

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Setiap usaha, baik usaha kecil maupun usaha besar membutuhkan informasi akuntansi yang berguna bagi pihak manajemen. Informasi akuntansi dapat dijadikan alat untuk pengawasan maupun sebagai dasar pengambilan keputusan. Seorang manajer membutuhkan informasi akuntansi manajemen dalam proses pengambilan keputusan karena informasi manajemen memiliki cakupan yang luas tidak hanya menyangkut masalah keuangan tetapi juga masalah non-keuangan.

Menurut Siregar (2018:1) pengertian akuntansi manajemen adalah sebagai berikut :

Akuntansi manajemen (*management accounting*) 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 akuntansi manajemen menurut Hansen Mowen (2015: 9), yaitu "akuntansi manajemen adalah alat untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasikan, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan."

Sedangkan pengertian akuntansi manajemen menurut Kholimi (2019:1), adalah "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."

Berdasarkan beberapa definisi akuntansi manajemen di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen merupakan kegiatan mengidentifikasi, mengukur, menganalisa untuk menghasilkan suatu informasi manajemen yang dapat digunakan oleh pihak internal untuk melakukan perencanaan, pengendalian,

pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja baik suatu perusahaan atau organisasi.

2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Menjalankan suatu usaha dibutuhkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan agar perusahaan mampu terus bertahan dan semakin maju sehingga dapat bersaing dengan para kompetitornya. Biaya sendiri merupakan hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam penentuan laba yang diperoleh perusahaan.

Menurut Mulyadi (2015:8) pengertian biaya adalah :

Pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut yaitu biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, dan pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Menurut Sujarweni (2015:9) Biaya memiliki dua pengertian secara luas dan secara sempit, yaitu sebagai berikut :

Biaya dalam makna luas ialah pengorbanan sumber ekonomi yang dihitung dalam satuan uang yang digunakan untuk menggapai tujuan tertentu yang sudah terjalinkan ataupun yang sedang direncanakan. Sebaliknya biaya dalam makna kecil merupakan sesuatu pengorbanan ekonomi dalam satuan uang untuk mendapatkan aktiva.

Berdasarkan definisi biaya di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya dapat diartikan sebagai nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi yang diukur dalam satuan uang.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Sebagian besar keputusan yang diambil manajemen memerlukan informasi biaya yang didasarkan pada perilakunya. Oleh sebab itu perlu diketahui penggolongan atau pengklasifikasian biaya atas dasar perilakunya. Maksud dari perilaku biaya adalah pola perubahan biaya dalam kaitannya dengan perubahan

volume kegiatan atau aktivitas perusahaan (misalnya volume produksi atau volume penjualan). Besar kecil biaya dipengaruhi oleh besar kecilnya volume produksi atau volume penjualan. Berdasarkan hubungan tersebut menurut Halim, dkk. (2014: 21) biaya digolongkan atas :

a. 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.

b. 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.

c. 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.

2.2.3 Klasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Merencanakan, menganalisis, mengendalikan, mengukur atau mengevaluasi biaya pada tingkatan aktivitas yang berbeda harus dipisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel. Biaya-biaya yang seluruhnya tetap atau yang seluruhnya variabel dalam rentang aktivitas yangantisipasi harus diidentifikasi, serta komponen tetap dan variabel dari biaya campuran harus diestimasi.

Riwayadi (2017: 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 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 Analisis Biaya Volume Laba

Analisis biaya volume laba (*Cost-Volume-Profit—CVP*) menjadi salah satu alat bagi manajemen dalam melakukan perencanaan dan pengambilan keputusan. Hal tersebut karena analisis biaya-volume-laba membantu pihak manajemen mengetahui hubungan antar biaya-volume-laba.

Pengertian analisis volume laba/*analysis cost volume profit* menurut Utari (2016:85) yaitu, “*Analysis cost volume profit* ialah alat untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yang sangat penting karena ia menekankan pada saling ketergantungan antara biaya, n unit yang terjual dan harga.”

Garrison (2013: 322) menyatakan bahwa analisis biaya-volume-laba membantu manajemen memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume dan laba dalam organisasi dengan memfokuskan pada interaksi antar lima elemen:

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

2.4 *Break Even Point (BEP)*

2.4.1 *Pengertian Break Even Point (BEP)*

Suatu perusahaan akan berada pada titik BEP (titik impas) apabila dalam suatu periode aktivitas usaha, tidak memperoleh laba dan tidak juga mengalami kerugian. Artinya, jika seluruh pendapatan dalam perusahaan yang diperoleh dijumlahkan, maka jumlah tersebut sama besarnya dengan seluruh biaya yang dikeluarkan.

Menurut Samryn (2015:174) bahwa BEP (titik impas) adalah :

Tingkat aktivitas di mana suatu organisasi tidak mendapat laba dan juga tidak menderita rugi. Dalam suatu grafik, titik impas ditemukan pada titik perpotongan garis pendapatan dan garis total biaya. Titik impas berada pada posisi total pendapatan sama dengan total biaya atau sebagai tingkat penjualan dimana total margin kontribusi sama dengan total biaya tetap.

Pengertian *Break Even Point (BEP)* menurut Garisson (2017:210), yaitu :

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.

Pengertian BEP menurut Siregar, dkk. (2017:318) adalah “Keadaan yang menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang diterima perusahaan (pendapatan total) sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan (biaya total)”.

Berdasarkan pengertian BEP di atas, maka dapat disimpulkan bahwa BEP (titik impas) adalah suatu keadaan pada perusahaan tidak memperoleh laba ataupun tidak menderita kerugian. Perusahaan tersebut bisa dinyatakan impas jika jumlah pendapatan yang diperoleh sama besarnya dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

2.4.2 *Asumsi-asumsi dalam Break Even Point (BEP)*

Dalam analisis BEP terdapat beberapa asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi. Munawir (2015: 197) menjelaskan asumsi-asumsi dasar yang digunakan dalam analisis BEP, yaitu :

1. Bahwa biaya harus dapat dipisahkan atau diklarifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel dan prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat. Terhadap biaya semivariabel harus dilakukan pemisahan menjadi unsur tetap dan unsur variabel secara teliti baik

dengan menggunakan pendekatan analitis maupun historis.

2. Bahwa biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh. Pada umumnya perusahaan yang dapat memproduksi dalam jumlah besar (tanpa melampaui kapasitas penuh) akan dapat bekerja dengan efisien dan akan dapat menekan biaya yang terjadi termasuk biaya tetapnya.
3. Bahwa biaya variabel akan berubah secara proposional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan.
4. Harga jual per satuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
5. Bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau lebih dari satu macam, maka kombinasi atau komposisi penjualan (sales mix) akan tetap konstan.

2.4.3 Metode Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

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

1. Metode perhitungan BEP dengan Pendekatan Matematis

Menurut Garisson, dkk. (2014:224), dalam menghitung tingkat BEP dengan pendekatan matematis dapat dilakukan dengan cara yaitu :

- a. *Break Even Point* (BEP) atas Dasar Unit

Perhitungan BEP atas dasar unit dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut :

$$\text{BEP (dalam satuan)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin kontribusi per satuan}}$$

Atau

$$\text{BEP (dalam satuan)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel}}$$

- b. *Break Even Point* (BEP) atas Dasar Rupiah

Perhitungan BEP atas dasar rupiah dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut :

$$\begin{aligned} \text{BEP (dalam rupiah)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}} \\ &= 1 - \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Biaya Variabel}} \\ &\quad \text{Penjualan} \end{aligned}$$

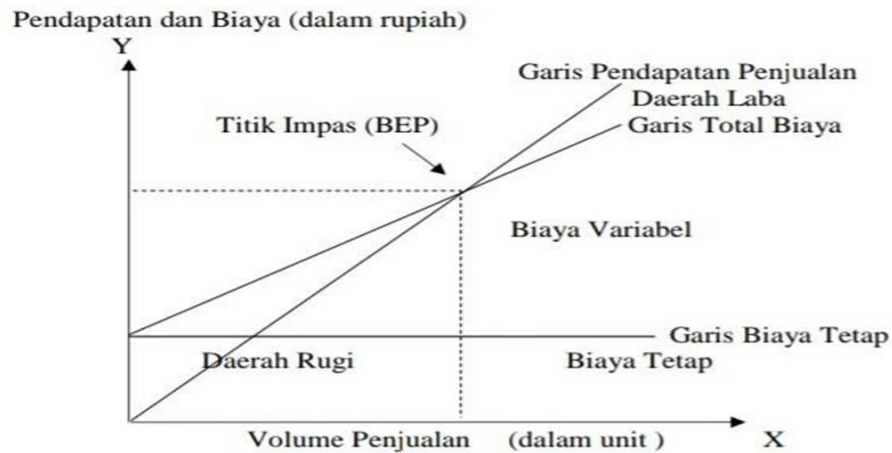
Selisih dari hasil penjualan dengan biaya variabel akan menghasilkan sisa atau margin yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan laba sehingga setiap satuan produk akan memberikan sumbangan yang sama besar untuk menutup biaya tetap dan laba tersebut. Dalam keadaan break even, jika laba sama dengan nol, maka jumlah satuan barang yang harus dijual akan didapatkan dari pembagian biaya tetap dengan margin persatuan produk.

Metode persamaan akan memberi hasil yang sama dengan metode rumus dalam analisis target laba. Oleh karena itu, untuk menghitung titik impas dalam memperoleh target laba dapat menggunakan rumus :

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang ditargetkan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

2. Metode perhitungan BEP dengan Pendekatan Matematis

Penentuan BEP dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan grafik, atau bagan. Dengan grafik break even, manajemen dapat mengetahui hubungan antara biaya, penjualan (volume penjualan) dan laba. Selain itu, dengan grafik break even manajemen dapat mengetahui besarnya biaya yang termasuk ke dalam biaya tetap dan biaya variabel serta manajemen dapat mengetahui tingkat – tingkat penjualan yang masih menimbulkan kerugian dan tingkat – tingkat penjualan yang sudah menimbulkan laba dan besarnya laba atau rugi pada suatu tingkat penjualan tertentu. Berikut ini penjelasan mengenai grafik BEP menurut Garisson, dkk. (2014:213) :



Sumber: Garisson, dkk. (2014)

Gambar 2.1
Grafik Break Even Point

Keterangan :

- Garis biaya tetap digambarkan sejajar dengan sumbu horizontal.
- 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%.
- Garis penjualan digambarkan mulai dari titik nol pada pojok kiri bawah menuju pojok kanan atas atau sampai pada jumlah penjualan pada kapasitas 100%.

2.4.4 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 Munawir (2014 : 206) untuk menentukan besarnya penjualan masing-masing produk agar secara total diperoleh *break even*, maka dapat digunakan dengan mencari komposisinya. Rumus BEP Multiproduk Menurut Munawir (2014 : 206) sebagai berikut :

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

2.5 *Margin Of Safety (MOS)*

Margin keamanan berguna bagi manajer dalam menghadapi masalah risiko. Margin keamanan memberikan gambaran kepada manajemen mengenai berapa penurunan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita kerugian tetapi juga belum memperoleh laba.

Pengertian *Margin of Safety* menurut Halim (2015:57), yaitu “Margin Keamanan adalah selisih antara rencana penjualan (dalam unit atau satuan uang) dengan impas (dalam unit atau satuan uang) penjualan.” Sedangkan menurut Utari (2016:85), yaitu “*Margin of Safety* ialah penjualan yang diinginkan ataupun untuk mengenali penyusutan sasaran penjualan agar tidak mengalami kerugian.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas margin keamanan adalah batas unit penjualan yang diharapkan yang akan diperoleh di atas titik impas. Margin keamanan bermanfaat untuk memberikan gambaran kepada manajemen tentang berapa batas penjualan sehingga perusahaan tidak menderita rugi ataupun mendapatkan laba.

Rumus *margin of safety* menurut Garrison, dkk. (2014:225) sebagai berikut:

$$\text{Persentase } \textit{margin of safety} = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Penjualan } \textit{Break Even}}{\text{Total penjualan}}$$

2.6 **Pengertian dan Perencanaan Laba**

2.6.1 **Pengertian Laba**

Setiap perusahaan ingin mendapatkan laba yang maksimal dari hasil melakukan penjualan barang atau jasa. Perolehan laba tersebut nantinya akan digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang. Salah satu

tugas manajemen ialah melakukan perencanaan mengenai laba yang harus didapatkan untuk melaksanakan tujuan perusahaan yang sudah ditentukan. Laba sendiri merupakan hasil bersih dari aktivitas operasi perusahaan. Laba dapat dijadikan sebagai dasar ukuran kinerja kemampuan manajemen dalam mengoperasikan harta perusahaan

Pengertian laba menurut Harahap (2015:310) yaitu, "Laba adalah tahap di atas biaya selama satu periode akuntansi". Menurut Utari, dkk. (2014: 86) "laba adalah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (*expenses*)."

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa laba adalah hasil aktivitas perusahaan yang dijadikan sebagai ukuran kinerja perusahaan yang mana hasil tersebut merupakan selisih positif pendapatan dikurangi beban.

2.6.2 Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan suatu bagian yang penting dalam manajemen untuk mencapai tujuan dan target perusahaan. Hal ini merupakan tuntutan dari para investor sehingga pada puncaknya dapat menciptakan nilai tambah atau nilai ekonomis bagi perusahaan. Laba harus direncanakan dengan baik agar manajemen dapat mencapainya secara efektif.

Pengertian laba menurut Harahap (2015:310) yaitu, "Laba adalah tahap di atas biaya selama satu periode akuntansi". Sedangkan menurut Suardjono (2014:455) adalah, "Laba dimaknai sebagai ketidakseimbangan atas upaya perusahaan menghasilkan dan jasa. Ini berarti laba merupakan pendapatan dari pendapatan atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa)."

Manfaat perencanaan laba menurut Harahap (2015:41) meliputi :

1. Memberikan pendekatan yang terarah dalam memecahkan permasalahan.
2. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya maksimal.
3. Mengarahkan penggunaan modal dan daya upaya pada kegiatan yang paling menguntungkan.