

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Suatu perusahaan memerlukan informasi tentang akuntansi untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang mempunyai wewenang dan kepentingan dalam pertumbuhan dan perkembangan perusahaan baik pihak internal maupun pihak eksternal.

Menurut Rudianto (2013), “Akuntansi manajemen merupakan sistem alat, yakni jenis yang informasi yang dihasilkannya ditunjukkan kepada pihak-pihak internal organisasi seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran dan sebagainya guna pengambilan keputusan internal organisasi”.

Menurut Abdul Halim (2008:4) Akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan (proses) yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen.

Menurut Mowen (2017:4) “Akuntansi manajerial adalah system akuntansi internal perusahaan dan dirancang untuk mendukung kebutuhan manajer akan informasi.”

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen adalah kegiatan mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur serta menganalisis laporan keuangan dan non keuangan yang terjadi di perusahaan yang hasilnya ditujukan untuk pihak internal ataupun pihak eksternal.

2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Menurut Dunia, Abdullah dan Sasongko (2018:22) Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan. Biaya biasanya tercermin dalam laporan posisi keuangan sebagai aset perusahaan.

Biaya adalah kas dan setara kas yang digunakan untuk memperoleh manfaat atau keuntungan di masa yang akan datang atas pengorbanan dalam memproduksi barang atau jasa yang diharapkan (Purwanti dan Prawironegoro dalam Choiriyah, dkk. 2016).

Menurut Sujarweni (2015:9) Biaya mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara luas dan secara sempit. Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi atau baru direncanakan. Biaya dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Laporan pengklasifikasian biaya adalah proses pengelompokan elemen-elemen yang termasuk ke dalam biaya secara sistematis dalam kelompok tertentu yang lebih ringkas sehingga dapat mempermudah pihak manajemen dalam menganalisis serta mengklasifikasikan biaya yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

Menurut Halim dkk (2014:21) berdasarkan hubungannya dengan perubahan volume kegiatan perusahaan, biaya dapat digolongkan menjadi :

1. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya-biaya yang di dalam jarak kapasitas tertentu totalnya tetap, meskipun volume kegiatan perusahaan berubah-ubah. Sejauh tidak melampaui kapasitas, total biaya tetap tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan perusahaan.

2. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang totalnya selalu berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Besar kecilnya biaya variabel dipengaruhi oleh besar kecilnya volume produksi penjualan secara proporsional.

3. Biaya semi variabel

Biaya semi variabel adalah biaya-biaya yang totalnya selalu berubah-ubah tetapi tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Berubahnya biaya ini tidak dalam tingkat perubahan yang konstan.

2.3 Analisis Cost Volume Profit/Break Even Point

2.3.1 Pengertian Analisis Cost Volume Profit

Analisis Break Even adalah suatu teknik menganalisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan, oleh karena, analisis tersebut mempelajari hubungan antara biaya keuntungan dan volume kegiatan, maka analisis tersebut sering disebut “*cost volume profit analisis*” (CPV analisis). Salah satu analisis perencanaan keuangan adalah analisis *cost-volume-profit*. Namun banyak orang lebih senang menggunakan istilah *break even point (BEP)*.

Garison, dkk (2006:34) dalam buku Akuntansi Manajemen mengungkapkan bahwa analisis *cost-volume-profit* seringkali diartikan sebagai analisis titik impas. Hal ini sangat disayangkan karena analisis *break even point* hanyalah satu elemen dalam analisis *cost-volume-profit* walaupun merupakan elemen yang penting”. Dan dalam buku yang sama Garison, dkk (2006:322) mengungkapkan bahwa analisis-*volume-profit* merupakan alat bantu untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume dan laba dalam organisasi dengan memfokuskan pada interaksi antara lima elemen yaitu :

1. Harga produk
2. Volume atau tingkat aktivitas
3. Biaya variabel per unit
4. Total biaya tetap
5. Bauran produk yang dijual

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis *cost volume profit* merupakan alat yang dapat digunakan manajemen untuk mengetahui hubungan antara harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba.

2.3.2 Asumsi Analisis *Cost Volume Profit*

Menurut Christina dkk (2001:206) ada beberapa asumsi dasar yang digunakan dalam menganalisis *Cost Volume Profit* yaitu :

1. Harga jual konstan dalam cakupan yang relevan. Harga jual produk atau jasa ringan berubah meskipun volumenya berubah.
2. Biaya bersifat linier dalam rentang cakupan yang relevan dan dapat dibagi secara akurat ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel. Elemen biaya variabel per unit konstan dan elemen total biaya tetap juga konstan dalam cakupan yang relevan.
3. Dalam perusahaan dengan multi produk, bauran penjualannya tetap.
4. Dalam perusahaan manufaktur, persediaan tidak mengalami perubahan.
5. Unit yang diproduksi sama dengan unit yang terjual.

Mengikuti asumsi yang telah dipaparkan, analisis *Cost Volume Profit* memiliki asumsi harga jual konstan, unit yang digunakan adalah unit yang terjual serta melakukan klasifikasi biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel terlebih dahulu.

2.3.3 Pengertian Analisis *Break Even Point*

Analisis *break even point* sering digunakan dalam menganalisis keuangan perusahaan, dimana dalam teknik ini mencoba mencari dan menganalisis aspek hubungan besarnya investasi dan besarnya volume rupiah yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba tertentu.

Menurut Utari dkk (2016:85) analisis *break even point* atau analisis *cost volume profit* adalah alat untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yang sangat penting karena ia menekankan pada saling ketergantungan antara biaya, unit yang terjual dan harga. *Break even point* adalah titik impas dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian.

Menurut Harmono (2014:167) mengatakan bahwa analisis *break even point* adalah sebuah metode yang berguna untuk para manajer agar dapat dan mapu memastikan prediksi penjualan produk perusahaan yang memadai dan dapat menutup biaya produk/jasa yang dihasilkan pada tingkat keuntungan yang ditargetkan.

Analisis *break even point* adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik dalam kurva biaya-pendapatan yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan. Titik itu disebut sebagai titik *break even point* (BEP). Dengan mengetahui titik *break even point*, analisis dapat mengetahui pada volume penjualan berapa perusahaan mencapai titik impasnya, yaitu tidak rugi tetapi juga tidak untung, sehingga apabila penjualan melebihi titik itu maka perusahaan mulai mendapatkan untung (Herjanto, 2008:151).

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa analisis *break even point* adalah alat perencanaan laba yang digunakan suatu perusahaan untuk mengetahui titik dimana perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita kerugian.

2.3.4 Manfaat Analisis Break Even Point

Menurut (Maruta, 2018:15-16) BEP amatlah penting jika kita membuat sebuah usaha agar kita tidak mengalami kerugian, baik itu usaha yang bergerak di bidang jasa atau manufaktur. Berikut manfaat dari BEP :

1. Alat perencanaan untuk menghasilkan laba.
2. Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
3. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan yang di produksi harga jual dan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga laba rugi perusahaan akan diketahui.
4. Untuk mengetahui jumlah penjualan minimum (dalam unit produk maupun satuan uang) agar perusahaan tidak menderita rugi.
5. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.
6. Mengganti sistem laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan di mengerti.
7. Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan harga jual
8. Sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal berikut :
 - a. Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
 - b. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
 - c. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
 - d. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

Penggunaan *break even point* bagi perusahaan memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan dan produksi.

2.3.5 Keterbatasan Analisis *Break Even Point* (BEP)

Ada beberapa keterbatasan yang perlu untuk diketahui dalam analisis *break even point* menurut Keown, dkk dalam Choiriyah, dkk (2016), adalah sebagai berikut :

1. Hubungan biaya, volume, laba diasumsikan meningkat secara linier.
2. Kurva total pendapatan (kurva penjualan) diasumsikan meningkat secara linear sesuai dengan volume *output*.
3. Diasumsikan perpaduan antara produksi dan penjualan relative tetap.
4. Diagram *break even point* dan perhitungan *break even point* merupakan bentuk analisis statis.

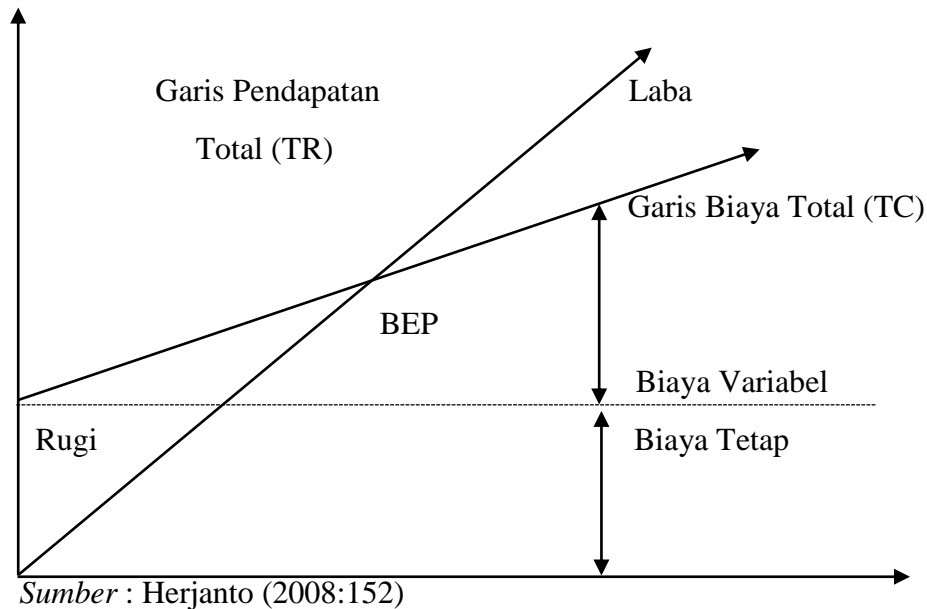
Menurut Prastowo (2015:159) keterbatasan analisis BEP adalah :

- a. Analisis ini berasumsi bahwa biaya-biaya yang berkaitan dengan tingkat penjualan saat ini secara cukup akurat dapat dipisahkan ke dalam elemen biaya variabel dan biaya tetap.
- b. Analisis ini berasumsi bahwa biaya tetap akan senantiasa tetap selama periode yang dipengaruhi oleh keputusan yang telah diambil.
- c. Analisis ini berasumsi bahwa biaya variabel berubah secara langsung (proporsional) dengan penjualan selama periode yang dipengaruhi oleh keputusan yang telah diambil.
- d. Analisis ini dibatasi pada situasi dimana kondisi ekonomi dan kondisi lainnya diasumsikan relative stabil. Pada kondisi inflasi ini yang tinggi, misalnya apabila sulit untuk memprediksi penjualan dan/atau biaya lebih dari beberapa minggu kedepan, maka akan sangat berisiko menggunakan analisis impas untuk pengambilan keputusan.
- e. Analisis impas dan biaya volume laba hanya merupakan pedoman untuk pengambilan keputusan. Analisis ini dapat menunjukkan keputusan tertentu, akan tetapi faktor-faktor lain, seperti hubungan pelanggan dan karyawan dapat mengarahkan pada suatu keputusan yang mungkin berlawanan dengan analisis.

2.3.6 Metode Perhitungan Analisis *Break Even Point*

Saat melakukan analisis *break even* diperlukan estimasi mengenai biaya tetap, biaya variabel, dan pendapatan. Menurut Herjanto (2008:152) model dasar dari analisis *break even point* adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1
Model Dasar Analisis



Notasi yang digunakan dalam analisis break even adalah sebagai berikut :

BEP (rp)	= titik break even (dalam rupiah)
BEP (x)	= titik break-even (dalam unit)
X	= jumlah unit yang dijual
F	= total biaya tetap
V	= biaya variable per unit
P	= harga jual netto per unit
TR	= total pendapatan
TC	= total biaya
π	= laba atau keuntungan
t	= pajak keuntungan

Berdasarkan penjelasan diatas, maka untuk menggunakan pendekatan pendapatan sama dengan biaya, rumus BEP dapat diperoleh sebagai berikut :

$TR = TC$ dapat diperoleh :

$$BEP (x) = \frac{F}{P-V}$$

$$BEP (rp) = BEP(x) \cdot P = \frac{F}{P-V} P$$

$$BEP (rp) = \frac{F}{1 - V/P}$$

Apabila keuntungan dinyatakan dengan π , volume yang diperlukan untuk menghasilkan keuntungan tertentu dapat dicari dari persamaan berikut ini :

$$\begin{aligned}\pi &= TR - TC = P.x - (F + V.x) \\ &= (P - V).x - F\end{aligned}$$

$$x = \frac{F + \pi}{P - V} \text{ atau } x = BEP + \frac{\pi}{P - V}$$

Apabila unsur pajak terhadap keuntungan (t) dimasukkan dalam analisis rumus diatas berubah menjadi, sebagai berikut :

$$x = \frac{F + \pi / (1 - t)}{P - V} \text{ atau } x = BEP + \frac{\pi}{(1 - t)(P - V)}$$

Metode Perhitungan *Break Even Point* :

1. Metode Grafik

Menggambarkan suatu titik impas dalam grafik perlu digambarkan adanya garis penjualan. Penjualan ini merupakan hasil perkalian antara volume produksi/penjualan (dalam unit) dengan harga jual per unit.

2. Metode Matematis

$$\begin{aligned}BEP (Rp) &= \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} & BEP (Q) &= \frac{FC}{P - V}\end{aligned}$$

3. *Break Event Point* dihitung dengan metode Margin Kontribusi

Margin Kontribusi (*Contribution Margin*) adalah jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel. Mencari nilai titik impas dengan metode margin kontribusi yaitu jumlah biaya tetap harus dibagi dengan margin kontribusi yang dihasilkan oleh setiap unit yang terjual.

$$\begin{aligned}\text{Titik Impas (Rp)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\ \text{Titik Impas (Q)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi per Unit}}\end{aligned}$$

Sumber : Djarwanto (2010:217)

2.3.7 Asumsi-Asumsi Analisis *Break Even Point*

Analisis *Break Even Point* membutuhkan asumsi tertentu sebagai dasarnya

Asumsi-asumsi ini menurut Adisaputro (2007:95) adalah :

1. Bahwa biaya pada berbagai tingkat kegiatan dapat diperkirakan jumlahnya secara tepat. Dengan demikian perubahan tingkat produksi dapat dijabarkan menjadi perubahan tingkat biaya.
2. Biaya yang diperkirakan itu dapat dipisahkan mana yang bersifat variabel dan mana yang merupakan beban tetap. Analisa *break even* hanya dapat dihitung bilamana sebagian biaya merupakan beban tetap.
3. Tingkat penjualan sama dengan tingkat produksi, artinya apa yang diproduksi dianggap terjual habis. Dengan demikian tingkat persediaan barang jadi tidak mengalami perubahan atau perusahaan sama sekali tidak menyediakan stock barang jadi.
4. Harga jual produk perusahaan pada berbagai tingkat penjualan tidak mengalami perubahan.
5. Efisiensi perusahaan pada berbagai tingkat kegiatan juga tidak berubah.
6. Perusahaan dianggap seakan-akan hanya menjual satu macam produk akhir. Bilamana dalam kenyataannya produk yang dibuat lebih dari satu macam, maka *sales mix* dipertahankan tetap sama.

2.4 *Break Even Multi Produk*

Bagi perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk maka dapat menggunakan *break event* multi produk dengan menghitung bauran penjualan terlebih dahulu.

BEP multi produk dengan BEP untuk satu jenis produk memiliki perbedaan dalam perhitungannya. Meskipun memiliki banyak jenis produk yang dipasarkan, perusahaan tetap dapat menghitung titik break even point yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian. Untuk mencari BEP dari dua atau lebih produk maka perhitungannya agak berbeda dengan cara mencari BEP satu jenis produk karena adanya variable operating cost dan harga jual per unit yang berbeda dari masing-masing jenis produk, disamping itu tingkat BEP baru dapat dihitung apabila terlebih dahulu diketahui komposisi penjualan dari masing-masing tersebut.

Berdasarkan rumus yang dikemukakan diatas, maka dapat dilihat bahwa rumus perhitungan tersebut digunakan untuk menghitung *break event* perusahaan yang memproduksi atau menjual lebih dari satu jenis produk.

2.5 *Margin of Safety (MoS)*

Menurut Utari dkk (2016:95) *margin of safety* adalah “unit dijual atau penjualan yang diharapkan atau pendapatan yang yang diharapkan untuk mendapatkan laba di atas titik impas atau BEP”. Manajemen membutuhkan informasi tersebut untuk mengetahui penurunan target penjualan agar tidak menderita kerugian.

Maka rumus untuk menghitung *Margin of Safety* (batas keamanan) yaitu :

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Penjualan per Budget}}{\text{Penjualan per Break Event}} \times 100\%$$

$$\frac{\text{Penjualan per Budget} - \text{Penjualan per Break Event}}{\text{Penjualan per Budget}} \times 100\%$$

Margin of Safety menurut Bambang Riyanto (2010:366) adalah “*margin of safety* merupakan angka yang menunjukkan jarak penjualan yang direncanakan atau *budget sales* dengan penjualan *break even*. Dengan demikian maka *margin of safety* juga menggambarkan jarak batas jarak, dimana jika penjualan melampaui batas tersebut maka penjualan akan mengalami kerugian”.

Perusahaan yang memiliki *Margin of Safety* yang besar lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki *Margin of Safety* lebih kecil, karena hal tersebut memberikan gambaran kepada manajemen beberapa penurunan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga belum memperoleh laba.

2.6 *Shut Down Point (SDP)*

Menurut Utari dkk (2016:91) Titik Penutupan Usaha atau *Shut Down Point* yaitu “informasi yang dibutuhkan oleh manajemen tentang penjualan minimum untuk menutup usaha”. Untuk mengetahui titik penutupan usaha, biaya tetap harus diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap tunai dan biaya tetap non kas atau penyusutan.

Menurut Cahyadi (2018:17) perhitungan *Shut Down Point* baik dalam unit maupun rupiah untuk lebih dari satu produk dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$SDP (Unit) = \frac{Biaya tetap tunai}{Margin kontribusi rata - rata tertimbang}$$

$$SDP (Rp) = \frac{Biaya tetap tunai}{Rasio margin kontribusi}$$

2.7 Pengertian Perencanaan dan Laba

Menurut Siregar dkk (2017:7) perencanaan (*planning*) adalah “aktivitas yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan metode yang digunakan dalam mencapai tujuan tersebut”. Proses perencanaan menghasilkan rencana jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Pengertian laba menurut SAK ETAP (2018) adalah “selisih aritmatika antara penghasilan dan beban”.

Menurut Handoko (2016:77) “Perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan keputusan selanjutnya apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa”.

Perencanaan erat kaitannya dengan penetapan tujuan perusahaan. Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang. Dalam menetapkan tujuan tersebut, manajemen perusahaan lebih menekankan pada kebutuhan laba. Dalam perencanaan jangka pendek, hubungan antara biaya, volume penjualan dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran.

2.8 Pengertian Analisis Target Laba

Analisis target laba merupakan hal yang penting dalam perusahaan. Analisis target laba adalah memperkirakan volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai target keuntungan/laba yang diinginkan. Untuk menghitung penjualan yang harus dicapai dalam mencapai target laba yaitu :

$$Nilai Penjualan = \frac{Target Laba - Biaya Tetap}{Rasio margin kontribusi}$$

$$Unit Penjualan = \frac{Target Laba - Biaya Tetap}{Margin kontribusi rata - rata tertimbang}$$