

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Manajemen

2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Secara umum akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu proses identifikasi, pengukuran, dan pengomunikasian informasi ekonomi yang menghasilkan informasi yang berguna bagi pembuat keputusan. 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.

Salman dan Farid (2017: 2) menjelaskan bahwa:

Akuntansi manajemen adalah pengembangan dan penerapan berbagai teknik pencatatan (*recording*), analisis, interpretasi dan presentasi, membuat perhitungan keuangan, perhitungan biaya, dan data lain yang aktif dan efektif dalam menjalankan fungsi kinerja manajerial, yaitu perencanaan, pengambilan keputusan dan pengendalian.

Rudianto (2013: 9) menjelaskan bahwa “Akuntansi manajemen adalah sistem akuntansi, yakni jenis yang 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 manajer untuk membuat perencanaan dan pengendalian operasi serta dalam pengambilan keputusan yang ditujukan kepada pihak - pihak internal organisasi.

2.1.2 Perbedaan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen

Menurut Salman dan Farid (2017: 7) Beberapa perbedaan akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pengguna (*target user*)
Akuntansi manajemen berfokus pada penyediaan informasi bagi pengguna internal, sedangkan akuntansi keuangan memiliki fokus pada penyediaan informasi bagi pengguna eksternal seperti pemegang saham, kreditor, pemerintah dan pihak lain yang berkepentingan. Oleh pengguna internal, informasi akuntansi dapat digunakan untuk proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Oleh pengguna eksternal, informasi akuntansi digunakan untuk proses pengambilan keputusan bisnisnya.
2. Masukan dan proses
Akuntansi manajemen tidak tergantung pada prinsip-prinsip akuntansi, sedangkan masukan dan proses pada akuntansi keuangan harus jelas dan tunduk pada prinsip akuntansi yang berlaku umum dalam hal ini adalah Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Apabila perusahaan atau lembaga keuangan syariah maka harus ditambah dengan pemenuhan terhadap standar akuntansi syariah, misalnya perlakuan akuntansi terhadap transaksi *murabahah, salani, istisna', mudharabah, musyarakah, ijarah* dan transaksi syariah lainnya.
3. Jenis informasi
Akuntansi keuangan cenderung menghasilkan informasi keuangan yang obyektif dan dapat diverifikasi. Dalam akuntansi manajemen, informasi dapat berupa informasi keuangan dan non-keuangan serta dapat bersifat lebih subyektif. Konsep *Balanced Scorecard* (BSC) yang akan dibahas pada bab terakhir, menghasilkan informasi keuangan maupun informasi non-keuangan seperti informasi pelanggan, proses bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran.
4. Orientasi waktu
Akuntansi keuangan memiliki orientasi historis, fungsinya adalah mencatat dan melaporkan kegiatan-kegiatan yang telah terjadi. Walaupun akuntansi manajemen juga mencatat dan melaporkan kejadian-kejadian yang telah terjadi, akuntansi manajemen lebih menekankan pada penyediaan informasi kegiatan-kegiatan di masa mendatang.
5. Tingkat agregasi
Akuntansi manajemen menyediakan ukuran dan laporan internal yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, lini produk, departemen, dan manajer. Pada akuntansi manajemen, informasi yang sangat terinci dibutuhkan dan disediakan dalam rangka evaluasi kinerja. Akuntansi keuangan memfokuskan pada kinerja perusahaan secara keseluruhan dan memberikan sudut pandang yang lebih agregat.

6. Keluasan

Akuntansi manajemen jauh lebih luas daripada akuntansi keuangan. Akuntansi manajemen meliputi aspek-aspek ekonomi manajerial, rekayasa industri (*industrial reengineering*), ilmu manajemen, dan juga bidang-bidang lainnya.

Tabel 2.1
Perbedaan Akuntansi Manajemen dengan Akuntansi Keuangan

Penyiapan Informasi	Akuntansi Manajemen	Akuntansi Keuangan
Apa informasinya?	Laporan internal	Laporan keuangan
Siapa pengguna informasi?	Manajer yang bekerja untuk perusahaan dan kantor pusat	Pemegang saham, kreditur, dan pemerintah selaku regulator
Kapan dipersiapkan?	Kapan dibutuhkan	Setiap kuartal dan tahun
Bagaimana detailnya?	Sangat detail untuk menjelaskan keputusan tertentu yang akan diambil oleh manajer	Sangat umum dan berkaitan dengan perusahaan secara keseluruhan
Bagaimana dipersiapkannya?	Disesuaikan dengan kebutuhan manajer dan kantor pusat	Harus sesuai dengan prinsip akuntansi berterima umum (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan)
Bagaimana verifikasi?	Pengendalian internal oleh akuntan manajemen	Verifikasi eksternal oleh kantor akuntan publik

Sumber: Salman dan Farid (2017: 9)

2.2 Teori Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Menurut Harnanto (2017: 22) pengertian biaya adalah sebagai berikut:

Biaya (*cost*) adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber (ekonomi) yang dikorbankan (terjadi dan akan terjadi) untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu, namun terkadang istilah biaya juga dianggap sebagai sinonim dengan (1) harga pokok dan (2) beban dari sesuatu atau tujuan tertentu.

Menurut Mulyadi (2016: 8) “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan unsur penting yang diukur dalam satuan uang untuk mencapai tujuan tertentu yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan.

2.2.2 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 terpadu dan dapat diandalkan. Umumnya pengklasifikasian biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan pengklasifikasian tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep: “*different costs for different purposes*”.

Menurut Mulyadi (2016: 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 *Break Even Point*

2.3.1 Pengertian Analisis *Break Even Point*

Menurut Salman dan Farid (2017: 155) “Analisis *break even point* adalah cara, alat, atau teknik yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) yang dari volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi.”

Menurut Rachmina dan Sari (2017: 142), “Analisis titik impas (*break even point*) adalah informasi yang digunakan oleh manajemen untuk mendapatkan

gambaran tentang tingkat volume penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian ataupun untung.”

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

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

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. Salman dan Farid (2017: 156) menyatakan bahwa tujuan implementasi analisis titik impas meliputi :

1. Dalam rangka meramal laba secara akurat, faktor yang penting adalah mengetahui hubungan antara laba dan biaya pada satu sisi dan volume pada sisi yang lain.
2. Analisis titik impas bermanfaat dalam menyusun *flexible budget* yang mengindikasikan biaya pada banyak level aktivitas.
3. Analisis titik impas membantu evaluasi kinerja untuk tujuan pengendalian. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan review laba dan biaya serta perubahan volume.
4. Analisis titik impas mendukung penetapan kebijakan harga yang sesuai dengan kondisi lingkungan.
5. Untuk mengetahui jumlah biaya overhead yang akan dibebankan ke biaya produk pada berbagai tingkat operasi.

2.3.3 Manfaat Analisis *Break Even Point* (BEP)

Analisis *break even point* dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan. Menurut Maruta (2018) BEP amatlah penting jika kita membuat sebuah usaha agar kita tidak mengalami kerugian. 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 diproduksi, 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 dimengerti.
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.

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.

2.3.4 Asumsi Penggunaan Analisis *Break Even Point*

Dalam penggunaan analisis *break even point* tentunya tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasannya, yang berarti harus menggunakan asumsi-asumsi tertentu. Menurut Ahmad (2017: 57) keterbatasan-keterbatasan analisis *break even point* adalah sebagai berikut:

- a. Konsep tentang variabilitas cost dapat diterima karena itu biaya harus realistis diklasifikasikan sebagai variabel dan tetap.
- b. Range yang relevan pada semua tahap analisis harus ditentukan.
- c. Harga jual per unit tidak berubah jika terjadi perubahan volume
- d. Hanya dijual satu jenis produk (*single product*).
- e. Jika analisis digunakan untuk berbagai produk atau kombinasi produk (*product mix*) *sales mix* harus tetap atau konstan.
- f. Kebijakan manajemen terhadap operasi perusahaan tidak berubah secara material dalam jangka pendek.

- g. Tingkat harga umum stabil dalam jangka pendek.
- h. Sinkronisasi antara penjualan dan produksi yang berarti tingkatan persediaan harus konstan atau nol.
- i. Efisiensi dan produktivitas tidak mengalami perubahan-perubahan khususnya dalam jangka pendek.

2.3.5 Metode Perhitungan *Break Even Point*

Untuk melakukan perhitungan *break even point*, maka dapat digunakan metode perhitungan, yaitu perhitungan *break even point* dengan pendekatan matematis dan perhitungan *break even point* dengan perhitungan grafis.

a. Analisis *Break Even Point* dengan Pendekatan Matematis

Menurut Salman dan Farid (2017: 159) menyatakan bahwa:

Dalam menghitung *break even point* yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut: titik impas terjadi ketika jumlah penjualan sama dengan jumlah biaya variabel ditambah dengan biaya tetap. Kondisi titik impas juga dapat terjadi ketika total margin kontribusi sama dengan total biaya tetap.

$$\begin{aligned} \text{Penjualan} &= \text{total biaya variabel} + \text{total biaya tetap} \\ \text{Total margin kontribusi} &= \text{Total biaya tetap} \end{aligned}$$

Ada dua cara menghitung yang relatif cepat dengan menggunakan rumusan baku untuk menghitung penjualan (dalam unit dan rupiah) dalam kondisi titik impas. Berikut ringkasan formulanya:

1. Atas dasar unit:

$$\begin{aligned} \text{BEP (Unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga per unit} - \text{Biaya variabel per unit}} \\ &\text{atau dengan rumus lain} \\ &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}} \end{aligned}$$

2. Atas dasar Rupiah:

$$\begin{aligned} \text{BEP (rupiah)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}} \\ &\text{atau dengan rumus lain} \\ &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}} \end{aligned}$$

Rumus *break even point* tidak hanya dipakai untuk menentukan besarnya penjualan dalam keadaan *break even point*, yang lebih penting rumus *break even point* juga dapat digunakan untuk perencanaan laba yaitu menentukan tingkat penjualan pada laba yang dikehendaki atau yang direncanakan oleh perencanaan. Oleh karena itu, untuk perencanaan laba dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

Target laba dapat dihitung dari selisih antara total margin kontribusi dengan total biaya tetap.

$\begin{aligned} \text{Penjualan} &= \text{total beban variabel} + \text{total beban tetap} + \text{target laba} \\ \text{Target laba} &= \text{Total margin kontribusi} - \text{Total biaya tetap} \end{aligned}$
--

Ada metode perhitungan yang relatif cepat dengan menggunakan formula baku untuk menghitung penjualan (dalam unit dan rupiah) dalam kondisi target laba. Metode perhitungan ini dilakukan dengan menyesuaikan rumus perhitungan sebelumnya. Berikut ringkasan formulanya:

Atas dasar unit:

$\text{Jumlah Penjualan (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Harga per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$ <p style="text-align: center;">atau dengan rumus lain</p> $\frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$

Atas dasar Rupiah:

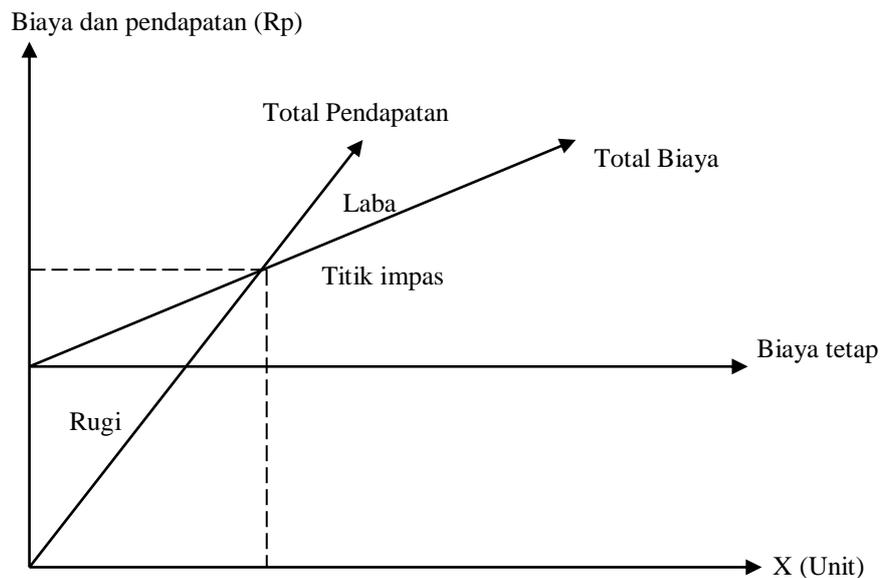
$\text{Jumlah Penjualan (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$ <p style="text-align: center;">atau dengan rumus lain</p> $\frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$
--

b. Analisis *Break Even Point* dengan Pendekatan Grafis

Analisis *break even point* dengan pendekatan grafis digambarkan dengan suatu grafik yang disebut bagan impas, 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*).

Untuk menentukan titik impas, harus dibuat dengan sumbu datar (horizontal) yang menunjukkan volume penjualan, sedangkan sumbu tegak (vertikal) menunjukkan biaya dan pendapatan. Berikut penjelasan mengenai grafik *break even point* menurut Mulyadi (2016: 242):



Sumber: Mulyadi (2016:242)

Gambar 2.1
Grafik *Break Even Point*

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.

2.4 Marjin Pengaman (*Margin of Safety*)

Menurut Salman dan Farid (2017: 162) “Marjin pengaman adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan atas volume penjualan impas. Dengan marjin ini perusahaan dapat menentukan seberapa banyak penjualan boleh diturunkan agar perusahaan tidak menderita 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 Safety* (Margin Pengaman) adalah sebagai berikut:

<p>Marjin pengaman = Total penjualan – Penjualan titik impas</p> <p>Atau dapat dengan rumus lain</p> $\frac{\text{Laba}}{\text{Rasio Marjin Kontribusi}}$

Persentase marjin pengaman dapat pula dihitung dengan:

<p>Marjin pengaman dinyatakan dalam % dari penjualan</p> $\frac{\text{Marjin Pengaman}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$

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.

2.5 Bauran Penjualan (*Sales Mix*)

Bagi perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk maka dalam menghitung *break even point* harus terlebih dahulu dihitung bauran penjualannya. Penetapan suatu bauran penjualan tertentu memungkinkan untuk mengonversi masalah multiproduk ke produk tunggal.

Menurut Samryn (2015: 188) bahwa:

Bauran penjualan (*sales mix*) merupakan komposisi relatif penjualan produk perusahaan. Penjualan dihitung dengan menyatakan penjualan tiap produk sebagai persentase dari total penjualan. Bauran penjualan terdapat dalam perusahaan yang memproduksi atau menjual lebih dari satu jenis produk. Untuk sebuah bauran penjualan dapat dibuat analisis hubungan biaya volume dan laba sebagaimana dapat dibuat untuk penjualan produk tunggal.

Maka dapat disimpulkan bahwa bauran penjualan (*sales mix*) merupakan kombinasi relatif dari produk-produk yang dijual perusahaan yang harus diperhitungkan nilainya terlebih dahulu sebelum dihitung menggunakan analisis *break even point* produk tunggal.

2.6 Hubungan Break Even Point dengan Perencanaan Laba

“Perencanaan laba merupakan rencana kerja perusahaan untuk mencapai target yang telah ditentukan. Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang” (Baris & Sondakh, 2014). Dengan menggunakan analisis titik impas dan batas aman, akuntan dapat menyediakan informasi yang berguna bagi manajemen untuk perencanaan laba. “Akuntan dapat menentukan tingkat penjualan yang seharusnya dianggarkan untuk mencapai sejumlah laba tertentu. Aset perusahaan ditanam dalam sebuah proyek dengan tujuan untuk memperoleh laba. Laba yang diharapkan dari investasi tersebut disebut sebagai target laba” (Sodikin, 2015: 115).

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.

2.7 Perencanaan Laba Jangka Pendek

Menurut Adisaputro dan Anggarini (2017: 33) perencanaan laba jangka pendek yaitu sebagai berikut:

Perencanaan laba jangka pendek yaitu perencanaan kegiatan-kegiatan tahunan suatu perusahaan. secara khusus, manajer, pemilik, dan pihak lain yang berkepentingan biasanya memerlukan jadwal, hasil, dan rencana laba secara periodik, laporan kinerja, dan evaluasi mengenai *progress* perusahaan. Oleh karena itu, laporan rencana dan progress biasanya dibuat bulanan, tiga bulanan atau tahunan.

Maka dari itu dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume dan laba sangat berperan penting karena merupakan teknik yang tepat untuk memperhitungkan dampak perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba demi membantu proses penyusunan anggaran oleh manajemen. Manajemen mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan yang ada yang akan berakibat bagi perubahan harga jual, volume penjualan, maupun biaya variabel dan atau biaya tetap yang pada akhirnya akan memberi dampak pada laba bersih.

2.8 Metode Penyusutan Garis Lurus

Menurut Hery (2016: 174) metode penyusutan garis lurus adalah sebagai berikut:

Metode garis lurus cukup sederhana. Metode ini menghubungkan alokasi biaya dengan berlalunya waktu dan mengakui pembebanan periodik yang sama sepanjang umur aset. Asumsi yang mendasari metode garis lurus ini adalah bahwa aset yang bersangkutan akan memberikan manfaat yang sama untuk setiap periodenya sepanjang umur aset dan pembebanannya tidak dipengaruhi oleh perubahan produktivitas maupun efisiensi aset. Estimasi umur ekonomis dibuat dalam periode bulanan atau tahunan. Dengan menggunakan metode garis lurus, besarnya beban penyusutan periodik dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Rumus} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Estimasi Nilai Residu}}{\text{Estimasi Masa Manfaat}}$$

Oleh karena itu, metode garis lurus seringkali diasumsikan sama akuratnya dengan metode lain. Selain itu, metode ini dianggap cukup mudah dilaksanakan dan dipahami.