

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi dibagi menjadi dua yaitu akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan. Perbedaan keduanya terletak pada informasi yang dapat dihasilkan. Akuntansi manajemen akan menghasilkan informasi kepada pihak intern perusahaan, sedangkan akuntansi keuangan akan menghasilkan informasi kepada pihak internal perusahaan.

Berikut ini merupakan pengertian akuntansi manajemen menurut beberapa ahli :

Menurut Blocher et al (2011:5) menyatakan bahwa:

Akuntansi manajemen (*management accounting*) adalah suatu profesi yang melibatkan kemitraan dalam pengambilan keputusan manajemen, menyusun perencanaan dan sistem manajemen kinerja, serta menyediakan keahlian dalam pelaporan keuangan dan pengendalian untuk membantu manajemen dalam memformulasikan dan mengimplementasikan suatu strategi organisasi.

Menurut Krimiaji dan Aryani (2011:1) “Akuntansi manajemen adalah salah satu cabang ilmu akuntansi yang menghasilkan informasi untuk manajemen atau pihak intern perusahaan”. Menurut Halim dan Supomo (2008:4) “Akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan (proses) yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan yang melibatkan kemitraan untuk melakukan perencanaan dan pengendalian atas implementasi suatu rencana atau strategi perusahaan. Akuntansi manajemen akan menghasilkan informasi keuangan yang berguna untuk pengambilan keputusan.

2.2. Perencanaan Laba jangka pendek

2.2.1 Pengertian Perencanaan

Sujarweni (2017:134) mengemukakan bahwa :

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, tugas manajemen adalah merencanakan masa depan perusahaannya. Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan adalah memutuskan sekarang berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang.

Berikut ini merupakan pengertian perencanaan menurut beberapa ahli. Menurut David kambi dkk (2014:355) “Perencanaan adalah tindakan yang dibuatkan berdasarkan fakta dan asumsi mengenai gambaran kegiatan yang akan dilakukan di masa mendatang untuk mencapai tujuan yang diinginkan”. Menurut Hansen dan mowen (2009:423) “Perencanaan adalah pandangan ke depan untuk melihat tindakan apa yang seharusnya dilakukan agar dapat mewujudkan tujuan-tujuan tertentu”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan perencanaan adalah tindakan yang dilakukan untuk kegiatan yang akan datang yang dibuat berdasarkan fakta dan asumsi. Perencanaan dibuat yaitu agar tujuan dari kegiatan di masa yang akan datang tersebut terlaksana.

2.2.2 Pengertian Laba

Berikut ini merupakan pengertian laba menurut beberapa ahli. Menurut Utari dkk (2016:86) “Laba adalah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (*expenses*)”. Menurut Suraji dalam Malombeke Merry B. (2013:808) “Laba atau pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan operasi perusahaan pada periode tertentu di bidang usaha”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan laba adalah hasil yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu yang merupakan selisih positif antara pendapatan dan beban. Hasil yang diperoleh tersebut dinyatakan dalam angka keuangan.

2.2.3 Perencanaan Laba

Menurut Mulyadi (2007:417) Perencanaan laba (*profit planning*) dibagi menjadi dua yaitu perencanaan laba jangka panjang dan perencanaan laba jangka pendek. Menurut Rachmina dan Wulan Sari (2017: 133) Parameter dalam perencanaan laba jangka pendek :

1. *Margin kontribusi (contribution margin –CM)*
2. *Titik impas (break even point- BEP)*
3. *Margin pengamanan penjualan (Margin of safety –MOS)*
4. *Titik penutupan usaha (shut down point –SDP)*
5. *Operating leverage (degree operating leverage – DOL)*

Menurut Koraag dan Ilat (2016:805) :

Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan implikasi keuangan yang dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas dan modal kerja untuk jangka panjang juga jangka pendek, perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang.

Menurut Carter dan Usry (2005:4) “Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana kerja untuk operasi perusahaan yang dinyatakan dalam suatu perhitungan. Perencanaan laba berguna membantu manajemen dalam pengambilan keputusan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang demi tercapainya tujuan perusahaan.

Menurut Carter dan Usry (2005:4) :

Perencanaan laba yang baik adalah sulit karena ada kekuatan-kekuatan eksternal yang mempengaruhi bisnis seperti perubahan teknologi, tindakan pesaing, ekonomi, demografi, selera serta pilihan pelanggan, perilaku sosial, dan faktor-faktor politik. Kekuatan- kekuatan eksternal tersebut berada di luar kendali perusahaan sehingga sulit untuk diprediksi.

2.2.4 Faktor-faktor, keuntungan dan keterbatasan perencanaan laba

Menurut Carter dan Usry (2005:4) dalam menentukan tujuan perencanaan laba, manajemen sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor berikut ini :

1. Laba atau rugi yang diakibatkan dari volume penjualan tertentu.
2. Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup semua biaya plus menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar dividen serta menyediakan kebutuhan bisnis masa depan.
3. Titik impas.
4. Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang.
5. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba.
6. Pengembalian atas modal yang digunakan.

Menurut Carter dan Usry (2005:6-7) Keuntungan perencanaan laba sebagai berikut:

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. Hal tersebut memberikan suatu cara untuk menyesuaikan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.
5. Perencanaan laba menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

Menurut Carter dan Usry (2005:6-7) Keterbatasan perencanaan laba sebagai berikut:

1. Prediksi bukan suatu ilmu pengetahuan pasti, ada sejumlah pertimbangan dalam estimasi manapun. Perencanaan laba harus didasarkan pada prediksi atau kejadian di masa depan sehingga besar kemungkinan terjadi kesalahan.
2. Perencanaan laba dapat memfokuskan perhatian manajemen pada cita-cita (seperti tingkat produksi yang tinggi atau tingkat penjualan kredit yang tinggi) yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan dari organisasi.
3. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja sama dari semua anggota manajemen.
4. Penggunaan anggaran secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsi.
5. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peranan administrasi.
6. Penyusunan perencanaan laba memakan waktu.

2.3. Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.3.1 Pengertian biaya

Biaya merupakan suatu unsur penting dalam sebuah perusahaan karena dalam melakukan kegiatan operasinya pasti selalu ada dana dan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Agar dana yang dikeluarkan tersebut tidak merugikan perusahaan terlebih dahulu perusahaan harus mempertimbangkan setiap biaya tersebut.

Berikut ini pengertian biaya menurut beberapa ahli :

Menurut Bustami dan Nurlela (2010:7) “Biaya atau cost adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan yang akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu”. Menurut Sujarweni (2017:122) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva”. Menurut Cater (2009:30) “Biaya adalah biaya sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran atau pengorbanan, yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya adalah nilai ekonomis atau nilai tukar yang dikeluarkan untuk mendapatkan aktiva yang diukur dalam satuan uang. Biaya dikeluarkan untuk suatu kegiatan yang telah atau mungkin akan terjadi.

2.3.2 Klasifikasi Biaya

Perilaku biaya adalah reaksi biaya terhadap perubahan volume aktivitas suatu perusahaan. Menurut Siregar dkk (2015:25), biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan pada hal-hal berikut ini:

1. Hubungan biaya dengan produk.
2. Hubungan biaya dengan volume kegiatan.
3. Elemen biaya produksi.
4. Fungsi pokok perusahaan.
5. Hubungan biaya dengan proses pokok manajerial.

Klasifikasi biaya yang berhubungan dengan analisis biaya, volume dan laba yaitu biaya yang masuk dalam golongan hubungan biaya dengan volume pekerjaan, yaitu sebagai berikut:

1. Biaya variabel

Menurut Siregar (2015:27) yaitu “biaya yang jumlah totalnya berubah proposional dengan perubahan volume kegiatan atau produksi tetapi jumlah per unitnya tidak berubah”. Karena terpengaruh oleh volume kegiatan, biaya variabel akan menjadi nol bila volume kegiatan juga nol.

2. Biaya tetap

Menurut Siregar (2015:27) yaitu “biaya yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh volume kegiatan dalam kisaran volume tertentu”.

3. Biaya semi variabel (Rudianto, 2006:30) yaitu “satu jenis biaya yang sebagian mengandung komponen variabel dan sebagian lagi mengandung sifat tetap”.

Menurut Rudianto (2006:30) berdasarkan pengelompokan biaya secara umum biaya dalam perusahaan manufaktur dapat dikelompokkan menjadi:

Tabel 2.1
Pengelompokan Biaya Dalam Perusahaan Manufaktur

Jenis biaya	Perilaku biaya	
Biaya produksi:		
• Biaya bahan baku langsung	variabel	
• Biaya tenaga kerja langsung	variabel	
• Biaya <i>overhead</i>	variabel	Tetap
Biaya operasi:		
• Biaya pemasaran	variabel	Tetap
• Biaya administrasi & umum		Tetap

Sumber : Rudianto (2006:30)

2.4. Analisis Biaya Volume Dan Laba

Hery (2014:73) mengemukakan bahwa :

Analisis biaya-volume-laba adalah metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan pemasaran mempengaruhi laba operasi, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel per unit, total biaya tetap, harga jual dan tingkat output. Analisis biaya volume laba juga menguji perilaku total pendapatan, total biaya, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output.

Menurut Sodikin (2015:125) Analisis biaya volume laba hanya starting point dalam perencanaan laba. Oleh karena itu, analisis biaya volume laba dapat digunakan untuk menentukan target laba. analisis biaya volume laba juga dapat digunakan untuk melakukan analisis sensitifitas, yakni sebuah analisis yang mempelajari dampak perubahan variabel independen tertentu (misalnya harga jual terhadap target laba sebagai variabel dependen).

Menurut Hansen dan Mowen dalam Sujarweni (2017:121) untuk mengetahui bagaimana pendapatan, beban dan laba berperilaku ketika volume berubah, analisis biaya volume laba dapat dimulai dengan menentukan titik impas perusahaan. Suatu perusahaan akan berada pada titik impas (*break even point*)t apabila dalam menjalankan kegiatan penjualan pendapatan yang didapat sebanding dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk tersebut.

Berikut ini pengertian *break even point* (titik impas) menurut beberapa ahli dan jurnal : Sujarweni (2017:121) “Titik impas yaitu suatu kondisi dimana perusahaan dalam usahanya tidak mendapatkan untung maupun tidak menderita kerugian, pada keadaan ini keuntungan dan kerugian sama dengan nol”. Samryn (2012:168) “Analisis *break even* adalah titik Impas adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya atau titik dimana total *margin* kontribusi sama dengan total biaya tetap”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis biaya volume dan laba adalah metode yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui hubungan antara biaya variabel per unit, total biaya tetap, harga jual dan tingkat output. Analisis ini dapat dimulai dengan menentukan titik impas (titik pulang pokok) penjualan perusahaan dimana apabila perusahaan berada pada titik tersebut maka laba yang diperoleh oleh perusahaan sama dengan nol dan hasil yang didapat dari analisis ini akan membantu manajemen dalam pengambilan keputusan.

2.5. Asumsi Analisis Biaya Volume Laba

Menurut Sodikin (2015:122) Asumsi-asumsi dalam analisis biaya volume laba:

1. Seluruh jenis beban dapat diklasifikasikan menjadi beban tetap atau beban variabel. Apabila ada beban campuran beban tersebut harus dipisahkan menjadi beban tetap dan beban variabel.
2. Fungsi beban total berbentuk garis lurus. Asumsi ini hanya benar apabila perusahaan memproduksi dalam kisar relevan (*relevant range*).
3. Fungsi pendapatan total juga berbentuk garis lurus. Garis itu menganggap bahwa harga jual per unit adalah konstan untuk seluruh volume penjualan yang mungkin.
4. Analisis terbatas pada satu jenis produk. Apabila perusahaan menjual lebih dari satu jenis produk, dianggap bahwa kombinasi penjualannya adalah konstan. Kombinasi penjualan/ bauran penjualan (*sales mix*) merupakan komposisi relatif penjualan produk perusahaan.
5. Jumlah persediaan awal sama dengan jumlah persediaan akhir. Asumsi ini berarti bahwa seluruh beban di tahun tertentu untuk memperoleh atau membuat barang dilaporkan sebagai beban yang ditandingkan dengan pendapatan di laporan laba-rugi tahun tersebut.

2.6. Tujuan, Manfaat dan Syarat Analisis Biaya Volume Laba

Salman dan Farid (2016:155) mengemukakan bahwa “dengan mengetahui titik impas (*break even point*) manajer perusahaan dapat mengindikasikan tingkat penjualan yang disyaratkan agar terhindar dari kerugian, dan diharapkan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk masa yang akan datang”. Sujarweni (2017:136) “Tujuan utama dari analisis biaya volume laba yaitu untuk melihat hubungan antara biaya yang dikeluarkan, volume penjualan produk, dan laba yang dihasilkan dari penjualan produk tersebut serta pengaruh ketiga hal tersebut satu sama lain”.

Menurut Sujarweni (2017:122), tujuan dari analisis biaya volume laba yaitu :

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.

Menurut Salman dan Farid (2016:156), tujuan implementasi analisis CVP (*cost volume profit*) yaitu :

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 biaya-volume-penjualan bermanfaat dalam menyusun *flexible budget* yang mengindikasikan biaya pada banyak level aktivitas.
3. Analisis CVP membantu evaluasi kinerja untuk tujuan pengendalian. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan *review* laba dan biaya serta perubahan volume.
4. Analisis hubungan CVP mendukung penetapan kebijakan harga yang sesuai dengan kondisi lingkungan.

Menurut Hery (2014:73), manfaat analisis biaya-volume-laba yaitu :

1. Menentukan harga jual.
2. Menentukan berapa banyak unit produk baru harus dijual agar mencapai titik impas.
3. Menentukan berapa banyak tambahan penjualan yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan.
4. Mengetahui pengaruh perubahan tingkat output terhadap total pendapatan dan total biaya.
5. Memperkenalkan produk baru.
6. Mengganti peralatan, dan lain sebagainya.

Menurut Munawir (2012: 209), manfaat analisis biaya, volume, laba yaitu sebagai berikut:

1. Analisis *break even point* dan keputusan penambahan investasi
Hasil dari analisis *break even point* dapat memberikan gambaran tentang hubungan antara biaya, volume, serta laba yang dapat membantu manajemen dalam menyelesaikan masalah-masalah lain yang dihadapi. Misalnya adanya penggantian atau penambahan baik itu alat-alat pabrik atau investasinya berupa aktiva tetap.
2. Analisis *break even point* dan keputusan menutup usaha
Dapat memberikan informasi kepada manajemen perusahaan serta membantu dalam pengambilan keputusan kapan sebaiknya perusahaan sudah harus menghentikan proses operasinya.

Berikut ini beberapa syarat-syarat yang harus dipenuhi perusahaan untuk melakukan analisis biaya volume laba seperti yang dikemukakan oleh Sujarweni (2017:122), yaitu:

1. Harga jual tidak berubah—ubah
2. Seluruh biaya dapat dibagi kedalam biaya tetap dan biaya variabel
3. Biaya variabel bersifat proposional

4. Jika barang yang diproduksi lebih dari satu jenis, maka komposisi barang yang dijual tidak berubah-ubah.

2.7. Kelemahan Analisis Biaya Volume Laba

Menurut Salman dan Farid (2016:165) Kelemahan analisis biaya volume laba adalah sebagai berikut :

1. Biaya tetap ternyata tidak selalu tetap konstan. Konstannya biaya hanyalah sepanjang rentang relevan tertentu. Apabila melebihi rentang relevan tersebut, biaya tetap akan mengalami perubahan.
2. Sebaiknya biaya variabel tidak selalu bervariasi secara proposional.
3. Penjualan tidak selalu berubah secara proposional.
4. Analisis titik impas diragukan validitasnya ketika bisnis hanya menjual banyak produk dengan *margin* laba yang berbeda.
5. Analisis titik impas didasarkan atas asumsi bahwa laba dipengaruhi oleh pengaruh penjualan. Karena itu perubahan persediaan tidak secara langsung memengaruhi laba.
6. Kondisi pertumbuhan atau ekspansi organisasi tidak diasumsikan dalam analisis titik impas atau biaya-volume-penjualan. Kenyataannya perusahaan dapat saja mengalami pertumbuhan atau ekspansi kegiatan bisnisnya.
7. Hanya jumlah informasi yang terbatas yang dapat disajikan dalam grafik titik impas tunggal. Apabila ingin dikaji perubahan biaya tetap, biaya variabel, dan harga jual, maka harus disusun jumlah grafik lebih banyak.

2.8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Break Even Point*

Menurut Munawir (2012:201) faktor-faktor yang mempengaruhi *Break Even Point* terdiri dari 3 hal, yaitu:

1. Perubahan biaya tetap
Perubahan biaya tetap akan mempengaruhi jumlah biaya secara keseluruhan pada berbagai tingkat penjualan akan berubah pula, dengan perubahan jumlah biaya maka besarnya penjualan pada tingkat *break even* akan berubah pula.
2. Kenaikan biaya variabel
Dengan adanya kenaikan biaya variabel maka jumlah biaya juga akan berubah begitu pula besarnya penjualan pada tingkat *break even* akan berubah.
3. Perubahan komposisi penjualan
Analisa biaya volume dan laba yang telah dijelaskan sebelumnya selalu diterapkan untuk satu macam produk atau dengan anggapan bahwa perusahaan hanya memproduksi satu macam produk saja. Apabila perusahaan memproduksi dan menjual lebih dari satu macam barang, maka

analisa biaya volume dan laba pula diterapkan untuk seluruh barang yang diproduksi dan dijual perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas yang di kemukakan oleh Mulyadi jelas bahwa biaya tetap, biaya variabel dan komposisi penjualan sangatlah berpengaruh terhadap analisis biaya volume dan laba. Apabila ketiga faktor tersebut berubah, maka hasil yang didapat dari analisis biaya volume dan laba akan berubah pula.

2.9. Metode Perhitungan *Break Even Point*

2.9.1 Perhitungan *Break Even Point* dengan Pendekatan Matematis

Perhitungan *break even point* dengan pendekatan matematis dilakukan dengan dua cara:

1. Atas dasar unit

Break even point atas dasar unit bisa didapat dengan membagi antara biaya tetap per produk dengan *margin* per satuan produk.

Menurut Munawir (2012:186)

$$\text{BEP} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{Harga Jual/ unit- biaya variabel/ unit}}$$

2. Atas dasar rupiah

Break even point atas dasar unit bisa didapat dengan membagi antara biaya tetap per produk dengan *marginal income ratio*.

Menurut Munawir (2012:188)

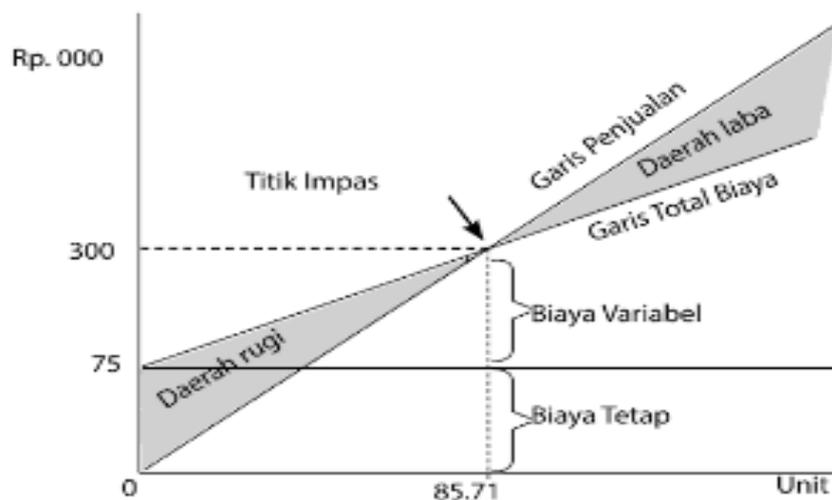
$$\text{BEP} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{Marginal Income Ratio}}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel/ unit}}{\text{Harga jual/unit}}}$$

2.9.2 Perhitungan *Break Even Point* dengan Pendekatan Grafis

Menurut Siregar (2015:241) :

perhitungan impas dapat dilakukan juga dengan menentukan titik pertemuan antara garis pendapatan penjualan dengan garis biaya dalam suatu grafik. Titik pertemuan antara garis pendapatan penjualan dengan garis biaya merupakan titik impas (*break even point*). Untuk dapat menentukan titik impas, harus dibuat grafik dengan sumbu datar menunjukkan volume penjualan, sedangkan sumbu tegak menunjukkan biaya dan pendapatan.



Gambar 2.1 Grafik Break Even Point

Sumber: Samryn (2012:178)

2.10. Laporan Laba Rugi dengan Metode *Variable Costing*

Laporan laba rugi *variable costing* dapat membantu manajemen memberikan informasi kepada pemakai internal perusahaan dalam jangka pendek (Samryn, 2012:77). Laporan laba rugi *variabel costing* akan menghasilkan *margin* kontribusi. *Margin* kontribusi yaitu “selisih antara nilai penjualan dengan biaya variabelnya, jumlah tersebut akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba periode tersebut” (Rudianto, 2006:44). “Semakin besar *margin* kontribusi yang diperoleh perusahaan, semakin cepat pula perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencapai laba yang diinginkan dan sebaliknya” (Rudianto,

2006:44). Laporan laba rugi variable costing membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel sehingga cukup memadai untuk analisis hubungan biaya volume dan laba dalam rangka perencanaan dan pengendalian.

Berikut ini format perbedaan antara laporan laba rugi *full costing* dengan laba rugi *variable costing*:

Tabel 2.2
Perbedaan Laporan Laba Rugi *Full Costing* dengan Laba Rugi *Variable Costing*

<i>Full Costing</i>		<i>Variable Costing</i>	
Penjualan	XX	Penjualan	XX
Beban pokok penjualan (XX)	(Biaya-biaya (XX)	<i>variable</i>
Laba <i>bruto</i>	XX	<i>Margin</i> XX	Kontribusi
Beban penjualan, adm Dan umum	(XX)	Biaya-biaya (XX)	tetap
Laba bersih	XX	Laba bersih	XX

Sumber : Samryn (2012:75)

“Dengan menggunakan laporan laba rugi *variable costing* (pendekatan kontribusi) data yang berhubungan dengan biaya volume dan laba yang diperlukan untuk tujuan perencanaan laba dapat diperoleh”(Samryn, 2012:78).

2.11. *Margin of safety*

Berikut ini merupakan pengertian *margin* keamanan (*margin of safety*) menurut beberapa ahli : Menurut Samryn (2012:181) “*margin* keamanan (*margin of safety*) adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan atau realisasi di atas titik impas, hasil perhitungannya dapat menunjukkan jumlah sampai seberapa besar penjualan dapat turun sehingga sampai pada titik impas”. Menurut Sodikin (2015:125) “*Margin of safety* adalah unit yang dijual atau diharapkan akan dijual di atas titik impas”. Menurut Rachmina dan Wulan Sari (2017:90) “*Margin of safety* (MOS) adalah jumlah kelebihan dari penjualan yang dianggarkan diatas titik impas volume penjualan dan seberapa besar jumlah penjualan dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan *margin* keamanan (*margin of safety*) adalah batas aman penjualan untuk suatu perusahaan, batas aman tersebut berada diatas titik impas. perusahaan tidak boleh melakukan penjualan dibawah batas aman tersebut agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Darsono (2009 : 332) mengemukakan bahwa :

Margin of safety yang besar menunjukkan bahwa kondisi perusahaan tidak dalam bahaya, dan sebaliknya jika *margin of safety* kecil mendekati nol persen menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi bahaya yaitu akan mengalami titik impas. Jika *margin of safety* negatif berarti perusahaan dalam kondisi bahaya, yaitu mengalami kerugian.

Menurut Munawir (2012:199) rumus yang digunakan untuk menghitung persentase batas keaamaan penjualan suatu produk yaitu sebagai berikut:

$$\text{Margin Of safety} = \frac{\text{Penjualan per } budget - \text{penjualan per } break\ even\ point}{\text{Penjualan per } budget} \times 100\%$$