

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Secara umum akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu proses identifikasi, pengukuran, dan pengomunikasian informasi ekonomi yang menghasilkan informasi yang berguna bagi pembuat keputusan. Menurut Azwar dkk (2022 : 2) “Akuntansi adalah proses mengidentifikasi/mengenali, mengukur, dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian dan pengambilan keputusan bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut.” Informasi yang dihasilkan dari akuntansi tersebut dipakai oleh pihak internal perusahaan seperti manajer, eksekutif dan para pekerja yang digunakan untuk melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam melakukan pengambilan keputusan

Akuntansi manajemen adalah Proses berbagai kegiatan seperti pengumpulan, pengukuran, penyimpanan, analisis pelaporan dan pengelolaan informasi. Proses manajemen adalah memberdayakan pekerja untuk terlibat dalam proses manajemen. Artinya memberikan kesempatan yang lebih besar untuk berpendapat mengenai cara menjalankan organisasi/perusahaan/pabrik, sedangkan pemberdayaan adalah pemberian wewenang pada orang-orang operasional untuk merencanakan, mengendalikan dan membuat keputusan tanpa adanya otoritas yang eksplisit dari pihak manajemen tingkat menengah atau yang lebih tinggi. Hasil dari proses adalah informasi data, dalam akuntansi manajemen mencakup laporan khusus, harga pokok produk, biaya pelanggan, anggaran, laporan kinerja, bahkan komunikasi personal. Informasi tersebut sangat penting dan bermanfaat bagi para pemakai terutama bagi pemakai intern organisasi untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, diantaranya para manajer (manajemen) yang merupakan orang-orang dalam (*internal*) didalam organisasi dan yang bertanggung jawab untuk mengarahkan serta mengendalikan kegiatan-kegiatan organisasi.

2.2 Perbedaan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen

Menurut Salman & Farid (dalam Shelvira,2022) Beberapa perbedaan akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pengguna (*target user*) Akuntansi manajemen berfokus pada penyediaan informasi bagi pengguna internal, sedangkan akuntansi keuangan memiliki fokus pada penyediaan informasi bagi pengguna eksternal seperti pemegang saham, kreditur, pemerintah dan pihak lain yang berkepentingan. Oleh pengguna internal, informasi akuntansi dapat digunakan untuk proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Oleh pengguna eksternal, informasi akuntansi digunakan untuk proses pengambilan keputusan bisnisnya.
2. Masukan dan proses Akuntansi manajemen tidak tergantung pada prinsip-prinsip akuntansi, sedangkan masukan dan proses pada akuntansi keuangan harus jelas dan tunduk pada prinsip akuntansi yang berlaku umum dalam hal ini adalah Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Apabila perusahaan atau lembaga keuangan syariah maka harus ditambah dengan pemenuhan terhadap standar akuntansi syariah, misalnya perlakuan akuntansi terhadap transaksi murabahah, salani, istisna', mudharabah, musyarakah, ijarah dan transaksi syariah lainnya.
3. Jenis informasi Akuntansi keuangan cenderung menghasilkan informasi keuangan yang obyektif dan dapat diverifikasi. Dalam akuntansi manajemen, informasi dapat berupa informasi keuangan dan non-keuangan serta dapat bersifat lebih subyektif. Konsep *Balanced Scorecard* (BSC) yang akan dibahas pada bab terakhir, menghasilkan informasi keuangan maupun informasi non-keuangan seperti informasi pelanggan, proses bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran.
4. Orientasi waktu Akuntansi keuangan memiliki orientasi historis, fungsinya adalah mencatat dan melaporkan kegiatan-kegiatan yang telah terjadi. Walaupun akuntansi manajemen juga mencatat dan melaporkan kejadian-kejadian yang telah terjadi, akuntansi manajemen lebih menekankan pada penyediaan informasi kegiatan-kegiatan di masa mendatang.

Tingkat agregasi Akuntansi manajemen menyediakan ukuran dan laporan internal yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, lini produk, departemen, dan manajer. Pada akuntansi manajemen, informasi yang sangat terinci dibutuhkan dan disediakan dalam rangka evaluasi kinerja. Akuntansi keuangan memfokuskan

2.3 Konsep Biaya

2.3.1 Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi. Ekuivalen kas adalah sumber non kas yang dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan.

Menurut Napisah (2024: 7) “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, biaya merupakan unsur penting yang diukur dalam satuan uang untuk mencapai tujuan tertentu yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan.

2.3.2 Pengklasifikasian Biaya

Pengklasifikasian biaya adalah proses pengelompokkan atas elemen-elemen yang termasuk dalam biaya secara sistematis dan kelompok-kelompok tertentu yang lebih ringkas sehingga dapat mempermudah pihak manajemen dalam menganalisis data-data produksi yang akan dilaporkan suatu program kerja yang lebih terpadu dan dapat diandalkan. Umumnya pengklasifikasian biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan pengklasifikasian tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep: “*different costs for different purposes*”.

Menurut Oktavia (2023: 3) terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya, yaitu:

1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran Obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.
2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan Perusahaan industri memiliki tiga fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi umum. Perusahaan manufaktur mengelompokkan biaya menjadi tiga kelompok:
 - a. Biaya produksi Merupakan biaya - biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

- b. Biaya pemasaran Merupakan biaya - biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
 - c. Biaya administrasi dan umum Merupakan biaya - biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.
- 3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang dibiayai. Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:
 - a. Biaya langsung (*Direct Cost*) Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.
 - b. Biaya tidak langsung (*Indirect Cost*) Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*).
- 4. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas. Biaya dapat digolongkan menjadi:
 - a. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - b. Biaya semi variable adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
 - c. Biaya semifixed adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
 - d. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam volume kegiatan tertentu.
- 5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua: Pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.
 - a. Pengeluaran modal (*capital expenditures*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender).
 - b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Menurut (Agung, 2021 : 34 - 39) biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek Pengeluaran, Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah 'bahan bakar', maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut dengan 'biaya bahan bakar'.

Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut: biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, dan seterusnya.

2. Fungsi pokok dalam perusahaan, Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok antara lain fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu, dalam perusahaan manufaktur biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, dan Biaya administrasi dan Umum.
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai, Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Direct cost* dan *Indirect cost*.
4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, Berdasarkan perilakunya dalam bereaksi terhadap perubahan volume produksi suatu produk tertentu dalam perusahaan, biaya dapat dikelompokkan menjadi Variabel, Tetap, dan Semi Variabel.
5. Jangka waktu manfaatnya, Berdasarkan jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dikelompokkan menjadi Pengeluaran Modal dan Pengeluaran Pendapatan

2.4 *Break Even Point*

2.4.1 *Pengertian Analisis Break Even Point*

Analisis *break even point* adalah salah satu bagian akuntansi manajemen karena analisis *break even point* merupakan salah satu cara dalam merencanakan laba perusahaan oleh pihak manajemen, dalam hal ini berhubungan dengan tingkat penjualan perusahaan dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Analisis *break even point* memberikan informasi kepada pihak manajemen perusahaan mengenai berapa volume atau tingkat penjualan minimum yang harus dicapai perusahaan untuk mencapai titik *break even point* agar perusahaan tersebut tidak mengalami kerugian. Menurut Jubaedah (2020:2) persamaan yang digunakan yaitu analisis *break even point* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Break Even Point (Q)} = \frac{F}{P-V}$$

Keterangan :

Q = Jumlah unit produksi yang dijual.

F = Biaya tetap

P = Harga jual per unit

V = Biaya variable per unit.

Penggunaan rumus *break even point* dimaksudkan :

- a) Untuk mengetahui biaya tetap dan biaya variable PT DI dalam memproduksi pesawat terbang.
- b) Untuk mengetahui volume produksi yang efisien pada PT DI.
- c) Untuk mengetahui berapa besar keuntungan yang diperoleh PT DI.

Menurut Aminus dan Sarina (2022: 3) *break even point* juga digunakan sebagai penentu penjualan minimal yang harus dicapai oleh perusahaan untuk mendapatkan laba yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga manajemen dapat mengetahui batas keamanan yang menyatakan sampai seberapa jauh volume penjualan yang dianggarkan boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi.

Menurut Rusmayanti (2021: 2), “Analisis titik impas (*break even point*) adalah informasi yang digunakan oleh manajemen untuk mendapatkan gambaran tentang tingkat volume penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian ataupun untung.”

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa yang dimaksud dengan *break even point* (titik impas) adalah suatu keadaan dimana jumlah pendapatan sama dengan biaya sehingga perusahaan tidak memperoleh laba ataupun tidak menderita kerugian.

2.4.2 Tujuan Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Penggunaan analisis titik impas bagi perusahaan memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan, dan produksi. Dari uraian diatas sebelumnya jelas bahwa terdapat beberapa keuntungan bagi para manajer dalam mengalami keputusan apabila mengetahui analisis titik impas. Misalnya dengan informasi tersebut, manajer mampu meminimalkan kerugian, memaksimalkan keuntungan, dan memprediksi keuntungan yang diharapkan.

Menurut Shinta (dalam Rahmi dkk, 2022) Penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa tujuan yang ini dicapai yaitu :

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual persatuan
3. Menentukan harga jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian

4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan laba yang diinginkan.

Dalam mendesain suatu produk, diperlukan suatu pedoman memberi arahan bagi manajemen untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga. Analisis titik impas memberikan perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan. Hal ini disebabkan biaya sangat besar pengaruhnya terhadap harga. Dengan analisis titik impas, kita dapat menguji terlebih dahulu kelayakan suatu produk.

Penentuan harga jual persatuan, sangat penting agar harga jual dapat diterima pelanggan. Disamping pertimbangan biaya yang akan dikeluarkan, harga jual yang tidak realistis, perusahaan tidak akan mampu menutupi semua atau sebagian biaya yang dikeluarkan. Demikian pula jika memenuhi harga jual dari pesaing dan tidak diimbangi dengan kualitas dan pelayanan, perusahaan juga tidak akan mampu memaksimalkan penjualan seperti yang telah ditentukan. Maksud penentuan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian adalah agar perusahaan minimal agar perusahaan mampu menentukan batas produksi dalam kondisi tidak rugi dan tidak laba dari kapasitas produksi yang dimilikinya. Dengan demikian, akan memudahkan perusahaan untuk mempertimbangkan apakah harga jual sudah layak jika dikaitkan dengan biaya yang dimilikinya.

2.4.3 Manfaat Analisis *Break Even Point* (BEP)

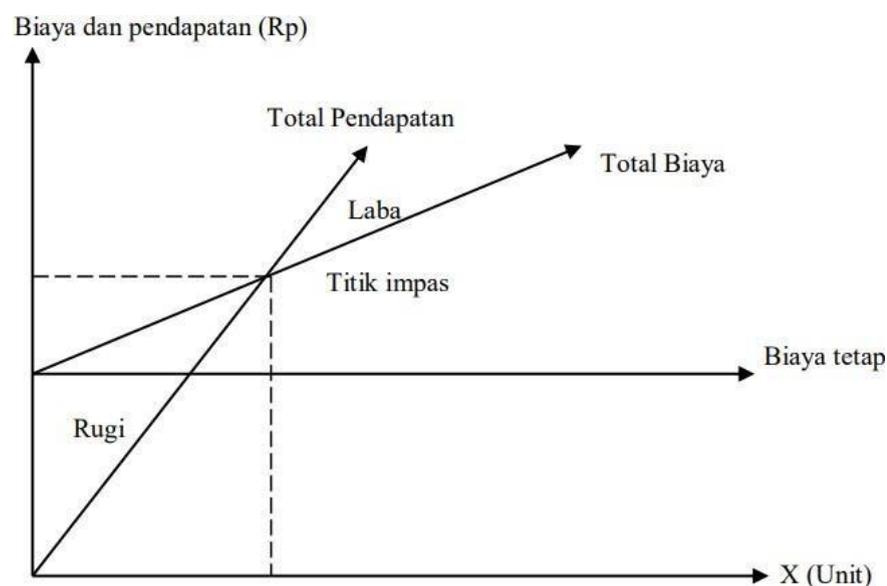
Menurut Shinta (dalam Rahmi dkk, 2022) Manfaat analisis *break even point* yaitu : Analisis *break even point* secara umum dapat memberikan informasi kepada pimpinan, bagaimana pola hubungan antara volume penjualan , *cost*/biaya, dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada level penjualan tertentu. Menurut Shinta Rahma diana (2021:76), Analisis *break even point* dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan mengenai hal-hal sebagai berikut :

1. Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
3. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
4. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh

2.4.4 Analisis *Break Even Point* (BEP)

Analisis *break even point* dengan pendekatan grafis digambarkan dengan suatu grafik yang disebut bagan impas, menjelaskan hubungan antara volume penjualan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan serta laba. Selain itu, untuk mengetahui biaya tetap dan biaya variabel dan tingkat kerugian perusahaan. Perhitungan ini dapat dilakukan dengan menentukan titik pertemuan atau titik potong antara garis pendapatan penjualan dengan biaya. Titik pertemuan tersebut merupakan titik impas (*break even point*).

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 Mulyadi (2016: 242):



Sumber: Mulyadi (2016:242)

Gambar 2.1
Grafik *Break Even Point*

Poin Keterangan :

1. Sumbu data (X) menunjukkan volume penjualan yang dapat dinyatakan dalam satuan kuantitas atau rupiah pendapatan penjualan.
2. Sumbu tegak (Y) menunjukkan pendapatan penjualan dan biaya dalam rupiah.
3. Pembuatan garis penjualan dilakukan dengan cara sebagai berikut: Pada volume penjualan yang sama dengan nol dan pendapatan sama dengan nol. Garis lurus kemudian ditarik untuk menghubungkan titik $X = 0$ dan $Y = 0$

4. Pembuatan garis tetap dilakukan karena biaya tetap pada volume penjualan berapapun tidak mengalami perubahan dalam kapasitas tertentu.
5. Impas adalah terletak pada titik potong garis pendapatan penjualan dengan garis biaya.
6. Daerah sebelah kiri titik impas, yaitu bidang di antara garis total biaya dengan garis pendapatan penjualan merupakan daerah rugi, karena pendapatan penjualan lebih rendah dari total biaya. Sedangkan daerah sebelah kanan titik impas, yaitu bidang diantara pendapatan penjualan dengan garis total biaya merupakan daerah laba, karena pendapatan penjualan lebih tinggi dari total biaya.

2.4.5 Analisis *Break Even Point* dalam Perencanaan Laba

Titik *break even point* mampu memberikan gambaran berbagai tingkat volume penjualan dan hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan tersebut. Kemampuan untuk melihat kemungkinan-kemungkinan inilah yang membuat analisa ini bermanfaat untuk merencanakan laba di masa yang akan datang. Penjualan yang diinginkan bisa dicari sebagai berikut :

$$\frac{\text{Total Margin fixed cost} + \text{Profit Objective}}{\frac{C}{M} \text{ ratio}}$$

2.5 Asumsi Penggunaan Analisis *Break Even Point*

Dalam penggunaan analisis *break even point* tentunya tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasannya, yang berarti harus menggunakan asumsi-asumsi tertentu. Menurut Manuho dkk (2021: 5) Analisis BEP berguna apabila beberapa asumsi dasar dipenuhi. Dalam kenyataan yang sebenarnya lebih banyak asumsi yang tidak dapat dipenuhi. Namun demikian perubahan asumsi ini tidak mengurangi validitas dan kegunaan analisa BEP sebagai suatu alat bantu pengambilan keputusannya saja diperlukan suatu modifikasi tertentu dalam penggunaannya. Kelemahan dari analisa BEP antara lain 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 kondisi saat ini, kebanyakan perusahaan menciptakan banyak produk untuk meningkatkan daya saingnya mereka sehingga penerapan analisa BEP menjadisulit. Asumsi lainnya adalah harga jual persatuan barang, jumlah satuan barang yang dijual, atau harga secara umum tidak mengalami perubahan.

Analisa BEP memiliki jangka waktu penerapan terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk advertensi ataupun biaya lainnyayang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan operating cost sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa BEP agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga. Menghitung BEP dapat menggunakan metode persamaan, metode kontribusi unit, maupun metode grafis.

2.6 Metode Perhitungan *Break Even Point*

Untuk melakukan perhitungan *break even point*, maka dapat digunakan metode perhitungan, yaitu perhitungan *break even point* dengan pendekatan matematis dan perhitungan *break even point* dengan perhitungan grafis.

Analisis *break even point* dengan Pendekatan Matematis Menurut Susanti (2021: 21) menyatakan bahwa dalam menghitung *break even point* yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan} &= \text{Total Biaya Variabel} + \text{Total Biaya Tetap} \\ \text{Total Margin Kontribusi} &= \text{Total Biaya Tetap} \end{aligned}$$

Titik impas terjadi ketika jumlah penjualan sama dengan jumlah biaya variabel ditambah dengan biaya tetap. Kondisi titik impas juga dapat terjadi ketika total margin kontribusi sama dengan total biaya tetap. Ada dua cara menghitung yang relatif cepat dengan menggunakan rumusan baku untuk menghitung penjualan (dalam unit dan rupiah) dalam kondisi titik impas. Berikut ringkasan formulanya:

1. Atas dasar unit :

$$\begin{aligned} \text{BEP (Unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}} \\ &\text{Atau dengan rumus lain} \\ \text{BEP (Unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}} \end{aligned}$$

2. Atas dasar rupiah :

| |
|--|
| $\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\frac{1 - \text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$ <p style="text-align: center;">Atau dengan rumus lain</p> $\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$ |
|--|

2.7 Hubungan BEP dengan Perencanaan Laba

Perencanaan merupakan proses awal sebelum melakukan kegiatan usaha, tanpa perencanaan maka kegiatan usaha tidak berjalan terarah dan tidak mempunyai tujuan yang pasti. Untuk itu perencanaan merupakan hal penting dalam mengambil keputusan. Pada perencanaan laba maka pihak manajer industri akan mudah dalam pengambilan keputusan, dapat memperkirakan anggaran yang dibutuhkan, mengetahui kesalahan yang mungkin muncul. Hal itu dapat dilihat dari pengalaman masa lalu serta dengan perencanaan laba yang dapat merangsang atau memacu menuju persaingan yang lebih ketat melalui efektivitas dan efisiensi.

Anggaran merupakan masalah utama yang dibahas dalam perencanaan laba sebab anggaran tersebut meliputi seluruh biaya-biaya yang ada dalam industri, harga jual yang harus ditentukan dan berapa volume penjualan produk tersebut. Diantara tiga hal itu yang meliputi biaya, harga jual, dan volume penjualan tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lain, sebab harga jual ditafsirkan berdasarkan biaya dan volume penjualan yang dihasilkan pada harga jual walaupun juga harus melihat bagaimana situasi pasar tetapi pasar tersebut juga melihat harga jual yang ditetapkan industri. Selain itu kualitas produk yang dibebankan pada biaya industri, maka akan dihasilkan berapa anggaran industri yang dapat digunakan untuk menentukan berapa besar laba yang diinginkan. Dalam hal ini perlu adanya teknik atau cara agar laba tersebut dapat diperoleh seefektif dan seefisien mungkin, untuk itu perlu diterapkan analisa *break even point* (BEP).

Analisa *break even point* dengan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisa titik impas dan perencanaan laba sama-sama berbicara dalam hal anggaran atau di dalamnya mencakup anggaran yang meliputi biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang kesemua itu mengarah ke perolehan laba. Untuk itu dalam perencanaan perlu penerapan atau menggunakan analisa *break even point* untuk perkembangan ke arah masa datang dan perolehan laba. Selain itu analisa titik impas dapat dijadikan tolak ukur untuk menaikkan laba atau untuk mengetahui penurunan laba yang tidak mengakibatkan kerugian pada industri.