

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi adalah aktivitas mengumpulkan, menganalisa, menyajikan dalam bentuk angka, mengklasifikasikan, mencatat, meringkas dan melaporkan aktivitas/transaksi perusahaan dalam bentuk informasi keuangan. Kemudian, informasi yang dihasilkan dari sistem 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. Oleh karena itu, akuntansi manajemen sering disebut sebagai akuntansi internal. Sementara akuntansi keuangan sering disebut sebagai akuntansi eksternal karena berkaitan dengan kegiatan diluar manajemen, misalnya menyusun laporan keuangan bagi investor, kreditor, lembaga pemerintah dan pengguna eksternal lainnya.

Rudianto (2013:9) menjelaskan pengertian akuntansi manajemen adalah:

Akuntansi Manajemen adalah sistem akuntansi dimana informasi yang dihasilkannya ditujukan kepada pihak-pihak internal organisasi, seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran, dan sebagainya guna pengembalian keputusan internal organisasi.

Horngren (2015:02) menjelaskan akuntansi manajemen sebagai berikut:

Akuntansi manajemen mengukur, menganalisis dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang membantu manajer membuat keputusan guna mencapai tujuan organisasi. Manajer akan menggunakan informasi akuntansi manajemen ini untuk memilih, mengkomunikasikan dan mengimplementasikan strategi. Mereka juga menggunakan informasi akuntansi manajemen untuk mengkoordinasi keputusan-keputusan desain produk, produksi serta pemasaran.

Menurut Hansen dan Mowen (2015:9), “Akuntansi manajemen merupakan alat untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan.”

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen merupakan kegiatan mengidentifikasi, mengukur, serta menganalisa untuk menghasilkan suatu informasi manajemen yang dapat digunakan oleh pihak

internal untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam suatu perusahaan atau organisasi.

2.2 Perbedaan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen

Berdasarkan penjelasan sebelumnya diketahui bahwa akuntansi keuangan menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak eksternal. Sedangkan, akuntansi manajemen menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak internal. Meskipun data keuangan yang mendasari keduanya sama, namun terdapat beberapa perbedaan diantara keduanya. Perbedaan-perbedaan tersebut dijelaskan berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 2.1

Tabel Perbedaan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen

No.	Perbedaan	Akuntansi Keuangan	Akuntansi Manajemen
1.	Pengguna Utama	Berfokus pada informasi bagi pengguna eksternal.	Berfokus pada informasi bagi pengguna internal.
2.	Pembatasan pada Masukan dan Proses	Masukan dan prosesnya harus jelas dan terbatas. Hanya kegiatan-kegiatan ekonomi tertentu yang memenuhi kualifikasi sebagai masukan dan prosesnya harus mengikuti metode yang diterima secara umum.	Tidak bergantung pada prinsip-prinsip akuntansi yang diterima secara umum karena tidak mempunyai lembaga khusus untuk mengaturnya sehingga manajer bebas memilih informasi apapun yang mereka inginkan.
3.	Jenis Informasi	Cenderung menghasilkan informasi keuangan yang objektif dan dapat diverifikasi.	Informasinya dapat berupa informasi keuangan dan non-keuangan, serta bersifat lebih subjektif.
4.	Orientasi Waktu	Memiliki orientasi historis. Fungsinya adalah mencatat dan melaporkan kegiatan-kegiatan yang telah terjadi.	Lebih menekankan pada penyediaan informasi kegiatan-kegiatan di masa mendatang.

5.	Keluasan	Akuntansi keuangan tidak mencakup kegiatan yang begitu luas.	Akuntansi manajemen jauh lebih luas daripada akuntansi keuangan karena meliputi aspek-aspek ekonomi manajerial, rekayasa industri, ilmu manajemen, dan berbagai bidang lainnya.
----	----------	--	---

Sumber: Hansen dan Mowen (2015:10)

2.3 Analisis Biaya Volume Laba (*Cost Volume Profit Analysis*)

Analisis biaya volume laba (*cost volume profit analysis*) adalah suatu metode untuk menganalisis berbagai keputusan operasi dan pemasaran yang akan mempengaruhi laba. Analisis biaya volume laba ini memiliki banyak manfaat diantaranya:

- Menetapkan harga jual produk dan jasa,
- Memperkenalkan produk atau jasa yang baru,
- Menggantikan sebuah peralatan, dan
- Menentukan titik impas.

Analisis CVP berfokus pada hubungan biaya volume laba dan dampak dari perilaku biaya terhadap pengambilan keputusan. Pemahaman terhadap perilaku biaya perusahaan akan mempermudah pengambilan keputusan manajemen dalam hal penetapan harga produk, penerimaan/penolakan pesanan, analisis penghematan biaya, dan promosi atas lini produk yang lebih menguntungkan.

Salah satu bentuk analisis CVP yang populer adalah perhitungan titik impas perusahaan. Pada saat impas, pendapatan total sama dengan biaya total sehingga besarnya laba sama dengan nol. Analisis impas membuat perusahaan menelaah perilaku biaya tetap dan biaya variabel. Untuk bisa menentukan jumlah produk yang harus dijual untuk mencapai titik impas, maka kita bisa berfokus pada laba operasi, yaitu laba yang berasal dari operasi normal perusahaan. Yang harus kita lakukan adalah memisahkan biaya antara komponen biaya tetap dan biaya variabelnya. Persamaan laba operasi dapat dinyatakan sebagai berikut:

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

$$\text{Laba Operasional} = (\text{Harga} \times \text{Unit Terjual}) - (\text{Biaya Variabel} \times \text{Unit Terjual}) - \text{Biaya Tetap Total}$$

2.4 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.4.1 Pengertian Biaya

Biaya merupakan hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam menentukan harga pokok produksi. Biaya berpengaruh secara langsung terhadap tingkat keuntungan perusahaan karena dalam setiap aktivitas usaha tidak terlepas dari pengorbanan yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan usaha.

Biaya adalah pengorbanan secara ekonomis berupa kas yang digunakan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat dan keuntungan pada saat ini atau pada masa yang akan datang.

2.4.2 Klasifikasi Biaya

Biaya perlu diklasifikasikan dengan tujuan untuk memudahkan dalam proses perencanaan dan salah satunya mengadakan analisis titik impas (*break even point*). Sangatlah penting untuk mengetahui apakah biaya tertentu bereaksi atau merespon terhadap perubahan aktivitas usaha. Bila aktivitas usaha meningkat, biaya tertentu mungkin akan ikut naik, turun atau tetap. Berdasarkan perilaku biaya tersebut, maka biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:

a. Biaya Tetap

Menurut Carter dan Usry (2014:68) mengungkapkan bahwa “Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun.” Sedangkan menurut Arief Sugiono (2016:92), “Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah selama periode tertentu, tetapi dapat

berubah secara total dengan kondisi perubahan yang besar dari sebuah aktivitas atau volume.”

Menurut Kasmir (2014:173) mengungkapkan bahwa “Biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batas tertentu).”

Jadi, biaya tetap adalah biaya yang selama kisaran waktu operasi tertentu atau tingkat kapasitas produksi tertentu selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume produksi berubah. Beberapa contoh biaya tetap yaitu beban gaji, penyusutan aktiva tetap, biaya asuransi, biaya sewa, biaya bunga, biaya pemeliharaan, dan lainnya.

b. Biaya Variabel

Menurut Carter dan Usry (2014:69) menjelaskan bahwa “Biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas.”

Menurut Arief Sugiono (2016:91), “Biaya variabel adalah biaya yang dibebankan langsung pada satu unit barang (bahan mentah, upah produksi, dll) yang bergerak mengikuti jumlah produksi barang.” Sedangkan menurut Kasmir (2014:173), “Biaya variabel merupakan biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan.”

Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya variabel adalah jenis biaya yang besar kecilnya tergantung pada banyak sedikitnya volume produksi. Apabila volume produksi bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya bila volume produksi berkurang maka biaya variabel akan menurun. Yang termasuk dalam kelompok biaya variabel adalah biaya langsung seperti biaya pemakaian bahan dasar, biaya tenaga kerja langsung dan beberapa biaya tidak langsung seperti pemeliharaan, biaya penerangan dan lain-lain.

c. Biaya Campuran

Menurut Carter dan Usry (2014:70) menjelaskan bahwa “Biaya campuran didefinisikan sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel.”

Artinya, biaya campuran ini berarti gabungan antara biaya tetap dan biaya variabel yang belum diklasifikasikan. Sehingga untuk memisahkan biaya campuran ke dalam biaya tetap dan biaya variabel perlu diidentifikasi aktivitas yang terkait.

2.4.3 Pengklasifikasian Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Dalam merencanakan, menganalisis, mengendalikan, mengukur, atau mengevaluasi biaya pada tingkatan aktivitas yang berbeda harus dipisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel. Biaya-biaya yang seluruhnya tetap atau yang seluruhnya variabel dalam rentang aktivitas yang diantisipasi harus diidentifikasi, serta komponen tetap dan variabel dari biaya campuran harus diestimasi.

Menurut Carter dan Usry (2014:74) klasifikasi dan estimasi biaya yang lebih dapat diandalkan diperoleh dengan menggunakan salah satu dari metode perhitungan berikut:

1. Metode Tinggi-Rendah (*High and Low Method*)

Dalam metode tinggi-rendah (*high and low method*), elemen tetap dan elemen variabel dari suatu biaya dihitung menggunakan dua titik. Titik data (periode) yang dipilih dari data historis merupakan periode dengan aktivitas tertinggi dan terendah. Periode tinggi dan periode rendah dipilih karena keduanya mewakili kondisi dari dua tingkat aktivitas yang paling berjauhan.

Metode tinggi-rendah memilih dua titik yang akan digunakan untuk menghitung parameter F dan V. Titik tinggi didefinisikan sebagai titik yang mempunyai tingkat kegiatan tertinggi. Sedangkan titik rendah didefinisikan sebagai titik yang mempunyai tingkat kegiatan terendah. Misalnya (X1, Y1) adalah titik pertama yang merupakan titik terendah dan (X2, Y2) adalah titik kedua sebagai titik tertinggi. Persamaannya adalah:

$$V = \frac{Y2 - Y1}{X2 - X1}$$

$$F = Y2 - V(X2)$$

atau

$$F = Y1 - V(X1)$$

Keterangan:

- F = Komponen biaya tetap
- V = Komponen biaya variabel
- X1 = Titik terendah aktivitas
- X2 = Titik tertinggi aktivitas
- Y1 = Titik terendah biaya
- Y2 = Titik tertinggi biaya

2. Metode *Scattergraph*

Dalam metode ini, biaya yang dianalisis disebut variabel dependen dan diplot di sepanjang garis vertikal atau yang disebut dengan sumbu y . Sedangkan aktivitas terkait disebut sebagai variabel independen, misalnya biaya tenaga kerja langsung, jam tenaga kerja langsung, jam mesin, unit output, atau persentase kapasitas dan diplot di sepanjang garis horizontal yang disebut sumbu x .

Metode *scattergraph* merupakan kemajuan dari metode tinggi-rendah karena metode ini menggunakan semua data yang tersedia, bukan hanya dua titik data.

Dalam pembuatan grafik *scattergraph* terdapat beberapa langkah yang perlu diperhatikan diantaranya sebagai berikut:

- Membuat denah atau grafik *scattergraph*.
Garis tegak lurus atau vertikal disebut sumbu Y yang menunjukkan tingkatan besarnya biaya. Sedangkan garis mendatar atau horizontal disebut sumbu X yang menunjukkan tingkatan kapasitas atau kegiatan.
- Memasukkan biaya setiap bulan pada grafik *scattergraph*.
Biaya per bulan digambarkan pada grafik sesuai dengan besarnya dan tingkatan kegiatan.
- Ditarik garis b atau biaya.
Semua titik-titik biaya ditarik garis lurus melewati ditengah titik-titik sumbu Y dimana garis tersebut merupakan garis b atau total biaya.
- Menentukan besarnya total biaya tetap atau a .
Perpotongan dengan sumbu y ditarik garis ke kanan secara horizontal atau mendatar adalah garis a yang menunjukkan total biaya tetap.
- Menentukan besarnya biaya variabel satuan atau b .
Besarnya biaya variabel satuan adalah $b = y - ax$. Biaya variabel satuan menunjukkan kemiringan total biaya.
- Menentukan persamaan anggaran fleksibel.
Setelah a dan b diketahui, maka dapat disusun persamaan anggaran fleksibel per bulan atau per tahun, yaitu $y = a + bx$.

3. Metode Kuadrat Terkecil (*Least Squares*)

Metode ini kadang disebut analisis regresi, menentukan secara matematis garis yang paling sesuai, atau garis regresi linear, melalui sekelompok titik. Garis regresi meminimalkan jumlah kuadrat deviasi setiap titik aktual yang diplot dari titik diatas atau dibawahnya dalam garis regresi.

Dalam persamaan garis regresi: $y = a + bx$, dimana y merupakan variabel tidak bebas (*dependent variable*), yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x yang merupakan variabel bebas (*independent variable*). Variabel y menunjukkan biaya, sedangkan variabel x menunjukkan volume kegiatan.

Rumus perhitungan a dan b dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut:

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n}$$

Keterangan:

X = Volume kegiatan

Y = Total biaya

a = Biaya Tetap

b = Tarif biaya variabel

2.5 *Break Even Point*

2.5.1 *Pengertian Break Even Point*

Suatu perusahaan dikatakan dalam keadaan impas (*break even point*) apabila setelah disusun laporan perhitungan laba rugi untuk periode tertentu sama besarnya dengan keseluruhan biaya yang telah dikeluarkan sehingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau menderita kerugian. Artinya, jika seluruh pendapatan yang diperoleh perusahaan dijumlahkan, maka jumlah tersebut akan sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikeluarkan.

Menurut Hansen dan Mowen (2015:4) menyatakan bahwa “Titik impas (*break even point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol.” Sedangkan, menurut Hery (2015:211)

menjelaskan bahwa “Titik impas (*break even point*) adalah jumlah penjualan output yang akan menyamakan total pendapatan dengan total biaya.”

Menurut Arief Sugiono (2016:91), “Analisis titik impas adalah suatu kondisi ketika perusahaan tidak mengalami laba dan kerugian yang artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi itu dapat ditutupi dari pendapatan perusahaan.”

Berdasarkan pendapat beberapa ahli diatas dapat dikatakan bahwa analisis titik impas adalah suatu cara yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian. Selain itu, untuk melakukan perhitungan *break even point* dapat dilihat bahwa syarat yang harus dipenuhi yaitu harus terdapat biaya yang dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

2.5.2 Asumsi Dasar dalam Analisis *Break Even Point*

Untuk melakukan analisis *break even point* terdapat beberapa anggapan dasar yang harus dipenuhi. Munawir (2015:197) menjelaskan bahwa anggapan-anggapan dasar yang digunakan dalam analisis *break even point*, yaitu:

1. Bahwa biaya harus dapat dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel dan prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat. Terhadap biaya semivariabel harus dilakukan pemisahan menjadi unsur tetap dan unsur variabel secara teliti baik dengan menggunakan pendekatan analitis maupun historis.
2. Bahwa biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh. Pada umumnya perusahaan yang dapat memproduksi dalam jumlah besar (tanpa melampaui kapasitas penuh) akan dapat bekerja dengan efisien dan akan dapat menekan biaya yang terjadi termasuk biaya tetapnya.
3. Bahwa biaya variabel akan berubah secara proporsional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan.
4. Harga jual per satuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
5. Bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualan (*sales mix*) akan tetap konstan.

2.5.3 Metode Perhitungan *Break Even Point*

Dalam melakukan perhitungan *break even point*, terdapat dua macam metode yang digunakan, yaitu perhitungan *break even point* dengan pendekatan matematis dan perhitungan *break even point* dengan pendekatan grafis. Berikut ini uraian mengenai metode yang digunakan dalam melakukan perhitungan *break even point*:

a. Analisis *Break Even Point* dengan Pendekatan Matematis

Dalam menghitung tingkat *break even point* dengan menggunakan pendekatan matematis dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1) *Break Even Point* dalam Unit

Berdasarkan rumus Hansen dan Mowen (2015:39), perhitungan *break even point* dalam unit sebagai berikut:

$$\text{Titik Impas dalam Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Harga} - \text{Biaya Variabel Per Unit})}$$

Dalam keadaan *break even point* laba sama dengan nol, maka jumlah satuan barang yang harus dijual didapat dari pembagian biaya tetap dengan margin per satuan produk. Adapun rumus *break even point* dalam unit yang dapat digunakan untuk perencanaan laba yang dikehendaki atau direncanakan menurut Mulyadi (2016:236) sebagai berikut:

$$\text{Titik Impas dalam Unit} = \frac{(\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Diinginkan})}{(\text{Harga} - \text{Biaya Variabel Per Unit})}$$

2) *Break Even Point* dalam Rupiah

Berdasarkan rumus Hansen dan Mowen (2015:39), perhitungan *break even point* dalam rupiah sebagai berikut:

$$\text{Titik Impas dalam Rupiah} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

atau

$$\text{Titik Impas dalam Rupiah} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(1 - \text{Rasio Biaya Variabel})}$$

Untuk menyelesaikan rumus diatas, tentunya perlu diketahui nilai dari rasio margin kontribusi dan rasio biaya variabel. Sehingga berdasarkan rumus dari Hansen dan Mowen (2015:39) menyatakan rumus-rumus tersebut sebagai berikut:

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Pendapatan Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

atau

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{(\text{Harga} - \text{Biaya Variabel Per Unit})}{\text{Harga}}$$

$$\text{Rasio Biaya Variabel} = \frac{\text{Total Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}$$

atau

$$\text{Rasio Biaya Variabel} = \frac{\text{Biaya Variabel Per Unit}}{\text{Harga}}$$

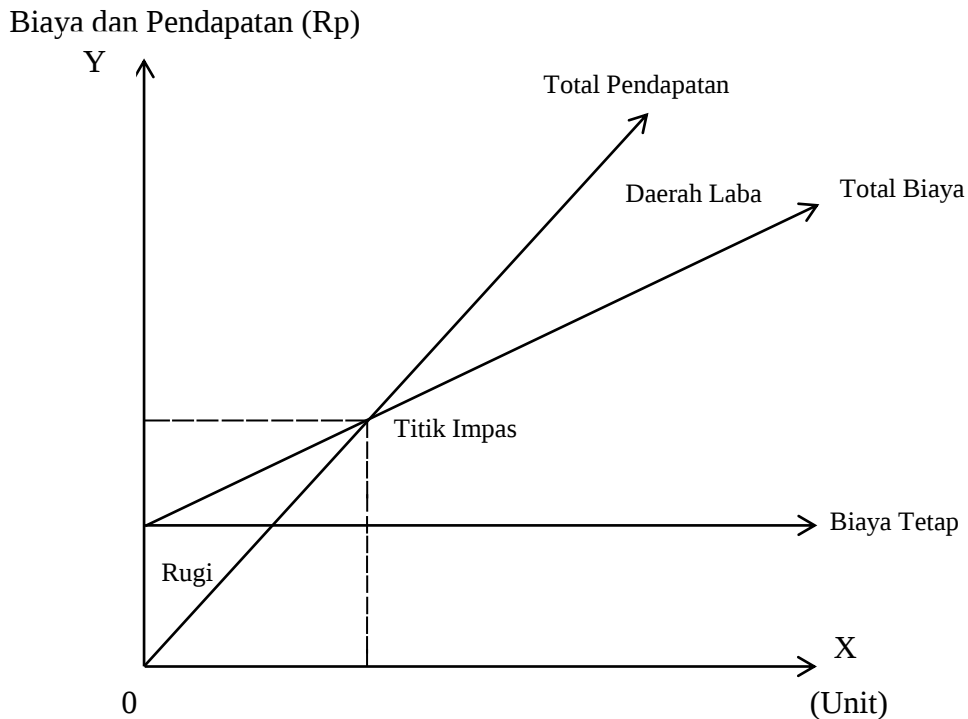
Rumus *break even point* tidak hanya dipakai untuk menentukan besarnya penjualan dalam keadaan impas, yang lebih penting rumus ini juga dapat digunakan untuk perencanaan laba yaitu menentukan tingkat penjualan pada laba yang dikehendaki atau yang direncanakan oleh manajemen.

Adapun rumus *break even point* dalam rupiah yang dapat digunakan untuk perencanaan laba yang dikehendaki atau direncanakan menurut Mulyadi (2016:236) sebagai berikut:

$$\text{Titik Impas dalam Rupiah} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Diinginkan}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

b. Analisis Break Even Point dengan Pendekatan Grafis

Kemudian rumus *break even point* yang kedua yaitu pendekatan grafis yang digambarkan dengan suatu grafik yang disebut bagan impas dan 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*). Berikut penjelasan mengenai grafik *break even point* menurut Mulyadi (2016:242) dapat dilihat pada gambar 2.1.



Sumber: Mulyadi (2016:242)

Gambar 2.1
Grafik Break Even Point

Keterangan:

- Sumbu data (X) menunjukkan volume penjualan yang dapat dinyatakan dalam satuan kuantitas atau rupiah pendapatan penjualan.
- Sumbu tegak (Y) menunjukkan pendapatan penjualan dan biaya dalam rupiah.
- 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 $Y = 0$
- Pembuatan garis tetap dilakukan karena biaya tetap pada volume penjualan berapapun tidak mengalami perubahan dalam kapasitas tertentu.
- Impas adalah terletak pada titik potong garis pendapatan penjualan dengan garis biaya.

- f) 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.

2.5.4 Perubahan-perubahan yang Mempengaruhi *Break Even Point*

Salah satu aspek penting dalam analisis *break even point* adalah perubahan dalam satu faktor atau lebih yang mempengaruhi analisis. Menurut Munawir (2015:201) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisis *break even point* antara lain biaya tetap, biaya variabel, harga jual maupun komposisi penjualan (*sales mix*).

1. Perubahan Biaya Tetap
Perubahan jumlah biaya tetap akan mengakibatkan perubahan jumlah biaya secara keseluruhan pada berbagai tingkat penjualan dengan perubahan jumlah biaya maka besarnya penjualan pada tingkat *break even point* akan berubah pula.
2. Kenaikan Biaya Variabel
Dengan adanya kenaikan biaya variabel maka jumlah biaya juga akan berubah, begitu pula dengan besarnya penjualan pada tingkat *break even point* juga akan berubah.
3. Perubahan Harga Jual Per Unit
Dengan adanya kenaikan harga jual dapat mengakibatkan penurunan komposisi penjualan yang akhirnya juga akan mengakibatkan perubahan besarnya *break even point*.
4. Perubahan Komposisi Penjualan
Apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu macam barang, maka analisa *break even point* dapat pula diterapkan untuk seluruh barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan tersebut. Untuk maksud tersebut komposisi (perbandingan) antara barang-barang tersebut harus tetap sama baik dalam komposisi produksinya maupun penjualannya (*product mix* dan *sales mix*).

2.6 Marjin Keamanan (*Margin of Safety*)

Dalam analisis *break even point*, diperlukan pemahaman mengenai batas aman (*margin of safety*). Apabila hasil penjualan pada *break even point* 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 Hansen dan Mowen (2015:28) menyatakan bahwa “Margin pengaman (*margin of safety*) adalah unit yang terjual atau diharapkan terjual atau pendapatan yang dihasilkan atau diharapkan untuk dihasilkan yang melebihi volume impas.”

Menurut Arief Sugiono (2016:96) mengungkapkan bahwa:

Batas aman merupakan angka yang menunjukkan selisih antara penjualan yang ditargetkan atau diproyeksikan dan tingkat penjualan pada kondisi titik impas, dengan kata lain menggambarkan batas yang diijinkan boleh turun dari penjualan yang ditargetkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Jadi, apabila ternyata penurunan penjualan melebihi batas amannya, perusahaan akan menderita kerugian.

Rumus dari *margin of safety* menurut Hansen dan Mowen (2015:39) adalah sebagai berikut:

$$\text{Margin of Safety} = \text{Penjualan} - \text{Penjualan Impas}$$

$$\text{Margin of Safety (\%)} = \frac{\text{Penjualan yang Dianggarkan} - \text{Penjualan Impas}}{\text{Penjualan yang Dianggarkan}} \times 100\%$$

2.7 Pengertian dan Perencanaan Laba

2.7.1 Pengertian Laba

Setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya pasti bertujuan untuk memperoleh laba yang maksimal. Kemampuan manajemen sangat dibutuhkan dalam mengukur berhasil tidaknya suatu perusahaan untuk mencapai laba yang diinginkan. Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah memutuskan berbagai alternatif dan kebijakan yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, dilakukan penyusunan perencanaan

laba agar semua sumber daya yang ada dalam perusahaan dapat diarahkan secara terorganisir dan terkendali.

Menurut Harahap dan Sofyan (2015:113) menyebutkan bahwa “Laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi.” Sedangkan menurut Suwardjono (2014:464), “Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa)”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan pendapatan di atas biaya sebagai imbalan menghasilkan barang dan jasa selama satu periode akuntansi.

2.7.2 Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan suatu bagian yang penting dalam manajemen untuk mencapai tujuan dan target suatu perusahaan. Hal ini merupakan tuntutan dari para investor sehingga pada puncaknya dapat menciptakan nilai tambah atau nilai ekonomis (*economic value added*) bagi perusahaan.

Menurut Bateman dan Snell (2014:15) menjelaskan bahwa “Perencanaan (*planning*) adalah proses penetapan tujuan yang akan diacapai dan memutuskan tindakan tepat yang dibutuhkan untuk 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 bukanlah tujuan usaha, sehingga pengertian akan laba itu sendiri terbatas.

Perencanaan laba dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Perencanaan Laba Jangka Pendek

Rencana jangka pendek ini disusun melalui proses sistematis, dapat terukur, dinyatakan dalam ukuran finansial, terutama fokus pada perusahaan itu sendiri dengan menganggap bahwa lingkungan eksternal seperti apa adanya, dan biasanya dipersiapkan untuk periode bulanan, triwulan, atau tahunan. Jangka waktunya kurang dari 1 tahun, dilakukan oleh manajer bawah, bersifat operasional. Dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya,

volume dan laba memegang peranan penting karena merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran.

2. Perencanaan Laba Jangka Panjang

Rencana jangka panjang atau anggaran jangka panjang, biasanya meliputi periode dalam waktu tiga sampai lima tahun ke depan. Dalam hal ini tingkat rincian dan keterukuran rencana jangka panjang berada di antara rencana jangka pendek dan rencana strategik.