

BAB II

TINJAUAN PUSTATA

2.1. Pengertian Akuntansi Manajemen

Dalam konteks organisasi, akuntansi manajemen adalah cabang akuntansi yang mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data keuangan dan non-keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi yang relevan dan akurat kepada manajer dan pemimpin perusahaan agar mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang evaluasi investasi, pengendalian biaya, perencanaan strategis, dan pengambilan keputusan lainnya.

Menurut Butarbutar, dkk (2017),

Akuntansi manajemen sangat terkait dengan penyediaan informasi yang dibutuhkan manajemen organisasi, akuntansi manajemen berarti mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasikan, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan.

Siregar (2018:1) menyatakan bahwa:

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.

Menurut Baldric Siregar (2017: 1),

mendefinisikan 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.

Pada dasarnya, akuntansi manajemen adalah bidang akuntansi yang berfokus pada penyediaan, termasuk pembuatan, dan interpretasi informasi akuntansi bagi manajer untuk digunakan dalam perencanaan, pengendalian operasi, dan pengambilan keputusan. Selain itu, akuntansi manajemen juga

merupakan bidang akuntansi yang berhubungan dengan penyediaan informasi bagi manajemen untuk mengelola suatu organisasi (perusahaan) dan membantu mereka memecahkan masalah yang terkait dengan organisasi tersebut.

2.2. Pengertian, dan Klasifikasi Biaya

2.2.1. Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi (2018) “Biaya diartikan dalam arti luas sebagai pengorbanan sumber ekonomi, yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang mungkin akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Pengertian biaya menurut Purwaji, dkk (2018) “Biaya adalah suatu bentuk pengorbanan terhadap sumber ekonomi yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, di mana hal tersebut sudah terjadi atau mungkin akan terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa”.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan biaya dalam keuangan dan ekonomi didefinisikan sebagai pengeluaran yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini dihitung dalam satuan uang dan dicatat dalam laporan keuangan untuk melacak dan mengelola pengeluaran perusahaan. Biaya-biaya ini bisa berupa nilai pengorbanan untuk mendapatkan barang dan jasa yang bermanfaat di masa depan atau memiliki manfaat selama lebih dari satu periode akuntansi tahunan.

2.2.2. Klasifikasi Biaya

Menurut Purwaji, dkk (2018) “Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan dari seluruh komponen secara lebih ringkas dan sistematis agar dapat memberikan informasi yang lebih akurat dan bermanfaat”.

Menurut Siregar, dkk (2017) “Pengklasifikasian biaya secara berbeda diperlukan untuk memberi informasi yang berbeda untuk melayani kebutuhan manajerial yang berbeda meskipun bersumber pada transaksi yang sama”.

Menurut Baldric Siregar (2017) pada dasarnya biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan:

1. Biaya Berdasarkan Ketelusuran. Berdasarkan ketelusuran biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua yaitu :

- Biaya langsung (*direct cost*): biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusur ke produk.
 - Biaya tidak langsung (*indirect cost*): biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusuri ke produk.
2. Biaya Berdasarkan Perilaku. Tingkat aktivitas dapat berubah-ubah, naik atau turun. Perilaku biaya menggambarkan pola variasi perubahan tingkat aktivitas terhadap perubahan biaya. Berdasarkan perilakunya, biaya dapat diklasifikasikan menjadi :
 - Biaya variabel (*variable cost*): biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitasnya.
 - Biaya tetap (*fixed cost*): biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu.
 - Biaya campuran (*mixed cost*): biaya campuran adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan sekaligus biaya tetap.
 3. Biaya Berdasarkan Fungsi. Pada dasarnya ada tiga jenis fungsi pokok di perusahaan manufaktur. Fungsi pokok tersebut adalah fungsi produksi, fungsi pemasaran, serta fungsi administrasi dan umum. Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:
 - Biaya produksi (*production cost*): biaya untuk membuat bahan menjadi produk jadi.
 - Biaya pemasaran (*marketing expense*) meliputi berbagai biaya yang terjadi untuk memasarkan produk atau jasa
 - Biaya administrasi dan umum (*general and administrative expense*): biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan.
 4. Biaya Berdasarkan Elemen Biaya Produksi. Aktivitas produksi adalah aktivitas mengolah bahan menjadi produk jadi. Pengolahan bahan dilakukan oleh tenaga kerja, mesin, peralatan dan fasilitas 12 pabrik lainnya. Berdasarkan fungsi produksi, biaya dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:
 - Biaya bahan baku (*raw material cost*): nilai bahan baku yang digunakan dalam proses produksi untuk diubah menjadi produk jadi.
 - Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*): besarnya nilai gaji dan upah tenaga kerja yang terlibat langsung untuk mengerjakan produk.
 - Biaya overhead pabrik (*manufacture overhead cost*): semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Menurut Purwaji (2016: 15-16) biaya diklasifikasikan menjadi biaya produksi dan biaya nonproduksi yaitu:

1. Biaya Produksi
 - a. Biaya Bahan 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.
 - Biaya Bahan Penolong adalah biaya dari komponen yang digunakan dalam proses produksi tetapi nilainya relatif kecil dan tidak dapat ditelusuri.
 - 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.
 - Biaya Tidak Langsung Lainnya adalah biaya selain biaya bahan penolong dan biaya tenaga kerja tidak langsung yang terjadi dibagian 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.

Berdasarkan klasifikasi biaya menurut para ahli maka dapat dinyatakan bahwa klasifikasi biaya memiliki tujuan utama untuk memudahkan manajemen dalam mengawasi dan mengendalikan biaya produksi. Dengan mengklasifikasikan biaya, perusahaan dapat memperoleh informasi yang berguna untuk menentukan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan produknya, sehingga membantu dalam pengambilan keputusan strategis.

2.3. Break Even Point atau Titik Impas

2.3.1. Pengertian Break Even Point

Dalam perencanaan keuangan perusahaan, analisis *Break Even Point* (BEP) atau analisis titik impas merupakan metode penting yang membantu menentukan kapan perusahaan tidak mengalami untung atau rugi. Analisis ini, yang juga dikenal sebagai analisis perencanaan laba, sering digunakan ketika perusahaan ingin meluncurkan produk baru. BEP membantu menentukan biaya produksi, harga jual, serta jumlah barang atau jasa yang harus diproduksi atau dijual, baik dalam bentuk unit maupun rupiah.

Menurut Fredriksz, dkk (2022) *Break Even Point* dalam suatu perusahaan adalah kondisi di mana operasinya tidak menghasilkan laba maupun rugi, dengan total biaya yang sama dengan total pendapatan penjualan, sehingga tidak ada keuntungan atau kerugian yang terjadi.

Menurut Maruta (2020) *Break even point* adalah titik di mana perusahaan tidak menghasilkan keuntungan dan tidak mengalami kerugian. Posisi ini sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan strategis, seperti mengembangkan produk, menarik produk yang tidak menguntungkan, atau menutup anak perusahaan yang tidak berkontribusi pada pendapatan.

Menurut Diana (2021) Analisis *Break Even Point* adalah suatu keadaan di mana perusahaan tidak menghasilkan keuntungan maupun mengalami kerugian dalam operasinya. Dengan kata lain, pada titik ini, keuntungan dan kerugian perusahaan berada di posisi nol. Pada titik ini, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi, sehingga penghasilan dan biaya totalnya seimbang.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Break Even Point* (BEP) adalah kondisi di mana perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian, dengan total pendapatan penjualan yang sama dengan total biaya operasional. Pada titik ini, pendapatan dan biaya seimbang, sehingga tidak ada keuntungan atau kerugian. BEP sangat penting untuk keputusan strategis seperti mengembangkan atau menghentikan produk, serta menutup anak perusahaan yang tidak menguntungkan. Secara keseluruhan, BEP adalah alat krusial dalam manajemen keuangan dan pengambilan keputusan strategis perusahaan.

2.3.2. Tujuan dan Manfaat *Break Even Point*

Menurut Diana (2021) Penggunaan analisis *break even point* bertujuan untuk mencapai beberapa hal yaitu:

1. Merancang spesifikasi produk
2. Menetapkan harga jual per unit
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimum untuk menghindari kerugian
4. Mengoptimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan laba yang diharapkan

Menurut Kasmir (2018) penggunaan titik impas (*break even point*) memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual persatuan
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan laba yang diinginkan

Menurut Matuankotta & Laturmas (2023) Analisa *Break Even Point* sangat bermanfaat dalam mengetahui hubungan antara *cost*, volume, harga dan laba. Manfaat analisis *Break Even Point* meliputi:

1. Menentukan posisi laba atau rugi perusahaan.
2. Menentukan tingkat penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
3. Menentukan jumlah penjualan yang perlu dicapai untuk mendapatkan keuntungan tertentu.

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 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.

2.3.3. Perhitungan *Break Even Point* (BEP) Pendekatan Matematik

Menurut Muyadi (2016), Ada dua cara perhitungan *break even point* dengan pendekatan matematik, yaitu:

a. Atas dasar unit

$$P.Q = V.Q + BT$$

$$PQ - V.Q = BT$$

$$(P - V) Q = BT$$

$$Q = \frac{BT}{P-V}$$

Dimana:

P = Harga jual per unit

V = Biaya variabel per unit

BT = Biaya tetap total selama setahun

Q = Kuantitas penjualan

Maka didapat rumus *break even point* dalam unit, sebagai berikut:

$$BEP = \frac{BT}{P-V}$$

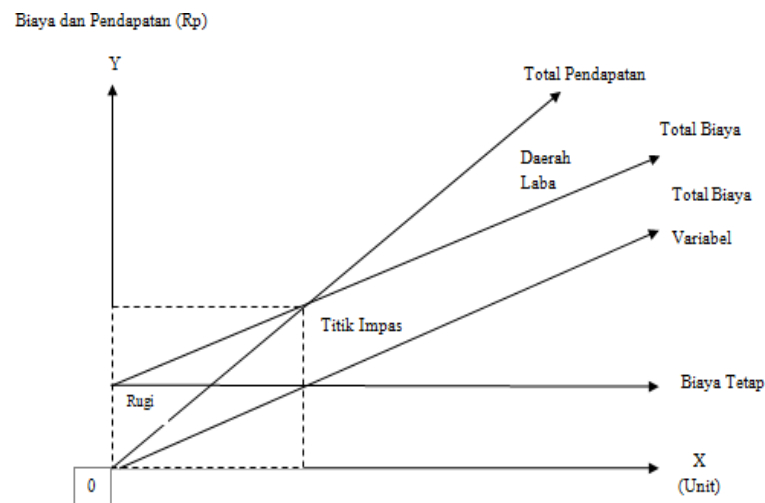
b. Atas dasar rupiah

Perhitungan *break even point* dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan *break even point* dalam rupiah penjualan. Menurut Mulyadi (2016), *Break even point* dalam rupiah penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Anggaran Penjualan}}}$$

2.3.4. *Break Even Point* (BEP) dengan Pendekatan Grafik

Analisis titik impas (*Break Even Point*) dengan pendekatan grafik dapat digambarkan menggunakan grafik yang menunjukkan titik pertemuan antara garis pendapatan dan garis biaya. Penjelasan lebih rinci dapat dilihat pada gambar berikut.



Sumber: Mulyadi (2016)

Gambar 2.1 Grafik *Break Even Point* (BEP)

2.4. *Margin Of Safety*

2.4.1. Pengertian *Margin Of Safety*

Menurut Simamora (2016;164) “*Margin Of Safety* adalah besarnya pengurangan maksimum jumlah produksi atau penjualan dari yang dianggarkan agar perusahaan tidak sampai menderita kerugian.”

Menurut Indriani (2018:38) “*Margin of Safety* adalah kelebihan dari anggaran penjualan aktual di atas penjualan titik impas. *Margin of Safety* dapat digunakan untuk menentukan sejauh mana jumlah penurunan penjualan sampai titik impas atau titik di mana tidak terjadi kerugian maupun laba”.

Menurut Kasmir (2017:177) “*Margin Of Safety* atau tingkat keamanan itu sendiri merupakan analisis untuk mengetahui berapa batas aman penjualan”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Margin of Safety* adalah suatu konsep penting dalam perencanaan keuangan yang menunjukkan seberapa besar penjualan dapat menurun sebelum perusahaan mencapai titik impas atau *break even point*. *Margin of Safety* digunakan untuk menilai risiko keuangan dan seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh dari penjualan tambahan. Semakin besar *Margin of Safety*, semakin aman perusahaan dari risiko keuangan dan semakin besar pula potensi keuntungan yang dapat diperoleh.

2.4.2. Perhitungan *Margin of Safety*

Menurut Kasmir (2017:345) Untuk menghitung batas keamanan digunakan suatu rumus yang adalah sebagai berikut:

- a. *Margin Of Safety* dari penjualan *Break Event Point*

$$\text{Margin Of Safety} = \text{penjualan} - \text{penjualan break even point}$$

- b. Persentase *Margin Of Safety*

$$\text{Persentase Margin Of Safety} = \frac{(\text{penjualan} - \text{penjualan break even point}) \times 100\%}{\text{penjualan}}$$

Mengetahui angka *margin of safety* membantu manajemen dalam mengambil keputusan mengenai penurunan penjualan yang masih dapat ditoleransi tanpa menyebabkan kerugian. Jika persentase penurunan penjualan lebih kecil dari rasio batas keamanan, manajemen tidak perlu khawatir tentang dampaknya. Dengan demikian, manajemen dapat mengantisipasi atau berjaga-jaga terhadap kemungkinan perubahan biaya produksi atau berhati-hati dalam menetapkan kebijakan perubahan penjualan, karena *margin of safety* berkaitan langsung dengan laba.

2.5. Pengertian dan Perhitungan Perencanaan Laba

2.5.1. Pengertian Perencanaan Laba

Setiap upaya untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan harus dimulai dengan perencanaan yang teliti dan diikuti dengan kerja keras untuk mewujudkannya. Dalam perencanaan tersebut, akan dirinci langkah-langkah yang akan dilakukan di masa depan. Perencanaan berfungsi sebagai panduan bagi manajemen dalam menjalankan aktivitasnya. Oleh karena itu, setiap periode, manajemen akan menyusun berbagai rencana terkait dengan kegiatan perusahaan di masa mendatang. Penyusunan rencana yang relevan didasarkan pada berbagai faktor yang mempengaruhi, seperti hal-hal yang telah dilakukan sebelumnya, kendala atau hambatan yang dihadapi saat ini, dan yang mungkin muncul di masa depan.

Menurut Siregar, Dkk (2017:7)

“Perencanaan (*planning*) adalah aktivitas yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan metode yang digunakan dalam mencapai tujuan tersebut.”

Menurut Chalil (2018), Perencanaan laba adalah suatu rencana yang telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk tindakan yang harus diambil untuk mewujudkan laba tersebut.

Berdasarkan pengertian diatas dapat di simpulkan bahwa perencanaan laba adalah suatu proses yang dimulai dengan analisis teliti dan diikuti oleh tindakan yang spesifik untuk mencapai pertumbuhan perusahaan. Proses ini melibatkan penentuan tujuan, metode, dan langkah-langkah yang diperlukan, berdasarkan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi, seperti pengalaman masa lalu dan kendala saat ini. Perencanaan laba berfungsi sebagai panduan bagi manajemen dalam menjalankan aktivitas perusahaan dan mengambil keputusan yang tepat.

2.5.2. Perhitungan Perencanaan Laba

Suatu perusahaan dapat merencanakan tingkat penjualan minimal yang harus dicapai untuk memperoleh suatu keuntungan setelah perusahaan tersebut menetapkan besarnya keuntungan yang diharapkan.

Menurut Handoko (2010:311), rumus penjualan minimal yang harus di capai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan adalah sebagai berikut:

$$\text{Penjualan minimal (Rp)} = \frac{\text{FC} + \text{Laba yang diinginkan}}{1 - \frac{V}{P}}$$

$$\text{Penjualan minimal (Unit)} = \frac{\text{FC} + \text{Laba yang diinginkan}}{P - V}$$

Keterangan:

FC = Biaya Tetap

V = Biaya Variabel

P = Harga Jual per Unit