

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Manajemen

2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Pihak-pihak yang mempunyai kepentingan terhadap perkembangan suatu perusahaan sangat memerlukan informasi akuntansi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut baik didalam maupun diluar perusahaan, akuntansi dibagi menjadi dua jenis. Jenis akuntansi yang memberikan informasi kepada pihak intern perusahaannya itu akuntansi manajemen, sedangkan jenis akuntansi yang memberikan informasi kepada pihak diluar perusahaan yaitu akuntansi keuangan.

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

Menurut Kholimi (2019: 1) "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".

Menurut Siregar (2018: 1) “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”.

Berdasarkan definisi para ahli diatas dapat diartikan bahwa akuntansi manajemen merupakan cabang ilmu akuntansi yang menjadi bagian integral dari fungsi manajerial yang dapat memberikan informasi keuangan dan non keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan strategi organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

2.1.2 Tujuan Akuntansi Manajemen

Menurut Wicaksono (2023: 38-39) Tujuan akuntansi manajemen adalah untuk menyediakan informasi keuangan yang relevan dan akurat kepada manajemen untuk membantu mereka dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. Tujuan akuntansi manajemen meliputi:

1. Pengumpulan data keuangan: Tujuan pertama akuntansi manajemen adalah untuk mengumpulkan data keuangan yang berkaitan dengan aktivitas operasional bisnis. Hal ini mencakup biaya produksi, pengeluaran operasional, investasi, dan sumber pendapatan.
2. Pengolahan data keuangan: Tujuan kedua akuntansi manajemen adalah untuk memproses data keuangan tersebut agar menjadi informasi yang bermanfaat bagi manajemen. Proses pengolahan meliputi analisis biaya, analisis profitabilitas, dan permasalahan keuangan.
3. Penyajian informasi keuangan: Tujuan ketiga akuntansi manajemen adalah untuk menyajikan informasi keuangan dalam bentuk laporan yang dapat dimengerti dan mudah diakses oleh manajemen. Laporan keuangan dapat disajikan dalam berbagai format, seperti laporan biaya, laporan laba rugi, dan laporan neraca.
4. Pengambilan keputusan: Tujuan terakhir akuntansi manajemen adalah untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. Informasi keuangan yang disajikan melalui laporan keuangan dapat membantu manajemen dalam membuat keputusan yang tepat, seperti menentukan harga produk, mengatur biaya produksi, menentukan investasi yang tepat, dan merencanakan strategi bisnis. Contohnya, laporan biaya produksi dapat membantu manajemen dalam menentukan harga jual produk yang sesuai dan mengoptimalkan keuntungan.
5. Memfasilitasi perencanaan bisnis: Akuntansi manajemen juga dapat membantu manajemen dalam merencanakan strategi bisnis yang optimal. Contohnya, analisis biaya dapat membantu manajemen dalam menentukan jenis produk apa yang harus diproduksi dan bagaimana mengatur produksi agar efisien.
6. Membantu dalam pengendalian bisnis: Akuntansi manajemen dapat membantu manajemen dalam mengendalikan operasional bisnis dan mengoptimalkan kinerja perusahaan. Contohnya, laporan neraca dapat membantu manajemen dalam menentukan bagaimana mengalokasikan sumber daya yang tersedia dan mengendalikan pengeluaran.
7. Memfasilitasi evaluasi kinerja bisnis: Tujuan akuntansi manajemen juga termasuk evaluasi kinerja bisnis dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Contohnya, laporan laba rugi dapat membantu manajemen dalam mengetahui laba atau rugi yang dihasilkan dalam periode tertentu dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Untuk menjamin lancarnya kegiatan operasional, setiap perusahaan mengeluarkan sejumlah dana tiap harinya untuk berbagai kebutuhan, yang disebut sebagai biaya. Secara mudah dalam proses perdagangan atau sebuah transaksi, biaya merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan atau

perorangan untuk membuat produk atau jasa. Itu semua menyangkut hal yang memiliki nilai seperti biaya produksi, biaya perawatan dan sebagainya. Karena itu, biaya ini akan dijadikan pertimbangan dalam menentukan harga jual produk tersebut.

Menurut Dunia, Abdullah dan Sasongko (2020: 22) “Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan.

Menurut Purwanji, Dkk (2018: 10) menyatakan 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. Sementara beban adalah pengorbanan sumber daya atau pemanfaatan biaya dalam upaya untuk memperoleh penghasilan.

Berdasarkan definisi biaya menurut para ahli dapat diartikan biaya merupakan suatu pengorbanan yang harus dilakukan untuk melaksanakan suatu proses produksi yang dinyatakan dengan satuan uang sesuai harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi ataupun yang akan terjadi bertujuan untuk memperoleh manfaat lebih dari aktivitas yang dilakukan.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Sebagian besar keputusan yang diambil manajemen memerlukan informasi biaya yang didasarkan perilakunya. Oleh sebab itu perlu diketahui penggolongan atau pengklasifikasikan biaya atas dasar perilakunya. Untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya serta pengambilan keputusan, biaya dapat digolongkan sesuai dengan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

Menurut Pattinaja, dkk (2023: 73-74) berdasarkan hubungannya dengan perubahan volume kegiatan perusahaan, biaya dapat digolongkan menjadi:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya-biaya yang di dalam jarak kapasitas (range of capacity) tertentu totalnya tetap, meskipun volume kegiatan perusahaan berubah-ubah. Sejauh tidak melampaui kapasitas, biaya tetap total tidak dipengaruhi oleh besar- kecilnya volume kegiatan perusahaan. Contoh biaya tetap antara lain: gaji tetap pimpinan perusahaan, penyusutan aktiva tetap yang dihitung dengan metode garis lurus dan sebagainya.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang totalnya selalu berubah secara proposional (sebanding) dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Besar-kecilnya total biaya variabel dipengaruhi oleh besar-kecilnya volume produksi/penjualan secara proposional. Contoh jenis biaya ini antara lain: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, sebagian biaya overhead pabrik (seperti: penyusutan aktiva tetap pabrik yang dihitung berdasarkan jumlah unit produksi), komisi penjualan yang ditentukan berdasarkan persentase tertentu dari hasil penjualan dan sebagainya.

3. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya-biaya yang totalnya selalu berubah tetapi tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Berubahnya biaya ini tidak dalam tingkat perubahan yang konstan. Biaya ini dapat dikelompokkan pada yang tingkat perubahannya semakin tinggi dan yang tingkat perubahannya semakin rendah. Dalam biaya semi variabel ini terkandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

Menurut Fransiskus (2023: 368-369) Klasifikasi Biaya Berdasarkan Kegiatan Operasional. Setiap kegiatan perusahaan, pastinya membutuhkan dana untuk menunjang kelancaran aktivitas, yang dikenal dengan istilah biaya operasional. Klasifikasi biaya berdasarkan kegiatan operasional akan dijelaskan berikut ini.

1. Biaya Produksi Berdasarkan kegiatan operasional, poin pertama klasifikasi biaya adalah biaya produksi. Singkatnya, pengertian biaya produksi adalah pengeluaran perusahaan untuk memproduksi barang/jasa agar bisa dijual dengan harga tertentu. Dalam operasional perusahaan, biaya produksi merupakan salah satu jenis biaya dengan nominal terbesar. Terdapat berbagai jenis biaya produksi, misalnya biaya bahan baku, tenaga kerja, pengemasan, dan sebagainya.
2. Biaya tenaga kerja langsung adalah salah satu jenis biaya produksi yang dibayarkan pada SDM berkaitan langsung dengan pembuatan barang/jasa. Cara pembayarannya bisa tetap setiap bulan atau berdasarkan jumlah satuan produksinya. Yang termasuk dalam tenaga kerja langsung misalnya petugas produksi.
3. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Poin ketiga klasifikasi biaya berdasarkan kegiatan operasional adalah biaya tenaga kerja tidak langsung. seperti bagian pemasaran, personalia, satpam, dan sebagainya. Dalam konteks ini, pembayaran biaya adalah sesuatu yang umumnya dilakukan perusahaan tiap bulan, bukan berdasarkan satuan produksi.
4. Biaya Penyusutan merupakan biaya yang nilainya semakin berkurang dari waktu ke waktu karena manfaat atau kualitas aktiva tersebut menurun. Contohnya biaya mesin-mesin pabrik yang terus digunakan akan menurun kualitasnya, sehingga periode mendatang harus membeli baru lagi. Kalaupun dijual, harganya di bawah harga beli.
5. Biaya perawatan juga penting dalam mendukung aktivitas perusahaan. Jenis biaya ini dikeluarkan dalam rangka menjaga dan mempertahankan

aktiva atau hal pendukung produktivitas. Misalnya, biaya perawatan mesin-mesin, biaya service. dan sebagainya.

Menurut Riwayadi (2019: 103) menyatakan bahwa terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk memilah biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel, yaitu:

1. Metode Biaya Berjaga (Standby Cost Method)
Biaya berjaga (standby cost) merupakan biaya tetap yang diperoleh karena menghentikan kegiatan operasional sementara waktu. Biaya yang masih muncul selama kegiatan operasional dihentikan disebut biaya berjaga.
2. Metode Titik Tertinggi dan Titik Terendah (High and Low Point Method)
Sesuai dengan nama metodenya, pemilahan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel dengan metode titik terendah dan tertinggi dilakukan dengan melihat aktivitas tertinggi dan terendah.
3. Metode Diagram Pencar (Scattergram atau Visual Fit Method)
Dalam metode ini, pemilihan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel dilakukan dengan menempatkan semua nilai yang diperoleh dari observasi ke dalam grafik. Selanjutnya, ditarik garis yang mewakili semua titik yang terdapat di grafik. Penarikan garis ini dilakukan secara visual. Oleh karena itu, metode diagram pencar disebut juga metode penarikan garis secara visual (visual fit method).
4. Metode Kuadrat Terkecil (Least Squares Method)
Metode ini lebih rumit dibandingkan dengan dua metode yang sebelumnya tetapi metode ini memberikan hasil yang akurat. Metode kuadrat terkecil menarik garis biaya dengan menggunakan statistik.

2.3 Break Even Point atau Titik Impas

2.3.1 Pengertian Break Even Point

Analisis titik impas atau analisis pulang pokok atau dikenal dengan nama analisis *Break Even Point* (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis titik impas sering juga disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*). Analisis ini biasanya lebih sering digunakan apabila perusahaan ingin mengeluarkan suatu produk baru. Artinya, dalam memproduksi produk baru tentu berkaitan dengan masalah biaya yang harus dikeluarkan. Kemudian penentuan harga jual serta jumlah barang atau jasa yang akan diproduksi atau dijual ke konsumen, baik dalam unit maupun rupiah.

Menurut Utari, Dkk (2016: 85) Analisis *Break Even Point* atau analisis *cost volume profit* adalah alat untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yang sangat penting karena ia menekankan pada saling ketergantungan antara

biaya, unit yang terjual dan harga. *Break Even Point* adalah titik impas dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian.

Menurut Rusdiana (2021: 277) *Break Even Point*, pada suatu perusahaan adalah suatu keadaan dimana perusahaan dalam operasinya tidak memperoleh laba dan juga tidak mengalami kerugian atau dengan kata lain total pengeluaran biaya sama nilainya dengan total hasil penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi.

Dari definisi pengertian *Break Even Point* dari beberapa para ahli, dapat diartikan *break even point* ialah suatu metode atau alat untuk menentukan output suatu perusahaan ketika tidak menguntungkan dan juga tidak menimbulkan kerugian. dapat menyimpulkan. Mengetahui titik impas membantu manajemen. perusahaan menentukan berapa kapasitas produksi yang harus dijual untuk menghindari terjadinya kerugian dan bagaimana memadukan produk untuk mencapai keuntungan yang maksimal.

2.3.2 Tujuan dan Manfaat *Break Even point* atau Titik Impas

Menurut Hendrayanti (2022: 148) Tujuan analisis titik impas adalah untuk mengetahui tingkat aktivitas dimana pendapatan hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetapnya. Apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah *break even point* dalam perusahaan tersebut. Masalah *break even point* baru muncul apabila suatu perusahaan di samping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

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

1. Alat perencanaan untuk menghasilkan laba.
2. Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
3. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan yang di produksi harga jual dan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga laba rugi perusahaan akan diketahui.
4. Untuk mengetahui jumlah penjualan minimum (dalam unit produk maupun satuan uang) agar perusahaan tidak menderita rugi.
5. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.

6. Mengganti sistem laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan di mengerti.
7. Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan harga jual
8. Sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal berikut:
 - a. Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
 - b. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
 - c. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
 - d. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

Menurut Prastowo (2019:159) keterbatasan analisis *Break Even Point* adalah :

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

2.3.3 Perhitungan *Break Even Point*

Dalam melakukan perhitungan *Break Even Point* (BEP) umumnya harus dihitung menggunakan dengan metode sebagai berikut:

Menurut Hendrayanti (2022: 151-153) terdapat 2 metode perhitungan *break even point* yaitu:

1. *Break even point* atas dasar perunit

$$\text{Titik Impas dalam Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Harga} - \text{Biaya Variabel per Unit})}$$

Keterangan:

Titik Impas dalam Unit : *Break Even Point*

Biaya Tetap

Harga Jual per Unit

Biaya Variabel per Unit : (biaya variabel/jumlah unit terjual)

2. *Break even point* atas dasar rupiah

$$\text{Titik Impas dalam Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(1 - \text{Rasio Biaya Variabel})}$$

Keterangan:

Titik impas dalam Rupiah : *Break Even Point*

Biaya Tetap

Rasio Biaya Variabel : (biaya variabel per unit/harga jual per unit)

2.3.4 *Break Even Point* (BEP) Untuk Multiproduk

Analisis biaya, volume, laba cukup mudah diterapkan dalam produk tunggal. Apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu macam barang, maka analisis break even dapat pula diterapkan untuk seluruh produk yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan dengan menggunakan komposisi penjualan antara produk-produk tersebut harus tetap sama, baik dalam komposisi produksinya maupun penjualannya (product-mix dan sales-mix). Menurut Rochman, dkk (2020 : 137) untuk menentukan besarnya penjualan masing-masing produk agar secara total diperoleh break even, maka dapat digunakan dengan mencari komposisinya. Rumus BEP Multiproduk Menurut Rochman, dkk (2020 : 137) sebagai berikut :

$$\text{Persentase komposisi penjualan tiap produk} = \frac{\text{Jumlah penjualan tiap produk}}{\text{Total penjualan semua produk}} \times 100\%$$

2.4 *Margin of safety* atau tingkat keamanan

2.4.1 Pengertian *Margin of safety* atau tingkat keamanan

Menurut Hendrayanti (2022: 155) *Margin of Safety* (MOS) adalah menyatakan besar margin penjualan yang dapat diturunkan dari angka penjualan yang direncanakan agar perusahaan tidak menderita kerugian.

Menurut Zaroni (2019: 253) Akuntansi manajemen menyediakan alat untuk mengidentifikasi dan menilai risiko melalui penggunaan *margin of safety* dan operating leverage. Pengertian *margin of safety* adalah ekspektasi unit yang dijual atau penjualan yang dapat diraih di atas break-even.

Menurut Kasmir (2016:177) *Margin of safety* atau tingkat keamanan itu sendiri adalah merupakan analisis untuk mengetahui berapa batas aman penjualan.

Berdasarkan definisi *Margin of safety* diatas, dapat diartikan bahwa *Margin of safety* ialah batas unit penjualan yang diharapkan diperoleh di atas titik impas untuk memberikan gambaran kepada manajemen tentang betapa batas penjualan sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian ataupun untuk memperoleh keuntungan.

2.4.2 Perhitungan *Margin of safety* atau tingkat keamanan

Untuk menghitung batas keamanan digunakan suatu rumus yang menurut Kasmir (2016:345) adalah sebagai berikut:

1. *Margin of safety* dari penjualan *Break Even Point*:

$$\text{Margin Of Safety} = \text{Penjualan} - \text{Penjualan Impas}$$

2. Persentase *Margin of safety*

$$\text{Persentase Margin Of Safety} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan Impas}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

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.

2.5 Perencanaan Laba

2.5.1 Pengertian Perencanaan Laba

Setiap keinginan untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan, maka harus diikuti dan dimulai dengan perencanaan yang matang serta kerja keras untuk merealisasikannya. Dalam perencanaan akan disusun hal-hal apa saja yang akan dilakukan ke depan. Perencanaan yang menghasilkan rencana, yang merupakan pedoman bagi manajemen untuk melaksanakan kegiatannya. Oleh karena itu, setiap periode manajemen akan menyusun berbagai rencana yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan ke depan. Penyusunan relevan didasarkan pertimbangan berbagai faktor yang akan mempengaruhinya, seperti hal-hal yang sudah dilakukan sebelumnya, baik kendala atau hambatan yang dihadapi sekarang dan masa yang akan datang.

Menurut Siregar, Dkk (2017:7) Perencanaan (planning) adalah aktivitas yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan metode yang digunakan dalam mencapai tujuan tersebut.

Menurut Koraag dan Ilat (2016:4) menjelaskan bahwa Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan implikasi keuangan yang dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas dan modal kerja untuk jangka panjang juga jangka pendek, perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang.

Menurut Adi Saputro dan Anggraini (2017:180) mengemukakan bahwa Perencanaan Laba adalah gambaran keuangan yang naratif mengenai hasil yang diharapkan dari implememtasi keputusan. Istilah perencanaan laba (anggaran)

digunakan karena secara eksplisit rencana ini menyatakan sasaran dalam kurun waktu dan hasil keuangan yang diharapkan (pengembalian investasi, laba, biaya) untuk setiap bagian perusahaan.

Menurut Adi Saputro dan Anggraini (2017:181) Perencanaan laba atau penganggaran mempunyai manfaat bagi perusahaan yaitu:

1. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan permasalahan
2. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil suatu keputusan
3. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba dan rangsang peran
4. Mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana saling berkaitan.

2.5.2 Perhitungan Perencanaan Laba

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

$$\text{Laba Periode Lalu} = \text{Penjualan} - (\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel})$$

Asumsi persentase laba yang direncanakan dari laba tahun sebelumnya.

Laba yang diinginkan = laba tahun sebelumnya x persentase laba yang diinginkan

$$\text{Biaya Variabel per satuan} = \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Jumlah unit yang terjual}}$$

$$\text{BEP atas dasar satuan} = \frac{\text{Perencanaan Laba} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

Analisis *break even point* dengan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisis *break even point* dan perencanaan laba sama-sama berbicara dalam hal anggaran, atau di dalamnya mencakup anggaran yang meliputi biaya,

harga produk, dan volume penjualan, yang semua itu mengarah ke perolehan laba. Untuk itu dalam perencanaan perlu penerapan atau menggunakan analisis *break even point* untuk perkembangan ke arah masa datang dan perolehan laba.