

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 1.1. Pengertian Akuntansi Manajemen

Pihak-pihak yang mempunyai kepentingan terhadap perkembangan suatu perusahaan sangat memerlukan informasi akuntansi, untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak tersebut baik didalam maupun diluar perusahaan atau organisasi bisnis, akuntansi terbagi menjadi dua jenis. Jenis akuntansi yang memberikan informasi kepada pihak didalam perusahaan yaitu akuntansi manajemen, selanjutnya jenis akuntansi yang memberikan informasi kepada pihak diluar perusahaan yaitu akuntansi keuangan.

Sebelum penulis memaparkan lebih lanjut mengenai perbedaaan kedua jenis akuntansi tersebut, berikut ini akan dikemukakan pengertian akuntansi manajemen menurut Baldrick (2013:1) :

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.

Menurut Garrison (2013:39), akuntansi manajemen adalah “akuntansi yang berkaitan dengan penyediaan informasi kepada para manejer untuk membuat perencanaan, dan pengendalian operasi serta dalam pengambilan keputusan”.

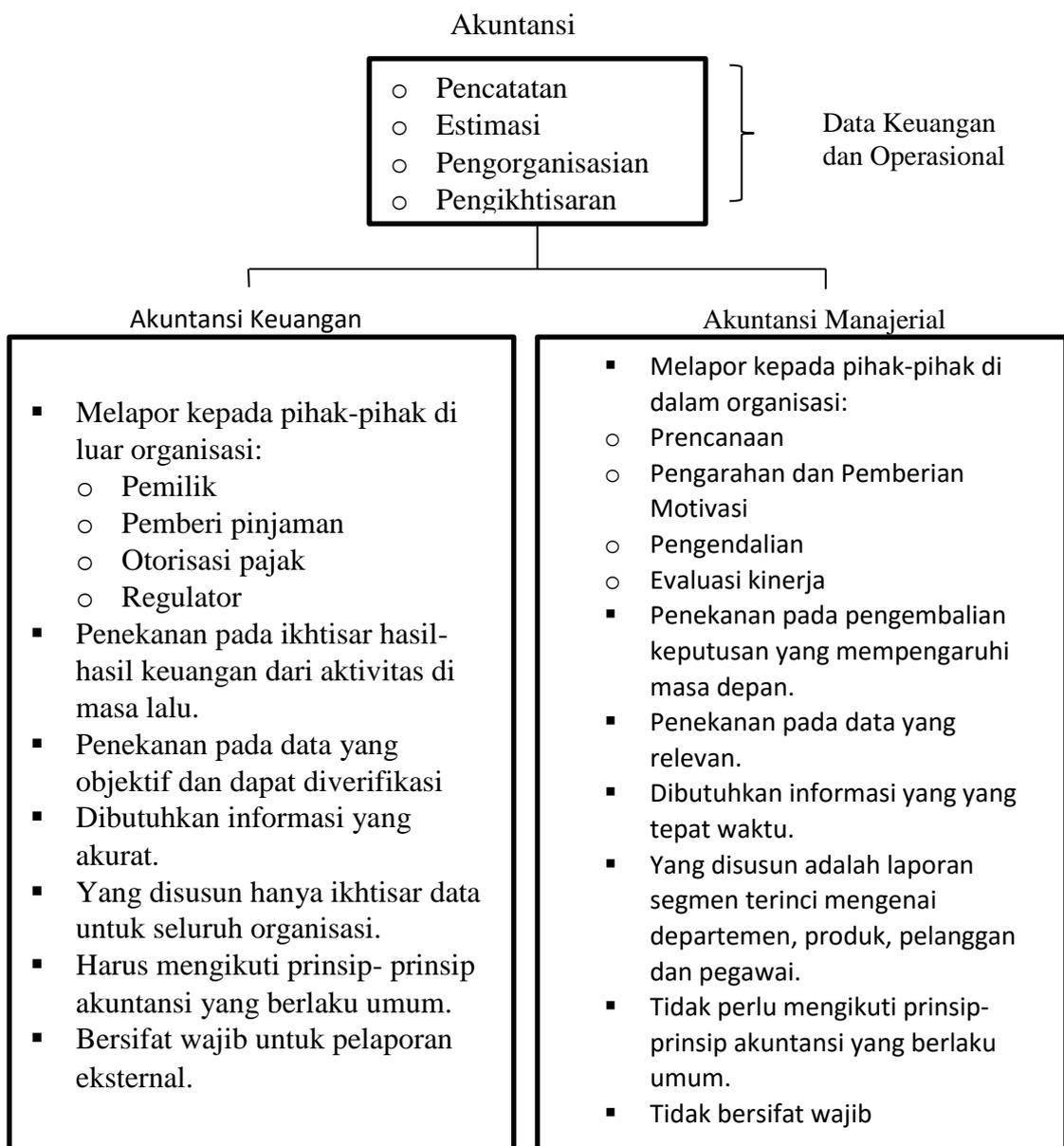
Menurut Mulyadi (2001:2) bahwa:

Akuntansi keuangan merupakan tipe akuntansi yang mengelola informasi keuangan yang terutama untuk memenuhi keperluan manajemen puncak dan pihak luar organisasi, sedangkan akuntansi manajemen merupakan tipe akuntansi yang mengelola informasi keuangan terutama untuk memenuhi keperluan manajemen dalam melaksanakan fungsi perencanaan dan pengendalian organisasi.

Berdasarkan pengertian bahwa akuntansi keuangan adalah tipe akuntansi yang mengelola informasi keuangan yang diajukan untuk memenuhi keperluan manajemen puncak dan pihak luar organisasi. Akuntansi manajemen adalah tipe akuntansi yang mengelola informasi untuk memenuhi keperluan manajemen guna proses perencanaan dan pengendalian kegiatan organisasi.

## 1.2. Perbedaan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa informasi akuntansi keuangan disiapkan untuk kebutuhan pihak eksternal perusahaan, sedangkan informasi akuntansi manajemen disiapkan untuk pihak internal perusahaan. Perbedaan yang mendasar ini mengakibatkan sejumlah perbedaan antara akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen meskipun data keuangan yang mendasari keduanya sama. perbedaan- perbedaan tersebut dijelaskan oleh Garrison (2013:9) dalam bagan berikut ini:



Sumber: (Garrison : 2013:9)

Gambar 2.1

Bagan Perbedaan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen

### **1.3. Pengertian Perencanaan dan Laba**

Untuk mengukur berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditinjau dari kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, merupakan tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaan agar segala kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang telah dapat direncanakan cara menghadapinya sejak sekarang. Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah memutuskan berbagai alternatif dan kebijakan yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang.

Menurut Baldrice (2013:7) “Perencanaan (*Planning*) aktivitas yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan metode yang digunakan dalam mencapai tujuan tersebut”. Menurut Sadeli (2001:216) “Perencanaan adalah pemutusan tentang apa yang akan dilakukan oleh organisasi dan juga perencanaan itu merupakan pemutusan tentang bagaimana cara mencapai tujuan tersebut”. Perencanaan ini erat kaitannya dengan penetapan tujuan perusahaan. Dalam menetapkan tujuan suatu usaha, umumnya manajer lebih menekankan pada kebutuhan akan laba. Namun, laba bukan satu-satunya tujuan usaha, sehingga pengertian laba itu sendiri lebih terbatas.

Menurut Sadeli (2001:255) bahwa laba adalah “Pendapatan bruto atas aktivitas perusahaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendukung aktivitas tersebut”.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dinyatakan bahwa perencanaan laba adalah pemutusan tindakan untuk mencapai keuntungan dari aktivitas tersebut.

### **2.4. Pengertian dan Pengklasifikasian Biaya**

#### **2.4.1. Pengertian Biaya**

Biaya berkaitan dengan semua tipe organisasi baik organisasi bisnis, non bisnis, manufaktur, dagang dan jasa. Biaya yang mempengaruhi secara langsung terhadap tingkat keuntungan perusahaan karena dalam setiap aktivitas usaha tidak akan terlepas dari pengorbanan yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan usaha. Menurut Mulyadi (2001:8) biaya adalah “pengorbanan sumber ekonomis

yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Berdasarkan pengetahuan di atas dapat dinyatakan bahwa biaya merupakan pengorbanan yang dilakukan baik dalam bentuk arus keluar ataupun pengurangan aktiva atau adanya kewajiban guna memperoleh manfaat. Artinya, apabila pengorbanan itu tidak menghasilkan manfaat maka hal tersebut merupakan kerugian yang harus ditanggung oleh perusahaan.

#### **1.4.2. Pengklasifikasian Biaya**

Pada umumnya, berbagai macam biaya yang terjadi dan cara klasifikasi biaya tergantung pada tipe perusahaan. Biaya perlu diklasifikasikan dengan tujuan untuk memudahkan dalam perencanaan. Sangat penting untuk mengetahui apakah biaya tertentu bereaksi atau merespon terhadap perubahan aktivitas usaha. Bila aktivitas usaha meningkat atau menurun, biaya tertentu mungkin akan ikut naik atau turun atau mungkin juga tetap. Berdasarkan perilaku biaya tersebut, maka biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan yaitu:

##### **1. Biaya Variabel**

Menurut Garrison (2013:266) ,“Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara profesional dengan perubahan aktivitas”. Menurut Riwayadi (2006:230), “Biaya variabel (*Variable Cost*) biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan output aktivitas, sedangkan biaya per unitnya adalah tetap dalam batas relevan sebagai berikut:

1. Biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah biaya variabel.
2. Pada biaya variabel, biaya satuan tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan, jadi biaya semakin konstan.

Berdasarkan pengetahuan di atas dapat dilihat bahwa semakin besar volume kegiatan, semakin besar pula jumlah total biaya variabel, dan semakin rendah volume kegiatan, maka jumlah total biaya variabel akan semakin rendah. Akan tetapi untuk biaya variabel per satuan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan.

## 2. **Biaya Tetap**

Menurut Hansen Mowen (2006:84) bahwa biaya tetap adalah “Suatu biaya yang dalam jumlah total, tetap konstan dalam rentang yang relevan ketika tingkat output aktivitas berubah”. Menurut Baldrick (2013:37) biaya tetap adalah “biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu”.

Berdasarkan definisi - definisi di atas bahwa biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstant dalam rentang yang relevan sering dengan tingkat pendorong kegiatan yang beragam.

## 3. **Biaya Semivariabel**

Menurut Hansen Mowen (2006:102) biaya semivariabel adalah “Biaya yang memiliki komponen biaya tetap dan biaya variabel. Menurut Riwayadi (2006:31) bahwa “biaya semi variabel (*Semi Variable Cost*) adalah biaya yang totalnya berubah secara tidak proporsional dengan perubahan output aktivitas, dan biaya perunitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan output aktivitasnya.

Berdasarkan definisi-definisi di atas bahwa pada biaya semivariabel terdapat komponen biaya tetap dan biaya variabel. Dalam analisis *Break Even Point* biaya ini harus dipisahkan menurut unsur tetap dan unsur variabel.

## 2.5. **Break Even Point**

### 2.5.1. **Pengertian Break Even Point**

Suatu perusahaan akan berada pada titik *break event* apabila dalam suatu periode aktivitas usaha, tidak memperoleh laba dan tidak juga menderita kerugian. Artinya, jika seluruh pendapatan yang diperoleh perusahaan dijumlahkan, maka jumlah tersebut akan sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikeluarkan.

Menurut Mulyadi (2001:232) bahwa :

“Impas (*break even point*) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi”.

Suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenues*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

Menurut Sadeli (2001:550) mengungkapkan bahwa:

Titik kembali pokok adalah tingkat operasi yang perlu bagi perusahaan agar tidak menghasilkan suatu kerugian neto atau pendapatan neto, titik operasi yang total biayanya sama dengan total pendapatan dapat dinyatakan dalam unit rupiah.

Menurut Munawir (2004:184) bahwa :

“*Break Even Point* dapat diartikan suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya)”

Telah dipaparkan sebelumnya bahwa *Break Even Point* adalah suatu keadaan bahwa jika seluruh pendapatan yang diperoleh perusahaan dijumlahkan, maka jumlah tersebut akan sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikeluarkan. Dapat dilihat bahwa syarat yang harus di penuhi untuk dapat melakukan perhitungan *Break Even Point* adalah harus terdapat biaya, yang dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Pemisahan antara kedua biaya ini harus secara cermat dan benar hasil perhitungan *Break Even Point*.

### 1.5.2. Asumsi Dasar dalam Analisis *Break Even Point*

Untuk menganalisis *Break Even Point* terdapat beberapa anggapan dasar yang harus dipenuhi. Mulyadi (2001:260-261) menyatakan secara rinci asumsi yang mendasari analisis *Break Even Point* yaitu :

1. Variabilitas biaya dianggap akan mendekati pola perilaku yang diramalkan. Biaya tetap akan selalu konstan dalam kisar volume yang dipakai dalam perhitungan impas, sedangkan biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volume penjualan
2. Harga jual produk dianggap tidak berubah-berubah pada berbagai tingkatan kegiatan.
3. Kapasitas produksi dianggap secara relatif konstan. Penambahan fasilitas produksi akan berakibat pada penambahan biaya tetap.
4. Harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah.
5. Efisiensi produksi dianggap tidak berubah
6. Perubahan jumlah sediaan awal dan akhir dianggap tidak signifikan
7. Komposisi produk yang akan dijual dianggap tidak berubah.

Dengan adanya anggapan-anggapan tersebut, maka dalam grafik *Break Even Point* garis-garis jumlah penjualan, jumlah biaya (baik biaya tetap maupun biaya variabel), semua nampak lurus karena semua perubahan dianggap

sebanding dengan volume penjualan.

### 1.5.3. 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.

#### a. Analisis *Break Even Point* dengan Pendekatan Matematis

Analisis *Break Even Point* dengan pendekatan matematis dilakukan berdasarkan pendapatan penjualan sama dengan jumlah biaya ditambah laba bersih sama dengan pendapatan penjualan dikurangi dengan jumlah biaya.

Menurut Munawir (2004:186) maka perhitungan *Break Even Point* dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut :

$$\text{Pendapatan Penjualan} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

Atau

$$\text{Laba bersih} = \text{Pendapatan Penjualan} - \text{Biaya Variabel} - \text{Biaya Tetap}$$

Dalam menghitung tingkat *Break Even Point* dengan pendekatan matematis dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

#### 1. Atas Dasar Unit

Perhitungan *Break Even Point* dengan pendekatan matematis dapat dilakukan menggunakan rumus dari Mulyadi (2001:234) sebagai berikut:

$\text{Impas (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{harga Jual per Satuan} - \text{Biaya variabel per Satuan}}$
--

Selisih dari penjualan dengan biaya variabel akan menghasilkan sisa atau margin yang tersedia untuk mencukupi 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 Point* laba sama dengan nol, maka jumlah satuan barang yang harus dijual dapat diperoleh dari pembagian biaya tetap dengan margin per satuan produk.

## 2. Atas Dasar Rupiah

Perhitungan *Break Even Point* atas dasar rupiah dapat dilakukan menggunakan rumus dari Mulyadi (2001:235) sebagai berikut :

$$\text{Impas (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per Satuan}}{\text{Harga Jual per Satuan}}}$$

Atau

$$\text{Impas (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Pendapatan Penjualan}}}$$

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. Oleh karena itu, untuk perencanaan laba dapat dihitung dengan rumus dari Mulyadi (2001:236) sebagai berikut :

$$\text{Impas (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Laba yang diinginkan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

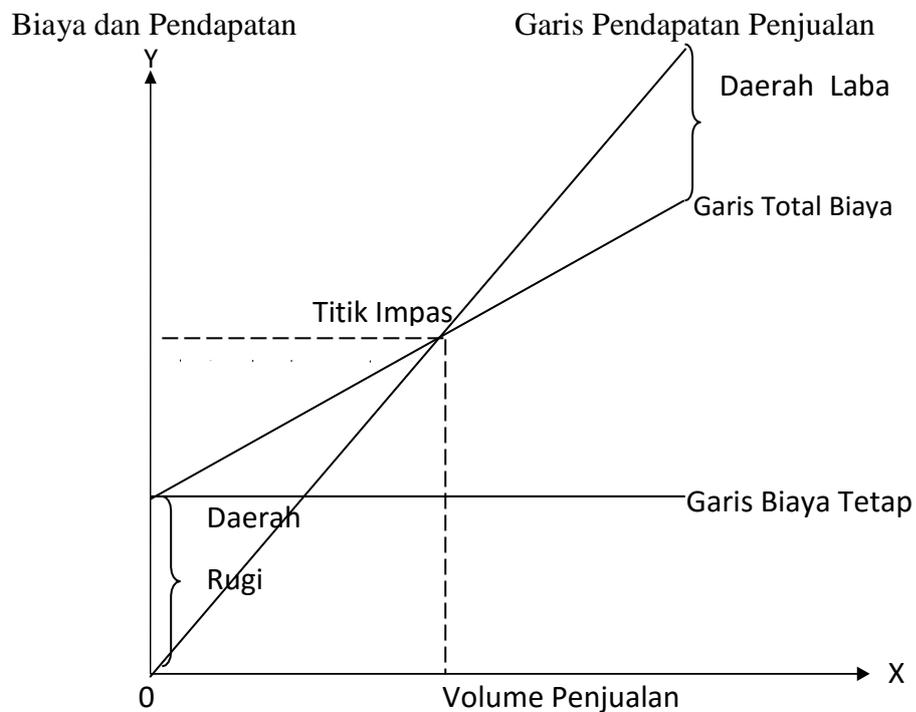
*Break Even Point* dalam unit untuk perencanaan laba dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Impas (Unit)} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Laba yang diinginkan}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}}$$

**b. Analisis *Break Even Point* dengan Pendekatan Grafis**

Analisis *Break Even Point* dengan pendekatan grafis digambarkan dengan suatu grafik yang disebut bagan impas. 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. Untuk lebih jelasnya, maka dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Sumber : Mulyadi (2001:242)

**Gambar 2.2**  
**Grafik *Break Event Point***

Keterangan :

1. Sumbu datar (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:
  - a. Pada volume penjualan yang sama dengan nol dan pendapatan sama dengan nol.
  - b. Garis lurus kemudian ditarik untuk menghubungkan titik  $X = 0$  dan  $Y = 0$
4. pembuatan garis tetap dilakukan sebagai berikut : Karena biaya tetap pada volume penjualan berapapun tidak mengalami perubahan dalam kapasitas tertentu.
5. Titik impas terletak pada titik potong garis pendapatan penjualan dengan garis total 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.

## 2.6. Pengertian *Margin of Safety*

Analisis *Break Even Point* akan menghasilkan informasi mengenai tingkat penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita kerugian. Apabila hasil penjualan pada *Break Even Point* tersebut dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan oleh perusahaan, maka akan diperoleh informasi mengenai berapa volume penjualan yang direncanakan aman bagi perusahaan agar tidak menderita kerugian.

Menurut Garrison (2013:338) “Margin Keamanan adalah kelebihan dari penjualan yang dianggarkan (aktual) diatas titik impas volume penjualan”. Menurut Munawir (2010:199-200) bahwa *Margin of safety* ini dapat dinyatakan dalam rasio (persentase) dengan rumus :

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Penjualan per Budget}}{\text{Penjualan per BEP}} \times 100\%$$

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Penjualan per Budget} - \text{Penjualan per BEP}}{\text{Penjualan per Budget}} \times 100\%$$

Suatu perusahaan yang mempunyai *Margin of Safety* yang besar akan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai *margin of safety* rendah. Hal ini dikarenakan dapat memberikan gambaran kepada manajemen berapa penurunan penjualan yang dapat ditolelir sehingga perusahaan tidak menderita rugi juga belum memperoleh laba.