

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Menurut Charles T. Horngren (2016:45), “akuntansi ialah suatu proses identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisa, penyiapan, penafsiran, dan komunikasi tentang informasi yang membantu masing-masing eksekutif untuk memenuhi suatu tujuan organisasi”. Menurut Hariadi (2017:3), ”akuntansi manajemen merupakan identifikasi, pengukuran, pengumpulan, analisis, pencatatan, interpretasi, dan pelaporan kejadian-kejadian ekonomi suatu badan usaha yang dimaksudkan agar manajemen dapat menjalankan fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan”.

Akuntansi manajemen dapat disimpulkan merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, mengumpulkan dan menganalisis peristiwa ekonomi yang terjadi di perusahaan yang hasilnya ditujukan untuk pihak internal organisasi. Akuntansi manajemen merupakan bidang akuntansi yang berfokus pada penyediaan, termasuk pengembangan dan penafsiran informasi akuntansi bagi para manajer untuk digunakan sebagai bahan perencanaan, pengendalian operasi, dan dalam pengambilan keputusan.

Selain itu akuntansi manajemen juga merupakan bidang akuntansi yang berhubungan dengan penyediaan informasi bagi manajemen untuk mengelola suatu organisasi (perusahaan). Akuntansi manajemen juga membantu dalam memecahkan masalah-masalah khusus yang dihadapi oleh suatu organisasi.

2.2 Proses Manajemen

Proses manajemen menjelaskan fungsi-fungsi yang dilaksanakan oleh para manajer dan bawahannya dalam mengelola aktivitas untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Baldrick (2018:7), pada dasarnya manajer melaksanakan empat fungsi umum dalam suatu organisasi, yaitu:

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan proses pemilihan atau penetapan tujuan-tujuan organisasi yang realistis dan penentuan strategi, kebijakan, program, prosedur, metode, sistem anggaran, dan standar yang dibutuhkan untuk

mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sebagai contoh, suatu perusahaan bertujuan menaikkan profit dengan meningkatkan efisiensi biaya. Melalui peningkatan efisiensi biaya, perusahaan akan mampu mengurangi pemborosan biaya produksi dan perbaikan proses produksi untuk meningkatkan produktivitas sehingga meningkatkan profit. Langkah selanjutnya yang diambil manajer berupa pengembangan suatu rencana yang akan diimplementasikan pada pencapaian tujuan yang diinginkan. Misalnya, manajer pabrik dapat memulai program evaluasi pemasok untuk mengidentifikasi dan memilih pemasok yang mampu menyediakan bahan baku tanpa cacat atau metode pembelanjaan pembelian bahan baku yang selektif. Contoh lainnya, para pekerja dapat menciptakan metode baru untuk menghasilkan produk yang akan mengurangi tingkat kerusakan dan pengerjaan ulang. Metode baru tersebut harus dijelaskan dalam rencana yang dibuat.

b. Pengorganisasian dan Pengarahan (*Organizing and Directing*)

Dalam pengorganisasian, manajer memutuskan bagaimana cara terbaik mengombinasikan sumberdaya manusia dengan sumberdaya ekonomi lain yang menjadi milik perusahaan agar dapat menjalankan rencana yang ditetapkan. Ketika karyawan bagian produksi memulai pekerjaannya, hasil upaya operasional manajer akan menjadi jelas dalam berbagai hal. Misalnya, bagian pembelian bahan melakukan fungsi khusus dan berhubungan langsung dengan bagian gudang, dan bagian gudang berhubungan dengan bagian produksi. Kesemuanya ini memiliki konsekuensi untuk menjamin bahwa produk yang dihasilkan baik, dan untuk menjamin bahwa perusahaan melangkah kearah sasarannya, yaitu memperoleh keuntungan (kesejahteraan). Organisasi merupakan sarana upaya manajer yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.

c. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian merupakan usaha sistematis perusahaan untuk mencapai tujuan dengan cara membandingkan prestasi kerja yang sebenarnya dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya, serta tindakan yang tepat untuk mengoreksi perbedaan yang berarti. Pengendalian merupakan elemen utama bagi efektivitas manajemen organisasi apapun. Pengendalian biasanya dicapai dengan menggunakan suatu umpan balik. Umpan balik (*feedback*) adalah informasi yang digunakan untuk mengevaluasi atau memperbaiki langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan suatu rencana. Berdasarkan umpan balik, manajer atau pekerja boleh memutuskan pelaksanaan tersebut berlanjut, atau melakukan beberapa perbaikan agar langkah yang diambil sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan awal, atau melakukan perencanaan ulang di tengah proses pelaksanaan. Pengendalian, sebagian besar merupakan fungsi perolehan umpan balik (*feedback*) yang bermanfaat mengenai bagaimana sebaiknya

organisasi bergerak kearah sasaran yang ditetapkan. Umpan balik ini dapat mengusulkan perlunya perencanaan kembali, penentuan strategi baru, atau pembentukan kembali stuktur organisasional.

d. Pengambilan Keputusan (*Decision Making*)

Pengambilan keputusan merupakan proses pemilihan di antara berbagai alternatif. Manajer tidak dapat membuat rencana tanpa pengambilan keputusan. Manajer harus memilih suatu tujuan dan metode untuk melakukan tujuan yang dipilih (hanya satu dari beberapa rencana yang dipilih). Pada hakekatnya, pengambilan keputusan bukan merupakan fungsi manajemen yang terpisah, akan tetapi pengambilan keputusan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari fungsi lain, yaitu perencanaan, pengorganisasian dan pengarahan, serta pengendalian, semua dari kegiatan tersebut memerlukan pengambilan keputusan. Salah satu peran informasi akuntansi manajemen adalah menyediakan informasi yang memudahkan proses pengambilan keputusan Sebagai contoh, perusahaan menetapkan rencana meningkatkan kualitas produk Untuk rencana kualitas produk maka perusahaan harus mengambil keputusan, dengan pendekatan atau cara bagaimana dalam meningkatkan kualitas produk, kualitas seperti apa yang diinginkan oleh perusahaan (manajer) Dalam mengorganisasi dan mengarahkan operasi sehari-hari, maupun dalam mengendalikan manajer harus mengambil banyak keputusan yang paling ringan sekalipun semua penting bagi kesejahteraan organisasi keseluruhan.

2.3 Analisis Break Even Point (BEP)

2.3.1 Pengertian Analisis *Break Even Point* (BEP)

Analisis *Break Even Point* (BEP) atau sering disebut titik impas merupakan suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam keadaan tidak memperoleh laba tetapi tidak juga menderita kerugian. Artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan. Menurut Ernawati S (2018:26), “*break even point* merupakan suatu keadaan dimana seluruh penerimaan hanya mampu menutup seluruh pengeluaran”. Menurut Lestari dan Pernama (2017:136), “*break even point* merupakan titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya atau titik dimana laba sama dengan nol atau *break even*”. Kemudian menurut Sujarweni (2017:121) mendefinisikan pengertian titik impas atau *break even point* (BEP) adalah sebagai berikut:

Titik impas atau *break even point* (BEP) adalah suatu kondisi dimana perusahaan dalam usahanya tidak mendapatkan untung maupun tidak

menderita kerugian. Dengan kata lain, pada keadaan itu keuntungan ataupun kerugian sama dengan nol. Dapat terjadi titik impas apabila perusahaan dalam operasinya menggunakan biaya tetap, dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel.

Dalam bidang ekonomi dan bisnis, BEP adalah titik di mana biaya atau beban dan pendapatan adalah sama. Tidak ada kerugian atau keuntungan bersih yang dihasilkan. *Break even point* (BEP) berarti suatu keadaan dimana perusahaan dalam keadaan tidak mengalami kerugian maupun keuntungan artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan atau pendapatan yang diperoleh.

2.3.2 Tujuan Analisis Break Even Point (BEP)

Menurut Kasmir (2017:334), penggunaan titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

- a. Mendesain spesifikasi produk.
- b. Menentukan harga jual persatuan.
- c. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
- d. Memaksimalkan jumlah produksi.
- e. Merencanakan laba yang diinginkan Dalam mendesain produk, diperlukan suatu pedoman yang memberikan arah bagi manajemen untuk mengambil suatu keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga.

Analisis titik impas memberikan perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan. Sedangkan menurut V.Wiratna Sujarweni (2017:122), tujuan untuk mencari titik impas adalah:

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

Tujuan analisis *break event point* tersebut merupakan sebuah sistem yang saling berkaitan satu sama lain dimana biaya menentukan harga jual. Penentuan harga jual persatuan sangat penting agar harga jual dapat diterima pelanggan.

Disamping pertimbangan biaya yang akan dikeluarkan, harga jual juga terkait dengan pihak pesaing yang memiliki produk sejenis, sehingga perusahaan harus dapat melihat lingkungan sekitar untuk beroperasi dari dekat ataupun jauh dan minimal tidak mengalami kerugian.

2.3.3 Manfaat Analisis Break Even Point (BEP)

Menurut Kuswadi (2017:33), ada beberapa manfaat di dalam analisis *Break Even Point* (BEP) bagi manajemen perusahaan, diantaranya yaitu:

- a. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain serta mengetahui laba rugi perusahaan.
- b. Sebagai sarana merencanakan laba.
- c. Sebagai alat pengendalian (*controlling*) kegiatan operasi yang sedang berjalan.
- d. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual.
- e. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kebijakan atau yang harus tetap dijalankan ketika perusahaan keadaan tidak mampu menutup biaya-biaya tunai.

Bedasarkan pendapat ahli diatas berarti manfaat dari analisis *break even point* antara lain mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain. Analisis *break even point* juga dapat dijadikan alat perencanaan laba yang dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan oleh manajemen.

2.3.4 Metode Perhitungan Break Even Point (BEP)

Menurut Kasmir (2017), dalam menghitung *Break Even Point* dapat dilakukan 2 cara yaitu:

1. Perhitungan Matematis

a. Atas Dasar Unit

Ditinjau dari per satuan produk atau barang yang dijual, maka setiap satuan barang memberikan sumbangan atau kontribusi (margin) yang sama besarnya untuk menutup biaya tetap atau laba. Dalam keadaan *break even*, maka dengan membagi jumlah biaya tetap dengan margin per satuan barang akan diperoleh jumlah satuan barang harus dijual sehingga perusahaan tidak mengalami rugi ataupun laba. Perhitungan *Break Even Point* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Break\ Even\ Point\ (Satuan) = \frac{Biaya\ tetap}{Margin\ per\ Satuan\ Barang}$$

$$\frac{Biaya\ Tetap}{Harga\ jual\ per\ satuan - Biaya\ variabel\ per\ satuan}$$

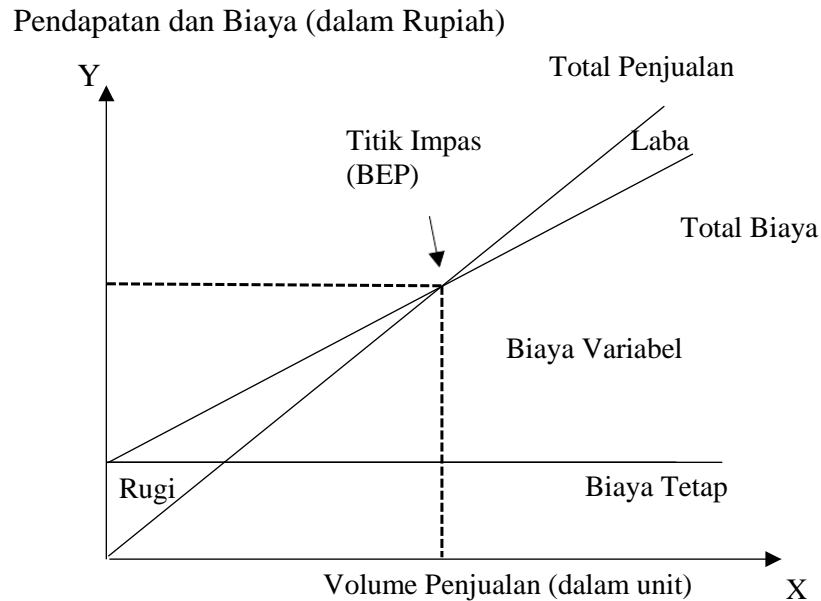
b. Atas Dasar Rupiah

Dalam keadaan *Break Even Point* laba perusahaan adalah nol, oleh karena itu dengan membagi jumlah biaya tetap dengan *marginal income rasionya*, akan diperoleh/diketahui tingkat penjualan (dalam rupiah) yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita rugi ataupun memperoleh laba (*Break Even Point*). Perhitungan *Break Even Point* atas dasar rupiah dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Break\ Even\ Point\ (Rupiah) = \frac{Biaya\ Tetap}{Marginal\ Income\ Ratio}$$

$$\frac{Biaya\ Tetap}{1 - \frac{Biaya\ variabel\ per\ satuan}{Harga\ jual\ per\ satuan}}$$

2. Perhitungan *break even point* dapat dilakukan dengan menentukan titik pertemuan atau titik potong antara garis pendapatan penjualan dengan biaya. Titik pertemuan tersebut merupakan titik impas. 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 Kasmir (2017: 344) dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Kasmir,2017.

Gambar 2.1 Grafik Break Even Point

Keterangan:

Sumbu X = menggambarkan besarnya volume produksi atau penjualan

Sumbu Y = menggambarkan besarnya biaya dan penghasilan penjualan

2.3.5 Kelemahan *Break Event Point* (BEP)

Menurut Suhardi dan Purwanto (2014:256), sekalipun analisa *break even point* ini banyak digunakan oleh perusahaan, tetapi tidak dapat dilupakan bahwa analisa ini mempunyai beberapa kelemahan. Kelemahan utama dari analisa *break even point* ini antara lain : asumsi tentang *linearity*, klasifikasi biaya dan penggunaannya terbatas untuk jangka waktu yang pendek.

1. Asumsi tentang *linearity*

Pada umumnya baik harga jual per unit maupun variabel *cost* per unit, tidaklah berdiri sendiri terlepas dari volume penjualan. Dengan perkataan lain, tingkat penjualan yang melewati suatu titik tertentu hanya akan dicapai dengan jalan menurunkan harga jual per unit. Hal ini tentu saja akan menyebabkan garis *revenue* tidak akan lurus, melainkan melengkung. Disamping itu variabel *operating cost* per unit juga akan bertambah besar dengan meningkatkan volume penjualan mendekati kapasitas penuh. Hal

ini bisa saja disebabkan karena menurunnya efisiensi tenaga kerja atau bertambah besarnya upah lembur.

2. Klasifikasi biaya

Kelemahan kedua dari analisa *break even point* adalah kesulitan di dalam mengklasifikasikan biaya karena adanya semi variabel *cost* dimana biaya ini tetapsampai dengan tingkat tertentu dan kemudian berubah-ubah setelah melewati titiktersebut.

3. Jangka waktu penggunaan

Kelemahan lain dari analisa *break even point* adalah jangka waktu penerapannya yang terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk advertensi ataupun biaya lainnya yang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut (tambahan investasi) tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan *operating cost* sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa *break even point* agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga.

Kelemahan dari analisa *break even point* yang lain adalah bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual. Jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualannya (*sales mix*) akan tetap konstan. Jika dilihat di jaman sekarang ini bahwa perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya mereka menciptakan banyak produk, jadi sangat sulit dan ada satuasumsi lagi yaitu harga jual persatuan barang tidak akan berubah berapa pun, jumlah satuan barang yang dijual, atau tidak ada perubahan harga secara umum. Analisa *break even point* jangka waktu penerapannya terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk advertensi ataupun biaya lainnya yang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut (tambahan investasi) tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan *operating cost* sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa *break even point* agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga.

2.4 Perencanaan Laba Jangka Pendek

2.4.1 Pengertian Perencanaan

Kemampuan manajemen dalam melihat peluang dan kesempatan yang akan terjadi dimasa yang akan datang pada umumnya dijadikan ukuran berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan. Oleh karena itu, tugas manajemen diharapkan bisa merencanakan masa depan perusahaan dengan sebaik mungkin.

Menurut Salman dan Farid (2017:5) mendefinisikan perencanaan ialah sebagai berikut:

Perencanaan sebagai formulasi terinci kegiatan untuk mencapai tujuan akhir tertentu. Perencanaan mensyaratkan penetapan tujuan dan identifikasi metode untuk mencapai tujuan tersebut. Proses perencanaan harus melibatkan semua elemen yang ada di perusahaan mulai manajemen tingkat atas sampai level bawah.

Sedangkan menurut Kholmi (2019:2) pengertian perencanaan adalah sebagai berikut:

Perencanaan merupakan proses pemilihan atau penetapan tujuan-tujuan organisasi yang realistis dan penentuan strategi, kebijakan, program, prosedur, metode, sistem anggaran, dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sebagai contoh, suatu perusahaan bertujuan menaikkan profit dengan meningkatkan efisiensi biaya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa perencanaan adalah proses menetapkan tujuan, pemilihan apa yang akan dilakukan dan spesifikasi bagaimana mencapai tujuan tersebut. Perencanaan mensyaratkan penetapan tujuan dan identifikasi metode untuk mencapai tujuan tersebut.

2.4.2 Pengertian Laba

Mendapatkan laba sebesar-besarnya tentu menjadi tujuan utama dibentuknya suatu usaha. Laba dapat dijadikan acuan untuk menilai berhasil atau tidaknya pihak manajemen dalam mengelola perusahaan tersebut. Selain itu, laba yang diperoleh akan berpengaruh untuk kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Menurut Kristianti (2021:64), “laba merupakan selisih yang bernilai positif antara pendapatan dan beban yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan maupun non operasional perusahaan selama satu periode tertentu”.

Menurut Nafarin (2017:5) menyatakan bahwa pengertian laba (*income*) adalah sebagai berikut:

Laba (*income*) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa laba mengindikasikan profitabilitas perusahaan yang berasal dari perbedaan antara pendapatan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan pada periode tertentu.

2.4.3 Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan suatu rancangan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh laba, perencanaan laba memuat langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama suatu perusahaan karena laba memiliki selisih antara pendapatan yang diterima (dari penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh penjualan.

Terkait perencanaan, terdapat hal-hal apa saja yang akan dilakukan di masa yang akan datang. Desain yang menghasilkan desain, yang menjadi pedoman bagi pihak manajemen dalam menjalankan kegiatannya. Keuntungan diperoleh jika harga barang lebih tinggi dari pokok, sebaliknya kerugian akan terjadi jika pokok lebih tinggi dari harga. Oleh karena itu perencanaan laba yang baik sangat penting dalam manajemen.

Untuk tumbuh dan berkembang secara sehat, akuntan manajemen memegang peranan penting bagi perusahaan. Akuntan harus mampu menghitung keuntungan optimal dengan sumber optimal dengan pengorbanan sumber yang efisien. Setidaknya untuk tujuan jangka pendek, akuntan manajemen harus mampu meletakkan prinsip-prinsip yang kokoh mengenai jumlah pengeluaran dan penjualan yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian dan juga tidak memperoleh keuntungan. Secara teknis, keadaan ini disebut posisi *break event point*.

Selanjutnya, dalam jangka panjang, akuntan manajemen harus mampu memberikan informasi mengenai struktur biaya dan volume penjualan produksi agar perusahaan mencapai tingkat pertumbuhan yang stabil dan berkembang. Oleh karena

itu, keahlian dalam struktur dan perilaku biaya dan pendapatan harus diakui secara profesional oleh akuntan manajemen. Menurut Ismar (2017:8), tugas dan tanggung jawab seorang akuntan harus bergeser ke analisis strategis untuk keberhasilan perusahaan, perencanaan laba atau penganggaran memiliki manfaat bagi perusahaan, yaitu:

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi antar sesama manajer.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama dari setiap tingkatan manajemen.
5. Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

2.4.4 Perencanaan Laba Jangka Pendek

Menurut Rachel Tangerang, dkk (2018) menyatakan bahwa pengertian perencanaan laba jangka pendek ialah sebagai berikut:

Perencanaan laba jangka pendek merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manajemen dalam proses penyusunan anggaran perusahaan. Setiap manajemen dalam perusahaan selalu menemui kondisi dimana mereka mendapatkan pertanyaan “*what if*” dalam proses penyusunan anggaran atau apa yang akan terjadi jika manajemen memilih sesuatu.

Oleh karena 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. Dampak terhadap laba bersih menjadi salah satu hal penting yang harus dipertimbangkan oleh manajemen dalam proses penyusunan anggaran untuk pengambilan keputusan usulan kegiatan.

2.5 Pengertian dan Pengklasifikasian Biaya

2.5.1 Pengertian Biaya

Dalam menganalisa sebuah perencanaan laba, salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dengan sangat hati-hati karena biaya mempunyai pengaruh cukup besar terhadap tingkat laba yang akan diperoleh perusahaan. Dalam setiap aktivitas perusahaan tidak akan terlepas dari pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan usaha.

Menurut Mulyadi (2015:8), “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Menurut Siregar (2018:23), “biaya (*expense*) adalah barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan”. Menurut Carter (2015:30), “biaya sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan, yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat”.

Dari beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan yang biasanya berupa kas untuk memperoleh manfaat dalam satu periode akuntansi. Biaya berpengaruh secara langsung terhadap tingkat keuntungan perusahaan karena dalam setiap aktivitas usaha tidak terlepas dari pengorbanan yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan usaha.

2.5.2 Pengklasifikasian Biaya

Pengklasifikasian biaya merupakan tahap pertama dalam melakukan analisis *Break Even Point* (BEP). Biaya diklasifikasikan agar memudahkan untuk melakukan perencanaan. Pengklasifikasian sangat penting karena bisa memisahkan mana biaya yang bertambah seiring meningkatnya volume produksi dan biaya mana yang tetap walaupun volume produksi berubah. Menurut Mulyadi (2015:14), berdasarkan perilaku biaya tersebut maka biaya dapat digolongkan menjadi tiga yaitu:

1. Biaya Variabel
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
2. Biaya Semivariabel
Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan

perubahan volume kegiatan,

3. Biaya Tetap

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

Berdasarkan pengertian dan klasifikasi biaya diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mempermudah melakukan perencanaan sebaiknya dilakukan pengklasifikasian biaya. Klasifikasi biaya yang dilakukan yaitu biaya variabel, biaya semivariabel dan biaya tetap.

2.5.3 Biaya Bersama

Biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk suatu produksi dapat diartikan sebagai harga pokok dari produk itu sendiri. Apabila selama proses produksi dihasilkan lebih dari satu produk maka biaya tersebut disebut dengan biaya bersama (*joint cost*) yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk-produk yang bersangkutan.

Menurut Mursyidi (2010:159), “biaya bersama (*joint cost*) atau dikenal juga dengan biaya produksi bersama (*joint production cost*) adalah biaya produksi yang terdiri dari bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang sama dalam satukali proses produksi menghasilkan berbagai jenis produk utama”.

Jenis-jenis produk yang dihasilkan tersebut dapat dibedakan berdasarkan kualitas, bentuk fisik, sifat, dan lain sebagainya, sedangkan menurut Raiborn dan Michael (2011:64), “biaya yang dikeluarkan untuk bahan, tenaga kerja, dan kelebihan selama proses bersama disebut sebagai biaya bersama (*joint cost*) dari proses produksi”.

Menurut Surjadi (2013:66), “produk bersama (*joint product*) adalah dua produk atau lebih yang diproduksi secara serentak dengan serangkaian proses atau dengan proses gabungan”. Jumlah dan harga jual tiap-tiap produk bersama ini relatif sama sehingga tidak ada dari produk-produk yang dihasilkan tersebut dianggap sebagai produk utama (*main product*) ataupun produk sampingan. Karakteristik *joint product* yaitu, produk bersama atau *co-product* merupakan tujuan utama kegiatan produksi, harga jual produk bersama atau *co-product* relatif tinggi bila

dibandingkan dengan produk sampingan yang dihasilkan pada saat bersama, dalam mengelola produk bersama tertentu, produsen tidak dapat menghindarkan diri untuk menghasilkan semua jenis produk bersama, jika ia memproduksi hanya salah satu di antara produk bersama tersebut.

Menurut Mursyidi (2010:36), “penentuan harga pokok produksi yaitu untuk masing-masing jenis produk yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi dapat dilakukan dengan cara alokasi, dengan menggunakan salahsatu dari metode-metode yang ada”. Salah satunya dengan menggunakan metode rata-rata biaya per satuan, alokasi biaya bersama dengan metode rata-rata biaya satuan dapat digunakan apabila berbagai jenis produk dapat dihasilkan dalam satu proses produksi yang sama dan mempunyai ukuran yang sama atau dapat dipersamakan. Rumus untuk memperoleh alokasi biaya bersama dengan metode rata-rata biaya per satuan yaitu, alokasi biaya bersama sama dengan biaya per unit dikali jumlah unit dari tiap produk yang diproduksi (biaya per unit sama dengan total biaya tiap produk dibagi total jumlah unit yang diproduksi).

Menurut Surjadi (2013:48), “biaya bersama untuk mengetahui harga pokok produksi pada perusahaan yang menghasilkan produk bersama, perlu diketahui dasar alokasi biaya bersama pada setiap produk baik jumlah persatuan maupun secara keseluruhan”. Hal ini penting dilakukan karena manajemen biasanya ingin mengetahui besarnya kontribusi tiap-tiap produk bersama tersebut terhadap seluruh penghasilan perusahaan, dengan demikian perusahaan dapat mengetahui dari beberapa produk yang dihasilkan tersebut, jenis mana yang menguntungkan atau jenis apa yang perlu didorong pemasarannya.

2.6 Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Hasil dari analisa *Break Even Point* mengenai tingkat penjualan minimum agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Jika hasil penjualan pada *Break Even Point* tersebut dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan oleh perusahaan maka akan diperoleh informasi mengenai seberapa jauh volume penjualan boleh

turun sehingga tidak mengalami kerugian.

Menurut Salman dan Farid (2017:162), “*margin of safety* adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan atas volume penjualan impas”. Dengan marjin ini, perusahaan dapat menentukan seberapa banyak penjualan boleh diturunkan agar tidak menderita kerugian.

Menurut Rachmina dan Sari (2017:142), “margin keamanan adalah jumlah kelebihan dari penjualan yang dianggarkan (aktual) di atas titik impas volume penjualan”. Margin keamanan menjelaskan seberapa besar jumlah pendapatan dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. *Margin of safety* merupakan elemen untuk mengukur tingkat keamanan penjualan perusahaan. Selain memberikan informasi seberapa jauh penurunan realisasi penjualan terhadap perencanaan penjualan sehingga perusahaan tidak rugi, margin keamanan akan digunakan manajer dalam menilai suatu risiko dari kegiatan operasi perusahaan yang dijalankan dan risiko rencana operasi yang akan datang.

Rumus perhitungan *margin of safety* menurut Salman dan Farid (2017:162) adalah sebagai berikut:

1. Dinyatakan dalam unit

$$\text{Margin of Safety (MOS)} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan BEP}$$

2. Dinyatakan dalam presentase

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