

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Pada dasarnya, akuntansi manajemen adalah suatu pihak yang bertugas untuk mengelola pencatatan akuntansi, menetapkan biaya standar dan produksi, menyiapkan laporan keuangan secara tepat, melakukan analisa data keuangan dan memelihara sistem akuntansi secara tepat, dan lainnya.

Menurut Mowen et al. (2017) “Akuntansi manajerial (*managerial accounting*) adalah penyediaan informasi akuntansi bagi pengguna internal di perusahaan. Akuntansi manajerial adalah sistem akuntansi internal perusahaan dan dirancang untuk mendukung kebutuhan manajer akan informasi”. Pendapat lain menyatakan bahwa “Akuntansi manajemen merupakan bidang akuntansi yang berhubungan dengan penyediaan informasi bagi manajemen untuk mengelola suatu organisasi (perusahaan) dan membantu dalam memecahkan masalah-masalah khusus yang dihadapi suatu organisasi” (Kholmi, 2019).

Sedangkan menurut Siregar et al. (2018) pengertian akuntansi manajemen sebagai berikut:

Akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan, dan mengomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam organisasi.

Pengertian di atas menunjukkan bahwa akuntansi manajemen adalah bidang akuntansi yang menyediakan informasi akuntansi yang berguna bagi pihak internal perusahaan. Informasi ini sangat berguna bagi manajer untuk pengambilan keputusan, bahan perencanaan dan pengendalian operasi.

2.2 Pengertian Proyek

Proyek merupakan sebuah pekerjaan yang bersifat unik dan sementara, dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan, membuahkan hasil dan mendapatkan manfaat (*output*) yang diinginkan. Suatu proyek dapat dikatakan

berhasil jika berhasil mencapai tujuan dan hasil yang diinginkan dalam skala waktu dan anggaran yang sesuai dengan kesepakatan awal.

Menurut Hanafi (2019) “Proyek merupakan bagian dari program dengan cakupan lebih kecil. Penugasan dan target waktu dalam proyek ditentukan dengan jelas”. Sedangkan menurut Rani (2020) “Proyek adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan waktu dan sumber daya terbatas untuk mencapai hasil akhir yang ditentukan. Dalam mencapai hasil akhir, kegiatan proyek dibatasi oleh anggaran, jadwal, dan mutu, yang dikenal sebagai tiga kendala (*triple constraint*)”.

Berdasarkan beberapa definisi proyek di atas dapat dinyatakan bahwa proyek merupakan suatu kegiatan yang kompleks dan mempunyai sifat yang tidak dapat terjadi berulang, memiliki waktu yang terbatas, spesifikasi yang sudah ditentukan di awal untuk menghasilkan suatu produk.

2.3 Perumahan dan Permukiman

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, bahwa perumahan adalah kumpulan rumah sebagai bagian dari permukiman, baik perkotaan maupun perdesaan, yang dilengkapi dengan prasarana, sarana, dan utilitas umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni. Sementara permukiman adalah bagian dari lingkungan hunian yang terdiri atas lebih dari satu satuan perumahan yang mempunyai prasarana, sarana, utilitas umum, serta mempunyai penunjang kegiatan fungsi lain di kawasan perkotaan atau kawasan perdesaan.

Menurut Muta’ali & Nugroho (2019) “Perumahan adalah kelompok rumah yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan”. Muta’ali & Nugroho, (2019) juga mengutarakan pendapat mereka tentang permukiman bahwa, “Permukiman adalah semua bentukan secara buatan maupun alami dengan segala perlengkapan yang di pergunakan oleh manusia baik secara individu maupun menetap di dalamnya terdapat sarana dan prasarana yang melengkapinya”.

Dari beberapa pengertian di atas menunjukkan bahwa yang dimaksud dengan perumahan adalah sebuah lingkungan yang terdiri dari kumpulan unit-unit

rumah tinggal dimana dimungkinkan terjadinya interaksi sosial diantara penghuninya. Sedangkan permukiman adalah suatu tempat tinggal baik individu ataupun kelompok yang menetap di suatu tempat yang memiliki kelengkapan sarana dan prasarana untuk dapat bertahan hidup atau menjalani hidup.

2.4 Konsep Biaya

2.4.1 Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) berbeda dengan beban (*expense*) akan tetapi sering diartikan sama. Biaya (*cost*) adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dan jasa. Sedangkan beban (*expense*) adalah pengorbanan yang diperlukan atau dikeluarkan untuk merealisasikan hasil, beban ini dikaitkan dengan *revenue*. Berikut beberapa definisi biaya menurut para ahli.

Mowen et al. (2017) berpendapat bahwa:

Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi. Biaya dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat di masa depan. Jika biaya telah digunakan untuk menghasilkan pendapatan, maka biaya tersebut dinyatakan kadaluwarsa. Biaya yang kadaluwarsa disebut beban (*expense*).

Menurut Siregar et al. (2018) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang”. Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa “Biaya adalah pengorbanan sumber daya yang diukur dalam satuan uang, yang mana hal tersebut telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi dalam upaya perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa” (Purwaji et al., 2018).

Pengertian di atas menunjukkan bahwa biaya dalam suatu perusahaan merupakan suatu komponen yang begitu penting dalam menunjang pelaksanaan kegiatan dalam usaha mencapai tujuan. Tujuan itu dapat tercapai apabila biaya yang dikeluarkan sebagai bentuk suatu pengorbanan oleh perusahaan yang bersangkutan telah diperhitungkan secara tepat, pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan tersebut guna memperoleh manfaat lebih dari aktivitas yang dilakukan juga dalam menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan.

2.4.2 Perilaku Biaya

Menurut Purwaji et al. (2018) “Perilaku biaya adalah bagaimana suatu biaya akan merespons atau berubah sewaktu terjadi perubahan di dalam aktivitas perusahaan”. Sedangkan Siregar et al. (2018) menyatakan bahwa:

Perilaku biaya (*cost behavior*) adalah pola yang menggambarkan bagaimana jumlah biaya bervariasi atas perubahan aktivitas bisnis. Aktivitas bisnis perusahaan dapat konstan, meningkat, atau menurun. Ada biaya yang konsisten mengikuti perubahan aktivitas bisnis ini. Saat aktivitas bisnis konstan, biaya tidak berubah; saat aktivitas bisnis meningkat, biaya akan meningkat; dan saat aktivitas bisnis menurun, biaya juga akan menurun. Namun, ada pula biaya yang tetap konstan meski aktivitas bisnis berubah-ubah.

Berdasarkan uraian para ahli di atas mengenai pengertian perilaku biaya, dapat dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan perilaku biaya adalah suatu istilah umum untuk menggambarkan apakah suatu biaya jumlahnya tetap atau berubah, sebelum menggolongkan biaya-biaya ke dalam biaya tetap, atau biaya variabel kita harus terlebih dahulu mengetahui arti dari pola perilaku biaya.

2.4.3 Pengklasifikasian Biaya

Pada umumnya, biaya perlu diklasifikasikan dengan tujuan untuk memudahkan dalam melakukan perencanaan. Pengklasifikasian biaya merupakan suatu proses pengelompokan biaya atas keseluruhan unsur-unsur biaya tersebut secara sistematis ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas dengan tujuan menyediakan informasi biaya bagi kepentingan manajemen dan menjalankan perusahaan khususnya dalam rangka mengambil keputusan.

Perusahaan dengan tipe yang berbeda maka biaya yang terjadi dan cara pengklasifikasiannya juga berbeda. Pengklasifikasian biaya yang penulis gunakan dalam pembahasan laporan akhir ini adalah penggolongan biaya berdasarkan perilakunya. Menurut Siregar et al., (2018) berdasarkan perilakunya, biaya dapat diklasifikasi menjadi:

1. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu. Walaupun tingkat aktivitas meningkat atau menurun, jumlah biaya tetap tidak berubah. Meskipun demikian, biaya tetap per unit akan berubah seiring dengan perubahan

tingkat aktivitas. Apabila tingkat aktivitas menurun, biaya tetap per unit akan meningkat. Contoh biaya tetap adalah biaya sewa peralatan pabrik.

2. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya variabel bertambah. Apabila tingkat produksi menurun, jumlah biaya variabel menurun. Namun, biaya variabel per unit tidak berubah walaupun jumlah biaya berubah sesuai dengan perubahan aktivitas.

3. Biaya campuran

Biaya campuran adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan sekaligus biaya tetap. Sebagian unsur biaya campuran berubah sesuai dengan perubahan aktivitas. Sementara, sebagian unsur biaya campuran yang lain tidak berubah walaupun tingkat aktivitas berubah. Biaya listrik adalah contoh biaya campuran. Biaya pemakaian listrik berubah sesuai dengan perubahan tingkat pemakaian listrik. Sementara, biaya abonemen listrik tidak berubah walaupun pemakaian listrik berubah.

Berdasarkan uraian tersebut, bahwasannya yang dimaksud dengan pengklasifikasian biaya merupakan proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu sehingga memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting. Biaya tetap merupakan biaya yang total biayanya tidak berubah terhadap perubahan aktivitas produksi. Biaya variabel merupakan biaya yang total biayanya akan berubah mengikuti banyaknya volume produksi semakin besar aktivitas maka semakin tinggi biaya, dan sebaliknya. Sedangkan, biaya campuran atau biaya semi variabel merupakan biaya yang memiliki komponen biaya tetap dan variabel, biaya tersebut jumlah totalnya berubah dengan adanya perubahan kapasitas terhadap aktivitas tetapi pada perubahan jumlah biaya tersebut tidak proporsional terhadap perubahan kapasitas pada aktivitas.

2.5 Break Even Point (BEP)

2.5.1 Pengertian Break Even Point (BEP)

Menurut Rachmania dan Sari (2017) “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”. Kemudian Garrison et al. (2018) menyatakan:

Titik impas adalah tingkat penjualan dimana laba sama dengan nol. Maka break even point (titik impas) adalah suatu keadaan dimana sebuah perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian dari kegiatan operasinya, karena hasil penjualan yang diperoleh perusahaan sama besarnya dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Pendapat lain menyatakan bahwa “Titik impas (*break-even point*) adalah keadaan yang menunjukkan bahwa sejumlah pendapatan yang diterima perusahaan (pendapatan total) sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan (biaya total)” (Siregar et al., 2018).

Berdasarkan uraian para ahli di atas mengenai pengertian *Break Even Point* (BEP), dapat dinyatakan bahwa *Break Even Point* (BEP) adalah titik dimana total biaya yang dikeluarkan sama dengan total penghasilan yang didapatkan dalam suatu periode tertentu. Suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan atau *revenue* (penghasilan) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

2.5.2 Tujuan *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point (BEP) sangat berguna yang digunakan sebagai alat ukur untuk mengambil sebuah keputusan bagi seorang manajemen, berikut tujuan dari analisis BEP menurut beberapa ahli:

Menurut Sujarweni (2017) tujuan untuk mencari titik impas atau *Break Even Point* (BEP), yaitu:

- a. Mencari tingkat aktivitas dimana penjualan = biaya.
- b. Menunjukkan suatu sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan.
- c. Mengawasi kebijakan penentuan harga.
- d. Memungkinkan perusahaan mengetahui apakah beroperasi dekat/jauh dari titik impas.

Sedangkan menurut Kasmir (2019) penggunaan titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Mendasain spesifikasi produk.

2. Menentukan harga jual persatuan.
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
4. Memaksimalkan jumlah produksi.
5. Merencanakan laba yang diinginkan.

Pengertian di atas menunjukkan bahwa tujuan dari *Break Even Point* (BEP) ialah mencari titik temu antara pendapatan dan biaya atau titik impas. Berguna dalam mengetahui jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar tidak mengalami kerugian, serta merencanakan tingkat volume produksi dan penjualan yang diperkirakan akan membawa keuntungan bagi perusahaan.

2.5.3 Metode Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Menurut Mulyadi (2018) ada dua cara untuk menentukan titik impas: pendekatan teknik persamaan dan pendekatan grafis. Penentuan titik impas dengan teknik persamaan dilakukan dengan mendasarkan pada persamaan pendapatan sama dengan biaya ditambah laba, sedangkan penentuan impas dengan pendekatan grafis dilakukan dengan cara mencari titik potong antara garis pendapatan penjualan dan garis biaya dalam suatu grafik yang disebut grafik impas.

1) Perhitungan Titik Impas dengan Pendekatan Teknik Persamaan

Laba adalah sama dengan pendapatan penjualan dikurangi dengan biaya, atau dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

- Rumus perhitungan BEP Unit

$$\text{BEP Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}}$$

- Rumus perhitungan BEP Rupiah

$$\text{BEP Rupiah} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Per Unit}}{\text{Harga Jual Per Unit}}}$$

Catatan: angka 1 tersebut disebut *marginal income ratio* atau *contribution margin ratio*, yaitu hasil bagi laba kontribusi dengan pendapatan penjualan.

Titik impas dalam rupiah penjualan dapat pula dihitung dengan rumus berikut:

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

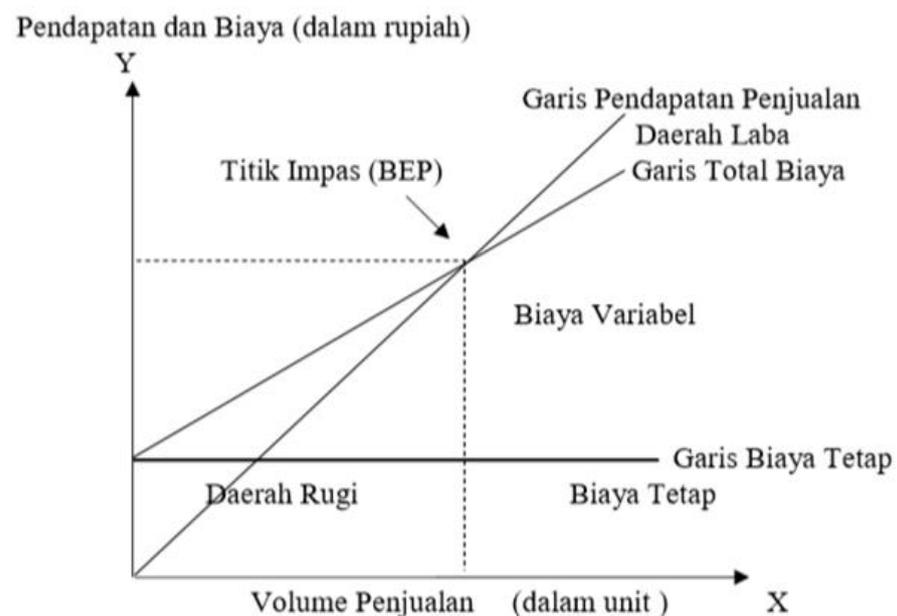
atau

$$\text{BEP Rupiah} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Pendapatan Penjualan}}}$$

2) Perhitungan Titik Impas dengan Pendekatan Grafis

Perhitungan impas dapat dilakukan juga dengan menentukan titik pertemuan antara garis pendapatan penjualan dengan garis biaya dalam suatu grafik. Titik pertemuan antara garis pendapatan penjualan dengan garis biaya merupakan titik impas. Untuk dapat menentukan titik impas, harus dibuat grafik dengan sumbu datar menunjukkan volume penjualan, sedangkan sumbu tegak menunjukkan biaya dan pendapatan.

Adapun contoh Grafik BEP dapat dilihat pada grafik berikut ini:



Sumber: Garrison, Noreen, dan Brewer (2018)

Gambar 2.1 Grafik *Break Even Point*

Adapun Garrison et al. (2018) menjelaskan dari grafik tersebut sebagai berikut:

1. Garis biaya tetap digambarkan sejajar dengan sumbu horizontal.
2. Garis jumlah biaya digambarkan mulai dari titik biaya tetap pada sumbu vertikal atau dengan menggambarkan biaya variabel dari titik biaya tetap tersebut ke kanan sampai pada jumlah biaya pada kapasitas 100%.
3. Garis penjualan digambarkan mulai dari titik nol pada pojok kiri bawah menuju pojok kanan atas atau sampai pada jumlah penjualan pada kapasitas 100%.

Dengan grafik *Break Even Point* (BEP) manajemen akan dapat mengetahui hubungan antara biaya, penjualan (volume penjualan) dan laba. Selain itu dengan grafik BEP manajemen dapat mengetahui besarnya biaya yang tergolong biaya tetap dan biaya variabel serta dapat mengetahui tingkat-tingkat penjualan yang masih menimbulkan kerugian dan tingkat-tingkat penjualan yang sudah menimbulkan laba, atau besarnya laba atau rugi pada suatu tingkat penjualan tertentu.

2.5.4 Asumsi dan Keterbatasan dalam *Break Even Point* (BEP)

Banyaknya asumsi merupakan salah satu kelemahan yang mendasari titik impas. Namun, asumsi-asumsi tersebut harus dibuat agar analisis ini dapat dilakukan secara akurat dan cepat. Oleh karena itu, manajer menganggap asumsi ini harus dilakukan dan ini merupakan salah satu keterbatasan analisis BEP.

Menurut Munawir (2017) pada umumnya konsep atau asumsi dasar yang digunakan dalam analisa *break even point* adalah sebagai berikut:

- a. Bahwa biaya harus dapat dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel dan prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat.
- b. Bahwa biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh. Biaya tetap adalah merupakan biaya yang selalu akan terjadi walaupun perusahaan berhenti beroperasi, yang artinya tidak mengalami perubahan meskipun volume produksi atau volume kegiatan berubah.
- c. Bahwa biaya variabel akan berubah secara proporsional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dengan penjualan. Artinya, biaya variabel akan tetap sama apabila dihitung biaya per unit produknya, berapapun kuantitas unit yang dihasilkan.

- d. Harga jual per satuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
- e. Bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualannya (*sales mix*) akan tetap konstan.

Dengan adanya asumsi-asumsi tersebut, maka dalam grafik *Break Even Point* (BEP) garis-garis penjualan, jumlah biaya (baik biaya tetap maupun biaya variabel), semua nampak lurus, karena semua perubahan dianggap sebanding atau proporsional dengan volume penjualan. Jika salah satu unsur saja berubah maka hasil dari BEP pasti akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda dan menghasilkan keputusan yang berbeda. Tetapi tujuan utama dari analisis ini adalah melihat hubungan diantara unsur-unsur tersebut dan pengaruhnya satu dengan lainnya.

2.6 Rasio Margin Kontribusi

Dengan diketahui margin kontribusi perusahaan dapat mengetahui berapa banyak laba yang dihasilkan dari setiap penjualan, sehingga dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan margin kontribusi. Demi mendapatkan laba yang semaksimal mungkin suatu perusahaan perlu melakukan perencanaan laba. Perencanaan laba dapat dilakukan dengan melakukan perhitungan rasio margin kontribusi, rasio ini mengukur berapa banyak laba yang tersedia untuk menutupi biaya-biaya tetap.

Menurut Siregar et al. (2018) berpendapat bahwa “Margin kontribusi merupakan pendapatan penjualan dikurangi dengan biaya variabel total”. Sedangkan Mowen et al. (2017) menyatakan bahwa “Rasio margin kontribusi (*contribution margin ratio*) adalah bagian dari setiap dolar penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba”. Dengan demikian, rasio margin kontribusi dapat dilakukan perhitungan dengan rumus berikut:

Margin Kontribusi	=	Penjualan – Biaya Variabel
Rasio Margin Kontribusi	=	$\frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$

2.7 *Margin of Safety (MoS)*

Dalam analisis *Break Even Point* (BEP) dikenal konsep keamanan. Tingkat keamanan merupakan informasi yang dikembangkan dari analisis BEP. Analisis BEP memberikan informasi mengenai berapa jumlah volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita rugi. Jika angka impas dihubungkan dengan angka pendapatan penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu, akan diperoleh informasi berupa volume penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi. Selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan impas merupakan angka *Margin of Safety* (MoS).

Angka *Margin of Safety* (MoS) ini memberikan informasi berapa maksimum volume penjualan yang direncanakan tersebut boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi atau dengan kata lain angka *Margin of Safety* (MoS) memberikan petunjuk jumlah maksimum penurunan volume penjualan yang direncanakan yang tidak mengakibatkan kerugian.

Menurut Kasmir (2019) “*Margin of safety* atau tingkat keamanan itu sendiri merupakan analisis untuk mengetahui berapa batas aman penjualan”. Sedangkan Munawir (2017) menyatakan bahwa “*Margin of safety* adalah hubungan atau selisih antara penjualan yang *dibudget* atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat *break even* merupakan tingkat keamanan (*margin of safety*) bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan”.

Menurut Sujarweni (2017) *Margin of Safety* dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Margin of Safety (Rp)} = \text{Penjualan} - \text{Penjualan pada BEP}$$

$$\text{Margin of Safety (\%)} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Angka *Margin of Safety* perlu diketahui agar dapat membantu pihak manajemen untuk mengambil keputusan mengenai penurunan penjualan yang boleh dilakukan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Apabila penurunan yang terjadi dalam persentase lebih kecil dari ratio batas keamanan, maka pihak

manajemen tidak perlu khawatir akan akibatnya. Dengan demikian, manajemen dapat mengantisipasi atau berjaga-jaga terhadap kemungkinan perubahan biaya produksi atau berhati-hati menetapkan kebijakan untuk melakukan perubahan-perubahan mengenai penjualan, karena *Margin of Safety* berkaitan langsung dengan laba.

2.8 Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan salah satu hal yang sangat penting yang harus dilakukan oleh setiap manajemen perusahaan demi keberhasilan dan kelangsungan usahanya serta memegang peranan penting dalam keberhasilan perusahaan guna menjaga kontinuitas usaha dan pencapaian tujuan perusahaan. Menurut Wardiyah (2017) "Laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban dan kerugian." Sedangkan menurut Sujarweni (2017) "Laba merupakan tujuan utama perusahaan yang berorientasi profit." Untuk merencanakan laba tersebut perlu mengadakan pengamatan kemungkinan faktor-faktor yang mempengaruhi laba perusahaan.

Menurut Mulyadi (2018) laba dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu:

1. Biaya
Biaya yang dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
2. Harga Jual
Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
3. Volume Penjualan dan Produksi
Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan diatas dapat diketahui bahwa perencanaan laba merupakan pandangan ke depan untuk mewujudkan tujuan dalam menciptakan nilai tambah ekonomis sumber daya perusahaan. Perencanaan laba berguna membantu manajemen dalam pengambilan keputusan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang demi tercapainya tujuan perusahaan. Dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan biaya, volume dan laba sangat penting karena teknik untuk menghitung dampak perubahan volume penjualan,

harga jual, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran.

2.9 Hubungan *Break Even Point* dan Perencanaan Laba

Biaya menentukan harga jual untuk mencapai laba yang diinginkan, harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan mempengaruhi secara langsung terhadap biaya. Ketiganya memiliki hubungan yang sinergis dan kontinuitas. Dalam menyusun anggaran, manajemen memerlukan berbagai parameter seperti *Break Even Point* (BEP), *Margin of Safety* (MoS), dan laba. Parameter ini memberikan informasi kepada manajemen dari jumlah target pendapatan penjualan yang dianggarkan, berapa pendapatan minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian dan berapa pendapatan maksimum yang harus dicapai agar perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimum.

Hubungan adalah sesuatu yang berkaitan antara obyek yang satu dengan yang lain, dimana kedua obyek tersebut memiliki tujuan yang sama. Hubungan BEP terkait dengan perencanaan laba adalah dengan adanya keuntungan atau laba yang diinginkan dapat digunakan sebagai alat bantu dalam perencanaan kegiatan dan penyusunan anggaran di masa mendatang, sehingga akan dapat digunakan untuk menentukan target penjualan yang maksimum. Perencanaan penjualan yang maksimum dapat dilakukan oleh perusahaan agar mendapat laba sesuai yang diinginkan. Hal ini dikarenakan laba merupakan tujuan utama bagi setiap perusahaan, sehingga manajemen perlu melakukan perencanaan laba pada produk yang akan dijual, untuk mengetahui besaran laba yang akan dicapai maka perusahaan perlu menghitung laba yang akan diperoleh dengan menggunakan metode BEP. Untuk menentukan besarnya BEP atau titik impas perlu dilakukan analisis terhadap hubungan antara biaya, volume, dan harga jual.

Analisis BEP tidak hanya mengetahui keadaan perusahaan, tetapi juga mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba sesuai dengan tingkat penjualan yang bersangkutan. Kesimpulannya bahwa

dalam perencanaan laba dengan menggunakan analisis BEP dapat digunakan untuk memprediksi biaya yang akan terjadi untuk pihak manajemen perusahaan mempertimbangkan untuk menggunakan analisis tersebut, karena analisis BEP ini mengupas keterkaitan antara biaya dan volume penjualan sehingga perusahaan dapat merencanakan laba dengan lebih baik lagi.