

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Dalam menjalankan usaha baik usaha kecil maupun besar dibutuhkan informasi akuntansi yang berguna bagi pihak manajemen. Secara umum akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu proses identifikasi, pengukuran, dan pengomunikasian informasi ekonomi yang menghasilkan informasi yang berguna bagi pembuat keputusan. Menurut Bahri (2016:2) “Akuntansi merupakan seni pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran dan pelaporan atas suatu transaksi dengan cara sedemikian rupa secara sistematis dari segi isi berdasarkan standar yang diakui umum”. Menurut Salman dan Farid (2017:4), “akuntansi manajemen merupakan identifikasi, pengukuran, pengumpulan, analisis, pencatatan, interpretasi, dan pelaporan kejadian-kejadian ekonomi suatu badan usaha yang dimaksudkan agar manajemen dapat menjalankan fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan”.

Akuntansi manajemen dapat disimpulkan merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, mengumpulkan dan menganalisis peristiwa ekonomi yang terjadi di perusahaan yang hasilnya ditujukan untuk pihak internal organisasi. Akuntansi manajemen merupakan bidang akuntansi yang berfokus pada penyediaan, termasuk pengembangan dan penafsiran informasi akuntansi bagi para manajer untuk digunakan sebagai bahan perencanaan, pengendalian operasi, dan dalam pengambilan keputusan.

Selain itu akuntansi manajemen juga merupakan bidang akuntansi yang berhubungan dengan penyediaan informasi bagi manajemen untuk mengelola suatu organisasi (perusahaan). Akuntansi manajemen juga membantu dalam memecahkan masalah-masalah khusus yang dihadapi oleh suatu organisasi.

2.2 Proses Manajemen

Dalam proses manajemen menjelaskan fungsi-fungsi yang dilaksanakan oleh para manajer dan bawahannya dalam mengelola aktivitas untuk mencapai

tujuan tertentu. Menurut Siregar, dkk (2017), pada dasarnya manajer melaksanakan tiga fungsi umum dalam suatu organisasi, yaitu:

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menetapkan tujuan dan cara yang digunakan dalam mencapai suatu tujuan. Proses perencanaan memberikan hasil rencana jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek. Program dan kegiatan rinci yang dilakukan dalam mencapai tujuan dimasukkan dalam dokumen perencanaan atau yang disebut dengan anggaran. Pencapaian tujuan perusahaan dipengaruhi oleh terlaksana atau tidaknya suatu anggaran. Proses perencanaan yang diperoleh terdapat anggaran seperti angka penjualan, biaya, serta investasi. Informasi dari akuntansi manajemen seperti informasi volume penjualan, harga, bahan baku, produksi, dan aset tetap, memiliki peran penting dalam proses perencanaan karena terdapat berbagai hal yang berhubungan dengan tujuan yang ditentukan. Oleh sebab itu, perencanaan harus tepat, menginspirasi dan juga dapat dijalankan dengan baik.

b. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian merupakan kegiatan untuk mengawasi pelaksanaan rencana dan mengambil langkah jika terjadi penyimpangan. Tujuannya adalah mengenali pelaksanaan yang baik maupun buruk dari kegiatan yang terjadi. Proses ini menggunakan umpan balik yang rinci untuk mengevaluasi atau memperbaiki jalannya pelaksanaan aktivitas agar koreksi terhadap perusahaan tepat. Informasi dari umpan balik dapat dijadikan dasar untuk mempertahankan dan menaikkan pelaksanaan kegiatan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Umpan balik juga bertujuan untuk menghilangkan kegiatan yang tidak menghasilkan nilai tambah. Contohnya termasuk perbandingan anggaran dengan realisasi, biaya yang menguntungkan dan tidak menguntungkan, lembur, produk rusak, dan produktivitas.

c. Pengambilan Keputusan (*Decision Making*)

Pengambilan keputusan merupakan proses memilih opsi terbaik di antara

beberapa opsi yang tersedia. Langkah-langkahnya meliputi proses mengidentifikasi masalah, mengidentifikasi opsi yang ada, mengevaluasi kegunaan dan biaya dari setiap opsi, dan memilih opsi terbaik. Proses ini terlibat dalam berbagai tahapan manajemen seperti perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Evaluasi kinerja juga menjadi bagian penting, yang menilai baik maupun buruk pelaksanaan yang digunakan dalam perumusan rencana selanjutnya. Dengan demikian, proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kinerja memerlukan kemampuan dalam mengambil keputusan yang tepat.

2.3 Analisis *Break Even Point* (BEP)

2.3.1 Pengertian Analisis *Break Even Point* (BEP)

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba maksimum. Besar kecilnya laba yang dicapai merupakan ukuran keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Analisis *break even point* merupakan alat bantu bagi manajemen dalam perencanaan dan penganggaran yakni dapat menambah ketepatan dalam membuat peramalan penjualan atau produksi, biaya-biaya, laba atau rugi sehingga analisis tersebut dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi seorang manajer dalam membuat keputusan sehubungan dengan penjualan atau produksi. Menurut Kasmir (2017:334) bahwa, “Analisis *break even point* adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan”.

Menurut Lestari dan Pernama (2017:136), “*Break even point* merupakan titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya atau titik dimana laba sama dengan nol atau *break even*”. Kemudian menurut Salman dan Farid (2017:155) mendefinisikan pengertian titik impas atau *break even point* (BEP) adalah sebagai berikut:

Titik impas atau *break even point* (BEP) adalah suatu kondisi dimana perusahaan dalam usahanya tidak mendapatkan untung maupun tidak menderita kerugian. Dengan kata lain, pada keadaan itu keuntungan

ataupun kerugian sama dengan nol. Dapat terjadi titik impas apabila perusahaan dalam operasinya menggunakan biaya tetap, dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel.

Dalam bidang ekonomi dan bisnis, BEP adalah titik di mana biaya atau beban dan pendapatan adalah sama. Tidak ada kerugian atau keuntungan bersih yang dihasilkan. *Break even point* (BEP) berarti suatu keadaan dimana perusahaan dalam keadaan tidak mengalami kerugian maupun keuntungan artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan atau pendapatan yang diperoleh.

2.3.2 Tujuan Analisis *Break Even Point* (BEP)

BEP amatlah penting jika kita membuat sebuah usaha agar kita tidak mengalami kerugian. Menurut Kasmir (2017:336), penggunaan titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

- a. Mendesain spesifikasi produk.
- b. Menentukan harga jual persatuan.
- c. Menentukan jumlah produksi/penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
- d. Memaksimalkan jumlah produksi.
- e. Merencanakan laba yang diinginkan Dalam mendesain produk, diperlukan suatu pedoman yang memberikan arah bagi manajemen untuk mengambil suatu keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga.

Analisis titik impas memberikan perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan. Sedangkan menurut Salman dan Farid (2017:156), tujuan untuk mencari titik impas adalah:

1. Dalam rangka meramal laba secara akurat, faktor yang penting adalah mengetahui hubungan antara laba dan biaya pada satu sisi dan volume pada sisi yang lain.
2. Analisis titik impas bermanfaat dalam menyusun flexible budget yang mengindikasikan biaya pada banyak level aktivitas.
3. Analisis titik impas membantu evaluasi kinerja untuk tujuan pengendalian. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan review laba dan biaya serta perubahan volume.
4. Analisis titik impas mendukung penetapan kebijakan harga yang sesuai dengan kondisi lingkungan.
5. Untuk mengetahui jumlah biaya overhead yang akan dibebankan ke biaya produk pada berbagai tingkat operasi.

Tujuan analisis *break event point* tersebut merupakan sebuah sistem yang saling berkaitan satu sama lain dimana biaya menentukan harga jual. Penentuan harga jual persatuan sangat penting agar harga jual dapat diterima pelanggan. Disamping pertimbangan biaya yang akan dikeluarkan, harga jual juga terkait dengan pihak pesaing yang memiliki produk sejenis, sehingga perusahaan harus dapat melihat lingkungan sekitar untuk beroperasi dari dekat ataupun jauh dan minimal tidak mengalami kerugian.

2.3.3 Manfaat Analisis *Break Even Point* (BEP)

Analisis BEP dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan. Menurut Kasmir (2017:337), ada beberapa manfaat di dalam analisis *Break Even Point* (BEP) bagi manajemen perusahaan, diantaranya yaitu:

- a. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain serta mengetahui laba rugi perusahaan.
- b. Sebagai sarana merencanakan laba.
- c. Sebagai alat pengendalian (*controlling*) kegiatan operasi yang sedang berjalan.
- d. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual.
- e. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kebijakan atau yang harus tetap dijalankan ketika perusahaan keadaan tidak mampu menutup biaya-biaya tunai.

Bedasarkan pendapat ahli diatas berarti manfaat dari analisis *break even point* antara lain mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain. Analisis *break even point* juga dapat dijadikan alat perencanaan laba yang dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan oleh manajemen.

2.3.4 Asumsi Penggunaan Analisis *Break Even Point* (BEP)

Dalam penggunaan analisis *break even point* tentunya tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasannya, yang berarti harus menggunakan asumsi-asumsi tertentu. Menurut Ahmad (2017: 57) keterbatasan-keterbatasan analisis *break even point* adalah sebagai berikut:

- a. Konsep tentang variabilitas cost dapat diterima karena itu biaya harus realistis diklasifikasikan sebagai variabel dan tetap.
- b. Range yang relevan pada semua tahap analisis harus ditentukan.
- c. Harga jual per unit tidak berubah jika terjadi perubahan volume

- d. Hanya dijual satu jenis produk (*single product*). Jika analisis digunakan untuk berbagai produk atau kombinasi produk (*product mix*) *sales mix* harus tetap atau konstan.
- e. Kebijakan manajemen terhadap operasi perusahaan tidak berubah secara material dalam jangka pendek
- f. Tingkat harga umum stabil dalam jangka pendek.
- g. Sinkronisasi antara penjualan dan produksi yang berarti tingkatan persediaan harus konstan atau nol.
- h. Efisiensi dan produktivitas tidak mengalami perubahan-perubahan khususnya dalam jangka pendek.

2.3.5 Metode Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point dapat dihitung menggunakan beberapa metode atau cara perhitungan, yaitu perhitungan *break even point* dengan pendekatan matematis dan perhitungan *break even point* dengan pendekatan grafis.

1. Perhitungan *Break Even Point* dengan Pendekatan Matematis

Menurut Siregar, dkk (2017:320), menyatakan bahwa dalam menghitung BEP dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu:

a. Atas Dasar Unit

Ditinjau dari per satuan produk atau barang yang dijual, maka setiap satuan barang memberikan sumbangan atau kontribusi (margin) yang sama besarnya untuk menutup biaya tetap atau laba. Dalam keadaan break even, maka dengan membagi jumlah biaya tetap dengan margin per satuan barang akan diperoleh jumlah satuan barang harus dijual sehingga perusahaan tidak mengalami rugi ataupun memperoleh laba. Perhitungan Break Even Point dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{BEP (Satuan)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Per Satuan Barang}} \\ &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya Variabel per satuan}} \end{aligned}$$

Rumus break even point tidak hanya dipakai untuk menentukan besarnya penjualan dalam keadaan break even point, yang lebih penting rumus break even point juga dapat digunakan untuk perencanaan laba yaitu menentukan tingkat penjualan pada laba yang dikehendaki atau yang direncanakan oleh perencanaan. Perhitungan break even point untuk perencanaan laba atas dasar unit dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{BEP (Satuan)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang diinginkan}}{\text{Margin Per Satuan Barang}}$$

$$= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang diinginkan}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya Variabel per satuan}}$$

b. Atas Dasar Rupiah

Dalam keadaan *break even point* laba perusahaan adalah nol, oleh karena itu dengan membagi jumlah biaya tetap dengan marginal income rasionya, akan diperoleh/diketahui tingkat penjualan (dalam rupiah) yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita rugi ataupun laba. Perhitungan *break even point* atas dasar rupiah dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

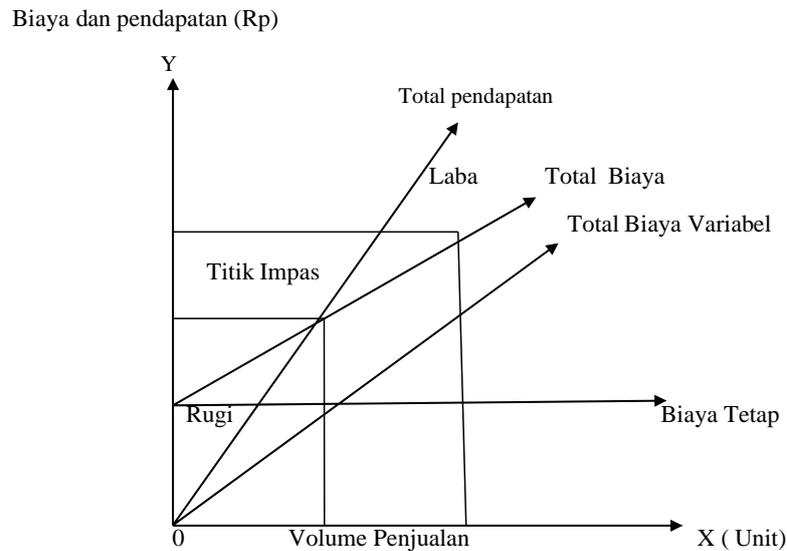
$$\begin{aligned} \text{BEP (Rupiah)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Marginal Income Ratio}} \\ &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Total Penjualan}}} \end{aligned}$$

Perhitungan break even point untuk perencanaan laba atas dasar rupiah dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rupiah)} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang diinginkan}}{\text{Marginal Income Ratio}} \\ &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang diinginkan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Total Penjualan}}} \end{aligned}$$

2. Perhitungan *Break Even Point* dengan Pendekatan Grafis

Perhitungan *break even point* dapat dilakukan dengan menentukan titik pertemuan atau titik potong antara garis pendapatan penjualan dengan biaya. Titik pertemuan tersebut merupakan titik impas. 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 (2017: 344) dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Kasmir 2017

Gambar 2.1
Grafik Break Even Point

Keterangan:

Sumbu X = menggambarkan besarnya volume produksi atau penjualan

Sumbu Y= menggambarkan besarnya biaya dan penghasilan penjualan

2.3.6 Bauran Penjualan (*Sales Mix*)

Bagi perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk maka dalam menghitung titik impasnya harus terlebih dahulu dihitung bauran penjualannya. Menurut Siregar, dkk (2017:329), “Bauran penjualan (*sales mix*) mengacu pada proporsi relatif di mana produk perusahaan dijual. Tujuannya adalah untuk menghasilkan kombinasi atau bauran yang akan menghasilkan laba terbesar”. Samryn (2015:188) menyatakan bahwa:

Untuk perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk, maka dalam menghitung titik impas harus terlebih dahulu dihitung bauran penjualan produknya atau perbandingan volume penjualan antara produk satu dan produk yang lain. Dengan menggunakan perbandingan volume penjualan tersebut, dapat dihitung titik impas perusahaan melalui rumus yang sama dengan rumus sebelumnya. Adapun perhitungan bauran penjualan (*sales mix*) dapat dilakukan dengan rumus:

$$\text{Bauran Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Per Produk}}{\text{Total Penjualan}}$$

Berdasarkan tiga pendapat tersebut, dapat kita uraikan bahwa bauran penjualan (*sales mix*) merupakan kombinasi relatif dari produk-produk yang dijual

perusahaan yang harus diperhitungkan nilainya terlebih dahulu sebelum dihitung menggunakan analisis *break even point* produk tunggal.

2.3.7 Analisis Break Even Point Multiproduk

Analisis biaya volume laba cukup mudah diterapkan dalam pengaturan produk tunggal. Namun kebanyakan perusahaan memproduksi dan menjual sejumlah produk atau jasa. Meskipun kompleksitas konseptual dari analisis biaya volume laba lebih tinggi dalam situasi multiproduk, pengoperasiannya tidak berbeda jauh. Menurut Garisson, dkk (2016:231), menyatakan bahwa “Analisis multiproduk mensyaratkan dibuatnya identifikasi bauran penjualan yang diharapkan dalam unit dari produk-produk yang dipasarkan, mengonversi masalah multiproduk menjadi analisis produk tunggal”.

Menurut Hansen dan Mowen (2017:183), menyatakan bahwa:

Apabila sebuah perusahaan memiliki lebih dari dua jenis produk disebut multiproduk. Perhitungan penjualan BEP pada prinsipnya adalah sama yang membuat berbeda adalah perhitungan penjualan BEP masing masing produk. Penjualan BEP masing-masing produk tergantung kepada penjualan BEP total. Artinya terlebih dahulu menetapkan penjualan BEP total. Adapun Perhitungan BEP dapat dilakukan dengan cara:

$$\text{BEP total} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Margin kontribusi rata-rata}}$$

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

2.4 Perencanaan Laba Jangka Pendek

2.4.1 Pengertian Perencanaan

Kemampuan manajemen dalam melihat peluang dan kesempatan yang akan terjadi dimasa yang akan datang pada umumnya dijadikan ukuran berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan. Oleh karena itu, tugas manajemen diharapkan bisa merencanakan masa depan perusahaan dengan sebaik mungkin.

Menurut Salman dan Farid (2017:5) mendefinisikan perencanaan ialah sebagai berikut:

Perencanaan sebagai formulasi terinci kegiatan untuk mencapai tujuan akhir tertentu. Perencanaan mensyaratkan penetapan tujuan dan identifikasi metode untuk mencapai tujuan tersebut. Proses perencanaan harus melibatkan semua elemen yang ada di perusahaan mulai manajemen tingkat atas sampai level bawah.

Menurut Kholmi (2019:2) pengertian perencanaan adalah sebagai berikut:

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.

Berdasarkan dua pendapat tersebut, dapat kita uraikan bahwa perencanaan adalah proses menetapkan tujuan, pemilihan apa yang akan dilakukan dan spesifikasi bagaimana mencapai tujuan tersebut. Perencanaan mensyaratkan penetapan tujuan dan identifikasi metode untuk mencapai tujuan tersebut.

2.4.2 Pengertian Laba

Mendapatkan laba sebesar-besarnya tentu menjadi tujuan utama dibentuknya suatu usaha. Laba dapat dijadikan acuan untuk menilai berhasil atau tidaknya pihak manajemen dalam mengelola perusahaan tersebut. Selain itu, laba yang diperoleh akan berpengaruh untuk kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Menurut Kristianti (2021), laba merupakan selisih yang bernilai positif antara pendapatan dan beban yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan maupun non operasional perusahaan selama satu periode tertentu.

Menurut Nafarin (2017:5) menyatakan bahwa pengertian laba (*income*) adalah sebagai berikut:

Laba (*income*) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa laba mengindikasikan profitabilitas perusahaan yang berasal dari perbedaan antara pendapatan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan pada periode tertentu.

2.4.3 Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan suatu rancangan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh laba, perencanaan laba memuat langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan

untuk mencapai target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama suatu perusahaan karena laba memiliki selisih antara pendapatan yang diterima (dari penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh penjualan.

Terkait perencanaan, terdapat hal-hal apa saja yang akan dilakukan di masa yang akan datang. Desain yang menghasilkan desain, yang menjadi pedoman bagi pihak manajemen dalam menjalankan kegiatannya. Keuntungan diperoleh jika harga barang lebih tinggi dari pokok, sebaliknya kerugian akan terjadi jika pokok lebih tinggi dari harga. Oleh karena itu perencanaan laba yang baik sangat penting dalam manajemen.

Untuk tumbuh dan berkembang secara sehat, akuntan manajemen memegang peranan penting bagi perusahaan. Akuntan harus mampu menghitung keuntungan optimal dengan sumber optimal dengan pengorbanan sumber yang efisien. Setidaknya untuk tujuan jangka pendek, akuntan manajemen harus mampu meletakkan prinsip-prinsip yang kokoh mengenai jumlah pengeluaran dan penjualan yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian dan juga tidak memperoleh keuntungan. Secara teknis, keadaan ini disebut posisi *break even point*.

Selanjutnya, dalam jangka panjang, akuntan manajemen harus mampu memberikan informasi mengenai struktur biaya dan volume penjualan produksi agar perusahaan mencapai tingkat pertumbuhan yang stabil dan berkembang. Oleh karena itu keahlian dalam struktur dan perilaku biaya dan pendapatan harus diakui secara profesional oleh akuntan manajemen. Menurut Carter (2015:8), tugas dan tanggung jawab seorang akuntan harus bergeser ke analisis strategis untuk keberhasilan perusahaan, perencanaan laba atau penganggaran memiliki manfaat bagi perusahaan, yaitu:

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi antar sesama manajer.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama sari setiap tingkatan manajemen.
5. Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja

aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

2.4.4 Perencanaan Laba Jangka Pendek

Sangat penting bagi manajemen untuk dapat melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang untuk mencapai target dan tujuan perusahaan untuk periode singkat. Menurut Tangerang, dkk (2018) menyatakan bahwa pengertian perencanaan laba jangka pendek ialah sebagai berikut:

Perencanaan laba jangka pendek merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manajemen dalam proses penyusunan anggaran perusahaan. Setiap manajemen dalam perusahaan selalu menemui kondisi dimana mereka mendapatkan pertanyaan “what if” dalam proses penyusunan anggaran atau apa yang akan terjadi jika manajemen memilih sesuatu.

Oleh karena itu, dalam perencanaan laba jangka pendek hubungan antara biaya, volume dan laba sangat berperan penting karena merupakan teknik yang tepat untuk memperhitungkan dampak perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba demi membantu proses penyusunan anggaran oleh manajemen. Manajemen mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan yang ada yang akan berakibat bagi perubahan harga jual, volume penjualan, maupun biaya variabel dan atau biaya tetap yang pada akhirnya akan memberi dampak pada laba bersih. Dampak terhadap laba bersih menjadi salah satu hal penting yang harus dipertimbangkan oleh manajemen dalam proses penyusunan anggaran untuk pengambilan keputusan usulan kegiatan

2.5 Pengertian dan Pengklasifikasian Biaya

2.5.1 Pengertian Biaya

Dalam menganalisa sebuah perencanaan laba, salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dengan sangat hati-hati karena biaya mempunyai pengaruh cukup besar terhadap tingkat laba yang akan diperoleh perusahaan. Dalam setiap aktivitas perusahaan tidak akan terlepas dari pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan usaha.

Menurut Mulyadi (2016:8), “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Menurut Siregar, dkk (2017:36), “biaya (*expense*)

adalah barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan”. Menurut Carter (2015:30), “biaya sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan, yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat”.

Dari beberapa pendapat ahli diatas, dapat kita uraikan bahwa biaya merupakan pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan yang biasanya berupa kas untuk memperoleh manfaat dalam satu periode akuntansi. Biaya berpengaruh secara langsung terhadap tingkat keuntungan perusahaan karena dalam setiap aktivitas usaha tidak terlepas dari pengorbanan yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan usaha.

2.5.2 Pengklasifikasian Biaya

Pengklasifikasian biaya merupakan tahap pertama dalam melakukan analisis *Break Even Point* (BEP). Biaya diklasifikasikan agar memudahkan untuk melakukan perencanaan. Pengklasifikasian sangat penting karena bisa memisahkan mana biaya yang bertambah seiring meningkatnya volume produksi dan biaya mana yang tetap walaupun volume produksi berubah. Menurut Mulyadi (2016:14), berdasarkan perilaku biaya tersebut maka biaya dapat digolongkan menjadi tiga yaitu:

1. Biaya variabel (*Variable Cost*), merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan lain sebagainya.
2. Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding, biaya akan berbanding terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya adalah biaya telepon dan internet, biaya listrik dan lain sebagainya.
3. Biaya tetap (*Fixed cost*), adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran perubahan volume kegiatan tertentu. Contohnya adalah biaya sewa, biaya gaji karyawan dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut Siregar, dkk (2017:37) klasifikasi biaya untuk memprediksi perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi:

1. Biaya Variabel (*Variable Cost*)
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Apabila tingkat produksi bertambah, jumlah variabel bertambah. Apabila tingkat produksi menurun, jumlah biaya

variabel menurun. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan penolong, dan lain sebagainya.

2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu. Walaupun tingkat aktivitas meningkat atau menurun, jumlah biaya tetap tidak berubah. Contoh biaya tetap adalah biaya gaji karyawan, biaya sewa, dan lain sebagainya.

3. Biaya Semivariabel (*Mixed Cost*)

Biaya semivariabel terdiri atas dua elemen biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya listrik adalah contoh biaya campuran. Biaya pemakaian listrik akan berubah dengan tingkat pemakaian listrik. Sementara, biaya abonemen listrik tidak berubah walaupun pemakaian listrik berubah.

Berdasarkan pengertian dan klasifikasi biaya diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mempermudah melakukan perencanaan sebaiknya dilakukan pengklasifikasian biaya. Klasifikasi biaya yang dilakukan menurut perilaku biaya yaitu biaya variabel, biaya semivariabel dan biaya tetap.

2.6 Degree of Operating Leverage (DOL)

Operating Leverage dapat diukur melalui tingkat *Degree of Operating Leverage* (DOL) pada tingkat kuantitas produksi tertentu. *Operating Leverage* digunakan dalam mengukur sensitivitas EBIT (*Earnings before Interest and Taxes*) yang di akibatkan oleh perubahan penjualan atau dapat dikatakan bahwa DOL merupakan suatu pengukuran tentang sensitivitas laba terhadap perubahan penjualan. Menurut Siregar, dkk (2017:339) menyatakan bahwa:

Degree of Operating Leverage merupakan salah satu komponen yang dapat menunjukkan risiko bisnis perusahaan. *Degree of Operating Leverage* yang tinggi tidak akan berpengaruh, bila perusahaan dapat memelihara penjualan dan struktur biaya yang konstan. Namun apabila perusahaan memiliki proporsi biaya tetap lebih tinggi dalam struktur biayanya maka akan memiliki *operating leverage* yang tinggi. Jadi DOL dapat dipandang sebagai suatu ukuran dari risiko potensial yang menjadi aktif hanya jika penjualan dan biaya produksi berubah-ubah.

Menurut Horngren (2016:57) menyatakan bahwa:

Apabila suatu perusahaan mempunyai *operating leverage* yang tinggi, maka peningkatan presentase yang kecil dalam penjualan dapat menghasilkan peningkatan laba bersih dalam presentase yang jauh lebih besar. Adapun rumus perhitungan *Degree of Operating Leverage* adalah sebagai berikut:

$$\text{DOL} = \frac{\text{Persentase perubahan laba operasi (EBIT)}}{\text{Persentase perubahan output (penjualan)}}$$

Atau:

$$\text{DOL (unit)} = \frac{S-VC}{S-VC-FC} = \frac{Q(P-V)}{Q(P-V)-FC}$$

Atau:

$$\text{DOL (rupiah)} = \frac{S-VC}{S-VC-FC} = \frac{\text{EBIT} + \text{FC}}{\text{EBIT}}$$

Keterangan:

DOL (unit)	= DOL dari penjualan dalam unit
DOL (rupiah)	= DOL dari penjualan dalam rupiah
EBIT	= Laba operasi sebelum bunga dan pajak
P	= Harga per unit
V	= Biaya Variabel per unit
P-V	= Margin Kontribusi per unit
Q	= Kuantitas (unit) barang yang diproduksi atau dijual
FC	= Biaya Tetap
VC	= Biaya Variabel Total
S	= Penjualan