

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perencanaan Laba

1. Pengertian Perencanaan Laba

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Pada dasarnya perencanaan itu merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan berbagai alternatif tindakan dan perumusan kebijakan.¹³

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

Menurut Basu Swasta, perencanaan yang jelas dan tepat baru dikatakan baik dan bermanfaat jika:¹⁴

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

¹³ Rachmat Kusmiadi, *Teori dan Teknik Perencanaan*, (Bandung: Ilham Jaya, 1995), 3.

¹⁴ Basu Swastha, *Azas-azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 1990), 28.

b. Laba

Sedangkan laba menurut Abdul Halim dan Bambang Supomo adalah “laba merupakan pusat pertanggungjawaban yang masukan dan keluarannya diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya”.¹⁵ Sedangkan Kuswadi, menyatakan bahwa “Perhitungan laba diperoleh dari pendapatan dikurangi semua biaya”.¹⁶

Menurut Marihot dan Dearlina dalam (2005), untuk mencapai laba yang besar (dalam rencana maupun realisasinya), manajemen dapat menempuh berbagai cara, misalnya :

- 1) Menekankan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
- 2) Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang diinginkan.
- 3) Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Berdasarkan hasil pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa laba merupakan seluruh total pendapatan yang dikurangi dengan total biaya-biaya.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba (*profit planing*) adalah pengembangan dari suatu perencanaan dari suatu

¹⁵ Abdul Halim dan Bambang, *Supomo, Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2005), 139.

¹⁶ Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005), 135.

rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba penting dalam perencanaan karena tujuan utama dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan. Suatu anggaran adalah suatu rencana yang dinyatakan secara keuangan dan secara kuantitatif. Rencana laba dari suatu perusahaan terdiri atas anggaran operasi yang terinci dan laporan keuangan dianggarkan.¹⁷

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

Perencanaan laba (*profit planning*) sering disebut budget perencanaan (*planning budget*) atau rencana operasi (*plan operation*) adalah rencana dari manajemen yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan dibagi kedalam dua jenis rencana yaitu rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang.¹⁸

2. Manfaat dan Keterbatasan Perencanaan Laba

Perencanaan laba memiliki manfaat atau keuntungan yaitu:

- a. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atau identifikasi dan penyelesaian masalah.
- b. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.

¹⁷ Carter K. William, *Akuntansi Biaya*, Jilid Pertama (Jakarta : Salemba Empat, 2009), 4.

¹⁸ Machfoedz Mas'ud, *Akuntansi Manajemen Perencanaan dan Pembuatan Keputusan Jangka Pendek*, (Yogyakarta: STIE-WIDYA WIWAHA, 1996), 289.

- c. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi antar sesama manajer.
- d. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari setiap tingkatan manajemen.
- e. Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.¹⁹

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

- 1) Prediksi bukanlah suatu ilmu pasti; ada sejumlah pertimbangan dan estimasi. Karena suatu anggaran harus didasarkan pada prediksi atau kejadian masa depan, maka revisi atau modifikasi dari anggaran sebaiknya dilakukan ketika variasi dari estimasi membenarkan adanya perubahan dalam rencana.
- 2) Anggaran dapat memfokuskan perhatian manajemen dalam cita-cita (seperti tingkat produksi yang tinggi atau tingkat penjualan kredit yang tinggi) yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan dari perusahaan/organisasi.
- 3) Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja sama dari semua anggota manajemen.
- 4) Penggunaan anggaran secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsi. Manajer mungkin mencoba menggunakan anggaran untuk mencapai anggaran pribadi.

¹⁹ Carter, William K. and Milton F. Usry, *Cost Accounting*, (Jakarta: Krista, Salemba Empat, 2002), 6.

- 5) Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peran administrasi.
- 6) Penyusunannya memakan waktu.²⁰

3. Konsep Laba dalam Ekonomi Islam

Bahasa arab, laba (*ribh*) sering diartikan dengan aktivitas perdagangan, sehingga ia sering diartikan pertumbuhan dalam arti dagang,²¹ sebagaimana yang terdapat dalam surat Al Baqarah 16.

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلٰلَةَ بِالْهُدٰى ۖ فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا
 مُهْتَدِينَ ﴿البقرة : ١٦﴾

“Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.” (Q.S Al Baqarah : 16).²²

Ada beberapa penafsiran dari ayat ini seperti dalam tafsir Al Qurtubi *al Jami' li ahkamil-Qur'an*, yaitu pada firman Allah *fa ma rabihat tijaratuhum* (maka tidaklah beruntung perniagaanmu). Allah mendasarkan pengertian laba dagang itu pada kebiasaan bangsa Arab seperti ucapan mereka “*rabiha bai'uka*” (beruntung perniagaanmu) “*khasirat safqatuka*”

²⁰ Ibid, 7.

²¹ Zaidah Kusumawati, *Menghitung Laba Perusahaan: Aplikasi Akuntansi Syariah*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2005), 6.

²² Departemen Agama RI, *Alquran dan Tafsirnya*, 42.

(merugi transaksimu). Kedua ungkapan ini berarti “ kamu beruntung dan merugi dalam jual beli kamu”.²³

Adapun Ibnu Khaldun dalam *Muqaddimah* mengatakan bahwa perdagangan ialah usaha untuk mewujudkan pertambahan dan pertumbuhan dengan membeli barang dengan murah kemudian menjualnya dengan harga mahal. Adapun jenis barangnya, jumlah pertambahan itulah yang disebut laba. Adapun usaha untuk mendapatkan laba itu ialah dengan menyimpan barang dan menunggu perubahan pasar dari harga yang murah hingga harga mahal sehingga labanya akan lebih besar atau juga dapat dilakukan dengan membawa barang tersebut ke daerah lain yang disana bisa dijual dengan harga yang lebih mahal dari daerah asal, makanya harganya akan lebih besar.²⁴

Rasulullah juga telah mencontohkan kepada umatnya untuk mengambil keuntungan dalam jual beli, sesuai dengan sabda beliau yang berbunyi:²⁵

حَدَّثَنَا الزُّبَيْرِيُّ وَأَسْوَدُ الْمَعْنَى قَالَا حَدَّثَنَا شَرِيكٌ عَنْ سِمَاكٍ عَنْ عِكْرِمَةَ عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ ابْتِاعَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ عَيْرٍ أَقْبَلَتْ فَرِيحٌ أَوْاقِيٍّ

²³ Abdullah Mustafa Al Maraghi, *Fath Al Mubdi fi Tabaqat Al Usuliyin (Pakar-pakar fiqih sepanjang sejarah)*, (Yogyakarta: LKPSM, 2001), 188.

²⁴ Adiwarmarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 387-389.

²⁵ Ahmad, Kitab Ahmad, Hadist No. 2817, (Lidwah Pustaka i-Software-Kitab Sembilan Imam).

فَقَسَمَهَا بَيْنَ أَرَامِلِ عَبْدِ الْمُطَّلِبِ ثُمَّ قَالَ لَا أَبْتَاغُ بَيْعًا لَيْسَ عِنْدِي ثَمَنُهُ وَ
حَدَّثَنَا وَكَيْعٌ أَيْضًا فَأَسْنَدَهُ

Telah menceritakan kepada kami Az Zubairi dan Aswad Al Ma'na keduanya berkata : telah mengabarkan kepada kami Syarik dari Simak dari Ikrimah dari Ibnu Abbas ia berkata: Nabi shallallahu 'alaihi wasallam berniaga dari kafilah yang datang, lalu beliau memperoleh keuntungan beberapa uqiyah, kemudian beliau membagi-bagikannya kepada janda-janda Abdul Muthalib, lalu beliau bersabda: "Aku tidak akan membeli suatu perniagaan yang aku tidak mendapatkan harganya(keuntungannya)." Dan telah menceritakan kepada kami Waki' juga, lalu ia mensanadkannya (HR. Ahmad).

Keuntungan adalah hasil yang diusahakan melebihi dari nilai harga barang. Dalam pandangan Wahbah al-Zuhaili, pada dasarnya, Islam tidak memiliki batasan atau standar yang jelas tentang laba atau keuntungan. Sehingga, pedagang bebas menentukan laba yang diinginkan dari suatu barang. Hanya saja, menurut beliau keuntungan yang berkah (baik) adalah keuntungan yang tidak melebihi sepertiga harga modal.²⁶ Pembatasan laba dalam Islam memang tidak dijelaskan standarisasinya, akan tetapi Wahbah al-Zuhaili beranggapan sama dengan ulama Malikiyah bahwa laba yang baik itu tidak melebihi sepertiga dari modal.

Yusuf al-Qardlawi, dalam bukunya Fatwa-fatwa Mutakhir menyatakan bahwa pada hakikatnya, orang yang mengikuti dan mengkaji Sunnah Rasul dan Sunah Rasyidiyah (al- Khulafa al-Rasyidun) dan sebelumnya telah meneliti Al Qur'an niscaya tidak akan mendapatkan satupun nash yang mewajibkan atau mensunahkan batas keuntungan tertentu, misalnya sepertiga, seperempat, seperlima, atau sepersepuluh

²⁶ Wahbah al-Zuhaili, *Al-Mu'amalat al-Mu'ashirah*, (Bairut: Dar al-Fikr), 139

(dari pokok barang) sebagai ikatan dan ketentuan yang tidak boleh dilampau.²⁷ Barangkali rahasianya, bahwa pembatasan laba dengan batasan tertentu dalam perdagangan terhadap semua jenis barang, di semua lingkungan, pada semua waktu, dalam semua kondisi, dan bagi semua golongan manusia, merupakan hal yang selamanya tidak akan dapat mewujudkan keadilan.

Ada perbedaan antara barang yang menurut tabiatnya berputar dengan cepat seperti makanan dan sejenisnya, yang mengalami perputaran beberapa kali dalam setahun, dengan harta atau barang-barang yang sedikit perputarannya, yang hanya setahun sekali atau bahkan kadang-kadang lebih dari setahun. Maka untuk jenis komoditas yang pertama ini hendaklah mengambil keuntungan yang lebih kecil dari yang kedua.

Begitu juga antara orang yang berdagang dalam jumlah sedikit dengan orang yang berdagang dalam jumlah yang banyak dan antara orang yang memiliki modal kecil dengan orang yang memiliki modal besar, keuntungan yang mereka tentukan berbeda. Karena laba sedikit dari modal yang besar sudah cukup banyak jumlahnya. Ada perbedaan pula antara pedagang yang dapat membeli barang dagangan dengan murah karena iadapat membelinya langsung dari produsen tanpa perantara, dengan pedagang yang membelinya dengan harga yang lebih tinggi setelah barang-barang itu berpindah dari tangan ke tangan. Karena pedagang yang

²⁷ Yusuf Al-Qadlawiy, *Fatwa-fatwa Mutakhir*, Alih bahasa al-Hamid al-Husainiy. (Jakarta: Yayasan al-Hamidiy, 1996), 767.

pertama itu mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada yang kedua.²⁸

Oleh karena, itu menurut konsep Islam nilai-nilai keimanan, akhlak, dan tingkah laku seorang pedagang memegang peranan utama dalam mempengaruhi kadar laba dalam transaksi atau muamalah. Islam tidak memisahkan antara ekonomi dan akhlak. Dari beberapa pandangan diatas, dapat disimpulkan bahwa hadits diatas jika dipahami secara tekstual mengandung makna bahwa Islam tidak membatasi pengambilan keuntungan dalam jual beli. Sedangkan secara kontekstual mengandung makna bahwa pada dasarnya kegiatan-kegiatan ekonomi Islam bersifat pengabdian bukan semata-mata untuk merealisasikan keuntungan materiil saja. kebebasan ekonomi Islam bukanlah merupakan kebebasan yang mutlak atau tanpa batasan, akan tetapi terikat oleh norm-norma yang digariskan dalam Islam, yaitu ikatan keadilan demi terwujudnya kemaslatan umum.

B. Analisis *Break Event Point*

1. Pengertian Analisis *Break Event Point*

Analisis *Break Event Point* adalah suatu cara yang digunakan oleh pimpinan 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

²⁸ Ibid., 769.

keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Agar terhindar dari kerugian perusahaan harus dapat mengusahakan jumlah penjualan pada titik impas tersebut. Apabila volume penjualan tidak mencapai titik impas tersebut berarti perusahaan akan menderita rugi.²⁹

Analisis titik impas atau analisis peluang pokok atau dikenal dengan nama analisis *Break Event Point* (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan/organisasi. Analisis titik impas sering juga disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*).³⁰ Dari pengertian *Break Event Point* dan Analisis BEP di atas dapat disimpulkan bahwa, Analisis CVP atau *break even point* (BEP) ialah alat untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yang sangat penting karena ia menekankan pada saling ketergantungan antara biaya, unit yang terjual, dan harga. Hal itu merupakan informasi keuangan yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Ia juga merupakan alat untuk mengidentifikasikan kondisi ekonomi dan bisnis, dan suatu divisi atau departemen dalam mengatasi masalah.

BEP (*Break Even Point*) atau titik impas adalah perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. BEP atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan jangka pendek antara lain untuk menarik produk atau mengembangkan produk, atau untuk

²⁹ Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 183-184.

³⁰ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2010), 166.

menutup anak perusahaan atau cabang yang profit center atau mengembangkannya.

Seyogyanya semua produk harus dihitung titik impasnya, terutama divisi yang profit center. Titik impas berguna untuk mengetahui kemampuan produk atau divisi untuk meraih pasar yang menguntungkan. Di samping itu titik impas juga sangat penting untuk mengukur manajemen dalam efisiensi biaya dan efektivitas dalam memperoleh pangsa pasar yang menguntungkan.

Ada pendekatan dalam analisis titik impas, yakni pendekatan matematis.

Pendekatan matematis

Rumus BEP dapat disajikan sebagai berikut :

BEP dalam Rupiah :

$$\text{BEP} = \frac{\text{Fixed cost}}{\text{Variable cost} \left(1 - \frac{\text{Sales}}{\text{Sales}} \right)}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{Fixed cost}}{\text{Contribution margin ratio}}$$

BEP dalam unit :

$$\text{BEP} = \frac{\text{Fixed cost}}{\text{Contribution margin per unit}}$$

Yang dimaksud *contribution margin* per unit adalah harga dikurangi biaya variabel perunit, dan yang dimaksud dengan *contribution margin ratio* adalah $1-(VC/S)$ atau satu dikurangi (biaya variabel penjualan). Pembuktian bahwa dengan menjual per unit maka perusahaan dalam titik impas.³¹

2. Klasifikasi Biaya

a. Pengertian Biaya

Terjadinya biaya merupakan suatu akibat dari pengorbanan nilai – nilai produksi yang digunakan dalam proses produksi. Tidak selamanya pengorbanan dapat dianggap sebagai biaya, dapat dilihat dari pendapat beberapa ahli sebagai berikut :

Menurut Mulyadi (2005) menyatakan bahwa pengertian biaya dalam arti luas adalah Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

b. Jenis Biaya

Menurut Mulyadi (2005) terdapat berbagai macam biaya dalam suatu perusahaan, yaitu :

Biaya Produksi

³¹ Ari Purwanti, Darsono Prawironegoro, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 247.

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi ini di bagi menjadi:

- 1) Biaya Bahan Baku (*Direct Material Cost*) adalah semua biaya bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi.
- 2) Biaya Tenaga kerja langsung (*Direct Labor Cost*) adalah jasa yang diberikan pada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.
- 3) Biaya Overhead Pabrik (*Factory Overhead Cost*) adalah biaya selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- 4) Biaya Pemasaran
Biaya pemasaran merupakan biaya – biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- 5) Biaya Administrasi Umum
Biaya administrasi dan umum merupakan biaya – biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik sering disebut pula dengan biaya konversi (*conversion cost*) yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi. Jumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sering pula disebut istilah biaya komersial (*commercial expenses*).

Berdasarkan uraian – uraian diatas diperoleh bahwa biaya yang harus dikeluarkan pada pelaksanaan produksi pada umumnya bagi perusahaan yang bersangkutan ini terdiri dari berbagai macam. Dalam hal ini, seluruh biaya yang ada didalam perusahaan dikelompokkan dalam dua kelompok yaitu biaya yang disebut dengan biaya tetap dan biaya variable. Masing–masing biaya tersebut akan mempunyai pola dan perilaku sendiri–sendiri, sehingga didalam hubungannya dengan analisa impas yang akan dilaksanakan tersebut, biaya ini perlu untuk diketahui jumlahnya masing – masing dan juga hubungan antara biaya tersebut dengan tingkat kegiatan yang ada didalam perusahaan yang bersangkutan tersebut.

Untuk tujuan mengadakan analisis titik impas, biaya-biaya yang telah terjadi selama periode tertentu harus diklasifikasikan ke dalam kelompok biaya tetap dan kelompok biaya variabel. Biaya-biaya yang meliputi biaya produksi, biaya penjualan, biaya umum dan administrasi harus dipisahkan berapa yang merupakan biaya tetap dan berapa yang merupakan biaya variabel.

- a. Biaya tetap (*fixed costs* atau *fixed expense*) adalah jenis biaya yang selama kisaran waktu operasi tertentu atau tingkat kapasitas produksi tertentu selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume produksi berubah. Apabila waktu operasi itu adalah bulan maka biaya itu tetap saja setelah dihitung satu bulan. Jika dihitung tahunan biaya itu tetap konstan walaupun volume

produksi berubah dari bulan ke bulan atau dari minggu ke minggu. Yang termasuk kelompok biaya tetap misalnya biaya penyusutan atau deplesi atau amortisasi, biaya gaji, biaya asuransi, biaya sewa, biaya bunga, biaya pemeliharaan, dan biaya-biaya tidak langsung lainnya. Biaya tidak langsung adalah biaya-biaya yang tidak langsung membentuk hasil produksi. Tidak semua biaya tidak langsung merupakan biaya tetap, Sebagian ada yang merupakan biaya variabel. Misalnya biaya penerangan atau pemakaian listrik. Pada waktu perusahaan tidak memproduksi tetap dikeluarkan sejumlah biaya penerangan dan biaya ini akan bertambah bila terjadi kenaikan produksi. Biaya tetap ini umumnya dikaitkan dengan waktu atau berdasarkan perjanjian, dalam akuntansi biaya disebut *period cost*.

- b. Biaya variabel (*variable costs* atau *variable expense*) adalah jenis-jenis Apabila volume produksi bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya bila volume produksi berkurang maka biaya variabel akan menurun. Dalam analisis titik impas disyaratkan bahwa perubahan biaya variabel ini sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi sehingga biaya variabel per unit barang yang diproduksi bersifat tetap. Yang termasuk dalam kelompok biaya variabel adalah biaya-biaya langsung seperti biaya pemakaian bahan dasar, biaya tenaga kerja langsung, dan beberapa biaya tidak langsung seperti pemeliharaan,

biaya penerangan dan, lain-lain yang sejenis. Biaya langsung ialah biaya-biaya yang secara langsung membentuk hasil produksi.

- c. Biaya total (*total costs*) adalah jumlah biaya tetap total ditambah dengan biaya variabel total pada masing-masing tingkat atau volume produksi.³²

Dalam penelitian ini untuk memudahkan dalam mengklasifikasi biaya dengan menggunakan titik tertinggi dan terendah (*high low point*).³³

Titik tertinggi dan terendah (*high low point*).

Suatu metode dalam menghitung biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan dua titik yang berbedanya yaitu titik tertinggi dan terendah. Titik yang dipilih adalah titik periode dan aktivitas tertinggi dan terendah. Periode yang dipilih tersebut tidak selalu menunjukkan jumlah biaya yang tertinggi atau terendah. Apabila periode tertinggi dan terendah biaya tidak sama dengan aktivitas maka titik yang dipilih adalah berdasarkan aktivitas, karena aktivitas dipandang sebagai pemicu dari biaya. Kedua tingkat perbedaan tersebut harus berada pada rentang yang relevan karena kita menentukan biaya tetap dan variabel dalam hubungannya dengan periode waktu tertentu dan rentang volume atau kegiatan yang telah ditentukan. Disamping itu, biaya-biaya yang dipilih harus mewakili biaya normal yang dikeluarkan pada tingkat

³² Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, 186.

³³ Ari Purwanti, Darsono Prawironegoro, *Akuntansi Manajemen*, 246.

tersebut, sedangkan semua kelebihan biaya yang dihasilkan akibat kondisi abnormal harus dikeluarkan.³⁴

3. Tujuan Analisis Titik Impas

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

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

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

Dalam mendesain suatu produk, diperlukan suatu pedoman yang memberi arah bagi manajemen untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga. Analisis titik impas memberikan

³⁴ Bastian bustami, Nurlela, *Akuntansi Biaya* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 28.

perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan. Hal ini disebabkan karena biaya sangat besar pengaruhnya terhadap harga. Dengan analisis titik impas, kita dapat menguji terlebih dahulu kelayakan suatu produk.

4. Kegunaan analisa *Break Even Point*

Sebelumnya telah dikemukakan bahwa analisa *break even point* sangat penting bagi pimpinan perusahaan untuk mengetahui pada tingkat produksi berapa jumlah biaya akan sama dengan jumlah penjualan atau dengan kata lain dengan mengetahui *break even point* kita akan mengetahui hubungan antara penjualan, produksi, harga jual, biaya, rugi atau laba, sehingga memudahkan bagi pimpinan untuk mengambil kebijaksanaan.

Analisa *break even point* juga dapat digunakan oleh pihak manajemen perusahaan dalam berbagai pengambilan keputusan, antara lain mengenai :

- a. Jumlah minimal produk yang harus terjual agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Jumlah penjualan yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- c. Besarnya penyimpanan penjualan berupa penurunan volume yang terjual agar perusahaan tidak menderita kerugian.
- d. Untuk mengetahui efek perubahan harga jual, biaya maupun volume penjualan terhadap laba yang diperoleh.

Menurut Harahap (2008) Dalam analisa laporan keuangan kita dapat menggunakan rumus *break even point* untuk mengetahui :

- 1) Hubungan antara penjualan biaya dan laba.
- 2) Untuk mengetahui struktur biaya tetap dan biaya variabel.
- 3) Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menekan biaya dan batas dimana perusahaan tidak mengalami laba dan rugi.
- 4) Untuk mengetahui hubungan antara cost, volume, harga dan laba.

Analisa *break even point* memberikan penerapan yang luas untuk menguji tindakan-tindakan yang diusulkan dalam mempertimbangkan alternatif-alternatif atau tujuan pengambilan keputusan yang lain. Analisa *break even point* tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang *break even* saja, akan tetapi analisa break even point mampu memeberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungan dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Carter & Usry (2005) kegunaan *Break Even* bagi manajemen, yaitu :

- a) Analisa Break Even dan Keputusan Penambahan Investasi

Hubungan antara biaya, volume dan laba juga akan dapat membantu atau memberikan informasi maupun pedoman kepada manajemen dalam memecahkan masalah – masalah lain yang dihadapinya.

Misalnya masalah penambahan atau penggantian fasilitas pabrik atau investasi dalam aktiva tetap lainnya : apakah penambahan / penggantian aktiva tetap ini memungkinkan ditinjau dari segi ekonomi ? atau apakah dengan penambahan / penggantian aktiva tetap ini akan menguntungkan bagi perusahaan ?. manajemen akan dapat memperkirakan kemungkinan penjualan yang dapat dicapai untuk menentukan kebijaksanaan pengeluaran akan investasi tersebut.

- b) Kegunaan lain dari analisa Break Even bagi Manajer adalah bantuannya dalam mengambil keputusan menutup usaha atau tidak (dapat memberikan informasi kapan sebaiknya usaha tersebut dihentikan saja).

Kapan sebaiknya suatu usaha tersebut dihentikan saja ? untuk menjawab pertanyaan tersebut dapat dilakukan dengan mengadakan analisa *break even*. Pada tingkat *break even* perusahaan tidak memperoleh keuntungan karena jumlah penghasilan sama dengan jumlah biaya, tetapi suatu perusahaan yang selalu *break even* tidak harus ditutup, karena dalam keadaan *break even* tersebut perusahaan masih mendapatkan sisa uang (jumlah penerimaan uang lebih besar daripada pengeluarannya). Hal ini dapat terjadi karena biaya yang terjadi dalam suatu periode pada dasarnya terdiri dari biaya tunai yaitu biaya yang memerlukan pengeluaran uang (*sunk cost*), misalnya biaya depresiasi tetap, kerugian piutang dan pengeluaran – pengeluaran lainnya yang dilakukan pada masa lalu yang manfaatnya masih dinikmati hingga sekarang. Suatu usaha harus dihentikan atau ditutup apabila penghasilan yang diperoleh tidak dapat

menutupi biaya tunainya. Untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapa suatu usaha harus dihentikan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *break even*.

5. Peranan *Break Even Point* Terhadap Perolehan Laba

Analisa *Break Event Point* dapat digunakan sebagai pedoman di masa mendatang apabila terjadi pengaruh-pengaruh atau perubahan-perubahan yang akan muncul terhadap perolehan besar kecilnya laba. Tujuan dari analisis *break even point* secara umum dapat dikatakan untuk menyajikan dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan yang erat atas ketiga variabel berikat yaitu biaya, volume penjualan dan laba. Selanjutnya dapat memudahkan pimpinan perusahaan/organisasi untuk melihat bagaimana perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi laba dengan cara penyajian yang ringkas sehingga pimpinan perusahaan/organisasi dapat dibantu dalam pengambilan keputusan. Jadi, analisis *break even point* merupakan salah satu sarana bagi manajemen dalam menentukan laba perusahaan/organisasi.

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

Menurut Muslieh “Teknik analisis *break event point* memberikan dasar hubungan antara berbagai variabel untuk menentukan aktivitas perusahaan

dalam suatu proses perencanaan keuangan dalam mencapai target laba yang ditentukan”³⁵.

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

Analisa *break event point* dengan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisa break event point dan perencanaan laba sama-sama berbicara dalam hal anggaran atau di dalamnya mencakup anggaran yang meliputi biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang kesemua itu mengarah ke perolehan laba. Untuk itu dalam perencanaan perlu penerapan atau menggunakan analisa *break event point* untuk perkembangan ke arah masa datang dan perolehan laba. Selain itu analisa break event *point* dapat dijadikan tolak ukur untuk menaikkan laba atau untuk mengetahui penurunan laba yang tidak mengakibatkan kerugian pada organisasi.

Ilustrasi klasifikasi biaya titik impas, dan rencana laba PT Bandung 1, Perusahaan memiliki data seperti disajikan dalam Tabel di bawah :

Tabel 2.1
Perhitungan Rugi-Laba PT Bandung 1

Keterangan	Thn 1	Thn 2	Thn 3	Thn 4	Thn 5
Penjualan (unit)	960	910	985	920	905
Harga per unit (Rp)	9,10	9,00	9,05	9,15	9,10

³⁵ Muhammad Muslich, *Manajemen Keuangan Modern Analisis , Perencanaan dan Kebikaksanaan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), 308.

Nilai penjualan	8.736	8.190	8.914	8.418	8.235
Harga pokok penjualan	5.500	5.600	6.000	5.700	5.750
Laba kotor	3.236	2.590	2.914	2.718	2.485
Biaya usaha	1.600	1.650	1.700	1.680	1.690
Laba operasi	1.636	940	1.214	1.038	795

Data di atas dapat disajikan secara ringkas sebagai berikut untuk keperluan peramalan pendapatan, peramalan harga, dan klasifikasi biaya.

Tabel 2.2

Data historis PT Bandung 1

Tahun	Sales (unit)	Harga/unit (Rp)	Total COGS (Rp)	Total Beban Usaha (Rp)
1	960	9,10	5.500	1.600
2	910	9,00	5.600	1.650
3	985	9,05	6.000	1.700
4	920	9,15	5.700	1.680
5	905	9,10	5.750	1.690

Keterangan :

- 1) COGS = *Cost of goods sold* terdiri dari biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*.
- 2) Biaya usaha terdiri dari beban pemasaran dan beban administrasi

Berdasarkan data diatas dapat dilakukan perencanaan penjualan dan perencanaan harga pada tahun depan (tahun keenam) secara ilmiah, ramalan penjualan didasarkan *time serie least squares*, ramalan harga didasarkan pada *time serie moment*, klasifikasi COGS diklasifikasi dengan model *correlation least squares* dan beban usaha diklasifikasi dengan *high low point method*, kemudian disusun rencana laba operasi tahun keenam. Teknik penyajiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 2.3
perencanaan Penjualan: *Time Serie Least Squares*

Tahun	Sales unit (Y)	Tahun (X)	XY	X ²
1	960	-2	-1.920	4
2	910	-1	-910	1
3	985	0	0	0
4	920	1	920	1
5	905	2	1.810	4
	$\Sigma Y = 4.680$		$\Sigma XY = -100$	$\Sigma X^2 = 10$

$$a = \Sigma Y/n = 4.680/5=936$$

$$b = \Sigma XY/\Sigma X^2 = -100/10 = -10$$

$$Y = a + bX = 936 + (-10X3) = 906 \text{ unit ramalan penjualan tahun ke 6}$$

Tabel 2.4
Klasifikasi Biaya COGS
Model *Least Squares*

Tahun	Sales (X)	COGS (Y)	XY	X ²
1	960	5.500	5.280.000	921.600
2	910	5.600	5.096.000	828.100
3	985	6.000	5.910.000	970.225
4	920	5.700	5.244.000	846.400
5	905	5.750	5.203.750	819.025
	$\Sigma X=4.680$	$\Sigma Y=28.550$	$\Sigma XY=26.733.750$	$\Sigma X^2 = 4.385.350$

$$\Sigma Y = a.n + b.\Sigma X = 28.550 = 5a + 4.680b \text{ x } 936$$

$$\Sigma XY = a. \Sigma X + b. \Sigma X^2 = 26.733.750 = 4.680a + 4.385.350b$$

$$\underline{26.722.800 = 4.680a + 4.380.480b \text{ (-)}}$$

$$10.950 = 4.870b$$

b = 2,25 adalah biaya variabel per unit

$$28.550 = 5a + 4.680 \quad (2,25)$$

$$5a = 28.550 - 10.530$$

$a = 3.604$ adalah biaya tetap harga pokok penjualan (*Cost of goods sold*)

Tabel 2.5
Klasifikasi biaya usaha
Model *High Low Point*

Tertinggi	985	1.700
Terendah	905	1.690
Selisih	80	10

$b = 10/80 = \text{Rp } 0,125$ adalah biaya variabel per unit

$Y = a + bX = \text{Rp } 1.700 = a + \text{Rp } 0,125 (985) = a = \text{Rp } 1.577$ adalah biaya tetap

Tabel 2.6
Struktur Biaya (Rp)

Keterangan	Biaya Variabel Per Unit (Rp)	Total Biaya Tetap (Rp)
Beban pokok penjualan	2,250	3.604
Beban usaha	0,125	1.577
Total	2,375	5.181

Tabel 2.7
Ramalan Laba Operasi Tahun ke 6 (Rp)

Keterangan	(Rp)
<i>Sales</i> 906 unit @ Rp 9,125	8.267
<i>Variabel cost</i> 906 unit @ Rp 2,375	2.152
Margin kontribusi	6.115

Biaya tetap	5.181
Laba operasi	934

Yang dimaksud dengan rencana laba jangka pendek adalah program kerja manajemen untuk memperoleh laba pada setiap transaksi bisnis, bulanan, triwulan, semesteran, dan paling lama per satu tahun.

Berdasarkan klasifikasi biaya diatas, maka titik impas dapat dihitung :

$$BEP = \frac{\text{Fixed cost}}{\frac{\text{Variable cost}}{1 - \frac{\text{Sales}}{8267}}} = \frac{5181}{\frac{2152}{1 - \frac{\text{Sales}}{8267}}} = \frac{5181}{0,7397} = Rp 7004$$

$$BEP = \frac{\text{Fixed cost}}{\text{Contribution margin ratio}} = \frac{5181}{0,7397} = Rp 7004$$

BEP dalam unit :

$$BEP = \frac{\text{Fixed cost}}{\text{Contribution margin per unit}} = \frac{5181}{9,125 - 2,375} = \frac{5181}{6,75} \\ = 767,56 \text{ unit}$$

Yang dimaksud *contribution margin* per unit adalah harga dikurangi biaya variabel per unit, dan yang dimaksud dengan *contribution margin ratio* adalah $1-(vc/s)$, atau satu dikurangi (biaya variabel dibagi penjualan). Pembukian bahwa dengan menjual 757,56 unit perusahaan pada titik impas.

Tabel 2.8

Pembuktian BEP

Keterangan	(Rp)
Sales 767,56 unit @ Rp 9,125	7.004
Variabel cost 767,56 unit @ Rp 2,375	1.823
Margin kontribusi	5.181
Biaya tetap	5.181
Laba operasi	0

C. Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Margin of Safety (batas keamanan) merupakan hubungan antara volume penjualan yang dibudgetkan dengan volume penjualan pada titik impas. Apabila volume penjualan pada titik impas telah diketahui, dan kemudian dihubungkan dengan penjualan yang dibudgetkan, akan dapat diketahui batas keamanan, yaitu berapa besar volume penjualan boleh turun asal perusahaan tidak menderita kerugian. Selisih antara volume penjualan yang dibudgetkan atau tingkat penjualan tertentu dengan volume penjualan pada titik impas merupakan *Margin of Safety* (batas keamanan).

Contohnya diketahui bahwa volume penjualan pada titik impas adalah Rp. 300 juta atau 600.000 unit. Apabila pada suatu bulan baru dicapai Rp. 280 juta maka perusahaan belum mendapatkan keuntungan tetapi masih rugi. Ruginya bukan Rp. 20 juta melainkan Rp. 8 juta. Jumlah Rp. 20 juta merupakan keadaan bahaya yang akan mendorong perusahaan untuk menghindarinya dengan meningkatkan penjualan sekurang-kurangnya Rp. 20 juta lagi untuk mencapai titik impas. Pada kapasitas penuh volume penjualan berada diatas titik impas, yakni sebesar Rp. 500 juta. Pada tingkat ini perusahaan sudah dalam keadaan aman artinya pasti memperoleh laba. Labanya bukan Rp. 200 juta melainkan Rp. 80 juta. Jumlah Rp. 200 juta

tersebut merupakan *Margin of Safety* (batas keamanan) yaitu selisih antara penjualan yang dibudgetkan dengan penjualan pada titik impas.

Margin of Safety (MOS) ini dapat dinyatakan dalam presentase atau rasio antara penjualan yang dibudgetkan dengan penjualan pada titik impas, atau dalam presentase atau rasio dari selisih antara penjualan yang dibudgetkan dan penjualan pada titik impas dengan penjualan yang dibudgetkan.

Dinyatakan dalam rumus :

1. $\frac{\text{Penjualan yang dibudgetkan}}{\text{Penjualan pada titik impas}} \times 100\%$
2. $\frac{\text{Penjualan yang dibudgetkan} - \text{Penjualan pada titik impas}}{\text{Penjualan yang dibudgetkan}} \times 100\%$

Contohnya :

Perusahaan Tabako Indonesia besarnya *Margin of Safety* adalah

- a. $\frac{\text{Rp 500 juta}}{\text{Rp 300 juta}} \times 100\% = 166,67\%$
- b. $\frac{\text{Rp 500 juta} - \text{Rp 300 juta}}{\text{Rp 500 juta}} \times 100\% = 40\%$

Ini berarti bahwa volume penjualan perusahaan yang bersangkutan tidak boleh turun lebih dari 40% dari penjualan yang dibudgetkan atau 66,67% dari volume penjualan pada titik impas, agar tidak menderita rugi. Atau volume penjualan yang harus dicapai tidak boleh turun sebanyak Rp 200 juta atau 400.000 unit dari penjualan yang dibudgetkan agar perusahaan tidak menderita rugi (tetapi juga belum memperoleh laba).³⁶

³⁶ Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, 212.

D. Analisis Break Event Point dan Margin Of Safety dalam Perspektif Islam

Analisis *Break Event Point* (titik impas) dan *Margin Of Safety* (batas keamanan) sering disebut analisis perencanaan laba. Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan bahwa dalam membuat suatu perencanaan, termasuk perencanaan laba harus mempertimbangkan berbagai aspek. Melakukan prediksi untuk masa depan diperbolehkan dalam islam, namun sebagai seorang pengusaha wajib memperhatikan kewajiban di dunia dan di akhirat.³⁷ Sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ
إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ.

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS. Al-Qashash ayat 77).³⁸

Ayat tersebut menjelaskan bahwa keuntungan yang diperoleh jangan sampai membuat lupa akan kewajiban di dunia dan diakhirat. Kewajiban di dunia yaitu ketika perusahaan memperoleh keuntungan jangan sampai melupakan hak-hak karyawan, melakukan eksploitasi, dan merusak

³⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 7 (Edisi yang Disempurnakan)*, (Jakarta: Widya Cahaya, 2011), 579.

³⁸ *Ibid.*, 580.

lingkungan sekitar. Kewajiban di akhirat meliputi tekun beribadah, membayar zakat, melakukan ibadah puasa, dan sebagainya.

Dalam mengkaji ayat al-Qur'an, pendapat para mufassir berperan penting sebagai acuan dalam mengetahui dan memahami masalah yang dibahas dalam ayat yang dikaji. Berikut ini pendapat beberapa mufassir mengenai surat al-Qashas ayat 77:

1. Ahmad Musthofa al-Maraghi

Surat al-Qashas ayat 77 mengemukakan nasehatnya yaitu:

Harta dan nikmat yang telah diberikan oleh Allah hendaklah digunakan untuk mentaati Tuhan dan mendekati diri kepada-Nya. Hal itu dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan yang akan menghantarkan manusia dalam memperoleh pahala di dunia dan akhirat.³⁹ Disebutkan dalam hadits:

عن ابن عباس ان النبي صلى الله عليه وسلم قال لرجل وهو يعظه: اغتتم خمسا على خمس: شبابك قبل هرمك, وصحتك قبل سقمك, وغناك قبل فقرك, وفراغك قبل شغلك, وحياتك قبل موتك. (رواهالحكم)

Artinya: “Dari Ibnu Abbas, sesungguhnya Nabi bersabda kepada seorang laki-laki, ia memberi nasehat kepadanya: “Pergunakanlah lima perkara sebelum datang lima perkara: Masa mudamu sebelum masa tuamu, kesehatanmu sebelum sakitmu, kekayaanmu sebelum kemiskinanmu, kesengganganmu sebelum kesibukanmu dan hidupmu sebelum matimu”. (HR. Hakim).⁴⁰

³⁹ Ahmad Musthofa al-Maraghi, *Terjemah Tafsir al-Maraghi*, terj. Hery Noer Aly, et.al., (Semarang: Toha Putra, 1989), 156.

⁴⁰ Ahmad ibn Ali ibn Hajar, *Fathul Bary: Syarah Shahih Bukhari*, Jilid 11, (Beirut: Dar al-Fikr, t.th.), 230.

2. Syaikh Abdul Malik bin Abdul Karim Amrullah (HAMKA)

Harta benda merupakan anugerah Allah yang harus dijaga agar tetap digunakan dalam jalan Allah. Harta tidak akan dibawa pemiliknya ke akhirat. Dengan amal perbuatan selama hidup itulah manusia menghadap Tuhannya. Maka gunakan harta tersebut dengan cara menafkahkan pada jalan kebajikan. Ada yang mengatakan bahwa nasib di dunia semata-mata menyediakan kain kafan. Tetapi Ibnu al-Araby memberikan tafsir yang sesuai dengan roh Islam, “jangan lupa bagianmu di dunia, yaitu harta yang halal”.⁴¹ Untuk menyediakan kain kafan diperlukan usaha untuk memperolehnya yaitu dengan bekerja. Bekerja untuk mendapatkan harta yang halal. “Halal” berasal dari akar kata yang berarti “lepas atau terikat”. Sesuatu yang halal adalah yang terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan ukhrawi. Dalam bahasa hukum, kata ini mengacu segala sesuatu yang diperbolehkan agama, baik bersifat sunnah, makruh maupun mubah.⁴²

Untuk membalas kebaikan Allah, maka sepatutnyalah manusia berbuat ihsan. Ihsan ada 2 yaitu, *Pertama*, ihsan kepada Allah, ihsan kepada Allah sebagaimana dalam hadits Nabi:

⁴¹ Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Juz xx, (Surabaya: Pustaka Islam, 1983), 161.

⁴² M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 2000), 148.

عن أبي هريرة قال : كان النبي صلى الله عليه وسلم بارزاً يوماً للناس فأتاه رجلٌ فقال : ما الإحسان؟ قال : الإِسَانُ أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ، فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَز .

Dari Abi Hurairah berkata: Ketika Nabi saw. berada dikerumunan manusia maka datang kepadanya seorang laki-laki, maka ia bertanya: apa yang disebut dengan ihsan? Ihsan adalah engkau menyembah Allah seakan-akan engkau melihat Allah dan jika engkau tidak dapat melihat-Nya, maka Dia melihatmu. (HR. Bukhari).⁴³

Kedua, ihsan kepada sesama manusia. Hal ini dilakukan dengan cara menjalin hubungan dengan baik, bermulut manis, berlapang dada, mengasihi fakir miskin dan sebagainya. Selain itu, ada juga ihsan pada diri sendiri, yaitu dengan mempertinggi kualitas pribadi guna mencapai kemanusiaan yang lebih sempurna agar berguna bagi masyarakat.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa seorang pengusaha tidak menghendaki menghindari segala kelezatan dunia dan hidup atas bantuan orang lain. Tetapi seorang pengusaha harus bekerja dan berdaya upaya untuk memperoleh harta dengan jalan yang halal. Apabila telah memperoleh harta, tunaikanlah hak Allah dan jangan pula melupakan hak untuk diri sendiri. Misalnya, harta yang sudah mencapai syarat-syarat zakat, wajib dizakati. Apabila bagian tertentu telah

⁴³ Imam Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, Juz II, (Semarang: Toha Putra, t.th.), 18.

dikeluarkan dalam bentuk zakat, maka selebihnya adalah halal untuk dinikmati dan zakat dapat dijadikan bekal akhiratnya agar memperoleh keseimbangan dalam hidupnya.