

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi merupakan suatu ilmu yang sangat dibutuhkan oleh berbagai pihak terutama dalam kegiatan bisnis. Akuntansi dibutuhkan mulai dari karyawan dalam suatu perusahaan hingga pemilik usaha, investor dan juga pemerintah. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan informasi akuntansi menampilkan kondisi keuangan perusahaan sehingga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan perusahaan.

Berbagai bidang akuntansi yang ada dan terdapat dua jenis akuntansi yang memiliki fungsi saling keterkaitan namun memiliki perbedaan yaitu akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan. Berdasarkan tujuannya, akuntansi manajemen menyediakan informasi untuk pihak internal perusahaan seperti manajer sedangkan akuntansi keuangan menyediakan informasi untuk pihak eksternal perusahaan seperti investor, kreditur, *supplier*, pemerintah dan masyarakat.

Siregar, dkk (2017) menyatakan bahwa akuntansi manajemen (*management accounting*) adalah proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menginterpretasikan, mengomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam organisasi.

Menurut Mowen, dkk (2017) bahwa “Akuntansi manajemen mengidentifikasi, mengumpulkan dan mengukur, mengklasifikasi, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan.”

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengelompokkan serta melaporkan informasi transaksi suatu bisnis untuk kepentingan pihak internal perusahaan atau manajemen perusahaan.

2.2 Perencanaan Laba

Seperti yang kita ketahui bahwa pada umumnya sebuah perusahaan dapat dikatakan berhasil atau tidaknya bisa diukur dari kemampuan manajemen dalam melihat peluang dan kemungkinan di masa mendatang. Sebuah peluang dan kemungkinan yang akan terjadi dapat dilaksanakan dengan baik apabila menggunakan perencanaan yang baik pula. Apabila terjadi kegagalan dalam perencanaan maka dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan terutama dalam hal keuangan sehingga sangat diperlukan sebuah perencanaan yang cermat dan matang.

Pengertian perencanaan menurut pendapat Siregar (2017) yaitu “Perencanaan (planning) adalah aktivitas yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan metode yang digunakan dalam mencapai tujuan tersebut”. Menurut Siregar, dkk (2017) pengertian laba yaitu “Laba merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya”.

Perencanaan laba jangka pendek dilakukan oleh pihak manajemen dalam proses penyusunan anggaran perusahaan. Dalam prosesnya, pihak manajemen selalu mengalami kesulitan untuk menentukan sebuah pilihan dikarenakan harus menebak apa yang akan terjadi akibat dari pilihan tersebut. Oleh karena itu dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan penting karena merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran.

Analisis *Break Even Point* (BEP) sangat bermanfaat untuk merencanakan laba perusahaan. Mengetahui besarnya BEP maka dapat menentukan berupa jumlah minimal produk yang harus dijual (*budget sales*) dan harga jualnya (*sales price*) untuk menginginkan laba tertentu. Penerapan analisis *Break Even Point* merupakan salah satu metode yang dapat menetapkan harga dengan cara menentukan biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan tingkat laba yang diharapkan. (Putri, 2017).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diketahui bahwa perusahaan dapat melakukan perencanaan terutama laba jangka pendek menggunakan analisis BEP. Dalam proses penyusunan anggaran tersebut manajemen dapat mempertimbangkan berbagai usulan aktivitas maupun kegiatan yang berakibat terhadap perubahan

harga jual, volume penjualan, biaya variabel dan biaya tetap yang akhirnya akan berdampak terhadap laba bersih.

Dampaknya menjadi salah satu pertimbangan manajemen dalam memutuskan suatu hal yang berkaitan dalam proses penyusunan anggaran perusahaan. Proses perencanaan laba jangka pendek manajemen tentunya memerlukan sebuah informasi akuntansi untuk mempertimbangkan dampak perubahan volume penjualan, harga jual dan biaya-biaya terhadap laba perusahaan.

2.3 Pengertian dan Penggolongan Biaya

2.3.1 Pengertian Biaya

Biaya selalu berkaitan dengan tiap jenis organisasi baik organisasi bisnis, nonbisnis dan juga manufaktur. Biaya ialah faktor yang harus diperhatikan dikarenakan biaya berpengaruh secara langsung terhadap laba yang akan dicapai oleh perusahaan.

Dalam sebuah perusahaan, biaya akan selalu mempengaruhi secara langsung tingkat keuntungan dan kerugian dikarenakan setiap kegiatan usaha selalu berhubungan dengan pengorbanan yang dikeluarkan agar tujuan usaha tersebut tercapai.

Menurut Sujarweni (2019) biaya adalah “pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi/baru direncanakan”.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diketahui bahwa biaya merupakan pengorbanan baik dalam bentuk kas atau setara kas yang dilakukan guna memperoleh manfaat atau keuntungan bagi perusahaan di kemudian hari. Apabila pengorbanan tersebut tidak memperoleh manfaat atau keuntungan maka timbul kerugian untuk perusahaan tersebut.

2.3.2 Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya merupakan hal yang sangat penting untuk menaksir biaya masa depan dalam rangka pengambilan keputusan. Akuntansi manajemen dituntut untuk menghasilkan informasi yang berbeda dan akurat sesuai dengan

tujuan pengguna informasi tersebut dan memiliki manfaat bagi perusahaan. Informasi biaya yang berbeda bisa dihasilkan dengan menggolongkan biaya secara berbeda pula.

Menurut Siregar, dkk (2017) biaya diklasifikasikan berdasarkan:

1. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Ketelurusan Biaya
 - a. Biaya Langsung (*direct cost*)
Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri pada produk secara langsung.
 - b. Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*)
Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung pada produk.
2. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilaku
 - a. Biaya Variabel (*variable cost*)
Biaya variabel adalah biaya yang totalnya dapat berubah-ubah sesuai dengan tingkat produktivitas perusahaan.
 - b. Biaya Tetap (*fixed cost*)
Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat produktivitas perusahaan.
 - c. Biaya Campuran (*mixed cost*)
Biaya campuran adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan sekaligus biaya tetap.
3. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi
 - a. Biaya Produksi (*production cost*)
Biaya produksi adalah biaya untuk membuat bahan baku menjadi produk jadi.
 - b. Biaya Pemasaran (*marketing expense*)
Biaya pemasaran meliputi berbagai biaya yang terjadi untuk memasarkan produk.
 - c. Biaya Administrasi dan Umum (*general and administrative expense*)
Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan.
4. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Elemen Biaya Produksi
 - a. Biaya Bahan Baku (*raw material cost*)
Biaya bahan baku adalah nilai bahan baku yang digunakan dalam proses produksi untuk dirubah menjadi produk jadi.
 - b. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*direct labor cost*)
Biaya tenaga kerja langsung adalah besarnya nilai gaji dan upah tenaga kerja yang langsung untuk mengerjakan produk
 - c. Biaya *Overhead* Pabrik (*manufacture overhead cost*)
Biaya overhead pabrik adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Menurut Purwaji (2019) biaya diklasifikasikan menjadi biaya produksi dan biaya nonproduksi, yaitu:

1. Biaya Produksi:
 - a. Biaya Bahan Baku adalah biaya dari suatu komponen yang digunakan dalam proses produksi yang mana pemakaiannya dapat ditelusuri.
 - b. Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang manfaatnya dapat ditelusuri, serta dapat dibebankan secara layak ke dalam suatu produk.
 - c. Biaya Overhead Pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk.
 - d. Biaya Bahan Penolong adalah biaya dari komponen yang digunakan dalam proses produksi tetapi nilainya relatif kecil dan tidak dapat ditelusuri.
 - e. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang tidak dapat ditelusuri atas produk-produk yang dihasilkannya.
 - f. Biaya Tidak Langsung Lainnya adalah biaya selain biaya bahan penolong dan biaya tenaga kerja tidak langsung yang terjadi di bagian produksi, yang mana biaya ini tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya atas produk-produk yang dihasilkan perusahaan.
2. Biaya Non Produksi
 - a. Biaya Pemasaran adalah biaya yang terkait dengan fungsi pemasaran dalam rangka memasarkan suatu produk.
 - b. Biaya Administrasi dan Umum adalah beban yang terkait dengan fungsi administrasi dan umum dalam rangka kelancaran perencanaan, koordinasi pengarahannya dan pengendalian suatu perusahaan.

2.4 Analisis *Break Even Point* (BEP)

2.4.1 Pengertian *Break Even Point* (BEP)

Perusahaan akan berada pada titik impas (BEP) apabila dalam suatu periode perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. Sebuah perusahaan dapat dinyatakan dalam kondisi BEP jika total semua pendapatan yang diperolehnya dijumlahkan akan sama besarnya dengan total semua biaya yang dikeluarkan

Menurut Siregar, dkk (2017) “Titik impas (*Break Even Point*) adalah keadaan yang menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang diterima perusahaan (pendapatan total) sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan (biaya total).”

M. Mowen, dkk (2017) menyatakan bahwa “Titik impas (*Break Even Point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol.”

Berdasarkan pengertian di atas penulis dapat memahami bahwa BEP adalah suatu kondisi perusahaan yang pada kegiatan operasinya tidak mendapat untung maupun rugi dengan cara menganalisa hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume laba.

2.4.2 Tujuan BEP

Analisis BEP sangat diperlukan oleh manajer atau pemilik perusahaan sebagai alat ukur untuk perencanaan laba atau pengambilan keputusan dalam kegiatan produksi dan operasional perusahaan. Menurut Sujarweni (2019), tujuan untuk mencari titik impas adalah:

1. Mencari tingkat aktivitas dimana pendapatan = biaya.
2. Menunjukkan suatu sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan.
3. Mengawasi kebijakan penentuan harga.
4. Memungkinkan perusahaan mengetahui apakah mereka beroperasi dekat / jauh dari titik impas.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa perhitungan titik impas memiliki beberapa tujuan yang dapat membantu perusahaan dalam melakukan perencanaan laba kedepannya sehingga tidak perlu lagi membuat perencanaan yang hanya berdasarkan pengalaman saja.

2.4.3 Manfaat Analisis BEP

BEP merupakan suatu analisis yang sangat berguna bagi pihak manajemen dalam mengambil sebuah keputusan yang sangat berpengaruh bagi perusahaan, salah satunya ialah membantu dalam hal melakukan perencanaan laba jangka pendek untuk kedepannya.

Menurut Siregar (2017) menyatakan bahwa “Titik impas sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk melakukan berbagai analisis. Sebagai contoh, apabila perusahaan ingin mengetahui dampak yang akan terjadi terhadap pendapatan, biaya, dan laba sebagai akibat dari perubahan volume penjualan, maka manajemen perusahaan perlu mengetahui tentang titik impas dalam unit penjualan.”

Berdasarkan pendapat tersebut manfaat dari analisis BEP ialah untuk mengetahui kemampuan produk atau divisi agar meraih pasar yang profitable serta dapat mengukur manajemen dalam efisiensi biaya dan efektifitas dalam memperoleh pasar yang menguntungkan.

2.5 Metode Perhitungan BEP

2.5.1 Perhitungan BEP dengan Pendekatan Matematis

Menurut Siregar (2017), perhitungan *break even point* dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Perhitungan *Break Even Point* Multiproduk

Analisis BEP dapat diterapkan dengan mudah pada situasi produk tunggal. Namun dalam praktiknya banyak perusahaan yang menghasilkan dan menjual sejumlah produk atau jasa. Formula yang digunakan untuk situasi produk tunggal dapat diadaptasikan untuk perusahaan yang menjual multiproduk (*multiple products*). Menurut Siregar (2017) perhitungan BEP Multiproduk adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Titik Impas dalam Dalam Unit

$$\begin{aligned} \text{BEP dalam unit penjualan} &= \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}} \\ &= \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}} \end{aligned}$$

2. Pendekatan Titik Impas dalam Rupiah Penjualan

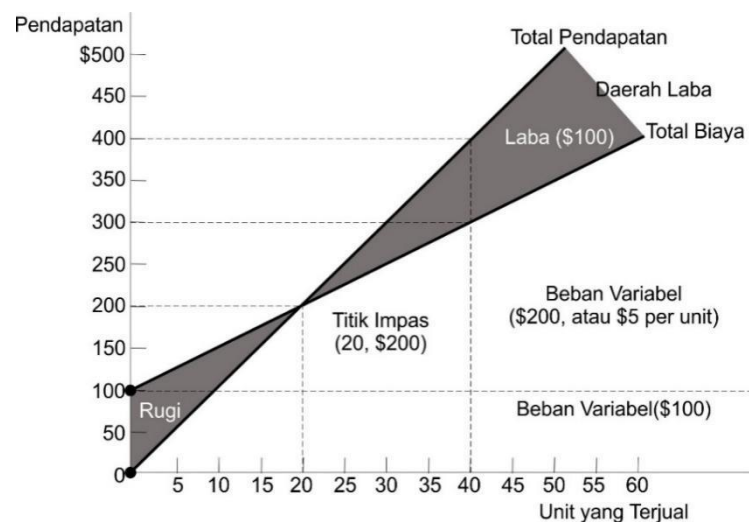
$$\begin{aligned} \text{BEP dalam Rupiah penjualan} &= \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\ &= \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Beban variabel}}{\text{Penjualan}}} \end{aligned}$$

Berdasarkan pengertian diatas dapat diketahui bahwa analisis BEP multiproduk merupakan suatu asumsi bauran penjualan yang harus diperhitungkan nilainya terlebih dahulu sebelum dihitung menggunakan rumus titik impas produk

tunggal. Perhitungan BEP Multiproduk dengan pendekatan matematis dapat dilakukan melalui dua cara yaitu atas dasar unit penjualan dan atas dasar nilai penjualan, kedua cara tersebut memiliki keterkaitan satu sama lain.

2.5.2 Perhitungan BEP dengan Pendekatan Grafik

Perhitungan titik impas dapat dilakukan dengan menentukan titik pertemuan antara garis pendapatan total dengan garis biaya total dalam sebuah grafik. Titik pertemuan antara garis pendapatan total dengan garis biaya total merupakan titik impas. Untuk menentukan titik impas, harus dibuat grafik dengan sumbu datar menentukan unit yang dijual sedangkan sumbu tegak menunjukkan pendapatan atau biaya. Grafik BEP dapat dilihat pada gambar yang bersumber dari Mowen, dkk (2017):



Gambar 2.1

Grafik BEP

Keterangan dari grafik BEP menurut Mowen, dkk (2017) yaitu:

1. Garis total pendapatan dimulai pada titik awal dan naik dengan kemiringan sama dengan harga jual per unit (kemiringan sebesar 10)
2. Garis total biaya memotong sumbu vertikal pada titik yang sama dengan total biaya tetap dan naik dengan kemiringan sama dengan biaya variabel per unit (kemiringan sebesar 5).
3. Saat garis total pendapatan berada di bawah garis total biaya, terdapat wilayah kerugian.
4. Saat garis total pendapatan berada di atas garis total biaya, terdapat wilayah laba.
5. Titik di mana garis total pendapatan dan garis total biaya saling berpotongan

adalah titik impas.

2.6 Tingkat Keamanan (*Margin of Safety*)

Manajemen membutuhkan informasi tentang berapa jumlah maksimum penurunan target penjualan. Penurunan tersebut dilakukan agar perusahaan tidak menderita kerugian apabila target penjualan tidak tercapai. Selisih antara penjualan yang dianggarkan dengan penjualan pada tingkat BEP merupakan tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penjualan.

Magu, dkk (2022) menyatakan bahwa:

Jika angka MOS direncanakan besar untuk tahun mendatang, maka risiko perusahaan untuk menderita rugi jika penjualan mengalami penurunan akan lebih kecil dibandingkan apabila angka MOSnya kecil. Manajer yang menghadapi MOS yang kecil, harus mengambil tindakan untuk menaikkan penjualan atau menurunkan biaya. Langkah ini akan menaikkan angka MOS dan menurunkan risiko terjadinya kerugian.

Menurut M.Mowen (2017) *Margin of safety* adalah jumlah unit yang terjual atau pendapatan yang diperoleh di atas volume titik impas. *Margin of safety* dihitung sebagai berikut:

Margin of safety = Total penjualan yang dianggarkan – Penjualan BEP

$$\text{Persentase } \textit{Margin of safety} = \frac{\textit{Margin Of Safety}}{\text{Penjualan yang dianggarkan}} \times 100$$

Semakin meningkatnya *margin of safety* maka akan semakin meningkat pula laba yang diperoleh perusahaan. Jika penjualan turun di atas x% (*persentase margin of safety*) maka perusahaan akan menderita kerugian. Apabila penurunan yang terjadi dalam persentase lebih kecil dari ratio batas keamanan, maka pihak manajemen tidak perlu khawatir akan akibatnya. *Margin of safety* menjadi tolak ukur tingkat keamanan penjualan sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga belum memperoleh laba.