

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Menurut bahri (2016:2) Akuntansi merupakan seni pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran dan pelaporan atas suatu transaksi dengan cara sedemikian rupa secara sistematis dari segi isi berdasarkan standar yang diakui umum. Informasi yang dihasilkan dari akuntansi tersebut dipakai oleh pihak internal perusahaan seperti manajer, eksekutif dan para pekerja yang digunakan untuk melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam melakukan pengambilan keputusan.

Hansen dan Mowen (2015:9) menjelaskan Akuntansi manajemen merupakan alat untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan.

Horngren (2015:02) menjelaskan bahwa Akuntansi manajemen mengukur, menganalisis dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang membantu manajer membuat keputusan guna mencapai tujuan organisasi. Manajer akan menggunakan informasi akuntansi manajemen ini untuk memilih, mengkomunikasikan dan mengimplementasikan strategi. Mereka juga menggunakan informasi akuntansi manajemen untuk mengkoordinasi keputusan-keputusan desain produk, produksi serta pemasaran.

Rudianto (2013:9) menjelaskan bahwa Akuntansi manajemen adalah sistem akuntansi, yakni jenis informasi yang dihasilkannya ditujukan pihak-pihak internal organisasi, seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer perusahaan, dan sebagainya guna pengambilan keputusan internal organisasi.

Berdasarkan pengertian di atas bahwa akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan, dan mengomunikasikan penyediaan informasi kepada para manejer untuk membuat perencanaan dan pengendalian operasi serta dalam pengambilan keputusan yang ditujukan kepada pihak - pihak internal organisasi.

2.2 Perbedaan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen

Berdasarkan penjelasan sebelumnya diketahui bahwa akuntansi keuangan menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak eksternal dan akuntansi manajemen menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak internal. Meskipun data keuangan yang mendasari keduanya sama, namun terdapat beberapa perbedaan diantara keduanya.

Tabel 2.1
Tabel Perbedaan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen

No	Perbedaan	Akuntansi Keuangan	Akuntansi Manajemen
1.	Pengguna Utama	Berfokus pada informasi bagi pengguna eksternal.	Berfokus pada informasi bagi pengguna internal.
2.	Keterbatasan pada Masukan dan Proses	Masukan dan prosesnya harus jelas dan terbatas. Hanya kegiatan-kegiatan ekonomi tertentu yang memenuhi kualifikasi sebagai masukan dan prosesnya harus mengikuti metode yang diterima secara umum.	Tidak bergantung pada prinsip - prinsip akuntansi yang diterima secara umum karena tidak mempunyai lembaga khusus untuk mengaturnya sehingga manajer bebas memilih informasi apapun yang mereka inginkan.
3.	Jenis Informasi	Cenderung menghasilkan informasi keuangan yang objektif dan dapat diverifikasi.	Informasinya dapat berupa informasi keuangan dan non keuangan, serta bersifat lebih subjektif.
4.	Orientasi Waktu	Memiliki orientasi historis. Fungsinya adalah mencatat dan melaporkan kegiatan-kegiatan yang telah terjadi.	Lebih menekankan pada penyediaan informasi kegiatan - kegiatan di masa mendatang.
5.	Keluasan	Akuntansi keuangan tidak mencakup kegiatan yang begitu luas	Akuntansi manajemen jauh lebih luas dari pada akuntansi keuangan karena meliputi aspek - aspek ekonomi manajerial, rekayasa industri, ilmu manajemen, dan berbagai bidang lainnya.

Sumber: Hansen dan Mowen (2015:10)

2.3 Pengertian , Pengklasifikasian dan Objek Biaya

2.3.1 Pengertian Biaya

Mulyadi (2015: 8) mengatakan bahwa “Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, telah terjadi atau mungkin akan terjadi dan kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Hansen dan Mowen (2017:47) menjelaskan bahwa “biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa depan bagi organisasi”.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan unsur penting yang diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa depan bagi perusahaan.

2.3.2 Pengklasifikasian Biaya

Pengklasifikasian biaya adalah proses pengelompokan atas elemen - elemen yang termasuk dalam biaya secara sistematis dan kelompok - kelompok tertentu yang lebih ringkas sehingga dapat mempermudah pihak manajemen dalam menganalisis data - data produksi yang akan dilaporkan suatu program kerja yang lebih terpandu dan dapat diandalkan.

Menurut Mulyadi (2015:13) terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya, yaitu:

1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran

Obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Perusahaan industri memiliki tiga fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi umum. Perusahaan manufaktur mengelompokkan biaya menjadi tiga kelompok:

- a. Biaya produksi
Merupakan biaya - biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
 - b. Biaya pemasaran
Merupakan biaya - biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
 - c. Biaya administrasi dan umum
Merupakan biaya - biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.
3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang dibiayai.
- Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:
- a. Biaya langsung (*Direct Cost*)
Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu – satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.
 - b. Biaya tidak langsung (*Indirect Cost*)
Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*).
4. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas. Biaya dapat digolongkan menjadi:
- a. Biaya variabel
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

b. Biaya semi variabel

Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

c. Biaya *semifixed*

Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam volume kegiatan tertentu.

5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua: Pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.

- a. Pengeluaran modal (*capital expenditures*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender).
- b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

2.3.3 Objek Biaya

Blocher (2018: 105) menjelaskan bahwa “Objek biaya (*Cost Object*) adalah berbagai produk, jasa, pelanggan, aktivitas atau unit organisasi dimana biaya dibebankan untuk beberapa tujuan manajemen tertentu”.

Carter dan Usry (2016: 30) menjelaskan bahwa “Suatu objek biaya (*Cost Object*) didefinisikan sebagai suatu item atau aktivitas yang biayanya dapat diakumulasikan dan diukur”.

Berdasarkan pengertian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa objek biaya merupakan berbagai produk, jasa, pelanggan, aktivitas atau unit organisasi yang biayanya dapat diakumulasikan dan diukur untuk menentukan biaya produk, pengambilan keputusan dan evaluasi kinerja.

2.4 Pengertian, Asumsi Dasar, Tujuan dan Manfaat *Break Even Point*

2.4.1 Pengertian *Break Even Point*

Hansen dan Mowen (2015:4) menyatakan bahwa “Titik impas (*break even point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol”.

Menurut Kautsar Riza Salman (2016:154) Analisis *break even point* atau analisis titik impas adalah analisis yang menunjukkan tingkat penjualan dimana total pendapatan yang diperoleh dapat menutup biaya total.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa yang dimaksud dengan *break even point* (titik impas) adalah suatu keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh laba ataupun tidak menderita kerugian. Sehingga perusahaan dikatakan impas jika jumlah pendapatan yang diperoleh sama besarnya dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

2.4.2 Asumsi Dasar *Break Even Point*

Menurut Munawir (2015:197) menyatakan bahwa di dalam analisis *break even point* digunakan asumsi - asumsi dasar sebagai berikut:

1. Biaya harus dapat dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel dapat diterapkan dengan tepat.
2. Biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh.
3. Biaya variabel akan berubah secara proporsional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan.
4. Harga jual per satuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
5. Hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualan (*sales mix*) akan tetap konstan.

2.4.3 Tujuan Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Penggunaan analisis titik impas bagi perusahaan memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan dan produksi. Berdasarkan uraian di atas, 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, memaksimalkan keuntungan dan memprediksi keuntungan yang diharapkan. Menurut Kasmir (2010:334) Penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa tujuan yang akan dicapai, yaitu:

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

Maksud penentuan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian adalah agar perusahaan mampu menentukan batas jumlah produksi dalam kondisi tidak rugi dan tidak laba dari kapasitas produksi yang dimilikinya.

Dengan demikian akan memudahkan perusahaan untuk mempertimbangkan apakah harga jual sudah layak jika dikaitkan dengan biaya yang dikeluarkan dan kapasitas produk yang dimiliki.

2.4.4 Manfaat Analisis *Break Even Point* (BEP)

Analisis *break even point* dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan. Menurut Munawir (2004:209) manfaat analisis *break even point* yaitu:

1. Analisis *break even point* dan keputusan penambahan investasi. Hasil analisis *break even point* di samping memberikan gambaran tentang hubungan antara biaya, volume dan laba juga akan dapat membantu atau memberikan informasi

maupun pedoman kepada manajemen dalam memecahkan masalah-masalah lain yang dihadapi. Misalnya masalah penambahan atau penggantian fasilitas pabrik atau investasi dalam aktiva tetap.

2. Analisis *break even point* dan keputusan menutup usaha. Kegunaan lain dari analisis *break even point* bagi manajemen adalah membantu dalam pengambilan keputusan menutup usaha atau tidak (dapat memberikan informasi kapan sebaiknya usaha tersebut dihentikan).

Sehingga dapat diperjelas bahwa manfaat analisis *break even point* selain memberikan gambaran tentang hubungan antara biaya, volume dan laba juga dapat memberikan informasi kepada manajemen dalam memecahkan masalah yang mungkin terjadi seperti penambahan investasi ataupun menutup usaha.

2.5 Metode Perhitungan *Break Even Point*

Break Even Point umumnya dapat dihitung dengan tiga metode yaitu, metode persamaan, metode margin kontribusi dan metode grafis. Ketiga metode tersebut pada dasarnya merupakan pendekatan yang mempunyai nilai hasil yang sama akan tetapi ketiga metode tersebut memiliki perbedaan pada bentuk dan variasi dari persamaan laporan laba rugi kontribusi. Berikut ini akan diuraikan tiga metode tersebut :

- a. Metode persamaan.

Metode Persamaan (*equation method*) adalah metode yang berdasarkan pada pendekatan laporan laba rugi. Penentuan *break even point* atau titik impas dengan teknik persamaan dilakukan dengan mendasarkan pada persamaan pendapatan sama dengan biaya ditambah laba. Metode persamaaan memusatkan pada pendekatan kontribusi hingga laporan laba rugi. Bentuk dari laporan laba rugi digambarkan dalam persamaan ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba} = (\text{Penjualan} - \text{Beban variabel}) - \text{Beban Tetap}$$

Mengubah sedikit persamaan ini menghasilkan persamaan berikut, yang banyak dipakai dalam analisis biaya volume laba:

$$\text{Penjualan} = \text{Beban Variabel} + \text{Beban Tetap} + \text{Laba}$$

Dari persamaan sebelumnya, dapat diuraikan menjadi rumus *break even point* sebagai berikut :

1. *Break even point* dalam satuan penjualan

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - (\text{unit produk yang dijual} \times \text{biaya variabel per unit})} \\ (\text{unit produk yang dijual} \times \text{harga jual per unit})$$

2. *Break even Point* dalam unit produk

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

b. Metode Margin Kontribusi

Margin kontribusi adalah hasil pengurangan pendapatan dari penjualan dengan biaya variabel. Hansen dan Mowen (2015:39) menyatakan rumus - rumus tersebut sebagai berikut:

- 1) Menghitung kontribusi margin, dengan rumus sebagai berikut:

Penjualan	xxx
Biaya Variabel	(xxx) _
Kontribusi Margin	xxx

2. Menghitung *contribusi margin ratio* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{CMR} = \frac{\text{kontribusi margin}}{\text{Penjualan}}$$

3. Menghitung *break event point* untuk mengetahui titik pulang pokok dapat digunakan rumus:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Kontribusi Margin Ratio}}$$

- c. Menghitung target penjualan dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Target penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Kontribusi Margin Ratio}}$$

- d. Menghitung *Margin Of Savety* (margin Keamanan) dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Batas keamanan} = \text{Total penjualan yang dianggarkan} - \text{Penjualan titik impas}$$

Persentase batas keamanan dapat pula dihitung dengan:

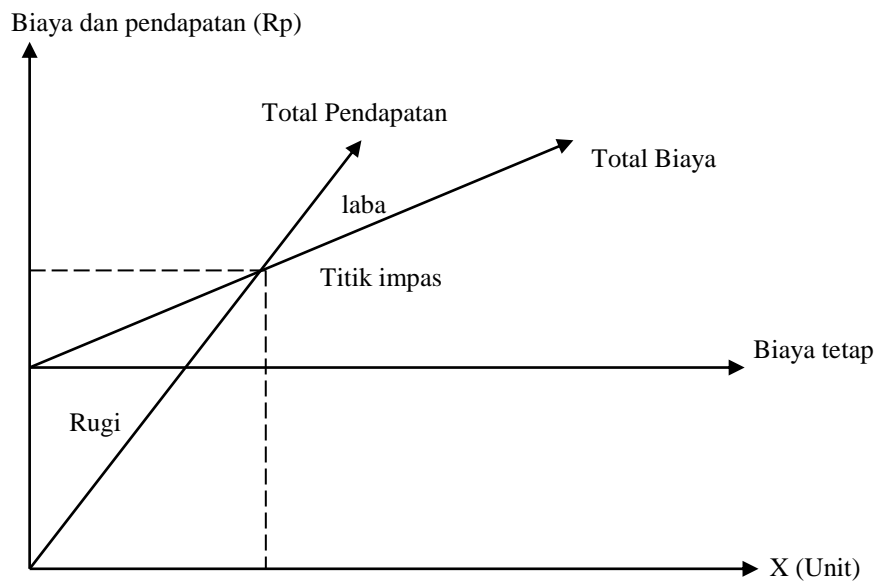
$$\text{Persentase batas keamanan} = \frac{\text{Batas Keamanan}}{\text{Total Penjualan yang dianggarkan}}$$

Titik impas dalam unit penjualan

$$\text{Titik impas dalam unit dapat dihitung} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Kontribusi Margin Per Unit}}$$

c. Metode Grafis

Metode grafis yang digambarkan dengan suatu grafik yang disebut bagan impas dan menjelaskan hubungan antara volume penjualan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan serta laba. Selain itu, untuk mengetahui biaya tetap dan biaya variabel dan tingkat kerugian perusahaan. Perhitungan ini dapat dilakukan dengan menentukan titik pertemuan atau titik potong antara garis pendapatan penjualan dengan biaya. Titik pertemuan tersebut merupakan titik impas (break even point). Berikut penjelasan mengenai grafik break even point menurut Mulyadi (2016:242):



Gambar 2.1
Grafik Break Even

Point Keterangan:

1. Sumbu data (X) menunjukkan volume penjualan yang dapat dinyatakan dalam satuan kuantitas atau rupiah pendapatan penjualan.
2. Sumbu tegak (Y) menunjukkan pendapatan penjualan dan biaya dalam rupiah.
3. Pembuatan garis penjualan dilakukan dengan cara sebagai berikut: Pada volume penjualan yang sama dengan nol dan pendapatan sama dengan nol. Garis lurus kemudian ditarik untuk menghubungkan titik $X = 0$ dan $Y = 0$
4. Pembuatan garis tetap dilakukan karena biaya tetap pada volume penjualan berapapun tidak mengalami perubahan dalam kapasitas tertentu.
5. Impas adalah terletak pada titik potong garis pendapatan penjualan dengan garis biaya.
6. Daerah sebelah kiri titik impas, yaitu bidang di antara garis total biaya dengan garis pendapatan penjualan merupakan daerah rugi, karena pendapatan penjualan lebih rendah dari total biaya. Sedangkan daerah sebelah kanan titik impas, yaitu bidang diantara pendapatan penjualan dengan garis total biaya merupakan daerah laba, karena pendapatan penjualan lebih tinggi dari total biaya.

2.6 Tingkat Keamanan (*Margin Of Savety*)

Batas keamanan *margin of savety* merupakan hasil penjualan pada tingkat titik impas bila dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan atau penjualan yang dianggarkan atau penjualan pada tingkat tertentu, maka akan didapat informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. Hubungan atau selisih penjualan yang dianggarkan atau tingkat penjumlahan tertentu dengan penjualan titik impas disebut dengan batas keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan.

Menggunakan rumus *Margin Of Savety* (margin Keamanan) adalah sebagai berikut:

$$\text{Batas keamanan} = \text{Total penjualan yang dianggarkan} - \text{Penjualan titik impas}$$

Persentase batas keamanan dapat pula dihitung dengan:

$$\text{Persentase batas keamanan} = \frac{\text{Batas Keamanan}}{\text{Total Penjualan yang dianggarkan}}$$

Angka yang didapat dari perhitungan dapat diartikan bahwa tingkat penjualan tidak boleh kurang dari persentase tingkat penjualan yang dianggarkan atau persentase dari tingkat penjualan titik impas yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Produk tunggal dalam perusahaan, margin keamanan dapat disajikan dalam bentuk jumlah unit yang terjual dengan cara membagi margin keamana dalam rupiah dengan harga perunit. Margin keamanan menjelaskan jumlah dimana penjualan dapat menurun sebelum kerugian terjadi. Semakin tinggi margin keamanan semakin rendah resiko untuk tidak balik modal.

2.7 Hubungan BEP dengan Perencanaan Laba

Sorongan dan Nangoi(2014) menjelaskan bahwa “Perencanaan merupakan proses awal sebelum perusahaan memulai tahap kegiatan operasionalnya.” Harahap dan Sofyan (2015:113) menyebutkan bahwa “Laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi”.

Garrison (2006:336) menyatakan ada dua cara dalam melakukan perencanaan laba yaitu pertama menggunakan pendekatan persamaan pada biaya, volume dan laba. Kedua menggunakan pendekatan margin kontribusi dengan memperluas rumus margin kontribusi serta memasukkan target laba.

Menurut Kasmir (2010:334) Penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa tujuan yang akan dicapai diantaranya adalah Merencanakan laba yang diinginkan . Perencanaan laba dilakukan agar pihak manajer akan mudah dalam pengambilan keputusan, dapat memperkirakan anggaran yang dibutuhkan dan mengetahui kesalahan yang mungkin muncul. Hal itu dapat dilihat dari

pengalaman masa lalu serta dengan perencanaan laba yang dapat merangsang atau memacu menuju persaingan yang lebih ketat melalui efektivitas dan efisiensi.

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