjualan atau harga jual per unit.
2. Biaya variabel keseluruhan atau biaya variabel per unit
3. Jumlah biaya tetap keseluruhan

Terdapat empat metode atau rumus dalam menghitung titik impas (*Break Even Point*) menurut Jumingan (2006:187) dan Horngren (2000:86-88), yaitu :

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

Dimana : BEP = penjualan pada titik impas (dalam rupiah)

FC = biaya tetap keseluruhan (fixed cost)

VC = biaya variabel keseluruhan (variabel cost)

$S$  = Hasil penjualan keseluruhan (sales)

$I$  = Konstanta

$\frac{VC}{S}$  = Variabel cost ratio (VCR- perbandingan antara biaya variabel dengan hasil penjualan)

$$2. \quad BEP = \frac{FC}{MIR}$$

Di mana  $MIR$  = *marginal income ratio* (rasio pendapatan marginal dengan hasil penjualan).  $MIR = 1 - VCR$  disebut juga *profit-volume ratio* (P/V)

$$3. \quad BEP = FC + VC \text{ pada BEP} + nol$$

Di mana  $VC$  pada  $BEP$  = persentase biaya variabel dari hasil penjualan pada titik impas.

$$4. \quad BEP = \frac{FC}{P - V}$$

Di mana  $BEP$  = Penjualan pada titik impas – dalam unit

$P$  = Harga jual per unit (*sales price per unit*)

$V$  = Biaya variabel per unit (*variable cost per unit*)

**d. Keterbatasan Analisis *Break Even Point* (BEP)**

Naik turunnya harga jual dan biaya akan mempengaruhi titik *Break Even Point* (BEP). Dalam kenyataan analisis ini agak sukar untuk diterapkan. Oleh sebab itu, perlu diketahui bahwa analisis *Break Even Point* (BEP) mempunyai limitasi-limitasi tertentu, yaitu :

- *Fixed cost* haruslah konstan selama periode atau range of out put tertentu
- *Variable cost* dalam hubungannya dengan sales haruslah konstan

- *Sales price* per unit tidak berubah dalam periode tertentu
- *Sales mix* adalah konstan

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan tersebut, *Break Even Point (BEP)* akan bergeser atau berubah apabila :

1. Perubahan FC (*fixed cost*), terjadi sebagai akibat bertambahnya kapasitas produksi, dimana perubahan ini ditandai dengan naik turunnya garis FC dan TC-nya, meskipun perubahannya tidak mempengaruhi kemiringan garis TC. Bila FC naik BEP akan bergeser ke atas atau sebaliknya.
2. Perubahan pada *variabel cost ratio* atau VC per unit, dimana perubahan ini akan menentukan bagaimana miringnya garis total cost. Naiknya biaya VC per unit akan menggeser BEP ke atas atau sebaliknya.
3. Perubahan dalam *sales price* per unit  
Perubahan ini akan mempengaruhi miringnya garis *total revenue (TR)*. Naiknya harga jual per unit pada level penjualan yang sama walaupun semua biaya adalah tetap, akan menggeser ke bawah atau sebaliknya.
4. Terjadinya perubahan dalam *sales mix*  
Apabila suatu perusahaan memproduksi lebih dari satu macam produk maka komposisi atau perbandingan antara satu produk dengan produk lain (*sales mix*) haruslah tetap. Apabila terjadi perubahan misalnya terjadi kenaikan 20% pada produk A sedangkan produk B tetap maka BEP pun akan berubah. (<http://www.gunadarma.ac.id/>, diakses pada 12 Maret 2012)

### 2.2.9 Margin of Safety (M/S)

*Margin of safety (M/S)* atau batas keamanan sebagai kelebihan dari penjualan yang dianggarkan (aktual) di atas titik impas volume penjualan. Margin keamanan menjelaskan jumlah di mana penjualan dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. Semakin tinggi rasio margin keamanan, semakin rendah resiko untuk tidak balik modal Garrison dkk (2006:338).

Menurut Martz, Usry, dan Hammer (1991:216) informasi yang dikembangkan dari analisa titik impas dan analisa biaya volume laba menyuguhkan data tambahan yang berguna seperti *Margin of Safety (M/S)*, yang menunjukkan berapa banyak penjualan boleh turun dari jumlah penjualan tertentu sebelum perusahaan mengalami keadaan impas (*BEP*). Maka *Margin of Safety (M/S)* dan *Margin of Safety Ratio (m/s r)* dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$M/S = \text{volume penjualan yang dianggarkan}$$

$$M/S R = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{volume penjualan yang dianggarkan}} \times 100\%$$

### 2.2.10 Time Series dalam Peramalan

Perencanaan dan pembuatan keputusan membutuhkan dugaan-dugaan tentang apa yang akan terjadi di masa yang akan datang. Karena itu analisis diharapkan untuk membuat ramalan-ramalan. Terdapat banyak cara untuk peramalan, salah satunya adalah dengan menggunakan metode *time series* (Mulyono,2006:92).

Rangkaian waktu, data berkala atau *time series* merupakan serangkaian pengamatan terhadap suatu peristiwa, kejadian, gejala ataupun variabel yang diambil dari waktu ke waktu, dicatat secara teliti menurut urutan waktu terjadinya, dan kemudian disusun sebagai data statistik. Pada umumnya pengamatan dan pencatatan itu dilakukan dalam jangka waktu tertentu, misalnya tiap akhir tahun, tiap permulaan tahun, tiap sepuluh tahun, dan sebagainya (Sutrisno, 1995:432).

Menurut Anshori (1996:39) metode *time series* digunakan untuk membuat analisis secara terinci terhadap pola permintaan di masa lalu dan memproyeksikan pola tersebut untuk masa yang akan datang. Salah satu asumsi dasar dari semua metode *time series* adalah bahwa permintaan dapat digolongkan dalam beberapa pola, yakni: level, *trend*, musiman, siklus, random. Sedangkan peramalan metode *causal* membangun suatu model sebab dan akibat antara permintaan dengan beberapa variabel lain.

Metode peramalan yang dapat digunakan adalah *trend linear* atau tren garis lurus. *Trend linear* adalah *trend* yang variabel X-nya (periode waktu) berpangkat paling tinggi satu.

$$Y = a + bX.$$

Keterangan :

Y = data berkala atau nilai tren untuk periode tertentu

X = periode waktu (hari, minggu, bulan, tahun)

a = konstanta, nilai Y jika X=0

b = koefisien X, kemiringan garis tren (*slope*)

Menurut Hasan, (2001:200) metode peramalan yang dapat digunakan yaitu :

- a. Analisis *Time Series Least Squares* untuk meramalkan kuantitas penjualan

$$Y = a + bX .$$

Dimana  $a = \frac{\sum Y}{n}$  ,  $b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$

- b. Analisis *Time Series Moment* untuk meramalkan harga jual

$$Y = a + bX .$$

Dimana  $a = (a \times n) + (b \times \sum X)$  ,  $b = (a \times \sum X) + (b \times \sum X^2)$

Penelitian ini menggunakan metode peramalan *time series least square* karena penaksiran diukur dari keadaan di masa yang akan datang tentang pendapatan penjualan berdasarkan *trend* penjualan tahun sebelumnya sehingga dapat digunakan untuk meramalkan kuantitas penjualan pada tahun mendatang.

### 2.2.11 Laba dalam Perspektif Islam

Laba adalah selisih lebih hasil penjualan dari harga pokok dan biaya operasi. Kalangan ekonomi mendefinisikannya sebagai, selisih antara total penjualan dengan total biaya. Total penjualan yaitu harga barang yang dijual, dan total biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam penjualan, yang terlihat dan tersembunyi. Karena perniagaan berarti jual beli dengan tujuan mencari keuntungan, maka keuntungan merupakan tujuannya yang paling mendasar, bahkan merupakan tujuan asli dari perniagaan. (Al Mushlih & Ash Shawi, 2001:78)

Mencari keuntungan dalam bisnis pada prinsipnya merupakan suatu perkara yang *jaiz* (boleh) dan dibenarkan syara'. Tingkat laba/keuntungan atau profit margin berapa pun besarnya selama tidak mengandung unsur-unsur keharaman dan kezhaliman dalam praktek pencapaiannya, maka hal itu dibenarkan syariah sekalipun mencapai margin 100 % dari modal bahkan beberapa kali lipat. (<http://www.dakwatuna.com/>, diakses 22 Maret 2012).

Syari'at Islam tidak membatasi kadar tertentu dalam mengambil keuntungan. Oleh karena itu, tidak ada batasan kadar keuntungan dalam jual beli, baik dalam jual beli biasa maupun jual beli kredit. (<http://www.al-faqiir.blogspot.com/>, diakses 22 Maret 2012).

Terkait dengan kebijakan-kebijakan ekonomi, praktek yang dilakukan oleh Rasulullah SAW dalam kapasitas beliau sebagai *waliy al amri* tergantung pada dinamika situasi dan kondisi. Karena itulah dijumpai beberapa perbedaan kebijakan ekonomi antara masa tasyri' (ketika Nabi SAW masih hidup), dengan masa-masa sahabat-sahabat Nabi SAW., dan perbedaan yang terjadi oleh hasil ijtihad ulama dalam memahami dalil-dalil yang menjadi kebijakan ekonomi masa Nabi SAW. Berikut hadits tentang Tas'ir dalam kebijakan-kebijakan ekonomi Rasulullah:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: غَلَا السُّعْرُ فِي الْمَدِينَةِ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. فَقَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السُّعْرُ، فَسَعَّرْنَا! فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ، الْقَابِضُ، الْبَاسِطُ، الرَّازِقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو

أَنَّ أَلْقَى اللَّهُ تَعَالَى وَآيَسَ أَحَدُكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ. (رَوَاهُ الْخَمْسَةُ إِلَّا  
التَّسَائِيَّ، وَصَحَّحَهُ ابْنُ حِبَّانَ.

Artinya:

Dari Anas bin Malik radliyallahu'anhu beliau berkata: Harga-harga melambung tinggi pada masa Nabi SAW. Para sahabat meminta Nabi SAW.: Wahai Rasulullah, tolong lakukanlah tas'ir untuk kami!. Rasulullah menjawab: "Sesungguhnya Allah-lah penentu harga, penahan dan pembentang rizki, dan sesungguhnya aku berharap kelak berjumpa dengan Tuhanku sementara diantara kalian tidak ada yang menuntutku karena kedlaliman yang aku lakukan pada darah dan harta. (HR. Turmudzi dan Abu Daud)

Meskipun secara teks dapat dipahami dengan sangat jelas bahwa Nabi SAW menolak mengeluarkan kebijakan intervensi harga, tetap muncul perbedaan pendapat boleh atau tidaknya intervensi pasar oleh pemerintah, khususnya tas'ir. Baik yang menolak tas'ir atau yang menyetujui adanya tas'ir ternyata masing-masing mempertimbangkan masalah dalam memahami hadits di atas (Munir & Djalaluddin, 2006:40).

## 2.2.12 Laporan Keuangan

### a. Pengertian Laporan Keuangan

Beberapa buku menyebutkan definisi laporan keuangan, antara lain:

Laporan keuangan (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009) adalah:

“Ringkasan dari proses akuntansi selama tahun buku yang bersangkutan yang digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap data atau aktivitas perusahaan tersebut”.

Laporan keuangan (Brigham & Houston, 2009:44) adalah

“Beberapa lembar kertas dengan angka-angka yang tertulis diatasnya, tetapi penting juga untuk memikirkan aset-aset nyata yang mendasari angka-angka tersebut”.

## **b. Tujuan Laporan Keuangan**

Laporan keuangan yang dihasilkan oleh setiap organisasi memiliki suatu tujuan tertentu. Walaupun satu badan usaha memiliki bidang usaha dan karakteristik yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya, tetapi secara umum laporan keuangan disusun dengan tujuan sebagai berikut (Ikatan Akutansi Indonesia,2009) :

1. Untuk memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai sumber-sumber ekonomi, dan kewajiban serta modal suatu perusahaan.
2. Untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai perubahan dalam sumber-sumber ekonomi suatu perusahaan yang timbul dalam aktivitas usaha dalam rangka memperoleh laba.
3. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan dalam mengestimasi potensi perusahaan guna menghasilkan laba di masa mendatang.
4. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan dalam mengestimasi potensi perusahaan guna menghasilkan laba.
5. Untuk memberikan informasi penting lainnya mengenai perubahan dalam sumber-sumber ekonomi dan kewajiban, seperti informasi mengenai aktivitas pembelanjaan dan investasi.
6. Untuk mengungkapkan sejauh mungkin informasi lain yang berhubungan dengan laporan keuangan yang relevan untuk kebutuhan pengguna laporan, seperti informasi mengenai kebijaksanaan akuntansi yang dianut perusahaan.

### c. **Kualitas Laporan Keuangan**

#### 1. Relevan

Setiap jenis laporan keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan harus sesuai dengan maksud penggunaannya sehingga dapat bermanfaat.

#### 2. Dapat dimengerti

Laporan keuangan harus disusun dengan istilah dan bahasa yang sesederhana mungkin sehingga dapat dimengerti oleh pihak yang membutuhkannya.

#### 3. Daya uji

Informasi keuangan yang dihasilkan suatu perusahaan harus dapat diuji oleh seorang pengukur yang independen dengan menggunakan metode pengukuran yang sama.

#### 4. Netral

Informasi keuangan harus ditujukan kepada tujuan umum pengguna, bukan ditujukan kepada pihak tertentu saja. Laporan keuangan tidak boleh berpihak pada salah satu pengguna laporan keuangan tersebut.

#### 5. Tepat waktu

Laporan keuangan yang terlambat penyampaiannya akan membuat pengambilan keputusan perusahaan menjadi tertunda dan tidak relevan lagi dengan waktu dibutuhkan informasi tersebut.

#### 6. Daya banding

Laporan keuangan suatu perusahaan harus dapat dibandingkan dengan laporan keuangan perusahaan itu sendiri pada periode-periode

sebelumnya atau dengan perusahaan lain yang sejenis pada periode yang sama.

#### 7. Lengkap

Informasi keuangan harus menyajikan semua fakta keuangan yang penting sekaligus menyajikan fakta-fakta tersebut sedemikian rupa sehingga tidak akan menyesatkan pembacanya.

#### d. Jenis-Jenis Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009):

1. Neraca : bagian dari laporan keuangan suatu entitas yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan posisi keuangan entitas tersebut pada akhir periode tersebut. Neraca terdiri dari tiga unsur, yaitu aset, liabilitas, dan ekuitas yang dihubungkan dengan persamaan akuntansi berikut:

$$\text{aset} = \text{liabilitas} + \text{ekuitas}$$

Informasi yang dapat disajikan di neraca antara lain posisi sumber kekayaan entitas dan sumber pembiayaan untuk memperoleh kekayaan entitas tersebut dalam suatu periode akuntansi (triwulanan, caturwulanan, atau tahunan)

2. Laporan laba rugi: bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menjabarkan unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba

(atau rugi) bersih. Unsur-unsur laporan laporan laba rugi biasanya terdiri dari: Pendapatan dari penjualan, biaya-biaya.

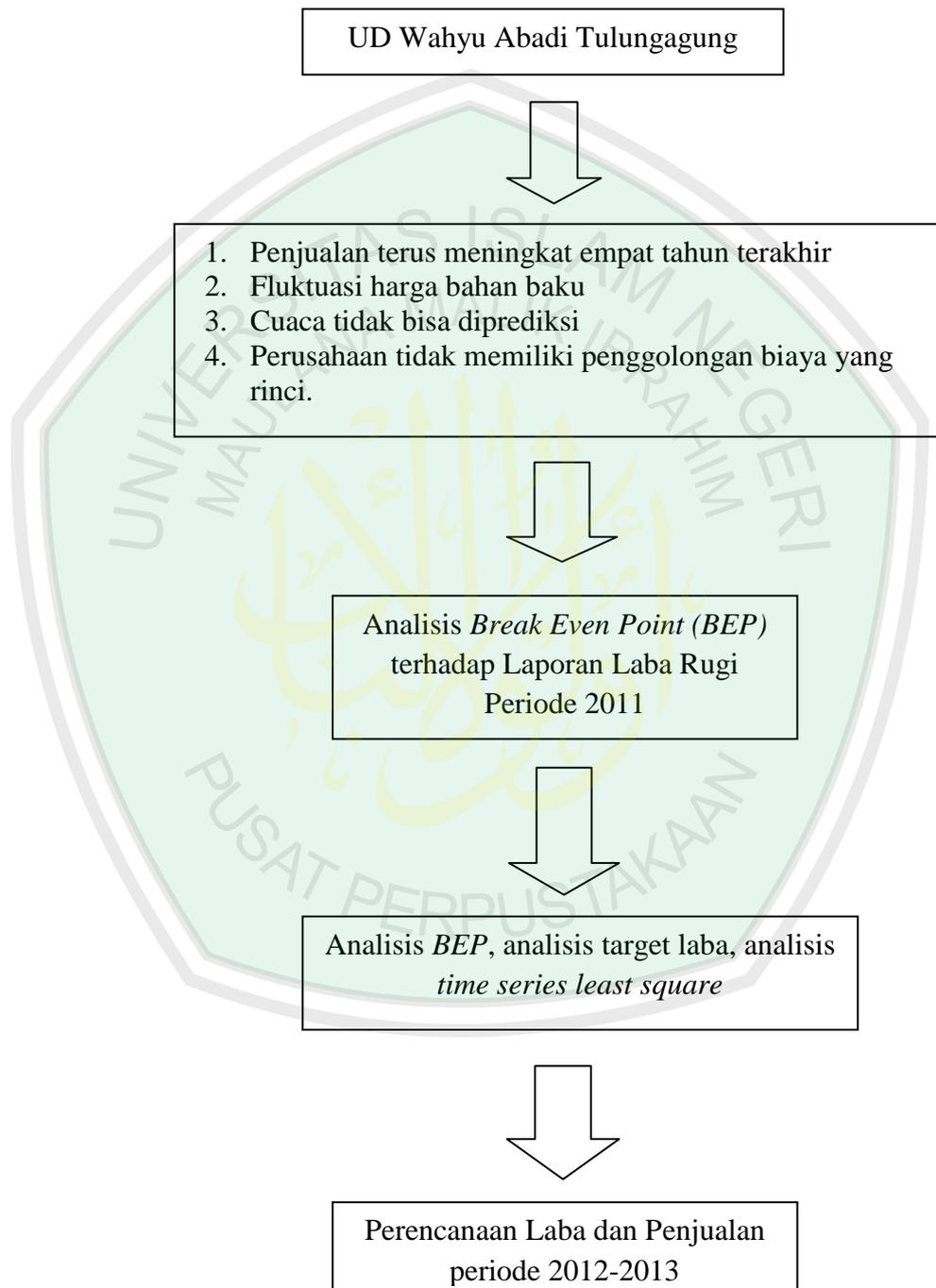
3. Laporan perubahan ekuitas
4. Laporan perubahan posisi keuangan yang dapat disajikan berupa laporan arus kas atau laporan arus adalah dana bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang (kas) perusahaan.

Unsur yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran posisi keuangan adalah aktiva, kewajiban, dan ekuitas. Sedangkan unsur yang berkaitan dengan pengukuran kinerja dalam laporan laba rugi adalah penghasilan dan beban. Laporan posisi keuangan biasanya mencerminkan berbagai unsur laporan laba rugi dan perubahan dalam berbagai unsur neraca.

Yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan laba rugi *home industry* UD Wahyu Abadi Tulungagung yang berkaitan dengan pendapatan dan biaya-biaya.

## 2.3 Kerangka Berpikir

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



UD Wahyu Abadi Tulungagung merupakan usaha kerupuk rambak yang proses produksinya masih tradisional. Dalam empat tahun terakhir ini penjualan rambak terus mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan rambak semakin banyak diminati konsumen. Permintaan rambak meningkat tajam biasanya pada hari raya lebaran, peningkatan mencapai empat kali lipat dari hari-hari biasa. Tingkat fluktuasi bahan baku yang tidak menentu membuat manager harus mampu mencari cara dalam menentukan harga jual yang sesuai agar tidak mengalami kerugian dan tidak mengurangi daya beli konsumen.

Kondisi cuaca yang tidak bisa diprediksi menjadikan proses pengeringan rambak menjadi lambat sehingga proses produksi terhambat yang mengakibatkan kapasitas produksi menurun. Perusahaan yang tidak memiliki penggolongan biaya yang rinci dapat menimbulkan kerancuan bagi manajemen dalam mengambil suatu keputusan termasuk keputusan tentang dampak perubahan biaya dan volume penjualan atau produksi terhadap laba perusahaan.

Oleh karena itu, analisis *Break Even Point* terhadap laporan laba rugi perlu dilakukan oleh manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume, harga jual dan laba serta perusahaan dapat membuat perencanaan laba untuk masa yang akan datang. Perencanaan dapat dihitung dengan metode peramalan *time series least square* dan perhitungan target laba yang diharapkan perusahaan. Sehingga perencanaan laba dan penjualan untuk periode 2012-2013 dapat diketahui.