

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Suatu perusahaan memerlukan informasi tentang akuntansi guna untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam pertumbuhan dan perkembangan perusahaan baik pihak dalam maupun pihak di luar perusahaan, akuntansi terbagi menjadi dua jenis. Jenis akuntansi yang memberikan informasi kepada pihak didalam perusahaan yaitu akuntansi manajemen, jenis akuntansi yang memberikan informasi kepada pihak diluar perusahaan yaitu akuntansi keuangan.

Hariyani (2018) mengemukakan:

Akuntansi manajemen adalah laporan keuangan yang disusun untuk menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak internal perusahaan atau manajemen yang digunakan untuk pengambilan keputusan, informasi tersebut dapat berupa kebijakan-kebijakan yang tidak di publikasikan untuk pihak eksternal.

Menurut Siregar (2018:1):

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

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 masalahmasalah khuisus yang dihadapi suatu organisasi.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen ialah kegiatan mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur serta menganalisis laporan keuangan dan non keuangan yang membantu pekerjaan manajer dalam merencanakan strategi untuk pengambilan keputusan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.2 Pengertian Biaya dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Biaya (cost) tidak sama dengan beban (expense). Biaya adalah sumber daya yang dikorbankan atau dilepaskan untuk mencapai tujuan tertentu. Beban adalah biaya yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan. Semua beban adalah biaya tapi tidak semua biaya adalah beban.

Menurut Mulyadi (2018), “Pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Pengertian biaya menurut Siregar (2018:23) yaitu “Biaya (expense) adalah barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan.” Sedangkan menurut Dunia, Abdullah dan Sasongko (2018:22) “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”. Biaya biasanya tercermin dalam laporan posisi keuangan sebagai aset perusahaan.

Berdasarkan pengertian diatas, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh barang atau jasa yang akan memberikan manfaat sekarang atau dimasa yang akan datang.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

a. Biaya Tetap (fixed cost)

Menurut Hariyani (2018: 14) “Biaya Tetap (fixed cost) biaya yang jumlahnya tetap atau konstan yang tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu”. Sedangkan Menurut Samryn, (2020) “Biaya tetap adalah biaya yang konstan secara total sekalipun terjadi perubahan tingkat aktivitas dalam suatu kisaran relevan tertentu”.

Berdasarkan uraian diatas, biaya tetap adalah biaya yang selalu tetap secara keseluruhan dalam kisar volume kegiatan tertentu tanpa terpengaruh tingkat aktivitas.

b. Biaya Variabel (variable cost)

Menurut Hariyani (2018: 14) “Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan tingkat perubahan volume kegiatan atau aktivitas”.

Menurut Ahmad (2018) :

1. Total biaya variabel berubah proporsional dengan perubahan volume/kapasitas, makin besar kapasitas yang digunakan semakin besar pula total biaya variabel, demikian pula sebaliknya.
2. Per unit biaya berubah (variabel) konstan/tetap. Misalnya biaya bahan langsung, contoh dimuka biaya pemakaian bahan langsung, bensin, olie yang dihitung dan tergantung kilometer yang ditempuh.

Menurut Mulyadi, (2018) “Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan, biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel”.

Berdasarkan pengertian diatas, biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas secara bervariasi.

c. Biaya Semi Variabel

Menurut Hariyani (2018: 14) “Biaya Semi Variabel adalah biaya yang didalamnya mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel”. Menurut Mulyadi, (2018) “Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan, biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel”.

Berdasarkan pengertian diatas, Biaya Semi Variabel adalah biaya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume aktivitas yang terdiri atas dua elemen biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

2.3 Analisis Cost Volume Profit/Break Even Point

2.3.1 Pengertian Analisis Cost Volume Profit

Analisis Break Even adalah suatu teknik menganalisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan, oleh karena, analisis tersebut mempelajari hubungan antara biaya keuntungan dan volume kegiatan, maka analisis tersebut sering disebut "cost volume profit analisis" (CPV analisis). Salah satu analisis perencanaan keuangan adalah analisis cost-

volume-profit. Namun banyak orang lebih senang menggunakan istilah break even point (BEP).

Garison, dkk (2018:34) dalam buku Akuntansi Manajemen mengungkapkan bahwa “analisis cost-volume-profit seringkali diartikan sebagai analisis titik impas. Hal ini sangat disayangkan karena analisis break even point hanyalah satu elemen dalam analisis cost-volume-profit walaupun merupakan elemen yang penting”.

Pada dalam buku yang sama Garison, dkk (2018:322) mengungkapkan bahwa analisis-volume-profit merupakan alat bantu untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume dan laba dalam organisasi dengan memfokuskan pada interaksi antara lima elemen yaitu:

1. Harga produk
2. Volume atau tingkat aktivitas
3. Biaya variabel per unit
4. Total biaya tetap
5. Bauran produk yang dijual

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis cost volume profit merupakan alat yang dapat digunakan manajemen untuk mengetahui hubungan antara harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba.

2.3.2 Asumsi Analisis Cost Volume Profit

Asumsi Analisis cost volume profit menurut Garison, dkk (2018:325) ada beberapa asumsi dasar yang digunakan dalam menganalisis cost volume profit yaitu:

1. Harga jual konstan dalam cakupan yang relevan, Harga jual produk atau jasa ringan berubah meskipun volumenya berubah.
2. Biaya bersifat linier dalam rentang cakupan yang relevan dan dapat dibagi secara akurat ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel. Elemen biaya variabel per unit konstan dan elemen total biaya tetap juga konstan dalam cakupan yang relevan.
3. Dalam perusahaan dengan multi produk, bauran penjualannya tetap.
4. Dalam perusahaan manufaktur, persediaan tidak mengalami perubahan
5. Unit yang diproduksi sama dengan unit yang terjual.

Mengikuti asumsi yang telah dipaparkan, analisis cost volume profit memiliki asumsi harga jual konstan, unit yang digunakan adalah unit yang terjual

serta melakukan klasifikasi biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel terlebih dahulu.

2.3.3 Pengertian Titik Impas (Break Even Point)

Analisis break even point sering digunakan dalam menganalisis keuangan perusahaan, dimana dalam teknik ini mencoba mencari dan menganalisis aspek hubungan besarnya investasi dan besarnya volume rupiah yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba tertentu.

Menurut Septiana, (2018) menyatakan bahwa: “Analisis break even point merupakan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan, dan volume aktivitas”.

Menurut Kasmir (2018:332) :

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 disebut analisis perencanaan laba (profit planning). Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya. Atau perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak rugi, atau sama dengan nol. Manfaat lain analisis titik impas adalah untuk membantu manajer mengambil keputusan dalam hal aliran kas, jumlah permintaan produksi dan penentuan harga suatu produk tertentu. Intinya kegunaan analisis ini adalah untuk menentukan jumlah keuntungan pada berbagai tingkat penjualan.

Menurut Krismiaji dan Aryani (2019):

Titik impas adalah sebuah titik atau kondisi dimana jumlah pendapatan penjualan sama dengan jumlah biaya. Dengan demikian pada titik ini perusahaan tidak memperoleh laba, namun juga tidak menderita rugi (laba = 0).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Analisis titik impas adalah titik jumlah pendapatan dan jumlah beban sama, titik laba sama dengan nol.

2.3.4 Kegunaan Titik Impas (Break Even Point)

Menurut Kasmir (2018:334), penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa manfaat yang dari analisis break even point, yaitu:

1. Mendisain spesifikasi produk.
2. Menentukan harga jual persatuan

3. Menentukan target penjualan dan penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
4. Memaksimalkan jumlah produksi dan penjualan.
5. Merencanakan laba yang diinginkan.
6. Tujuan lainnya.

Menurut Maruta (2018) break even point amatlah penting jika kita membuat sebuah usaha agar kita tidak mengalami kerugian. 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 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

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan kegunaan Break Even Point yaitu berguna untuk menentukan harga jual persatuan, menentukan jumlah produksi agar tidak mengalami kerugian, memaksimalkan produksi mendapatkan laba yang diinginkan serta berfungsi sebagai bahan pengambilan keputusan.

2.3.5 Kelamahan Break Even Point

Banyaknya asumsi merupakan salah satu kelamahan yang mendasari titik impas akan tetapi asumsi-asumsi harus dilakukan agar analisis ini dapat dilakukan

secara tepat dan cepat. Para manager menganggap asumsi ini harus dilakukan dan ini merupakan salah satu keterbatasan analisis titik impas.

Menurut Kasmir (2018:338) asumsi-asumsi dan keterbatasan analisis titik impas adalah sebagai berikut:

- Biaya dalam analisis titik impas, hanya digunakan dua macam biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Oleh karena itu, kita harus memisahkan dulu komponen antara biaya tetap dan biaya variabel. Artinya mengelompokkan biaya tetap disatu sisi dan mengelompokkan biaya variabel disisi lain. Hal ini secara umum untuk memisahkan kedua biaya ini relatif sulit karena ada biaya yang tergolong semi variabel dan tetap. Memisahkan biaya ini dapat dilakukan melalui dua pendekatan sebagai berikut. 1) Pendekatan analisis, yaitu kita harus meneliti setiap jenis dan unsur biaya yang terkandung satu per satu dari biaya yang ada beserta sifat-sifat biaya tersebut. 2) Pendekatan historis. Pendekatan ini yang harus dilakukan adalah memisahkan biaya tetap dan variabel berdasarkan angka-angka dan data biaya masa lampau.
- Biaya tetap (fixed cost) merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batas tertentu). Artinya kita menganggap biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu saja, biasanya kapasitas produksi yang dimiliki. Namun, untuk kapasitas produksi bertambah, biaya tetap juga menjadi lain. Contoh biaya tetap adalah seperti gaji, penyusutan aktiva tetap, bunga sewa atau biaya kantor, dan biaya tetap lainnya.
- Biaya variabel (variabel Cost) merupakan biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Artinya asumsi kita biaya variabel berubah-ubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Hal ini sulit terjadi dalam praktiknya karena dalam penjualan jumlah besar akan ada potongan-potongan tertentu, baik yang diterima maupun diberikan perusahaan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, upah buruh langsung, dan komisi penjualan biaya variabel lainnya.
- Tidak ada perubahan harga jual artinya diasumsikan harga jual persatuan tidak dapat berubah selama periode analisis. Hal ini bertentangan dengan kondisi yang sesungguhnya, dimana harga jual dalam satu periode dapat berubah-ubah seiring dengan perubahan biaya-biaya lainnya yang berhubungan langsung dengan produk maupun tidak.

Berdasarkan uraian diatas, jika salah satu unsur saja berubah maka hasil dari analisis break even point 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.

2.3.6 Metode perhitungan Break Even Point

Analisis Break Even Point dengan Pendekatan Matematis Berdasarkan rumus Garrison, dkk. (2018), perhitungan Break Even Point sebagai berikut:

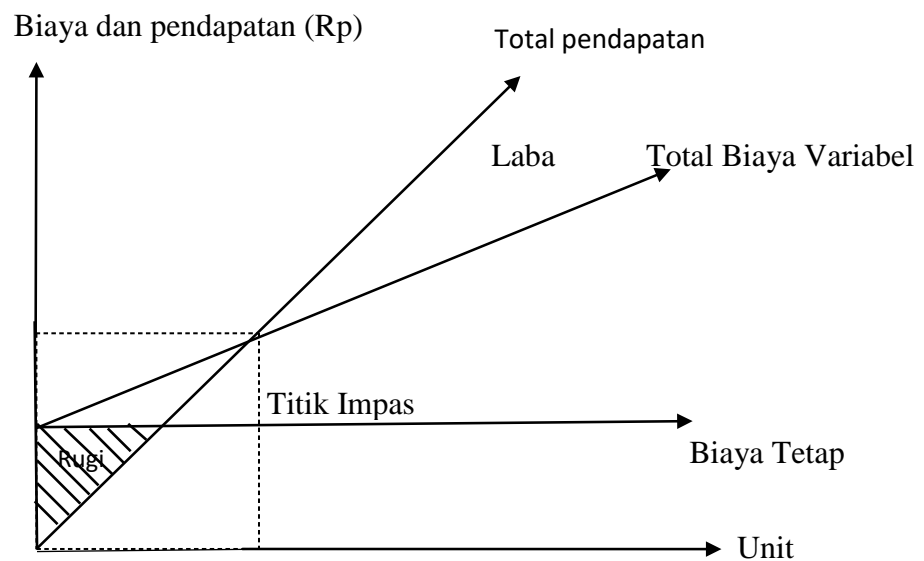
$$\text{Biaya Variabel per Satuan} = \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Jumlah Unit yang Terjual}}$$

$$\text{BEP atas Dasar Satuan} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Satuan} - \text{Biaya Variabel per Satuan}}$$

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

Analisis *Break Even Point* dengan Pendekatan Grafis

Rumus *Break Even Point* yang kedua yaitu pendekatan grafis yang digambarkan dengan suatu grafik yang disebut bagan impas dan menjelaskan hubungan antara volume penjualan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan laba. 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, (2018) dapat dilihat pada gambar 2.1



Sumber Kasmir (2018)

Gambar 2. 1
Grafik Break Even Point

Keterangan:

- Sumbu X menggambarkan besarnya volume produksi atau penjualan
- Sumbu Y menggambarkan besarnya biaya dan penghasilan penjualan
- Pembuatan garis penjualan dilakukan dengan cara sebagai berikut:
 - Pada volume penjualan yang sama dengan nol dan pendapatan sama dengan nol
 - Garis lurus kemudian ditarik menghubungkan titik X- 0 dan Y-0
- pembuatan garis tetap dilakukan karena biaya tetap dan volume penjualan berapapun tidak mengalami perubahan dalam kapasitas tertentu.
- impas adalah terletak pada titik potong garis pendapatan penjualan dengan garis biaya.
- daerah sebelah kiri titik impas, yaitu bidang diantara garis total biaya dengan garis pendapatan penjualan merupakan daerah rugi, karena pendapatan penjualan lebih rendah dari total biaya. Sedangkan daerah sebelah kanan titik impa, yaitu bidang diantara pendapatan penjualan dengan garis total biaya merupakan daerah laba, karena pendapatan penjualan lebih tinggi dari total biaya.

Analisis Break Even Point dengan pendekatan Margin Kontribusi

Margin Kontribusi (*Contribution Margin*) adalah jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel. Mencari nilai titik impas dengan

metode margin kontribusi yaitu jumlah biaya tetap harus dibagi dengan margin kontribusi yang dihasilkan oleh setiap unit yang terjual.

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

$$\text{BEP (Q)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi per Unit}}$$

2.3.7 Asumsi-Asumsi *Analisis Break Even Point*

Analisis Break Even Point membutuhkan asumsi tertentu sebagai dasarnya. Asumsi-asumsi ini menurut Adisaputro (2007:95) adalah:

1. Bahwa biaya pada berbagai tingkat kegiatan dapat diperkirakan jumlahnya secara tepat. Dengan demikian perubahan tingkat produksi dapat dijabarkan menjadi perubahan tingkat biaya.
2. Biaya yang diperkirakan itu dapat dipisahkan mana yang bersifat variabel dan mana yang merupakan beban tetap. Analisa break even hanya dapat dihitung bilamana sebagian biaya merupakan beban tetap.
3. Tingkat penjualan sama dengan tingkat produksi, artinya apa yang diproduksi dianggap terjual habis. Dengan demikian tingkat persediaan barang jadi tidak mengalami perubahan atau perusahaan sama sekali tidak menyediakan stock barang jadi.
4. Harga jual produk perusahaan pada berbagai tingkat penjualan tidak mengalami perubahan.
5. Efisiensi perusahaan pada berbagai tingkat kegiatan juga tidak berubah.
6. Perusahaan dianggap seakan-akan hanya menjual satu macam produk akhir. Bilamana dalam kenyataannya produk yang dibuat lebih dari satu macam, maka sales mix dipertahankan tetap sama.

2.4 *Break Even Multiproduk*

Bagi perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk maka dapat menggunakan break event multi produk dengan menghitung bauran penjualan terlebih dahulu. BEP multiproduk dengan BEP untuk satu jenis produk memiliki perbedaan dalam perhitungannya. Meskipun memiliki banyak jenis produk yang dipasarkan, perusahaan tetap dapat menghitung titik break even point yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian.

Menurut Kadim (2017) untuk mencari BEP dari dua atau lebih produk maka perhitungannya agak berbeda dengan cara mencari BEP satu jenis produk karena adanya variable operating cost dan harga jual per unit yang berbeda dari masing-

dari masing- masing jenis produk, disamping itu tingkat BEP baru dapat dihitung apabila terlebih dahulu diketahui komposisi penjualan dari masing-masing tersebut. Pertama harus menyiapkan laporan laba rugi terlebih dahulu untuk mempermudah menghitung BEP, berikut ilustrasi laporan laba ruginya.

Keterangan	Produk A	Produk B	Total
Penjualan	xxx	xxx	xxx
Biaya variabel	(xxx)	(xxx)	(xxx)
Margin kontribusi	xxx	xxx	xxx
Biaya tetap langsung	(xxx)	(xxx)	(xxx)
Laba produk	xxx	xxx	xxx
Biaya tetap bersama			(xxx)
Laba sebelum pajak			xxx

Setelah mengetahui laba rugi maka bisa menghitung BEP multiproduk untuk pendekatan dalam unit.

- Pendekatan Titik Impas dalam Unit

$$\text{Titik impas} = \frac{\text{Biaya tetap langsung}}{\text{Harga} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

$$\text{Paket impas} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

Selanjutnya mencari bauran penjualan untuk nantinya digunakan untuk mencari nilai paket impas.

Produk	Harga Jual Per Unit	Biaya Variabel Per unit	Margin Kontribusi Per Unit	Bauran Penjualan	Margin Kontribusi Per Paket
Produ A	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Produk B	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Paket Total					xxx

Setelah mencari nilai BEP Unit maka selanjutnya mencari nilai BEP Rupiah, tapi terlebih dahulu harus membuat laporan laba ruginya.

Penjualan	xxx
Biaya variabel	(xxx)
Margin kontribusi	xxx
Biaya tetap bersama	(xxx)
Laba sebelum pajak	xxx

- Pendekatan Titik Impas dalam Rupiah Penjualan

$$\text{Penjualan impas} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Berdasarkan rumus yang dikemukakan diatas, maka dapat dilihat bahwa rumus perhitungan tersebut digunakan untuk menghitung break event perusahaan yang memproduksi atau menjual lebih dari satu jenis produk.

2.5 Tingkat Keamanan (*Margin of Safety*)

2.5.1 Pengertian Tingkat Keamanan (*Margin of Safety*)

Menurut Kasmir (2019). “Tingkat kewanan (*margin of safety*) merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas”. Hubungan atau selisih penjualan yang dianggarkan atau tingkat penjumlahan tertentu dengan penjualan titik impas disebut dengan batas keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan.

Menurut Garrison, dkk. (2018:225) :

Margin of safety adalah kelebihan dari nilai penjualan dalam dolar yang dianggarkan atau aktual di atas titik impas nilai penjualan dalam dolar. Batas keamanan merupakan jumlah penjualan yang dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. Makin tinggi batas keamanan, makin rendah risiko untuk tidak mencapai titik impas.

Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa apabila hasil penjualan pada tingkat *break even point* dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan atau pada tingkat penjualan tertentu, maka akan diperoleh informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. Selisih antara penjualan yang dianggarkan dengan penjualan pada tingkat *break even point* merupakan tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penjualan.

2.5.2 Perhitungan Tingkat Keamanan (*Margin Of Safety*)

Menurut Garrison, dkk. (2018:225) : rumus perhitungan *margin of safety* adalah sebagai berikut:

$$MoS = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Break Even Point}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

Berdasarkan rumus perhitungan *margin of safety* dinyatakan dalam unit, margin keamanan diperoleh dari jumlah keseluruhan penjualan dikurangi dengan penjualan impas, dengan perhitungan tersebut dapat diketahui pada tingkat berapa volume penjualan boleh diturunkan atau harus dinaikkan sedangkan rumus perhitungan *margin of safety* dinyatakan dalam presentase, presentase margin pengaman diperoleh dari margin pengaman yang telah dihitung dibagi jumlah keseluruhan penjualan dikali 100%, dengan rasio margin pengaman diperoleh informasi semakin tinggi presentase margin pengaman semakin aman tingkat penjualan begitupun sebaliknya.

2.6 Pengertian dan Perencanaan Laba

Pada umumnya berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan diukur dari kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa mendatang. Untuk dapat melihat kemungkinan dan kesempatan di masa mendatang maka dibutuhkan sebuah perencanaan yang baik. Kegagalan dari sebuah perencanaan dapat mengakibatkan sebuah perusahaan mengalami kesulitan keuangan maka sangat diperlukan sebuah perencanaan yang cermat bagi keberhasilan suatu perusahaan.

Menurut Kholmi (2019:2)

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.

Pengertian perencanaan laba 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”. Pendapat lain mengenai perencanaan menurut pendapat

Siregar (2018:7), yaitu “Perencanaan (planning) adalah aktivitas yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan metode yang digunakan dalam mencapai tujuan tersebut.”

Perencanaan ini sesuai dengan penetapannya dengan penetapan tujuan perusahaan dan menentukan tujuan suatu usaha, umumnya manajer lebih menekankan pada kebutuhan akan laba atas tujuan usaha.

2.6.1 Analisis Perencanaan Laba

Analisis perencanaan laba merupakan hal yang penting dalam perusahaan. Analisis target laba adalah memperkirakan volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai target keuntungan/laba yang diinginkan. Menurut Baldric, dkk. (2013:321) untuk menghitung penjualan yang harus dicapai dalam mencapai target laba yaitu:

$$\text{Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

2.6.2 Perencanaan Laba Jangka Pendek

Untuk mengukur berhasil atau tidaknya perusahaan dapat ditinjau dari kemampuan manajemen dalam melihat kesempatan di masa yang akan datang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, sudah menjadi tugas manajemen untuk membuat perencanaan yang pada dasarnya dibentuk untuk membentuk masa depan, yang pada intinya memutuskan berbagai macam alternatif dan perusahaan kebijakan dilaksanakan di masa yang akan datang.

Menurut Adisaputro dan Anggarini (2017: 33):

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 progres perusahaan. Oleh karena itu, laporan rencana dan progress biasanya dibuat bulanan, tiga bulanan atau tahunan.

Menurut Mulyadi (2016) laba dipengaruhi oleh 3 faktor:

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

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.