

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Karakteristik Ikan Patin

Ikan patin merupakan salah satu jenis ikan dari kelompok lele-lelean (*catfish*) yang menjadi salah satu komoditas unggulan air tawar. Ikan patin merupakan salah satu jenis ikan penting dalam budidaya atau akuakultur dunia. Menurut Departemen Perikanan Dan Akuakultur FAO (*Food and Agriculture Organization*), menempatkan ikan patin pada urutan ke lima setelah ikan mas (*Cyprinus carpio*), nila (*Oreochromis niloticus*), lele (*Clarias sp*), dan gurami (*Osphronemus gouramy*). Produsen ikan patin utama dunia terdapat pada Negara Vietnam, dengan produksi ikan patin yang melampaui angka 1 juta ton pada tahun 2007, sedangkan Indonesia baru mampu memproduksi 29.000 ton patin pada tahun yang sama. Ikan patin Vietnam ini menguasai pasar Amerika Serikat (AS) dan Eropa (Kordi, 2010).

Menurut Mahyuddin (2010), patin merupakan salah satu komoditas unggulan ikan air tawar yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Perikanan budidaya khususnya ikan patin berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat serta peningkatan pendapatan bagi pembudidaya dan Negara. Selain itu juga penting dalam perluasan kesempatan kerja dan pertumbuhan agroindustri. Segmentasi usaha budidaya ikan patin tersebut meliputi pembenihan (larva), pendedaran benih, serta usaha pembesaran. Selain dapat dipasarkan didalam negeri, patin juga dapat di ekspor dalam bentuk *fillet*. Ikan patin memiliki potensi yang besar, akan tetapi produksi yang ada masih kurang.

2.1.1 Klasifikasi dan Morfologi Ikan Patin

Menurut Kordi (2010), menyatakan bahwa ikan patin dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Filum : *Chordata*
 Kelas : *Pisces*
 Ordo : *Siluriformes*
 Famili : *Pangasidae*
 Genus : *Pangasius*
 Spesies : *Pangasius hypopthalmus*



Gambar 2. Ikan Patin Siam (*Pangasius hypopthalmus*) (Google Image, 2018).

Menurut mahyuddin (2010), secara umum ikan patin memiliki tubuh licin, tidak bersisik, serta memiliki bentuk tubuh agak memanjang dan pipih. Warna tubuh patin pada bagian punggung keabu-abuan atau kebiru-biruan dan bagian perut putih keperak-perakan. Kepala ikan patin berbentuk simetris, lebar dan agak pipih. Pada perairan umum ikan patin mampu mencapai panjang hingga 120 cm. Mulut ikan patin agak lebar dan terletak di ujung kepala agak kebawah, dan terdapat dua pasang kumis yang berfungsi sebagai alat peraba, berenang dan mencari makan.

2.1.2 Jenis Ikan Patin

Jenis ikan patin yang dikembangkan dan banyak dibudidayakan di Indonesia terdiri dari tiga jenis, yaitu patin siam (*Pangasius hypopthalmus*), patin jambal (*Pangasius djambal Bleeker*), dan patin pasupati (*Pangasius sp*). Patin siam merupakan jenis ikan patin yang berasal dari Bangkok, Thailand. Patin ini mulai dipijahkan di Indonesia sejak tahun 1980 dan pada 1990 budidaya ikan patin siam ini mulai berkembang di Jawa Barat dan Lampung. Patin siam (*Pangasius hypopthalmus*) memiliki beberapa karakteristik yang unggul

dibandingkan jenis yang lain, antara lain yaitu memiliki kemampuan reproduksi yang lebih besar, dan memiliki daya tahan atau toleransi yang baik terhadap kondisi lingkungan perairan.

2.2 Konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Berdasarkan Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, menyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

Adapun kriteria dari UMKM berdasarkan Undang-Undang No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah).
- b. Milik Warga Negara Indonesia.

- c. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besa.
- d. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

2.3 Analisis Cost - Volume - Profit

Menurut Worotitjan dan Marsonoh (2016), analisis *cost – volume – profit* merupakan alat untuk mempekirakan laba dengan mempertimbangkan hubungan antara biaya dan keuntungan di satu sisi, dan volume produksi disisi lain. Analisis ini sangat berguna untuk mengetahui keterkaitan antara biaya produksi, volume penjualan, serta harga. Dengan demikian, dapat membantu para manajer untuk mengetahui dampak dari berbagai tingkat harga atau biaya terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Selain itu juga dapat mengetahui dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas dan jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas.

Analisis *cost – volume – profit* (CVP) merupakan sebuah alat analisis yang sering digunakan sebuah perusahaan untuk perilaku biaya total, pendapatan total, dan laba operasi yang dikarenakan perubahan-perubahan pada tingkat keluaran, biaya variabel, dan biaya tetap. Dengan adanya analisis *cost – volume – profit* (CVP) ini dapat dijadikan oleh pihak manajemen sebagai alat bantu untuk mengetahui potensi laba yang belum dimanfaatkan oleh suatu perusahaan. Analisis *cost – volume – profit* (CVP) ini sering disebut sebagai analisis impas. Hal ini kurang tepat, karena analisis impas hanyalah salah satu poin dari Analisis *cost – volume – profit* (CVP). Analisis impas menitik beratkan penjualan produk minimum yang menghasilkan laba sama dengan nol. Sedangkan untuk

cost – volume – profit (CVP) lebih menitik beratkan pada seberapa jauh biaya-volume-laba dan harga jual pada laba perusahaan (Arifin, 2007).

Menurut Horngren *et. al.* (2008), analisis CVP didasarkan pada asumsi-asumsi berikut ini diantaranya:

1. Perubahan tingkat pendapatan dan biaya hanya disebabkan oleh perubahan jumlah unit produk (atau jasa) yang diproduksi dan dijual. Misalnya, jumlah televisi yang diproduksi dan dijual.
2. Biaya total dapat dipisahkan kedalam komponen tetap yang tidak berubah mengikuti perubahan tingkat output dan komponen variabel yang berubah mengikuti tingkat output.
3. Ketika disajikan secara grafik, perilaku pendapatan total dan biaya total bersifat linear (yaitu dapat digambarkan sebagai garis lurus) ketika dihubungkan dengan tingkat output dalam rentang (dan periode waktu) yang relevan.
4. Harga jual, biaya variabel per unit, dan biaya tetap total (dalam rentang dan periode waktu yang relevan) telah diketahui dan konstan.
5. Analisis mencakup satu produk atau mengasumsikan bahwa proporsi produk yang berbeda ketika perusahaan menjual beragam produk adalah tetap konstan ketika tingkat unit yang terjual total berubah.
6. Seluruh pendapatan dan biaya dapat ditambahkan, dikurangkan, dan dibandingkan tanpa memperhitungkan nilai waktu uang.

2.4 Perencanaan Laba

Laba adalah selisih antara pendapatan yang diterima oleh perusahaan dari pelanggan atas penjualan barang atau jasa yang dihasilkan dengan pengorbanan ekonomis yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa tersebut. Pencapaian laba merupakan salah satu tujuan utama

sebuah perusahaan secara garis besar. Setiap perusahaan dituntut harus mampu menghasilkan produk yang dapat dijual terhadap masyarakat agar tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai. Untuk menghasilkan laba yang efisien maka pihak manajemen harus melakukan perencanaan laba yang strategis (Rudianto, 2013).

Menurut Ariyanti *et al.* (2014), perencanaan laba terbagi menjadi dua jenis yaitu rencana laba strategik (jangka panjang) dan rencana laba taktis (jangka pendek). Rencana laba strategik atau jangka panjang merupakan rencana perusahaan untuk jangka waktu yang relatif lama, yakni lebih dari satu tahun atau bahkan lebih dari lima tahun. Sedangkan rencana laba Taktis atau jangka pendek merupakan sebuah kegiatan perencanaan tahunan perusahaan.

Menurut Carter (2009), perencanaan laba mempunyai beberapa manfaat bagi manajer dalam menjalankan usahanya, diantaranya yaitu:

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah. Hal ini memungkinkan adanya peluang untuk menilai kembali setiap strategi operasi dan memeriksa kembali kebijaksanaan perusahaan.
2. Dengan adanya perencanaan laba dapat meningkatkan koordinasi. Hal ini dilakukan untuk menyelaraskan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita.
3. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama dari semua tingkatan manajemen.

2.5 Biaya

Biaya dapat didefinisikan sebagai sumber daya yang dikorbankan atau dilepaskan untuk dalam mencapai sebuah tujuan tertentu. Tolak ukur biaya biasanya menggunakan jumlah uang yang harus dikeluarkan ataupun dibayarkan untuk mendapatkan barang atau jasa. Pemahaman akan konsep biaya sangatlah

diperlukan oleh para manajer. Dengan mengetahui istilah-istilah tentang biaya, akan mempermudah seorang manajer untuk mendapatkan informasi tentang data-data perusahaan yang disajikan. Serta dapat membantu menghindari kesalahan dalam memakai informasi keuangan. Manajer yang memiliki pemahaman tentang konsep biaya akan semakin mudah dalam berkomunikasi dengan akuntan manajemen (Horngren *et.al.*, 2008).

Menurut Utari *et.al.* (2015), merupakan bentuk dari pengorbanan energi, barang, dan atau uang saat ini untuk memperoleh manfaat dimasa mendatang. Biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan bersifat pasti, akan tetapi manfaat yang diperoleh dimasa mendatang masih belum pasti dan penuh resiko. Oleh sebab itu, dalam sebuah kegiatan bisnis harus diperhitungkan terlebih dahulu risiko dan hasil yang akan didapat sebelum melakukan pengorbanan. Konsep biaya dan beban memiliki pengertian yang berbeda, terkadang didalam praktiknya sering digunakan secara bersamaan. Biaya merupakan pengorbanan untuk memperoleh harta, sedangkan beban merupakan pengorbanan untuk memperoleh penghasilan. Keduanya merupakan pengorbanan, tetapi memiliki tujuan yang berbeda.

2.5.1 Klasifikasi Biaya

Menurut Shim dan Siegel (2001), biaya dapat diklasifikasikan sebagai biaya variabel, tetap dan campuran (semi variabel). Klasifikasi ini dibuat dalam rentang kegiatan spesifik, yang disebut rentang relevan (*relevant range*). Rentang relevan merupakan zona volume dimana perilaku biaya variabel, biaya tetap dan harga jual dapat diprediksikan dengan baik dan akurat. Biaya variabel bervariasi totalnya dengan adanya perubahan volume atau tingkat aktivitas. Biaya tetap, tidak akan berubah walaupun ada perubahan tingkat volume atau

tingkat aktivitas. Sedangkan biaya campuran (semi variabel) mencakup baik unsur tetap maupun unsur variabel.

Biaya semi variabel, terdiri dari: biaya *overhead* pabrik, biaya pemasaran, dan biaya administrasi harus diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Pengklasifikasian biaya ini bertujuan untuk memudahkan membuat anggaran dan pengendalian kegiatan. Adapun teknik yang digunakan untuk mengklasifikasikan biaya yang biasanya digunakan adalah titik terendah-tertinggi, dan *least squares* (Utari *et.al.*, 2016).

2.5.2 Perilaku Biaya

Menurut Shim dan Siegel (2001), menyatakan bahwa tidak semua biaya memiliki perilaku yang sama. Pada sebagian biaya tertentu mengalami perubahan volume atau kegiatan, misalnya saja tenaga kerja dan jam mesin. Sementara itu, biaya-biaya lainnya tidak berubah walaupun volumenya berubah. Perilaku biaya sangat penting untuk dipahami untuk membantu manajer dalam beberapa hal, diantaranya yaitu:

1. Penganggaran fleksibel
2. Analisis impas dan margin kontribusi
3. Penilaian kinerja divisional
4. Pengambilan keputusan jangka pendek

Menurut Purwanti dan Prawirokusumo (2013), perilaku biaya merupakan cara biaya dapat berubah dalam hubungannya dengan penggunaan aktivitas. Dalam hal ini, rentang waktu sangat berperan penting dalam penentuan perilaku biaya karena biaya dapat berubah dari tetap menjadi variabel. Hal ini bergantung pada keputusan yang diambil mencakup jangka pendek atau jangka panjang. Dengan demikian perilaku biaya mengacu terhadap bagaimana biaya dapat berubah sebagai akibat adanya perubahan aktivitas produksi dalam sebuah

usaha. Jadi klasifikasi biaya didasarkan pada bagaimana biaya dapat berubah dalam sebuah unit produksi.

Agar biaya semi variabel dapat dimanfaatkan dengan cara yang lebih baik, maka sebaiknya informasi tentang biaya semi variabel dipisahkan terlebih dahulu dari unsur-unsur biaya variabel dan biaya semi variabel. Jika tidak dilakukan pemisahan biaya semi variabel maka akan berpengaruh terhadap akurasi perhitungan biaya produksi. Terutama jika jumlah biaya semi variabel cukup signifikan dibandingkan dengan total biaya keseluruhan (Wiharjo, 2011).

Menurut Samryn (2012), pemisahan unsur biaya tetap dan biaya variabel dari biaya semi variabel dapat dilakukan dengan menggunakan metode titik tertinggi dan terendah, analisis regresi kuadrat terkecil, metode diagram pencar, dan metode analisis rekening. Metode titik tertinggi dan terendah yaitu suatu metode pemisahan biaya campuran kedalam elemen-elemen biaya tetap dan biaya variabelnya dengan mendasarkan analisis pada selisih biaya antara tingkat aktivitas tertinggi dan terendah. Analisis regresi kuadrat terkecil yaitu suatu metode yang digunakan dalam pemisahan biaya campuran kedalam biaya elemen-elemen biaya tetap dan biaya variabel dengan cara mencocokkan suatu kuadrat garis regresi yang meminimumkan jumlah kesalahan. Sedangkan metode diagram pencar sendiri adalah suatu metode pemisahan biaya campuran kedalam biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan diagram. Dalam metode ini sebuah garis regresi ditarik diantara pencaran titik yang telah diplot secara sederhana berdasarkan pengamatan visualnya.

2.6 Break Even Point

Menurut Potkany dan Krajcirova (2015), menyatakan bahwa titik *break even* merupakan situasi dimana perusahaan tidak mengalami kerugian, akan tetapi juga masih belum mendapatkan keuntungan. Adapun analisis *break even*

point dapat dijadikan sebuah indikator untuk mengevaluasi profit yang didapatkan oleh perusahaan. Dengan demikian dapat memberikan pernyataan yang jelas tentang kemampuan perusahaan dalam mengembalikan laba dari usaha yang dijalankan. Hal ini menjadikan fakta yang mendasari bahwa jumlah profit dan kepastian dalam pencapaian usaha merupakan informasi yang sangat penting. Informasi tersebut akan membawa manajer menuju kesuksesan perusahaan.

Analisis *break even point* atau titik impas merupakan jumlah penjualan output yang akan menyamakan total pendapatan dengan total biaya. dengan kata lain, titik impas adalah jumlah unit yang terjual yang akan menghasilkan laba operasi sebesar Rp.0 (Nol Rupiah). Manajer tertarik pada titik impas karena ingin menghindari kerugian dari operasi. Selain itu, titik impas dapat ditentukan dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba (Henry, 2016).

2.6.1 Tujuan Analisis *Break Even Point*

Menurut Keown *et.al.* (2010), tujuan analisis *break even point* adalah untuk menetapkan *kuantitas* titik impas output dengan cara mempelajari hubungan antara struktur biaya, volume output, serta laba perusahaan. Selain hal tersebut analisis *break even point* juga dapat digunakan untuk mengetahui titik impas penjualan dalam rupiah yang berhubungan dengan titik *brek even* output yang dikeluarkan. Pendekatan analisis *break even point* dapat diterapkan pada beberapa aspek yakni pertama, analisis pengeluaran modal. Dalam hal ini analisis *break even* digunakan untuk menentukan volume penjualan yang diperlukan agar suatu proyek dapat secara ekonomis menguntungkan bagi suatu usaha, namun tidak digunakan untuk menggantikan teknik evaluasi yang disesuaikan dengan waktu. Kedua, kebijakan penentuan harga, negosiasi kontrak tenaga kerja, struktur harga, serta keputusan pendanaan.

2.6.2 Perhitungan *Break Even Point*

Menurut Munawir (2014), untuk menentukan jumlah penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan mencapai titik impas dapat dilakukan dengan rumus:

$$\text{BEP (Q)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per satuan} - \text{Biaya Variabel per satuan}}$$

Dalam keadaan break even laba perusahaan adalah 0, oleh karena itu dengan membagi jumlah biaya tetap dengan marginal income ratio nya akan diketahui tingkat penjualan dalam rupiah, yang harus dicapai oleh perusahaan agar tidak mengalami kerugian atau belum mendapatkan laba. Dengan demikian jika marginal income ratio diketahui maka dapat dihitung titik impas dalam rupiah dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP (S)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Marginal income ratio}}$$

2.6.3 Pendekatan Grafik dalam Analisa *Break Even Point*

Menurut Munawir (2014), dalam penentuan titik *break even* dapat dilakukan dengan grafik ataupun bagan, penentuan titik *break even* dengan pendekatan grafik akan membantu manajemen untuk mengetahui hubungan antara besarnya biaya, penjualan (volume penjualan), dan laba. Selain itu dengan adanya pendekatan grafik *break even* akan membantu manajemen untuk mengetahui besarnya biaya yang tergolong biaya tetap dan biaya variabel, serta dapat juga digunakann untuk mengetahui tingkat penjualan yang masih menimbulkan kerugian, serta tingkat penjualan yang sudah menghasilkan laba.

2.6.4 Keterbatasan Analisa *Break Even Point*

Menurut Kown *et.al.* (2010), penerapan titik impas sangatlah beruna dalam banyak hal. Akan tetapi analisis ini memiliki beberapa keterbatasan yang selalu harus diperhatikan, diantaranya yaitu:

1. Hubungan biaya – volume – laba diasumsikan bersifat linear.
2. Kurva total pemasukan atau penjualan diasumsikan naik secara linear sesuai dengan kenaikan volume output.
3. Diasumsikan campuran produksi dan penjualan tetap.
4. Diagram *break even* dan perhitungan *break even* merupakan bentuk analisis statis.

Menurut Munawir (2014), menyatakan bahwa mudah tidaknya penentuan titik *break even* tergantung pada kosep yang mendasari, ataupun anggapan yang digunakan dalam perhitungan tersebut. secara umum anggapan dasar yang digunakan dalam analisa *break even* yakni sebagai berikut:

1. Bahwa biaya harus dapat dipisah atau diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel dan prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat.
2. Bahwa biaya harus tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh.
3. Bahwa biaya variabel akan berubah secara proposional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan.
4. Harga jual persatuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
5. Bahwa hanya ada satu barang yang diproduksi atau dijual dan jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualannya akan tetap konstan.

Anggapan-anggapan tersebut merupakan suatu konsep dasar pemikiran yang harus diterapkan walaupun anggapan-anggapan tersebut mungkin tidak sesuai dengan kenyataan. Dengan demikian semakin banyaknya anggapan (yang tidak sesuai dengan kenyataan) akan banyak pula kelemahan yang terdapat pada analisa tersebut. Dengan adanya anggapan tersebut maka dapat diketahui bahwa dalam grafik *break even* garis-garis jumlah penjualan dan jumlah biaya nampak lurus. Hal ini dikarenakan semua perubahan dianggap sebanding atau proposional.

2.7 Contribution Margin

Menurut Carter dan Usry (2005), margin kontribusi, atau laba marginal adalah selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel. Margin kontribusi dihitung dengan cara mengurangi biaya variabel, baik produksi maupun nonproduksi, dari penjualan. Dalam perhitungan biaya langsung, margin kontribusi dihitung secara total untuk perusahaan secara keseluruhan, atau terpisah masing-masing lini produk, teritori penjualan, divisi operasi dan lain-lain. Alternatifnya, margin kontribusi dapat dihitung dengan dasar per unit. Total laba ditemukan dengan cara mengurangi total biaya tetap dari total margin kontribusi.

Henry (2016), margin kontribusi (CM) menunjukkan mengapa laba operasi berubah ketika jumlah unit yang terjual berubah. Margin kontribusi diperoleh dari hasil pengurangan total pendapatan dengan total biaya variabel. Margin kontribusi dapat juga dihitung dengan cara mengalikan besarnya margin kontribusi per unit dengan jumlah unit yang terjual. Sebagai kesimpulan, margin kontribusi mencerminkan jumlah pendapatan dikurangi biaya variabel, yang berkontribusi untuk menutup biaya tetap. Setelah biaya tetap terpenuhi maka

margin kontribusi yang masih tersisa akan menciptakan laba operasi. Perhitungan margin kontribusi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CM} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Rasio CM} = (\text{Margin Kontribusi} / \text{Penjualan}) \cdot \%$$

2.8 *Margin Of Safety*

Menurut Munawir (2014), apabila hasil penjualan pada tingkat *break even* dihubungkan dengan penjualan yang dibudgetkan atau pada tingkat tertentu, maka akan diperbolehkan informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak menderita kerugian. Hubungan atau selisih antara penjualan yang dibudgetkan atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat *break even* merupakan tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan. Jadi *margin of safety* merupakan perhitungan seberapa banyak penjualan boleh turun, tetapi perusahaan tidak sampai mengalami kerugian. Adapun perhitungan untuk *margin of safety* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Penjualan per budget}}{\text{Penjualan per } break\ even} \times \%$$

atau

$$\frac{\text{Penjualan per budget} - \text{Penjualan per } break\ even}{\text{Penjualan per budget}} \times \%$$

Menurut Utari *et al.* (2016), menyatakan bahwa *margin of safety* merupakan unit dijual atau penjualan yang diharapkan atau pendapatan yang diharapkan untuk mendapatkan laba diatas titik impas atau BEP. Informasi ini sangat diperlukan oleh manajemen untuk mengetahui penurunan target penjuaaan agar tidak menderita kerugian.

2.9 *Operating Leverage*

Syamsuddin (2009), istilah *leverage* biasanya dipergunakan untuk menggambar kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost assets funds*) untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. Dengan memperbesar tingkat *leverage* maka hal ini akan berarti tingkat ketidakpastian (*uncertainty*) dari *return* yang akan diperoleh semakin tinggi pula, tetapi pada saat yang sama hal tersebut juga akan memperbesar jumlah *return* yang diperoleh. Tingkat *leverage* ini bisa saja berbeda-beda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya, atau dari satu period eke oeriode lainnya di dalam satu perusahaan, tetapi yang jelas semakin tinggi risiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat *return* atau penghasilan yang diharapkan. Istilah risiko (*risk*) disini dimaksudkan dengan ketidakpastian (*uncertainty*) dalam hubungannya dengan kemampuan perusahaan membayar kewajiban-kewajiban tetapnya (*fixed payment obligation*).

Menurut Hamada (1972) dalam Alaghi (2012), operating leverage dapat dihitung ketika sebuah usaha memiliki biaya tetap yang dapat diukur tanpa memperhatikann perubahan volume penjualan. Ketika sebuah usaha memiliki biaya tetap, presentase perubahan profit berdasarkan volume penjualan lebih baik jika dibandingkan dengan presentase perubahan harga jual. Dengan biaya tetap operasi yang positif (yang mana lebih baik jika dibandingkan 0), perubahan 1% dalam penjualan akan menghasilkan kenaikan laba operasi sebesar 1%. Ukuran dari perubahan operating leverage ini ditunjukkan dalam *Degree of Operating Leverage* (DOL), yang mana menunjukkan perubahan aba operasi akan berubah seiring dengan volume penjualan. Untuk lebih spesifiknya, DOL menunjukkan presentase perubahan penerimaan (biasanya dihitung sebagai penerimaan sebelum dikurangi pajak penjualan, atau EBIT) dibagi

dengan presentase perubahan tingkat volume penjualan. DOL dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$DOL = \frac{Q(P - V)}{Q(P - V) - F}, \quad EBIT = Q(P - V) - FC$$

Dimana:

Q = Quantity produced or sold
 V = Variable cost per Unit
 P = Harga jual
 FC = Biaya tetap

Selain itu manajer juga dapat menghitung tingkat estimasi DOL berdasarkan perubahan laba operasi akibat perubahan penerimaan penjualan dengan rumus:

$$DOL = \frac{\Delta EBIT}{\Delta SR}$$

Dimana:

SR = Sales revenue (Penerimaan penjualan)

2.10 Analisis Sensitivitas dan Ketidakpastian

Menurut Horngren *et.al.* (2008), menyatakan bahwa analisis sensitivitas merupakan sebuah teknik “bagaimana jika” yang digunakan manajer untuk menguji bagaimana akibatnya jika prediksi data awal tidak tercapai, atau jika asumsi yang mendasari keputusan manajer berubah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa analisis sensitivitas yang dimaksud disini adalah perubahan yang terjadi perubahan yang terjadi pada tingkat harga jual dan biaya-biaya yang meliputi biaya variabel dan biaya tetap. Dalam kontek CVP, analisis sensitivitas digunakan untuk menjawab pertanyaan seperti: berapa laba operasi jika unit yang terjual 5% lebih rendah dibandingkan prediksi awal? Serta, berapa laba operasi jika biaya variabel per unit meningkat sebesar 10%? Dengan adanya

analisis sensitivitas laba operasi terhadap berbagai kemungkinan ini dapat memperluas perspektif manajer tentang hal-hal yang mungkin terjadi sebelum mereka menetapkan biaya. Analisis sensitivitas merupakan suatu pendekatan yang sederhana untuk mengakui ketidakpastian (*uncertainty*), yaitu kemungkinan bahwa hasil actual akan berbeda dari yang diperkirakan sebelumnya.

2.11 Penelitian Terdahulu

Zahira (2012), menjelaskan dalam penelitiannya yang berjudul analisis *cost-volume-profit* sebagai penunjang rencana pencapaian laba usaha penggemukan domba dan kambing “Mitra Tani Farm” di Kabupaten Bogor. Berdasarkan penelitiannya didapatkan data yakni objek penelitiannya adalah pada usaha “Mina Tani Farm”, usaha ini bergerak pada bidang penggemukan domba dan kambing. Penjualan domba dan kambing di MT Farm ini tergolong cukup fluktuatif, oleh karenanya manajer perlu memahami akan analisis *cost-volume-profit* sebagai dasar perencanaan laba agar laba yang diinginkan dapat tercapai dengan optimal. Adapun alat analisis yang digunakan untuk membantu melakukan analisis CVP ini diantaranya adalah analisis *Break even point* (BEP), analisis *Margin of Safety* (MoS), dan analisis faktor tuasan operasi. Hasil dari analisis ini yaitu unit titik impas pada tahun 2010 sebesar 22.186 kg, dengan penjualan titik impas sebesar Rp 743.231.671,08. Sedangkan unit titik impas pada tahun 2011 sebesar 39.281 kg, dengan penjualan titik impas sebesar Rp 1.296.272.507,00. Evaluasi laba optimal pada tahun 2010 dapat meningkat hingga 60% menjadi Rp 278.481.811,20 dengan volume penjualan sebesar 112.622,79 kg atau 4.807 ekor. Sedangkan pada tahun 2011, evaluasi laba optimal dapat meningkat hingga 15% menjadi Rp 306.248.040,60 dengan volume penjualan sebesar 144.233,45 kg atau 7.705 ekor. Perencanaan

laba pada tahun 2012 diasumsikan meningkat 10%, 15%, dan 20%. Persentase peningkatan laba 10% menghasilkan target volume penjualan sebesar 139.670 kg. Persentase peningkatan laba 15% menghasilkan target volume penjualan sebesar 144.233,45 kg. Dan persentase peningkatan laba 20% menghasilkan target volume penjualan sebesar 148.796,60 kg.

Menurut Flaviana (2011), dalam penelitiannya yang berjudul Analisis biaya-volume-laba sebagai alat pengambilan keputusan taktis dalam perencanaan manajerial (studi kasus usaha budi daya udang galah "Mitra Gemah Ripah" Karangpawitan Kabupaten Garut), berpendapat bahwa tujuan dari penelitian diantaranya yaitu pertama, untuk mengidentifikasi biaya variabel dan biaya tetap apa saja yang terjadi dalam usaha budi daya udang galah "Mitra Gemah Ripah". Kedua, menentukan besarnya penjualan yang harus dicapai "Mitra Gemah Ripah" agar mencapai break even point, dan yang terakhir yaitu untuk menganalisis alternatif proporsi produk tahap pendederan dan pembesaran yang dapat diproduksi untuk mencapai profit yang diharapkan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survey lapangan melalui wawancara langsung dengan pihak manajerial serta studi literatur. Metode analisis yang digunakan dalam pengolahan data adalah analisis CVP. Berdasarkan hasil analisis CVP bahwa didapatkan nilai titik impas yaitu untuk BEP atas dasar penjualan adalah sebesar Rp 9.111.559,92 dan BEP berdasarkan unit impasnya yaitu 182 kg. Sedangkan BEP udang galah kecil atas dasar penjualan pada panen pertama sebesar Rp 2.139.366,66 dan BEP berdasarkan unit impasnya yaitu 48 kg. Pada usaha budi daya pendederan udang galah panen pertama, besarnya BEP atas dasar penjualan yaitu Rp 2.858.455,23 dan BEP berdasarkan unit impasnya yaitu 11.434 ekor. Pada panen kedua, besarnya BEP udang galah besar pada usaha budi daya pembesaran yaitu Rp 8.914.357,22 dan BEP berdasarkan unit impasnya yaitu 178 kg. Sedangkan BEP udang galah kecil atas dasar penjualan

pada panen kedua yaitu Rp 2.057.196,19 dan BEP berdasarkan unit impasnya yaitu 46 kg. Pada usaha budi daya pendederan udang galah panen kedua, besarnya BEP atas dasar penjualan yaitu Rp 2.850.157,05 dan BEP berdasarkan unit impasnya yaitu 11.401 ekor. Dari seluruh hasil data yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa “Mitra Gemah Ripah” dapat melakukan analisis CVP untuk mengetahui besarnya penjualan ataupun kuantitas yang harus dicapai dalam break even point. “Mitra Gemah Ripah” dapat meningkatkan kapasitas usahanya untuk memperoleh laba yang ditargetkan sesuai dengan perhitungan dalam persamaan titik impas.

Menurut Wirotitjan dan Manosoh (2016), menjelaskan dalam penelitiannya yang berjudul *Analisis cost-volume-profit* untuk perencanaan laba pada UD. Gunung Emas Manado, yaitu untuk mencapai laba yang diinginkan memerlukan adanya perencanaan laba. Perencanaan laba ini memungkinkan manajemen untuk mengendalikan biaya bahkan dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *cost-volume-profit* tahun 2014-2015 dan bagaimana perencanaan laba dengan menggunakan analisis *cost-volume-profit* tahun 2016 pada UD. Gunung Emas Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan analisis *cost-volume-profit* tahun 2014-2015 UD. Gunung Emas Manado mengalami penurunan laba (namun belum menderita kerugian) dikarenakan volume penjualan berkurang sementara biaya tetap naik. Melalui analisis *cost-volume-profit* dapat diketahui penjualan minimum untuk mencapai laba yang ditargetkan tahun 2016. Berdasarkan hasil penelitian maka di dapat margin kontribusi untuk tahun 2014 sebesar Rp.552,790,000 dengan rasio 37.40% dan untuk tahun 2015 sebesar Rp.430,360,000 dengan rasio 36.44%. Titik impas untuk tahun 2014 sebesar Rp.179,144,385.03 dan Rp.200,329,308.45 untuk tahun 2015. Hal ini

menunjukkan bahwa penjualan UD. Gunung Emas Manado sudah sangat baik dari tahun 2014 sampai tahun 2015 karena telah jauh melebihi titik impas, sehingga mendapatkan laba yang maksimal. Batas keamanan untuk tahun 2014 sebesar 87.88% dan untuk tahun 2015 sebesar 83.03%. Maksudnya yaitu perusahaan mempunyai tingkat batas aman jika terjadi penurunan penjualan sebesar 87.88% untuk tahun 2014 dan 83.03% untuk tahun 2015. Batas keamanan pada UD. Gunung Emas Manado tergolong cukup tinggi, sehingga dikatakan baik, karena kemungkinan untuk menderita kerugian rendah. Besarnya penjualan minimal yang diperbolehkan (margin of safety) untuk tahun 2014 adalah Rp.1,298,805,614.97 dan untuk tahun 2015 sebesar Rp.980,620,691.55. Untuk tingkat leverage operasi UD. Gunung Emas Manado tahun 2014 sebesar 1.14 yang berarti apabila penjualan naik 1% maka laba dapat naik sebesar 1.14% dan tahun 2015 sebesar 1.20 yang berarti apabila penjualan naik sebesar 1% maka laba akan naik 1.20%. Saran untuk usaha ini yaitu sebaiknya UD. Gunung Emas Manado dapat menerapkan analisis cost-volume-profit sebagai alat dalam merencanakan laba.

2.12 Kerangka Berpikir Penelitian

Seiring dengan cepatnya jumlah laju pertumbuhan penduduk di Indonesia, banyak kebutuhan masyarakat yang menjadi tak seimbang. Khususnya kebutuhan akan lapangan pekerjaan. Angka pengangguran di Indonesia semakin tahun semakin meningkat, oleh karena diperlukan lapangan pekerjaan yang memadai. Dengan demikian masyarakat diharapkan mampu untuk mendirikan sebuah usaha.

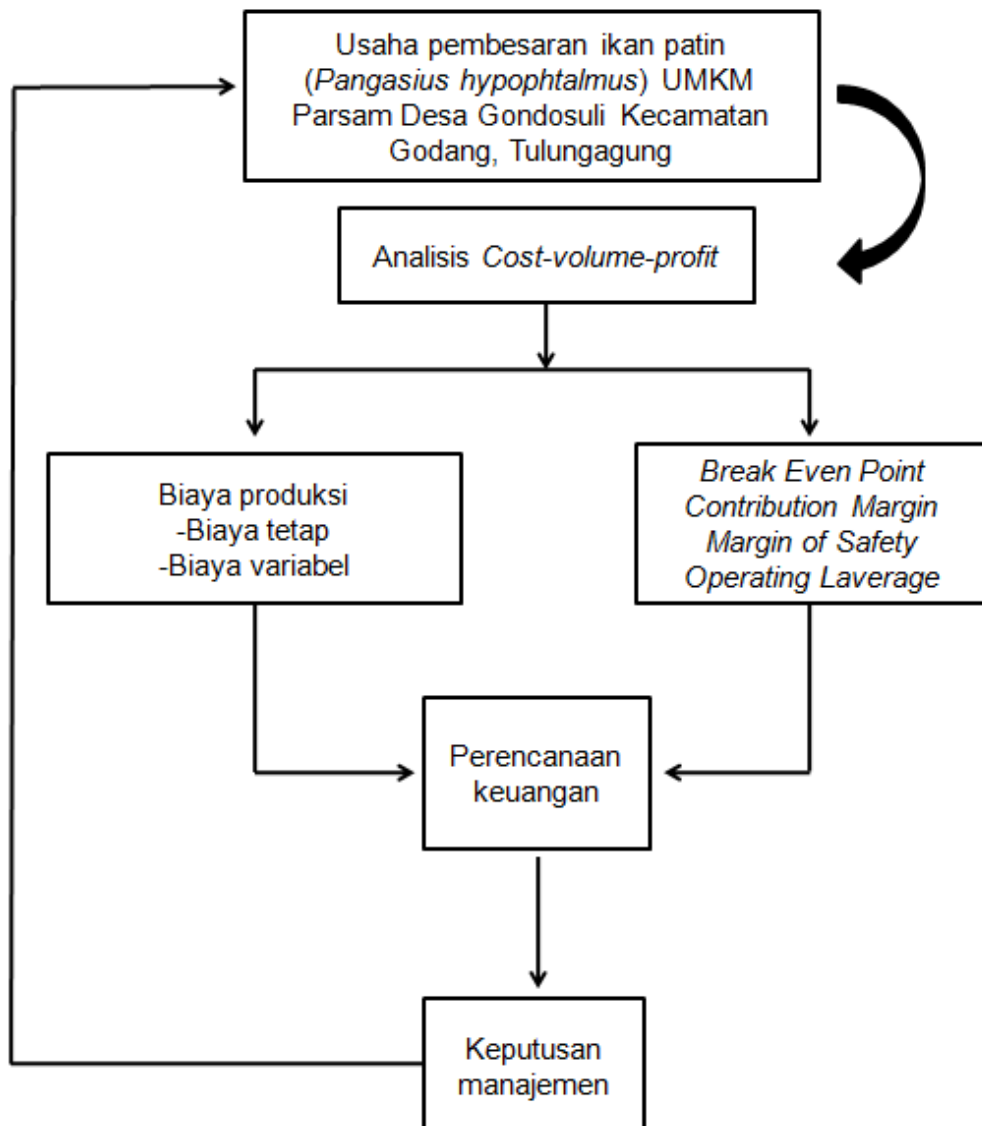
Potensi perikanan Indonesia sangatlah besar, tidak hanya pada perikanan tangkap saja, akan tetapi perikanan budidaya juga memiliki potensi yang tak kalah cemerlang. Besarnya prospek perikanan budidaya di Indonesia belum

cukup termanfaatkan secara optimal, oleh karena itu membuka sebuah peluang besar bagi pelaku usaha. Dengan pemanfaatan peluang yang efisien diharapkan mampu memberikan keuntungan baik terhadap pelaku usaha sendiri maupun terhadap pendapatan regional daerah, serta pertumbuhan perekonomian Negara dan juga mampu untuk menyediakan lapangan pekerjaan baru.

Akan tetapi, potensi sumberdaya yang besar belum tentu menjamin keberhasilan usaha dalam mencapai tujuan. Karena dalam suatu usaha biasanya selalu terdapat kendala, baik kendala internal maupun kendala eksternal. Seperti halnya usaha budidaya yang lain, pada usaha pembesaran ikan patin di UMKM Parsam juga terdapat beberapa kendala yang harus di selesaikan. Oleh karena itu diperlukan manajemen yang tepat untuk menanggapi kendala yang dihadapi oleh usaha. Selain itu usaha pembesaran ikan patin di UMKM Parsam ini kini telah memiliki banyak pesaing di pasaran, sehingga untuk meningkatkan keuntungan dari produksi diperlukan adanya perencanaan anggaran yang efisien.

Alasan berdirinya suatu usaha secara garis besar adalah untuk mendapatkan keuntungan, atau pencapaian laba yang efisien. Dalam hal ini besar kecilnya laba adalah dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diantaranya adalah biaya produksi, volume penjualan, dan harga jual dari produk itu sendiri. Jika terdapat permasalahan dalam proses produksi yang menyebabkan kuantitas dan kualitas dari produk berubah, maka akan mempengaruhi anggaran yang dikeluarkan oleh manajer menjadi berubah pula. Perubahan anggaran ini akan mempengaruhi penentuan harga jual dan volume produksi. Dengan harga jual yang tinggi tidak akan menjamin laba yang diperoleh akan tinggi pula, karena banyaknya produk lain yang bersaing di pasar sehingga produsen tidak dapat sembarangan menaikkan harga jualnya. *Cost-volume-profit* merupakan sebuah komponen utama dalam suatu bisnis. Karena sebuah usaha yang bergerak dalam bidang distribusi memiliki masalah utama yaitu terkait dengan biaya

produksi yang dikeluarkan. Biaya produksi cenderung sulit untuk dikendalikan oleh manajer, oleh karena itu usaha tersebut harus memiliki strategi khusus untuk menyiasati pengeluaran akan biaya dalam produksinya. analisis cost-volume-profit dalam perencanaan laba selain dapat digunakan untuk menghitung titik impas, juga digunakan dalam perhitungan target laba, margin keamanan (*margin of safety*), komposisi biaya untuk memaksimalkan margin kontribusi, serta struktur biaya atau *lverage operasi (operating leverage)*, *lverage operasi* ini digunakan untuk mengukur seberapa sensitif laba bersih terhadap perubahan dalam penjualan. Dengan pengukuran tersebut maka akan dapat membantu manajer dalam menetapkan anggaran pengeluaran usaha guna membantu perencanaan keuangan untuk produksi kedepannya.



Gambar 3. Bagan Kerangka Berfikir Penelitian