

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perencanaan Laba

Untuk mengukur berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditinjau dari kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, merupakan tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaan agar segala kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang dapat direncanakan. Menurut Bateman & Snell (2014:15) bahwa:

“Perencanaan (*planning*) adalah proses penetapan tujuan yang akan dicapai 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.

Nafarin (2007: 788) menyatakan bahwa:

“Laba (*income*) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu”.

2.2 Perencanaan Laba Jangka Pendek

Berhasil atau tidaknya perusahaan dapat melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Karena itu tugas manajemen untuk membuat perencanaan yang pada dasarnya kegiatan membentuk masa depan, yang pada intinya memutuskan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang. Menurut Mulyadi (2001:227) laba dipengaruhi oleh tiga faktor:

1. Biaya
Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

2. Harga Jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3. Volume Penjualan Dan Produksi

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi

Oleh karena itu 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.

2.3 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.3.1 Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) berbeda dengan beban (*expense*) akan tetapi sering diartikan sama. Biaya (*cost*) adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dan jasa. Sedangkan beban (*expense*) adalah pengorbanan yang diperlukan atau dikeluarkan untuk merealisasikan hasil, beban ini dikaitkan dengan *revenue*. Dalam hal ini terdapat beberapa definisi biaya menurut para ahli: Menurut Mulyadi (2015:8):

“Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Hansen dan Mowen (2009:47), menyatakan bahwa:

Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi. Biaya dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat di masa depan. Ketika biaya telah dihabiskan dalam proses menghasilkan pendapatan, biaya tersebut dinyatakan kadaluwarsa. Biaya yang kadaluwarsa disebut beban (*expense*).

Siregar, Suripto, Hapsoro dkk (2013:23) menyebutkan dengan istilah:

“Kos adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang”.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat kita artikan bahwa biaya adalah nilai tukar yang dikorbankan yang diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan

barang atau jasa, yang diharapkan memberi manfaat untuk saat ini atau di masa yang akan datang. Sedangkan beban dapat kita artikan bahwa beban adalah biaya yang telah dikeluarkan, yang kemudian dibandingkan dengan pendapatan untuk menentukan laba.

2.3.2 Klasifikasi Biaya

Biaya merupakan unsur terpenting yang diperlukan untuk menyiapkan analisis BEP. Klasifikasi biaya sangat penting guna membuat ikhtisar yang berarti atas data biaya. Menurut Carter (2004:40) pada dasarnya biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan pada hal-hal berikut ini :

1. Biaya dalam hubungannya dengan produk
2. Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi
3. Biaya dalam hubungannya dengan departemen
4. Biaya dalam hubungannya dengan periode akuntansi
5. Biaya dalam hubungannya dengan suatu keputusan, tindakan, atau evaluasi

Pada analisis BEP ini, hanya akan diuraikan klasifikasi biaya dalam hubungannya dengan volume produksi yang terbagi menjadi tiga jenis yaitu

1. Biaya Variabel

Menurut Carter (2004:43) bahwa “Biaya variabel adalah jumlah total biaya yang berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan (*relevant range*)”.

2. Biaya Tetap

Carter (2004:43) menyatakan bahwa “Biaya tetap adalah biaya yang bersifat konstan secara total dalam rentang yang relevan”.

3. Biaya Campuran

Hansen dan Mowen (2009:102) menyatakan bahwa:

“Biaya campuran adalah biaya yang memiliki komponen tetap dan variabel”.

2.4 Penentuan Harga Pokok Penjualan berdasarkan Pesanan

Harga pokok penjualan merupakan unsur pengeluaran terbesar yang secara langsung berhubungan dengan produk yang ada di perusahaan. Perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan sangat berpengaruh terhadap pengumpulan biaya produksinya. Menurut Mulyadi (2015:38) metode pengumpulan biaya

produksi dengan metode harga pokok pesanan yang digunakan dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan memiliki karakteristik sebagai berikut.

1. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual.
2. Biaya produksi harus golongan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok berikut ini: biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
3. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik.
4. Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya *overhead* pabrik diperhitungkan ke dalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka.
5. Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

Dari penjelasan tersebut memberikan informasi bahwa biaya produksi yang terdiri dari tiga unsur biaya yaitu, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhaed* pabrik diperhitungkan langsung menjadi harga pokok produksinya. Dalam perlakuan dalam penentuan dalam harga pokok penjualan berdasarkan pesanan terdapat beberapa penjelasan dari para ahli sebagai berikut.

Carter (2004:138), menyatakan bahwa:

Suatu pesanan untuk pelanggan tertentu dapat dikirimkan langsung saat pesanan sudah diselesaikan sehingga tidak pernah dibukukan sebagai persediaan barang jadi; penjualan dan harga pokok penjualan dicatat saat pesanan ditransfer dari barang dalam proses.

Menurut Mulyadi (2015:52-53) menyebutkan bahwa:

Pesanan yang telah selesai diproduksi ditransfer ke bagian gudang oleh bagian produksi. Harga pokok pesanan yang telah selesai diproduksi ini dapat dihitung dari informasi biaya yang dikumpulkan dalam kartu harga pokok pesanan yang bersangkutan. Harga pokok produk yang diserahkan kepada pemesan dicatat dalam rekening Harga Pokok Penjualan dan rekening persediaan barang jadi.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat kita artikan bahwa perlakuan dalam penentuan harga pokok penjualan berdasar pesanan melalui prosedur transfer dari akun barang dalam proses maupun akun barang jadi sebelum diakui sebagai harga pokok penjualan produk yang terjual.

2.5 Pengertian dan Asumsi Dasar Analisis *Break Even Point* (BEP).

2.5.1 Pengertian Analisis BEP

Suatu perusahaan akan berada pada titik BEP apabila dalam suatu periode aktivitas usaha, tidak memperoleh laba dan tidak juga mengalami kerugian. Artinya, jika seluruh pendapatan perusahaan yang diperoleh dijumlahkan, maka jumlah tersebut sama besarnya dengan seluruh biaya yang dikeluarkan. Berikut beberapa definisi BEP menurut para ahli:

Menurut Garisson (2013:210) bahwa:

“Titik impas (BEP) adalah suatu tingkat penjualan dimana laba adalah nol”.

Hansen dan Mowen (2009:4) menyatakan bahwa:

“Titik impas (BEP) adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol”.

Munawir (2010:184) menyatakan bahwa:

“BEP adalah suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (Penghasilan = Total Biaya)”.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa yang dimaksud dengan BEP (titik impas) adalah suatu keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh laba ataupun tidak menderita kerugian. Sehingga perusahaan dikatakan impas jika jumlah pendapatan yang diperoleh sama besarnya dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

2.5.2 Asumsi-asumsi Dasar dalam Analisis BEP

Dalam menganalisis BEP terdapat beberapa asumsi (anggapan) dasar yang harus dipengaruhi. Mulyadi (2001:260) menyatakan bahwa asumsi yang mendasari analisis BEP antara lain:

Variabelitas biaya dianggap akan mendekati pola perilaku yang diramalkan. Biaya tetap akan selalu konstan dalam kisaran volume yang dipakai dalam perhitungan impas, sedangkan biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volume penjualan.

1. Harga jual produk dianggap tidak berubah-ubah pada berbagai tingkat kegiatan.
2. Kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan, penambahan biaya tetap.

3. Harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah.
4. Efisiensi produksi dianggap tidak berubah.
5. Perubahan jumlah sediaan awal dan akhir dianggap tidak signifikan.
6. Komposisi produk yang akan dijual dianggap tidak berubah. Jika perusahaan menjual lebih dari satu macam produk, maka meskipun volume penjualan sama tetapi apabila komposisinya berbeda, maka hal ini mempunyai pengaruh terhadap pendapatan penjualan.

Menurut Munawir (2010:197) di dalam analisis BEP digunakan asumsi-asumsi dasar sebagai berikut:

1. Biaya harus dapat dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabelitas biaya dapat diterapkan dengan tepat.
2. Bahwa biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh.
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.

Jadi dapat diperjelas bahwa dalam analisis BEP terdapat asumsi-asumsi yang mendasari analisis BEP ini, yaitu biaya harus dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap yang akan selalu konstan dalam kisaran volume yang dipakai dalam perhitungan impas, sedangkan biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volume penjualan. Kemudian harga jual produk dianggap tidak berubah-ubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum. Selanjutnya kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan, harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah, efisiensi produksi dianggap tidak berubah, serta hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau jika lebih dari satu macam maka komposisi penjualan (*sales mix*) akan tetap konstan.

2.6 Manfaat Analisis BEP dan Faktor yang Mempengaruhinya

2.6.1 Manfaat Analisis BEP

Analisis BEP dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan. Menurut Munawir (2010:209) manfaat analisis BEP yaitu:

1. Analisis *break even* dan keputusan penambahan investasi.
Hasil analisis BEP di samping memberikan gambaran tentang hubungan antara biaya, volume, dan laba juga akan dapat membantu atau memberikan informasi maupun pedoman kepada manajemen dalam memecahkan masalah-masalah lain yang dihadapi. Misalnya masalah penambahan atau penggantian fasilitas pabrik atau investasi dalam aktiva tetap.
2. Analisis *break even* dan keputusan menutup usaha.
Kegunaan lain dari analisis BEP bagi manajemen adalah membantu dalam pengambilan keputusan menutup usaha atau tidak (dapat memberikan informasi kapan sebaiknya usaha tersebut dihentikan).

Dari penjabaran diatas dapat dijelaskan bahwa manfaat analisis BEP selain memberikan gambaran tentang hubungan antara biaya, volume, dan laba juga dapat memberikan informasi kepada manajemen dalam memecahkan masalah yang mungkin terjadi seperti penambahan investasi ataupun menutup usaha.

2.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi BEP

Faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisa BEP antara lain: biaya variabel, harga jual, maupun komposisi penjualan. Perubahan merupakan salah satu faktor penentu BEP atau faktor yang mengakibatkan perubahan-perubahan pada faktor-faktor yang lain. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi titik BEP menurut Munawir (2010:201-206):

1. Perubahan Biaya Tetap
Perubahan jumlah biaya tetap akan mengakibatkan perubahan 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 begiu pula besarnya penjualan pada tingkat *break even* juga akan berubah.
3. Perubahan Komposisi Penjualan
Analisa *break even* atau analisa biaya, volume, dan laba yang diuraikan di muka selalu diterapkan untuk satu macam barang atau dengan anggapan bahwa perusahaan hanya memproduksi dan menjual satu macam barang atau secara total. Apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu macam barang, maka analisa *break even* dapat pula diterapkan untuk seluruh barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diuraikan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi titik BEP tersebut ialah perubahan biaya tetap dimana dapat mengakibatkan perubahan jumlah biaya secara keseluruhan sehingga besarnya penjualan pada tingkat BEP pun akan berubah. Kemudian kenaikan biaya variabel

dimana jika jumlah biaya akan berubah maka besarnya penjualan pada tingkat BEP juga akan berubah, serta perubahan komposisi penjualan dimana selalu diterapkan dengan anggapan hanya memproduksi atau menjual satu macam barang atau secara total. Apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu macam barang, maka analisa BEP dapat pula diterapkan untuk seluruh barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan tersebut.

2.7 Metode Perhitungan BEP

2.7.1 Perhitungan BEP dengan Pendekatan Matematis

Dalam menghitung tingkat BEP dengan pendekatan matematis dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Atas Dasar Unit Penjualan

Ditinjau dari per satuan produk atau barang yang dijual, maka setiap satuan barang memberikan 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 laba. Menurut Garrison (2013:224) perhitungan BEP dalam unit penjualan dapat dilakukan dengan menggunakan metode rumus:

$$\begin{aligned} \text{BEP dalam unit penjualan} &= \frac{\text{Target Laba} + \text{Beban Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}} \\ &= \frac{\$0 + \text{Beban Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}} \\ &= \frac{\text{Beban Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Beban variabel per unit}} \end{aligned}$$

2. Atas Dasar Nilai Penjualan

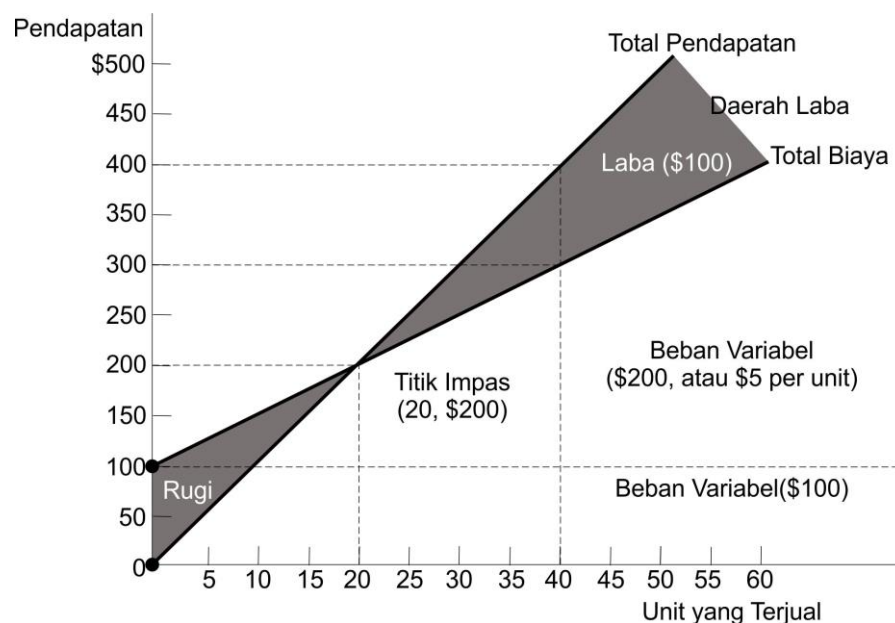
Dalam keadaan *break even* laba perusahaan adalah nol, oleh karena itu dengan membagi jumlah biaya tetap dengan *marginal income rasionya*, akan diperoleh/diketahui tingkat penjualan (dalam rupiah) yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita rugi ataupun memperoleh laba

(BEP). Menurut Garrison (2013:225) perhitungan BEP dalam nilai penjualan dapat dilakukan dengan menggunakan metode rumus:

$$\begin{aligned} \text{BEP dalam nilai penjualan} &= \frac{\text{Target Laba} + \text{Beban Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\ &= \frac{\$0 + \text{Beban Tetap}}{1 - \text{Rasio Beban Variabel}} \\ &= \frac{\text{Beban Tetap}}{1 - \frac{\text{Beban variabel}}{\text{Penjualan}}} \end{aligned}$$

2.7.2 Perhitungan BEP dengan Pendekatan Grafis

Dalam penentuan BEP dapat pula dilakukan dengan grafik atau gambar. Dengan grafik BEP manajemen akan dapat mengetahui hubungan antara biaya, penjualan (volume penjualan) dan laba. Selain itu dengan grafik BEP manajemen dapat mengetahui besarnya biaya yang tergolong biaya tetap dan biaya variabel serta dapat mengetahui tingkat-tingkat penjualan yang masih menimbulkan kerugian dan tingkat-tingkat penjualan yang sudah menimbulkan laba, atau besarnya laba atau rugi pada suatu tingkat penjualan tertentu. Grafik BEP merujuk pada Hansen dan Mowen (2009:23)



Sumber: Hansen dan Mowen (2009:23)

Gambar 2.1 Grafik BEP

2.8 BEP Multi Produk

Bagi perusahaan yang memiliki lebih dari satu jenis produk maka dalam menghitung titik impasnya harus terlebih dahulu dihitung bauran penjualannya. Menurut Hansen dan Mowen (2009:16) bahwa:

“Analisis multiproduk mensyaratkan dibuatnya identifikasi bauran penjualan yang diharapkan dalam unit dari produk-produk yang dipasarkan, mengonversi masalah multiproduk menjadi analisis produk tunggal”.

Rudianto (2013:31) 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.

Berdasarkan dua pendapat tersebut, dapat kita uraikan bahwa analisis titik impas multiproduk merupakan suatu asumsi bauran penjualan yang harus diperhitungkan nilainya terlebih dahulu sebelum dihitung menggunakan rumus titik impas produk tunggal.

2.9 Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Apabila hasil penjualan pada tingkat BEP dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan atau pada tingkat penjualan tertentu, maka akan diperoleh informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. Selisih antara penjualan yang dianggarkan dengan penjualan pada tingkat BEP merupakan tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penjualan.

Munawir (2010:198) menyatakan bahwa:

Margin of safety adalah hubungan atau selisih antara penjualan yang dibudget atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat *break even* merupakan tingkat keamanan (*margin of safety*) bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan.

Menurut Garrison (2013:225) bahwa:

Batas keamanan (*Margin of safety*) adalah kelebihan dari nilai penjualan dalam dolar yang dianggarkan atau aktual diatas titik impas nilai penjualan

dalam dolar. Batas keamanan merupakan jumlah penjualan yang dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. Makin tinggi batas keamanan, makin rendah risiko untuk tidak mencapai titik impas.

Untuk menghitung batas keamanan digunakan suatu rumus yang menurut Garrison (2013:225) adalah sebagai berikut:

Margin of safety = Total penjualan yang dianggarkan (aktual) – Penjualan BEP

Persentase *Margin Of Safety* = $\frac{\text{Margin Of Safety}}{\text{Penjualan yang dianggarkan}} \times 100\%$

Margin of safety dapat memberikan informasi kepada pihak manajemen perusahaan mengenai berapa jumlah penjualan yang direncanakan boleh turun agar perusahaan tidak menderita kerugian. Apabila penurunan yang terjadi dalam persentase lebih kecil dari ratio batas keamanan, maka pihak manajemen tidak perlu khawatir akan akibatnya.