

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen merupakan akuntansi yang menyediakan data dan informasi untuk pihak internal khususnya manajer di semua aras (level) dalam suatu organisasi.¹¹ Akuntansi manajemen menyediakan beberapa informasi, diantaranya informasi keuangan maupun non-keuangan kepada manajer dan karyawan organisasi. Informasi yang dihasilkan oleh akuntansi manajemen berupa kebijakan-kebijakan suatu organisasi atau perusahaan yang berguna untuk keperluan spesifik para pembuat keputusan internal organisasi dan biasanya tidak untuk dipublikasikan kepada pihak luar perusahaan.¹²

Perbedaan akuntansi manajemen dengan akuntansi keuangan adalah sebagai berikut:¹³

Tabel 2.1
Perbedaan Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Keuangan

No.	Keterangan	Akuntansi Manajemen	Akuntansi Keuangan
1	Penyajian Informasi	Terikat dengan prinsip-prinsip akuntansi	Terikat dengan prinsip-prinsip akuntansi
2	Pemakai Informasi	Pihak internal perusahaan	Pihak internal dan eksternal perusahaan
3	Dampak Perilaku	Perilaku manajer	Perilaku ekonomi
4	Dimensi Waktu	Masa yang akan datang	Masa lampu

¹¹ Harti Budiyantri, et al, *Akuntansi Manajemen*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hal. 1.3

¹² V. Wiratna Sujarweni, *Akuntansi Manajemen Teori Dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Pers, 2015), hal. 6

¹³ Ida Zuniarti, et al, *Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), hal. 1-2

5	Waktu Penyajian	Fleksibel: kapan saja dibutuhkan harus disajikan	Waktu tertentu; bulanan, triwulan, tahunan
6	Sifat Pelaporan	Rinci	Garis besar
7	Aktivitas Penyajian	Multi disiplin ilmu	Satu ilmu (akuntansi)

Sumber: Zuniarti, Akuntansi Manajemen, hal. 4-5

B. Analisis *Break Even Point* (Titik Impas)

Analisis biaya-volume-laba (*Cost Volume Profit*) merupakan suatu metode untuk menganalisis bagaimana pengaruh keputusan operasi dan pemasaran terhadap laba berdasarkan pemahaman atas hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output. Analisis CVP memiliki banyak aplikasi yaitu menetapkan harga jual produk dan jasa, memperkenalkan produk atau jasa yang baru, menggantikan sebuah peralatan, menentukan titik impas, memutuskan apakah produk atau jasa tertentu seharusnya dibuat atau dibeli, dan menentukan bauran produk terbaik.¹⁴

Analisis biaya-volume-laba memperkirakan bagaimana perubahan biaya (baik biaya variabel maupun tetap), volume penjualan, dan harga mempengaruhi laba perusahaan. CVP adalah alat yang baik untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Perusahaan-perusahaan menggunakan analisis CVP untuk meraih tolok ukur yang penting, seperti titik impas (*break even point*).¹⁵

Biasanya suatu perusahaan merencanakan seberapa besar keuntungan atau laba yang ingin dicapai sebelum memproduksi atau menghasilkan suatu

¹⁴ Edward J Blocher, et al, *Manajemen Biaya: Penekanan Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 504

¹⁵ Maryanne M. Mowen, et. al., *Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hal. 160

produk, baik berupa barang maupun jasa.¹⁶ Bagi sebuah organisasi *profit orientation* penentuan besarnya laba yang ingin dicapai merupakan prioritas utama. Dalam menentukan besarnya laba yang ingin dicapai, salah satu cara yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan adalah mengetahui berapa titik impas perusahaan tersebut agar besarnya pencapaian laba mudah ditentukan. Tujuannya adalah supaya perusahaan dapat mengidentifikasi operasi jumlah produksi atau penjualan tertentu sehingga tidak mengalami kerugian.

Analisis titik impas sering disebut analisis perencanaan laba. Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan bahwa dalam membuat suatu perencanaan, termasuk perencanaan laba harus mempertimbangkan berbagai aspek. Melakukan prediksi untuk masa depan diperbolehkan dalam Islam, namun sebagai seorang pengusaha wajib memperhatikan kewajiban di dunia dan di akhirat.¹⁷ Sebagaimana firman Allah dalam Qur'an Surah al Qhasash ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ
وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya:

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS. Al-Qashash ayat 77)¹⁸

¹⁶ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 166

¹⁷ 2Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 7* (Edisi yang Disempurnakan), (Jakarta: Widya Cahaya, 2011), hal. 579

¹⁸ *Ibid*, hal. 580

Ayat tersebut menjelaskan bahwa keuntungan yang diperoleh jangan sampai membuat lupa akan kewajiban di dunia dan diakhirat. Kewajiban di dunia yaitu ketika perusahaan memperoleh keuntungan jangan sampai melupakan hak-hak karyawan, melakukan eksploitasi, dan merusak lingkungan sekitar. Kewajiban di akhirat meliputi tekun beribadah, membayar zakat, melakukan ibadah puasa, dan sebagainya. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa seorang pengusaha selain mengejar keuntungan duniawi juga harus memperhatikan bekal akhiratnya agar memperoleh keseimbangan dalam hidup.¹⁹

Break Even Point atau titik impas adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, yaitu titik saat laba sama dengan nol.²⁰ Jadi suatu entitas tidak memperoleh keuntungan dan juga tidak menderita kerugian dari kegiatan operasinya. Hal yang difokuskan dalam menentukan titik impas adalah laba operasi. Suatu tingkat penjualan yang disyaratkan agar entitas tidak mengalami kerugian dan diharapkan akan dapat mengambil langkah dan keputusan yang tepat di masa mendatang dapat diidentifikasi dengan titik impas. Dengan menentukan titik impas, suatu manajer juga dapat mengidentifikasi sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih satu entitas yang dipimpinnya.

Analisis *break even point* memberikan gambaran mengenai berapa jumlah minimal produk yang harus diproduksi untuk dijual, sehingga perusahaan mampu memperoleh laba semaksimal mungkin. Kita akan dapat

¹⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya* Jilid 7 (Edisi yang Disempurnakan)..., hal. 580

²⁰ Maryanne M. Mowen, et. al., *Dasar-Dasar Akuntansi...*, hal. 160

mengetahui hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, tingkat keuntungan yang ingin dicapai, serta volume produksi dengan menggunakan analisis *break even point* atau titik impas. Untuk mengetahui pada jumlah berapa jumlah biaya sama dengan hasil penjualan merupakan salah satu kegiatan dalam analisis *break even point*.

Tujuan analisis *break even point* atau titik impas yaitu untuk memberikan batasan atau rambu-rambu terhadap manajemen perusahaan supaya perusahaan mampu mencapai penjualan minimal agar perusahaan tidak menderita kerugian.²¹ Tujuan lain analisis *break even point* dalam praktiknya:²²

1. Sebagai alat desain spesifikasi produk (berkaitan dengan biaya)
2. Sebagai alat untuk menentukan harga jual per satuan produk
3. Memproyeksikan produksi atau penjualan minimal supaya tidak mengalami kerugian
4. Jumlah produk yang diproduksi menjadi maksimal
5. Sebagai alat perencanaan yang ingin dicapai perusahaan

Tujuan untuk mencari titik impas yang lainnya adalah:

1. Mencari aktivitas dimana pendapatan = biaya.
2. Menunjukkan suatu sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan.
3. Mengawasi kebijakan penentuan harga.

²¹ Faradila, *Analisis Break Even Point...*, hal. 454

²² Kasmir, *Pengantar Manajemen...*, hal. 196

4. Memungkinkan perusahaan mengetahui apakah mereka beroperasi dekat / jauh dari titik impas.²³

Analisis break even point secara umum dapat memberikan informasi kepada pimpinan, bagaimana pola hubungan antar volume penjualan, cost/biaya, dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada level penjualan tertentu. *Analisis break even point* dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan mengenai hal-hal sebagai berikut:²⁴

1. Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
3. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
4. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

Dalam analisis ini, hanya digunakan dua macam biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Artinya mengelompokkan biaya tetap disuatu sisi dan mengelompokkan biaya variabel disisi lain. dalam hal ini secara umum untuk memisahkan kedua biaya ini relative sulit karena ada biaya yang tergolong semua variabel dan tetap.

²³ V. Wiratna Sujarweni, *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta, Pustaka Baru Pers, 2015), hal. 53

²⁴ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal.337

Untuk memisahkan biaya ini dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu Pendekatan Analitis artinya kita harus meneliti setiap jenis dan unsur biaya yang terkandung satu per satu dari biaya yang ada beserta sifat-sifat biaya tersebut dan Pendekatan historis, dalam hal ini yang harus dilakukan adalah memisahkan biaya tetap dan variabel berdasarkan angka-angka dan data biaya masa lampau.

Biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batas tertentu). Artinya kita menganggap biaya tetap konstan sampai kapasitas tertentu saja, biasanya kapasitas produksi yang dimiliki sedangkan biaya variabel merupakan biaya yang secara total berubah sesuai dengan perubahan volume produksi dan penjualan. Dalam hal ini sulit terjadi dalam praktiknya karena dalam penjualan jumlah besar akan ada potongan potongan tertentu, baik yang diterima maupun yang diberikan perusahaan.

Selain biaya harga jual juga diperhitungkan. Harga jual maksudnya dalam analisis ini hanya digunakan untuk satu macam harga jual atau harga barang yang dijual atau diproduksi. Tidak ada perubahan harga jual artinya, diasumsikan harga jual per satuan tidak dapat dirubah selam periode analisis. Hal ini bertentangan dengan kondisi yang sesungguhnya, dimana harga jual dalam suatu periode dapat berubah-ubah seiring dengan perubahan biaya-biaya lain yang berhubungan dengan produk maupun tidak.

Pendekatan dan perhitungan titik impas dapat dilakukan dengan metode persamaan yaitu jika laporan laba rugi kontribusi diubah sebagai sebuah

persamaan, maka laporan laba rugi margin kontribusi akan lebih bermanfaat dalam memecahkan persoalan biaya-volume-laba. Persamaan laba operasi adalah:²⁵

$$\text{Laba Operasi} = \text{Penjualan} - \text{Total Beban Variabel} - \text{Total Beban Tetap}$$

Atau

$$\text{Laba Operasi} = (\text{Harga} \times \text{Jumlah Unit yang Terjual}) - (\text{Biaya Variabel per Unit} \times \text{Jumlah Unit yang Terjual}) - \text{Total Biaya tetap}$$

Mengubah sedikit persamaan ini menghasilkan persamaan seperti dibawah ini:

$$\text{Laba Operasi} + \text{Total Beban Variabel} + \text{Total Beban Tetap} = \text{Penjualan}$$

Selain metode persamaan juga digunakan metode margin kontribusi, metode margin kontribusi dapat dihitung dengan menggunakan rumus margin kontribusi sama dengan penjualan dikurangi beban variable. Adapun dalam mengitung rasio margin kontribusi (*Contribution Margin Ratio*) dengan rumus sebagai berikut:²⁶

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

Menghitung *break even point* untuk mengetahui titik pulang pokok dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP dalam Unit} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

atau

$$\frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

²⁵ Maryanne M. Mowen et. al., *Dasar-Dasar Akuntansi...*, hal. 163

²⁶ *Ibid.*, hal. 167

$$BEP \text{ dalam nilai penjualan}^{27} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per Unit}}{\text{Penjualan}}}$$

atau

$$BEP \text{ dalam nilai penjualan} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Untuk menghitung target penjualan dapat digunakan rumus sebagai berikut:²⁸

Jumlah Unit untuk Memeperoleh Target Laba:

$$\frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

Dalam Nilai Penjualan untuk Memperoleh Target Laba:

$$\frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Menghitung *margin of safety* (margin keamanan) dapat digunakan rumus Batas keamanan sama dengan Total Penjualan dikurangi Penjualan Titik Impas. Sedangkan presentase batas keamanan dapat dihitung dengan rumus batas keamanan dibagi total penjualan yang digunakan.

Konsep Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi. Margin kontribusi (*contribution margin*) adalah selisih antara penjualan dan beban variabel. Margin kontribusi adalah jumlah dari pendapatan penjualan yang

²⁷ Faradilla Noviani, Analisis Break Even..., hal. 455

²⁸ Maryanne M. Mowen, *Dasar-Dasar Akuntansi...*, hal. 172-174

tersisa setelah seluruh beban variabel terpenuhi yang dapat digunakan untuk berkontribusi ke beban tetap dan laba operasi.²⁹ Sedangkan Rasio margin kontribusi adalah presentase dari penjualan yang tersisa setelah biaya variabel terpenuhi. Rasio margin kontribusi (*contribution margin ratio*) adalah proporsi dari setiap penjualan yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan memberikan laba.³⁰ Berikut ini merupakan contoh format Laporan Laba/Rugi Kontribusi PT X.

Tabel 2.2
Laporan Laba Rugi Kontribusi
Tahun 20XX

Uraian	Jumlah (Rp)	Per Unit (Rp)
Penjualan 1.000 unit	9.000.000	9.000
Biaya Variabel	6.300.000	6.300
Margin Kontribusi	2.700.000	2.700
Biaya Tetap	700.000	
Laba Bersih	2.000.000	

Sumber: Diolah oleh peneliti, tahun 2021

Dari laporan laba rugi tersebut tampak bahwa margin kontribusi sebesar Rp2.700.000,00 merupakan jumlah yang tersisa untuk menutup biaya tetap agar memperoleh laba bersih. Rumus untuk menentukan rasio margin kontribusi PT X tersebut adalah Total Margin Kontribusi dibagi Penjualan.

$$\begin{aligned} \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{2.700.000}{9.000.000} \\ &= 30\% \end{aligned}$$

²⁹ *Ibid.*, hal. 162

³⁰ *Ibid.*, hal. 167

Apabila telah menetapkan keuntungan yang diinginkan maka perlu ditentukan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan tersebut. Sebagai contoh, pada tahun 2010 suatu perusahaan dalam keadaan *break even*. Perusahaan bekerja dengan biaya tetap sebesar Rp360.000,00, dan dalam tahun tersebut mempunyai penghasilan penjualan sebesar Rp600.000,00, keadaan tahun 2011 diperkirakan lebih baik dan pimpinan perusahaan menetapkan target keuntungan sebesar Rp60.000,00. Besarnya penjualan minimal yang harus dicapai oleh perusahaan tersebut adalah:

$$\text{Penjualan} = \text{biaya variabel} + \text{biaya tetap}$$

$$\text{Biaya variabel} = \text{penjualan} - \text{biaya tetap}$$

$$\text{Biaya variabel} = 600.000 - 360.000 = 240.000$$

Biaya variabel dinyatakan dalam bentuk presentase dari penjualan adalah:

$$\text{Biaya Variabel} = \frac{240.000}{600.000} \times 100\% = 40\%$$

Setelah diketahui besarnya biaya variabel dalam presentase dari penjualan, maka dapatlah ditentukan besarnya penjualan minimal dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan minimal} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Pendapatan Penjualan}}} \\ &= \frac{360.000 + 60.000}{1 - \frac{4}{10}} \\ &= \frac{420.000}{\frac{6}{10}} \end{aligned}$$

$$= \text{Rp } 700.000$$

Jadi, untuk mendapatkan keuntungan sebesar Rp60.000,00 perusahaan harus dapat memproduksi dan menjual sebesar Rp700.000,00.

Dibuktikan:

Penjualan	Rp700.000
Biaya variabel (40%)	Rp280.000
Biaya tetap	<u>Rp360.000</u> +
Biaya total	<u>Rp640.000</u> -
Keuntungan	Rp60.000

Misalkan perusahaan menetapkan target keuntungan dinyatakan dalam profit margin sebesar 30%, maka besar penjualan minimal dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan minimal (x)} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Pendapatan Penjualan}}} \\ x &= \frac{360.000 + 0,3x}{1 - \frac{4}{10}} \\ x &= \frac{360.000 + 0,3x}{\frac{6}{10}} \end{aligned}$$

$$0,6x - 0,3x = \text{Rp}360.000$$

$$0,3x = \text{Rp}360.000$$

$$x = \text{Rp}1.200.000$$

Dibuktikan:

Penjualan	Rp1.200.000
-----------	-------------

Biaya variabel (40%)	Rp480.000
Biaya tetap	<u>Rp360.000</u> +
Biaya total	<u>Rp840.000</u> -
Keuntungan	Rp360.000
Profit margin =	$\frac{360.000}{1.200.000} \times 100\% = 30\%$

Biaya sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat. Beban dapat didefinisikan sebagai aliran keluar terukur dari barang atau jasa, yang kemudian ditandingkan dengan pendapatan untuk menentukan laba sebagai:³¹

“Penurunan dalam aktiva bersih sebagai akibat dari penggunaan jasa ekonomis dalam menciptakan pendapat atau pengenaan pajak oleh badan pemerintah. Beban dalam arti luas termasuk semua biaya yang sudah habis masa berlakunya yang dapat dikurangkan dari pendapatan”.

Dalam arti luas, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada unsur pokok dalam definisi biaya tersebut di atas:³²

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Diukur dalam satuan uang
3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

³¹ Ony Widilestariningtyas et. al., *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 3

³² Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015), hal. 8

Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya itu adalah penggunaan sumber daya perusahaan seperti pembayaran kas, pengakuan pembayaran kas, ekspirasi dari nilai sebuah aset untuk mencapai tujuan tertentu.³³

Akuntansi biaya adalah proses pengidentifikasian, pencatatan, penghitungan, peringkasan, pengevaluasian dan pelaporan biaya pokok suatu produk baik barang maupun jasa dengan metode dan sistem tertentu sehingga pihak manajemen perusahaan dapat mengambil keputusan bisnis secara efektif dan efisien.³⁴ Manfaat dari akuntansi biaya diantaranya adalah:³⁵

1. Sebagai pemasok informasi dasar untuk menentukan harga jual produk barang dan jasa.
2. Sebagai bagian dari alat pengendalian manajemen, terutama yang berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer pusat pertanggungjawaban.
3. Sebagai pemasok informasi pada pihak eksternal berkenaan dengan seluruh aspek biaya operasi, misalnya saja untuk kepentingan pajak.

Tujuan akuntansi biaya (*Cost Accounting*) adalah untuk mengkomunikasikan baik informasi keuangan maupun non keuangan kepada manajemen untuk memudahkan kegiatan perencanaan, pengendalian, dan evaluasi sumber daya manusia. *Cost* mengukur pengorbanan ekonomis yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Akuntansi biaya menyediakan informasi yang memungkinkan manajemen mengambil keputusan berdasarkan

³³ Pirmatua Sirait, *Akuntansi Biaya; Pencatatan dan Kelola Biaya*, (Yogyakarta: Expert, 2017), hal. 3

³⁴ Emy Iryanie dan Monika Handayani, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Poliban Press, 2019), hal. 1

³⁵ Armanto Witjaksono, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 5

informasi yang memadai. Dengan demikian, akuntansi biaya modern seringkali disebut akuntansi manajemen (*management accounting*) karena manajer menggunakan data akuntansi sebagai penuntun keputusan mereka.³⁶ Berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan, biaya dapat digolongkan menjadi biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya administrasi³⁷

Biaya produksi, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya pemasaran, merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan yang melaksanakan kegiatan pemasaran, biaya contoh (*sample*)

Biaya administrasi dan umum, merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia, dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya *photocopy*.

Berdasarkan hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai biaya dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi, dan biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh

³⁶ Tri Widiastuti, *Akuntansi Biaya; Pendekatan Activity Based Costing*, (Yogyakarta: Expert, 2017), hal. 2

³⁷ Mulyadi, *Akuntansi Biaya...*, hal. 14

sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk tersebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead costs*).

Berdasarkan perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas³⁸

1. Biaya variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
2. Biaya semivariabel, adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
3. Biaya semifixed, adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
4. Biaya tetap, adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

C. Perencanaan Laba

Menurut Charter & Milton F, perencanaan laba (*profit planning*) adalah tahapan pengembangan dari suatu rencana operasi untuk mencapai tujuan perusahaan.³⁹ Perencanaan laba adalah perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan yaitu memperoleh

³⁸ *Ibid.*, hal. 15-16

³⁹ Hasdiana S dan Idham Khalid, *Analisis Titik Impas...*, hal. 159

laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba memiliki selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan. Perencanaan laba memiliki hubungan antara biaya, volume dan harga jual. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan mempengaruhi volume produksi.⁴⁰

Sebagai alat ukur dalam keberhasilan perusahaan, laba yang direncanakan juga mengacu pada kegiatan operasional. Untuk itu, perencanaan laba sebaiknya dilakukan oleh perusahaan dengan mempertimbangkan beberapa faktor yakni:⁴¹

1. Besaran keuntungan atau kerugian yang diakibatkan dari jumlah penjualan.
2. Volume penjualan sangat diperlukan untuk menutup semua biaya serta penghasilan laba yang mencukupi untuk membayar deviden dan mampu menyediakan pos untuk kebutuhan bisnis masa depan.
3. Adanya Titik impas atau *Break even point*.
4. Memperhitungkan kapasitas operasi yang dilakukan perusahaan.
5. Dan memperhitungkan jumlah modal yang digunakan untuk kegiatan usaha.

Dengan melihat kondisi persaingan usaha yang terus berubah, maka perusahaan harus menyadari adanya banyak manfaat dari program

⁴⁰ Joy Toar Pangemanan, *Analisis Perencanaan Laba...*, hal. 378

⁴¹ Hasdiana S dan Idham Khalid, *Analisis Titik Impas...*, hal. 160

penganggaran. Yang dimulai dari teknik analisis titik impas. Di antara manfaat tersebut adalah sebagai berikut:⁴²

1. Dengan melakukan penganggaran yang baik maka akan terbentuk alat komunikasi yang tepat bagi manajemen kepada seluruh anggota organisasi.
2. Anggaran akan membuat peta kerja bagi manajer untuk merencanakan masa depan perusahaan.
3. Alat untuk mengalokasikan sumber daya yang efektif dan efisien.
4. Manajemen mampu membuat prediksi akan adanya risiko bisnis dimasa yang akan datang.
5. Memudahkan melakukan koordinasi antar anggota dalam perusahaan.
6. Dan anggaran juga membantu dalam mengevaluasi seluruh rangkaian kegiatan perusahaan yang dilakukan.

D. Hubungan *Break Even Point* Dengan Perencanaan Laba

Menurut Jumingan, analisis BEP sangat bermanfaat untuk merencanakan penjualan dan laba perusahaan, dengan mengetahui besarnya BEP maka dapat menentukan berapa jumlah minimal produk yang harus dijual dan harga jualnya untuk meningkatkan laba perusahaan. Penerapan analisis BEP merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk menetapkan harga dengan cara menentukan biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan tingkat laba yang diharapkan.⁴³

⁴² *Ibid*, hal. 160

⁴³ Ari Supriadi et. al., *Analisis Break Even Point Sebagai....*, hal. 34

Dengan demikian, analisis BEP adalah suatu alat yang di gunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan. Oleh karena itu, analisis BEP merupakan alat yang efektif dalam menyajikan informasi manajemen untuk keperluan perencanaan laba sehingga manajer dapat memilih berbagai usulan kegiatan yang akan memberikan kontribusi terbesar terhadap pencapaian laba di masa yang akan datang.⁴⁴

Dengan melakukan analisis BEP, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimal yang harus dicapai, dan juga dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan dapat turun agar tidak mengalami kerugian. Sebagai contoh jika perusahaan sudah mengetahui titik impas, maka dapat ditentukan perencanaan labanya agar dapat mengetahui penjualan minimal.⁴⁵

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian dari Pangemanan yang bertujuan untuk mengetahui volume peningkatan laba yang dicapai PT. Kharisma Sentosa Manado pada periode yang ditentukan. Metode analisis yang digunakan adalah analisa deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan secara umum kinerja penjualan dan pengelolaan biaya-biaya yang dilakukan oleh PT. Kharisma Sentosa Manado sudah efisien. Selama tahun 2013-2015 PT. Kharisma Sentosa Manado mampu menjual mobil Xenia Sporty 1.3 (MT) di atas titik impas dengan kata lain PT. Kharisma Sentosa

⁴⁴ *Ibid.*, hal. 34

⁴⁵ *Ibid.*, hal. 34

Manado mampu memperoleh keuntungan, dan keuntungan ini bergerak cukup signifikan dari hasil penjualan dan hal tersebut berarti PT. Kharisma Sentosa Manado telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.⁴⁶

Penelitian dari Noviani yang bertujuan untuk menganalisis besarnya penerimaan dan produksi perusahaan dalam keadaan mencapai Break Even Point. Dan untuk mengetahui nilai penjualan minimal yang harus dicapai perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan pada UD. Meubel Setia Budi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. berjudul. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan analisis *break even point* adalah Untuk produk kusen mengalami kerugian karena nilai penjualan tidak melampaui nilai titik impas, Untuk produk pintu panel memperoleh keuntungan karena nilai penjualan telah melampaui nilai titik impas, Untuk produk jendela memperoleh keuntungan karena nilai penjualan telah melampaui nilai titik impas.⁴⁷

Penelitian dari Supriadi, Nurulita, dan Yefni yang bertujuan untuk mengetahui berapakah penjualan atau penyewaan minimal dalam 1 periode akuntansi agar kegiatan operasional tidak mengalami kerugian kepada pihak manajemen Yayasan GSG PCR. Metode yang digunakan adalah deskriptif kaulitatif. Dari hasil penelitian pada tahun 2016, penyewaan GSG PCR telah

⁴⁶ Joy Toar Pangemanan, "Analisis Perencanaan Laba Perusahaan Dengan Penerapan Break Even Point Pada Pt. Kharisma Sentosa Manado", *Jurnal of Islamic accounting*, Vol.4 No.1 Maret 2016, Manado. Hal. 376-385

⁴⁷ Faradilla Novian, "Analisis Break Even Point Untuk Perencanaan Laba Pada Ud. Meubel Setia Budi Di Samarinda Periode Tahun 2014-2016", *Journal Administrasi Bisnis*, Volume 5. Nomor 2, 2017 . Hal 451-465

mendapatkan perencanaan laba sebesar 47% atau melebihi dari target yang diinginkan sehingga *BEP* telah tercapai⁴⁸.

Penelitian dari Siswanto, Sya'ban, dan Rusmawati yang bertujuan untuk mengetahui *BEP* yang diperoleh CV Uul Anugerah Surabaya pada tahun 2011-2015 dan untuk mengetahui peran penting dalam perencanaan laba. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Penjualan CV. Uul Anugerah pada tahun 2011-2015 sudah mencapai *BEP*, *BEP* mempunyai peran yang penting dalam perencanaan laba CV. Uul Anugerah Surabaya⁴⁹.

Penelitian dari Hasdiana dan Khalid yang Bertujuan untuk mengetahui, mengukur, dan menganalisis titik impas dalam merencanakan laba pada PT. Semen Indonesia Tbk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil penelitian adalah Nilai perolehan dari aktivitas penjualan 2018 sebesar Rp.30.687.625.000,- sedangkan volume penjualan pada tingkat titik impas sebesar Rp.5.522.468.129,- Sehingga berdasarkan nilai penjualan yang lebih besar dibanding titik impas penjualan berarti pada tahun tersebut perusahaan memperoleh keuntungan⁵⁰.

Penelitian dari Fadilah yang bertujuan untuk perencanaan laba dengan perhitungan *break even point* menggunakan *software microsoft excel*. Metode

⁴⁸ Ari Supriadi, "Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Gedung Serba Guna Politeknik Caltex Riau", *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Bisnis*, Vol. 11, No. 1, Mei 2018, Riau. Hal. 31-41

⁴⁹ Heru Budi Siswanto et al, "Analisis Break Event Point Terhadap Perencanaan Laba Cv. Uul Anugerah Surabaya", *Jurnal Akuntansi dan Teknologi informasi*, Vol. 12 No.1 Tahun 2018, Surabaya.

⁵⁰ Hasdiana S dan Idham Khalid, "Analisis Titik Impas Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pt. Semen Indonesia Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)", *Jurnal Semarak*, Vol. 3, No.3, OKTOBER 2020, Hal. 153-167

yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian yaitu dalam merencanakan laba yang akan diperoleh perlu terlebih dahulu menentukan nilai dari *break even point* atau titik impas. Dengan begitu akan mudah untuk pelaku usaha menargetkan laba yang ingin diperoleh⁵¹.

Tabel 2.3

Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Ini

NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1	Joy Toar Pangemanaan	Analisis Perencanaan Laba Perusahaan dengan Penerapan <i>Break Even Point</i> pada PT. Kharisma Sentosa Manado.	1. Analisis Perencanaan laba perusahaan dengan <i>Break Even Point</i> . 2. mengetahui volume peningkatan laba yang dicapai	Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui volume peningkatan laba yang dicapai PT. Kharisma Sentosa Manado pada periode yang ditentukan	Sama-sama menggunakan deskriptif kualitatif,
2	Faradila Noviani	Analisis <i>Break Even Point</i> Untuk Perencanaan Laba UD. Meubel Setia Budi di Saamarinda Periode Tahun 2014-2016.	1. Analisis <i>Break Even Point</i> Untuk Perencanaan Laba 2. penerimaan dan produksi perusahaan dalam keadaan mencapai <i>Break Even</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besarnya penerimaan dan produksi perusahaan dalam keadaan mencapai <i>Break Even Point</i> . Dan untuk mengetahui nilai penjualan minimal yang harus dicapai perusahaan	Menggunakan Sama-sama menggunakan deskriptif kualitatif, sama-sama menggunakan metode perhitungan perencanaan target laba

⁵¹ Nina Fadilah, "Analisis Perhitungan Break Event Pont (Bep) Untuk Perencanaan Laba Produksi Batu Bata Merah Dengan Menggunakan Microsoft Excel Di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat", *Jurnal Akutansi*, Vol 1 No 2 Februari 2020

			<i>Point.</i>	untuk mencapai target laba yang diinginkan pada UD. Meubel Setia Budi.	
3	Ari Supriadi, Suci Nurulita, dan Yefni	<i>Analisis Break Even Point</i> Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Gedung Serba Guna Politeknik.	1. <i>Analisis Break Even Point</i> 2. Perencanaan Laba	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa <i>BEP</i> dari penyewaan GSG pada tahun 2016.	Menggunakan Deskriptif Kualitatif
4	Heru Budi Siswanto, Ma'ruf Sya'ban, Zeni Rusmawati	Analiss Break Even Point Terhadap Perencanaan Laba CV. Uul Anugerah Surabaya.	1. Analiss Break Even Point 2. Perencanaan Laba	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui BEP yang diperoleh CV. Uul Anugerah Surabaya pada tahun 2011-2015 dan untuk mengetahui peran penting dalam perencanaan laba.	menggunakan metode deskriptif kualitatif.
5	Hasdiana S dan Idham Khalid	Analisis Titik Impas Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT Semen Indonesia Tbk. yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).	1. Analisis titik impas 2. Perencanaan laba yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mengukur, dan menganalisis titik impas dalam merencanakan laba pada PT. Semen Indonesia Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).	Sama-sama membahas tentang analisis titik impas sebagai perencanaan laba
6	Nina	Analisis	1. Analisis	Tujuan	Metode

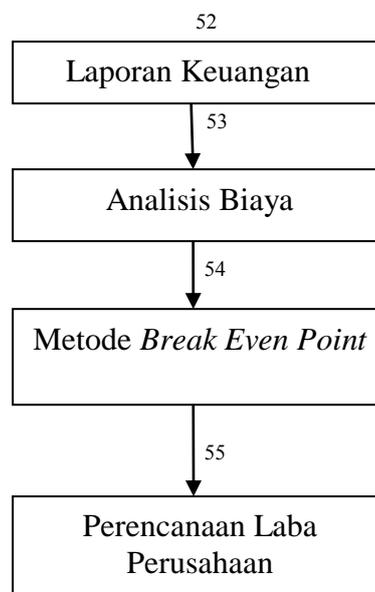
	Fadilah	Perhitungan <i>Break Even Point (BEP)</i> untuk Perencanaan Laba Produksi Batu Bata Merah dengan Menggunakan <i>Microsoft Excel</i> di Kecamatan Hinai Kabupaten Lngkat.	Perhitungan <i>Break Even Point (BEP)</i> 2. Perencanaaan Laba Produksi dengan Menggunakan <i>Microsoft Excel</i>	penelitian ini adalah untuk perencanaan laba dengan perhitungan <i>break even point</i> menggunakan <i>software microsoft excel</i> .	penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sama-sama bertujuan untuk perencanaan laba yaitu menggunakan variabel analisis Break event point
7	Penelitian ini	Analisis <i>Break Even Point</i> Dalam Perencanaan Laba Pada Perusahaan Batu Marmer Tulungagung Stone Mosaics Kabupaten Tulungagung	1. Analisis <i>Break Even Point</i> 2. Perencanaaan Laba	Untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana perusahaan Tulungagung Stone Mosaics dalam merencanakan laba yang telah dilakukan pada tahun 2017, 2018, dan 2019, Untuk menganalisis dan mendeskripsikan implementasi <i>break even point</i> atau titik impas pada perusahaan Tulungagung Stone Mosaics, dan manfaat analisis <i>break even point</i> atau titik impas pada perusahaan Tulungagung Stone Mosaics.	Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif, memiliki variabel yang sama yaitu analisis break event point

Sumber: Diolah oleh peneliti, tahun 2021

E. Kerangka Konseptual

Gambar 2.4

Kerangka Konseptual



Sumber: Diolah oleh peneliti, tahun 2021

⁵² Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal.337

⁵³ Ony Widilestariningtyas et. al., *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 3

⁵⁴ Tri Widiastuti, *Akuntansi Biaya; Pendekatan Activity Based Costing*, (Yogyakarta: Expert, 2017), hal. 2

⁵⁵ Edward J Blocher, et al, *Manajemen Biaya: Penekanan Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 504