

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Akuntansi Manajemen

a. Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi adalah proses pencatatan, perhitungan, pengidentifikasian, pengukuran dan penyusunan informasi ekonomi dalam bentuk laporan keuangan suatu perusahaan yang digunakan untuk pengambilan keputusan.¹

Akuntansi manajemen (*management accounting*) merupakan bidang akuntansi yang berhubungan dengan pelaporan keuangan untuk para pengguna internal yang merupakan pihak yang mempunyai banyak kepentingan dengan sistem akuntansi dan informasi akuntansi yang dihasilkan serta merupakan pihak yang diberikan tanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan perusahaan. Pengguna internal yang dimaksud di sini adalah manajemen perusahaan baik pada tingkat atas, tingkat menengah dan tingkat pertama.²

b. Peran Akuntansi Manajemen dalam Perusahaan

Akuntansi manajemen memiliki peranan besar dalam perusahaan, yaitu membantu pihak-pihak internal (direktur utama dan masing-masing tingkatan manajer dalam setiap unit/departemen) dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, akuntansi manajemen membahas hal-hal sebagai berikut:

- 1) Konsep dan fungsi biaya
- 2) Biaya relevan untuk pengambilan keputusan
- 3) Penentuan biaya variabel (*variable costing*) dan biaya penuh (*full costing*)
- 4) Penentuan harga pokok produksi
- 5) *Activity Based Costing System*
- 6) Analisis biaya volume laba

¹ Diyah S. Hariyani, *Akuntansi Manajemen* (Madiun: Aditya Media Publishing, 2018), p. 2.

² Firdaus Ahmad Dunia, Wasilah Abdullah, and Catur Sasongko, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5 (Jakarta: Salemba Empat, 2019), p. 6.

- 7) Penentuan Harga Jual
- 8) Harga Transfer
- 9) Penganggaran Modal (*Capital Budgeting*)
- 10) Balance scorecard.³

2. Akuntansi Biaya

a. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Proses akuntansi biaya dapat ditujukan pula untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam perusahaan. Dalam hal ini akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi manajemen. Dengan demikian akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen.⁴

b. Pengertian Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.⁵ Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Untuk membedakan pengertian biaya dalam arti luas, pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva ini disebut dengan istilah kos.

Dalam akuntansi istilah biaya dipertegas dengan membedakan antara pengertian biaya (*cost*) dengan biaya sebagai beban (*expense*). Biaya (*cost*) merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Sedangkan beban (*expense*) merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang ditujukan untuk memperoleh pendapatan pada periode dimana beban itu terjadi. Jadi beban (*expense*) merupakan bagian dari

³ Hariyani, pp. 5–6.

⁴ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5 (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015), p. 7.

⁵ Mulyadi, p. 8.

cost yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan.⁶

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa bila terdapat beban yang tidak mendatangkan manfaat maka secara akuntansi diperlakukan sebagai rugi.

c. Cara Penggolongan Biaya

Dalam akuntansi biaya, biaya dapat digolongkan dengan berbagai macam cara. Pada umumnya penggolongan biaya ini dapat ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep: “*different costs for different purposes*”.

Biaya dapat digolongkan menurut:

- 1) Objek pengeluaran
- 2) Fungsi pokok dalam perusahaan
- 3) Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
- 4) Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
- 5) Jangka waktu manfaatnya.⁷

d. Klasifikasi Biaya

Biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan hubungannya dengan produk, waktu pengakuan, volume produksi dan lain-lain.

- 1) Klasifikasi biaya menurut hubungannya dengan produk

Biaya yang terjadi di perusahaan dapat dikelompokkan berdasarkan keterkaitannya (hubungannya) dengan produk, menjadi biaya produk dan biaya komersial. Biaya produk adalah biaya pembuatan produk. Biaya ini sifatnya melekat pada produk. Sedangkan biaya komersial merupakan biaya yang tidak melekat pada produk. Berikut ini akan dibahas kedua jenis biaya tersebut secara lengkap.

⁶ Daljono, *Akuntansi Biaya*, Edisi 3 Ce (Semarang: BP UNDIP, 2011), p. 13.

⁷ Mulyadi, pp. 13–16.

- a) Biaya pabrikasi (*product cost*)
Biaya pabrikasi sering disebut juga sebagai biaya produksi atau biaya pabrik. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.⁸
 - b) Biaya komersial
Biaya komersial meliputi biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.
- 2) Klasifikasi biaya menurut waktu pengakuan (*timing of recognition*)
Menurut waktu pengakuan biaya diklasifikasikan menjadi:
- a) Biaya produk (*product cost*)
Biaya yang terjadi dalam rangka membuat produk. Biaya tersebut sifatnya melekat pada produk.
 - b) Biaya periode (*period cost*)
Biaya yang terjadi dalam satu periode yang tidak ada kaitannya dengan pembuatan produk. Biaya periode sifatnya tidak melekat pada produk dan akan dipertemukan dengan pendapatan untuk menghitung laba rugi pada periode yang bersangkutan.
- 3) Klasifikasi biaya dikaitkan dengan volume produksi
Biaya bila dikaitkan dengan variabilitas volume produksi dapat dibedakan menjadi:
- a) Biaya variabel (*variabel cost*)
Biaya yang bila dikaitkan dengan volume (pemacu timbulnya biaya) secara per unit akan selalu tetap (tidak berubah jumlahnya), meskipun volume produksi berubah-ubah, akan tetapi secara total biaya tersebut jumlahnya akan berubah sesuai dengan proporsi perubahan aktivitas (volume produksi).
 - b) Biaya tetap (*fixed cost*)
Biaya tersebut tidak berubah jumlahnya meskipun aktivitas (jumlah produksi) berubah.

⁸ Daljono, pp. 15–17.

Jumlah biaya tetap per unit akan menurun jika aktivitasnya meningkat.⁹

c) Biaya semi variabel

Campuran antara biaya variabel dengan biaya tetap. Biaya semi variabel memiliki sifat meskipun tidak ada kativitas biaya ini tetap ada dan totalnya akan berubah jika aktivitas juga berubah.

4) Klasifikasi biaya yang lain

a) Pengambilan keputusan

Apabila dihubungkan dengan pengambilan keputusan biaya diklasifikasikan menjadi: biaya relevan dan biaya tidak relevan terhadap pengambilan keputusan. Biaya relevan adalah biaya-biaya yang dapat digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan tertentu.

b) Dapat tidaknya dikendalikan

Dapat tidaknya dikendalikan biaya dapat dikelompokkan menjadi biaya terkendali dan biaya tak terkendali. Biaya terkendali ialah biaya dimana manajer dapat mempengaruhi ada tidaknya dan besar kecilnya biaya tersebut. Apabila seorang manajer dapat mempengaruhi suatu biaya melalui kebijakannya, maka biaya tersebut merupakan biaya tak terkendali bagi manajer tersebut.

c) Data yang digunakan

Menurut data yang digunakan biaya digolongkan menjadi: biaya sesungguhnya, biaya standar, biaya masa yang akan datang. Biaya yang sesungguhnya (actual cost), adalah biaya yang dicatat sebesar nilai yang sesungguhnya pada saat terjadi. Biaya standar adalah biaya yang dicatat sebesar standarnya. Biaya masa yang akan datang adalah biaya yang dicatat dengan taksiran biaya yang akan terjadi pada masa yang akan datang.

⁹ Daljono, pp. 19–20.

d) *Sunk cost*

Istilah *sunk cost* sering digunakan untuk menunjukkan pada biaya yang terjadi pada masa lalu. *Sunk cost* merupakan biaya yang tidak relevan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan dimasa berikutnya.

e) *Opportunity cost*

Opportunity cost merupakan biaya yang diukur dari manfaat yang hilang karena seseorang atau perusahaan memilih satu alternatif sehingga tidak dapat memilih alternatif yang lain. Apabila dikaitkan dengan pengambilan keputusan, *opportunity cost* merupakan biaya relevan.¹⁰

e. Metode Penentuan Biaya Produksi

Metode penentuan kos produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi terdapat dua pendekatan:

1) *Full costing*

Merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Gambar 2.1 Kos produksi menurut metode *full costing*

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xx
Kos produksi	xx

Kos produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur kos produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead*

¹⁰ Daljono, pp. 20–22.

pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap) ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

2) Variabel costing

Merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dengan demikian produksi menurut metode variabel costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Gambar 2.2 Produksi menurut metode variabel

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xx
Kos produksi	xx

Kos produksi yang dihitung dengan pendekatan variabel costing terdiri dari unsur kos produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).¹¹

3. Perencanaan Laba

Perencanaan laba adalah rencana kerja yang dapat diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangan dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan laba-rugi, neraca kas, modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek.¹²

Perencanaan laba sering digunakan untuk dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan

¹¹ Mulyadi, pp. 17–19.

¹² Yulianto, p. 80.

datang. 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.¹³

Perencanaan laba nantinya sebagai dasar untuk evaluasi kinerja manajemen. Untuk mencapai titik laba maksimum yang diinginkan (target laba) diperlukan adanya perencanaan laba yang harus disusun dan dilakukan secara sistematis oleh perusahaan. Tanpa adanya perencanaan laba yang sistematis, target laba akan sulit untuk dicapai. Perencanaan laba berisi langkah-langkah yang akan diambil perusahaan untuk mencapai target laba yang diharapkan. Untuk mencapai laba yang diharapkan oleh manajemen, terlebih dahulu harus dilakukan perencanaan laba yang optimal, salah satunya dengan cara membuat analisis target laba.¹⁴

Untuk mencapai laba yang besar (dalam perencanaan dan realisasi) manajemen dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
- b. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
- c. Meningkatkan volume penjualan lebih besar.

Tetapi perlu diingat dan diperhatikan bahwa ketiga langkah atau faktor (biaya, harga jual dan volume penjualan) mempunyai hubungan yang erat atau bahkan saling berkaitan satu sama lainnya. Dengan menggunakan analisis biaya volume laba memberikan cara untuk

¹³ Jeriko Falentino Koraag and Ventje Ilat, 'Analisis Cost-Volume-Profit Untuk Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu "Ibu Siti"', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16.3 (2016), p. 805.

¹⁴ Ulfah Setia Iswara, Teguh Gunawan Setyobudi, and Wahidahwati, 'Perencanaan Laba Menggunakan Pendekatan Analisis Cost Volume Profit', *Prosiding SENDI-U Isbn: 978-979-3649-99-3*, 2019, p. 408.

menentukan berapa banyak unit yang harus dijual untuk memperoleh target laba tertentu.¹⁵

Laba atau keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara, yang pertama laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanam modalnya, setelah di kurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut (termasuk di dalamnya, biaya kesempatan). Sementara itu, laba dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi.¹⁶ Laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga jual produk, biaya yang dikeluarkan dan volume (banyaknya) penjualan. Biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk akan mempengaruhi harga jual produk, dan harga jual produk akan berdampak pada volume penjualan yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap tingkat laba perusahaan. Semakin besar biaya yang diserap oleh produk maka akan semakin tinggi harga pokok produksi dan harga jual yang ditetapkan.¹⁷

Laba merupakan elemen terpenting yang paling menjadi pusat perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk merepresentasi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Akan tetapi, teori akuntansi sampai saat ini belum mencapai kemantapan dalam pemaknaan dan pengukuran laba. Oleh karena itu, berbeda dengan elemen air statemen keuangan lainnya.¹⁸

Untuk mengetahui konsep laba perlu diketahui terlebih dahulu tentang perspektif Al-Qur'an secara utuh. Berikut ini adalah pembahasan ayat Al- Qur'an seputar laba. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Asy-Syu'ara' ayat 181-183:

أَوْفُوا الْوَعْدَ لَا تَتُورُوا أَيْمَانَكُمْ حُرُوفِي 181 وَزُرُوا الْيَتَامَىٰ سَائِلَةً سَعْفِي 182
وَلَا تَتَّبِعُوا الرِّئَاسَ أَشْرَافِي 183 مَوْلَاتِ بَنَاتِي 183

Artinya :*“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan*

¹⁵ Yulianto, p. 80.

¹⁶ Yulianto, pp. 77–78.

¹⁷ Iswara, Setyobudi, and Wahidahwati, pp. 407–8.

¹⁸ Yulianto, p. 80.

timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi." (Q.S Asy-Syu'ara':181-183)

4. Analisis Biaya, Volume dan Laba

a. Pengertian Analisis Biaya, Volume dan Laba

Analisis biaya-volume-laba merupakan metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan pemasaran dalam mempengaruhi laba operasi, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel per unit, total biaya tetap, harga jual, dan tingkat output. Dengan kata lain, analisis biaya-volume-laba menguji perilaku total pendapatan, total biaya, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output.¹⁹

Analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis*) adalah pemeriksaan sistematis hubungan di antara harga jual, volume penjualan dan produksi, biaya, beban dan laba. Analisis biaya-volume-laba penting dalam perencanaan laba. Analisis tersebut juga merupakan faktor kritis dalam keputusan-keputusan manajemen seperti penetapan harga jual, penentuan bauran produk yang terbaik, dan pemakaian fasilitas produksi secara maksimal.²⁰

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa analisis biaya volume dan laba dapat membantu manajer untuk memahami dan menyediakan informasi bagi manajemen mengenai hubungan harga jual, volume penjualan dan produksi, biaya, beban dan laba sebagai proses pembuatan keputusan.

Analisis biaya volume laba dapat diterapkan dalam hal:

- 1) Menentukan harga jual
- 2) Menentukan berapa banyak unit produk baru harus dijual agar mencapai titik impas

¹⁹ Hery, p. 209.

²⁰ Simamora, p. 603.

- 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.²¹

Untuk tujuan menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan dalam mencapai laba yang ditargetkan maka kasus titik impas merupakan kasus istimewa pada analisis biaya, volume, bauran produk dan laba.

Analisis biaya, volume, bauran produk dan laba melibatkan saling hubungan antar harga jual produk, biaya variabel, biaya tetap, volume penjualan, serta bauran produk dari produk ini dapat diterapkan pada berbagai perusahaan dalam rangka perencanaan laba jangka pendek.²²

b. Asumsi pada Analisis Biaya-Volume-Laba

Analisis biaya-volume-laba didasarkan pada sejumlah asumsi. Berikut adalah asumsi-asumsi yang mendasari analisis biaya-volume-laba.

- 1) Perubahan tingkat pendapatan dan biaya hanya disebabkan oleh perubahan jumlah unit produk yang diproduksi dan dijual. Dengan kata lain, jumlah unit output merupakan satu-satunya pemicu pendapatan sekaligus biaya.
- 2) Total biaya dapat dipisahkan ke dalam komponen tetap (yang tidak berubah meskipun terjadi perubahan tingkat output) dan komponen variabel (yang berubah seiring dengan perubahan tingkat output). Lebih lanjut, biaya variabel mencakup biaya variabel langsung dan biaya variabel tidak langsung. Demikian juga, biaya tetap mencakup biaya tetap langsung dan biaya tetap tidak langsung.
- 3) Ketika digambarkan dalam bentuk grafik, perilaku total pendapatan dan total biaya bersifat linie (dapat

²¹ Hery, p. 209.

²² Bustami and Nurlela.

- digambarkan garis lurus) ketika dihubungkan dengan tingkat output dalam rentang dan periode waktu yang relevan.
- 4) Harga jual, biaya variabel per unit, dan total biaya tetap (dalam rentang dan periode waktu yang relevan) telah diketahui dan konstan.
 - 5) Analisis mencakup satu produk atau mengasumsikan bahwa proporsi produk yang berbeda (ketika perusahaan menjual beragam produk) adalah tetap konstan meskipun total tingkat unit yang terjual berubah.
 - 6) Seluruh pendapatan dan biaya dapat ditambahkan, dikurangkan, dan dibandingkan tanpa memperhitungkan nilai waktu dari uang.²³
- c. Analisis Biaya, Volume dan Laba dengan adanya Perubahan-Perubahan

Dalam melihat saling berkaitan antara biaya, volume dan laba maka, sebaiknya memahami perubahan-perubahan sebagai berikut:

- 1) Perubahan biaya tetap
Perubahan terhadap biaya tetap akan menyebabkan perubahan terhadap titik impas, tetapi perubahan tersebut tidak mengubah rasio margin kontribusi.
- 2) Perubahan biaya variabel
Perubahan biaya variabel akan menyebabkan perubahan pada titik impas, tetapi perubahan tersebut akan menyebabkan perubahan pada rasio margin kontribusi.
- 3) Perubahan sasaran laba
Perubahan sasaran laba pada analisis CVP menyebabkan perubahan terhadap titik impas yang baru. Laba pada titik impas diasumsikan sama dengan nol sehingga perusahaan tidak untung dan juga tidak rugi. Apabila perusahaan manargetkan laba sesuai dengan yang diinginkan, maka titik impas yang baru akan berubah.

²³ Hery, pp. 209–10.

- 4) Perubahan bauran produk
Perhitungan titik impas jika produk lebih dari satu jenis, pada prinsipnya sama dengan perhitungan titik impas satu jenis produk. Perbedaannya adalah jika produk terdiri dari beberapa jenis maka penjualan dan biaya variabel masing produk berbeda, sehingga menyebabkan margin kontribusi masing-masing produk juga berbeda.²⁴

5. Margin kontribusi

Margin Kontribusi (CM) menunjukkan mengapa laba operasi berubah ketika jumlah unit yang terjual berubah. Margin kontribusi diperoleh dari hasil pengurangan total pendapatan dengan total biaya variabel. Margin kontribusi bisa juga dihitung dengan cara mengalihkan besarnya margin kontribusi per unit dengan jumlah unit yang terjual. Sebagai kesimpulan, margin kontribusi mencerminkan jumlah pendapatan dikurangi biaya variabel, yang berkontribusi untuk menutup biaya tetap. Setelah semua biaya tetap terpenuhi, margin kontribusi yang masih tersisa akan menciptakan laba operasi.²⁵

Margin kontribusi adalah jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel. Setiap unit yang terjual mempunyai margin kontribusi unit (unit contribution margin), yang merupakan kelebihan harga jual di atas biaya variabel per unit. Margin kontribusi unit memberikan kenaikan jumlah margin kontribusi dalam laporan laba rugi, dan karenanya kenaikan pendapatan operasi, untuk setiap tambahan unit yang terjual.²⁶

Gambar 2.3 Rumus menghitung margin kontribusi

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

²⁴ Bustami and Nurlela.

²⁵ Hery, p. 207.

²⁶ Simamora, p. 606.

Gambar 2.4 Rumus menghitung rasio margin kontribusi

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

Laporan laba rugi kontribusi adalah laporan laba operasi yang mengelompokkan biaya menjadi biaya variabel dan biaya tetap untuk menyoroti marjin kontribusi.

Gambar 2.5 Laporan laba rugi kontribusi

Pendapatan	xxx
Biaya variabel	(xxx)
Marjin kontribusi	xxx
Biaya tetap	(xxx)
Laba operasi	xxx

6. Titik Impas (*Break Event Point*)

a. Pengertian titik impas (*break event point*)

Salah satu manfaat pokok analisis biaya volume laba adalah untuk menghitung titik impas (*break event point*). Titik impas adalah jumlah unit yang mesti dijual oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan nol (yakni, impas).²⁷

Analisis titik impas (*break event point*) adalah suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume (jumlah) penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba. Dengan arti kata bahwa titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan yang pendapatannya sama dengan jumlah total biayanya, atau besarnya kontribusi marjin sama dengan total biaya tetap. Dengan kata lain perusahaan tersebut tidak untung dan tidak rugi.²⁸

Titik impas (*Break Event Point*) adalah jumlah penjualan output yang akan menyamakan total pendapatan dengan total biaya. Dengan kata lain, titik

²⁷ Simamora, *Akuntansi*, 603–604.

²⁸ Bustami and Nurlela.

impas adalah jumlah unit terjual yang akan menghasilkan laba operasi sebesar Rp. 0 (nol rupiah). Manajer tertarik pada titik impas karena ingin menghindari kerugian dari operasi.²⁹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa titik impas adalah suatu keadaan dimana pendapatan dan jumlah biaya yang dikeluarkan dalam suatu perusahaan sama besarnya, dalam arti perusahaan tersebut tidak mendapatkan laba dan tidak mengalami kerugian.

- b. Rumus untuk menghitung titik impas
Rumus untuk menghitung titik impas dalam unit adalah:

**Gambar 2.6 Rumus menghitung titik impas
(dalam unit)**

$$\text{Titik impas (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Marjin kontribusi per unit}}$$

Rumus untuk menghitung titik impas dalam rupiah mirip dengan rumus untuk menghitung titik impas dalam unit, kecuali bahwa biaya tetapnya dibagi dengan rasio marjin kontribusi, bukan marjin kontribusi per unit. Rumus titik impas dalam rupiah adalah:

**Gambar 2.7 Rumus menghitung titik impas
(dalam rupiah)**

$$\text{Titik impas (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio marjin kontribusi}}$$

Rasio marjin kontribusi menyatakan marjin kontribusi sebagai suatu persentase dari penjualan. Untuk menghitung rasio marjin kontribusi ini, maka marjin kontribusi per unit dibagi dengan harga jual per unit.³⁰

²⁹ Hery, p. 211.

³⁰ Simamora, pp. 604–5.

7. **Marjin pengaman penjualan (*Margin of Safety*)**

Tentu saja para manajer menghendaki tingkat penjualan yang lebih tinggi ketimbang penjualan titik impas. Marjin pengaman penjualan (*Margin of Safety*) adalah perbedaan antara tingkat penjualan yang diharapkan dengan penjualan titik impas. *Margin of Safety* juga mengidentifikasi jumlah penurunan rupiah penjualan yang boleh terjadi sebelum perusahaan menderita kerugian. Dalam kondisi perekonomian yang cenderung labil dewasa ini, para manajer perlu memahami tingkat terhadapnya perusahaan mereka dapat bertahan dalam kemerosotan penjualan.

Manajer memakai marjin pengaman penjualan untuk mengevaluasi operasinya saat ini atau untuk mengukur risiko rencana bisnis baru. Semakin rendah marjin pengaman penjualan dari sebuah usaha, maka semakin tinggi risikonya. Semakin tinggi marjin pengaman penjualan, maka semakin rendah risikonya.³¹

Gambar 2.8 Rumus menghitung marjin off safety

$\text{Marjin pengaman penjualan} = \text{penjualan} - \text{titik impas}$
--

³¹ Simamora, pp. 605–6.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
<p>Analisis Biaya Volume Laba sebagai Alat Perencanaan Laba (SPBU CV.Sinar Hasmadani). Peneliti: Suci Ayu Aina Mustainah (2019).³²</p>	<p>Biaya yang dikeluarkan dapat digunakan sebagai dasar untuk menghitung BEP. Volume penjualan juga mengalami peningkatan setiap tahun, disisi lain perhitungan margin kontribusi dan rasio margin kontribusi yang diperoleh pada 2016-2018 menunjukkan bahwa perusahaan telah menghasilkan margin</p>	<p>Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif sama halnya dengan penulis dan menggunakan data primer serta data sekunder untuk bahan analisis.</p>	<p>Volume penjualan pada penelitian mengalami kenaikan setiap tahunnya, berbeda dengan yang penulis teliti volume penjualan mengalami naik turun setiap bulannya.</p>

³² Mustainah.

	<p>kontribusi yang dapat menutup biaya tetap dan menghasilkan laba maksimum, dan yang terakhir laba yang dicapai perusahaan dapat dijadikan sebagai dasar dalam perencanaan laba kedepan.</p>		
<p>Analisis Biaya-Volume-Laba (<i>Cost-Volume—Profit</i>) Multiproduk sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Marinal Indoprima di Sumenep. Peneliti : Devi Lestari Pramita Putri dan Devia</p>	<p>Dalam penelitian ini volume penjualan mengalami kenaikan setiap tahunnya (2011-2016). Perusahaan juga telah memproduksi diatas titik impas akan tetapi jika</p>	<p>Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif sama halnya dengan penulis dan menggunakan data primer serta data sekunder untuk bahan analisis.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan obyek pada perusahaan yang bergerak dibidang makanan sedangkan penulis menggunakan obyek dibidang pakaian dan Volume penjualan pada penelitian mengalami kenaikan setiap</p>

<p>Septyawati (2018).³³</p>	<p>penjualan berkurang dari margin off safety maka akan mengalami kerugian. Yang artinya kenaikan volume penjualan belum bisa diartikan akan semakin banyak laba yang diperoleh.</p>		<p>tahunnya, berbeda dengan yang penulis teliti volume penjualan mengalami naik turun setiap bulannya.</p>
<p>Analisis Biaya Volume Laba untuk Perencanaan Laba pada Perusahaan Es Batu Camplong di Sampang. Peneliti : Zainal Yulianto (2018).³⁴</p>	<p>Dari hasil tersebut menunjukkan kenaikan volume penjualan dua kali lipat dari tahun sebelumnya sehingga target laba diasumsikan juga menjadi dua kali lipat akan</p>	<p>Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif sama halnya dengan penulis dan menggunakan data primer serta data sekunder untuk bahan analisis.</p>	<p>Volume penjualan pada penelitian mengalami kenaikan setiap tahunnya, berbeda dengan yang penulis teliti volume penjualan mengalami naik turun setiap bulannya.</p>

³³ Putri and Septyawati.

³⁴ Yulianto.

	<p>tetapi jika tahun yang akan datang tidak mencapai target laba yang diinginkan maka secara otomatis perusahaan akan mengalami kerugian.</p>		
<p>Analisis Biaya Volume Multi Produk untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Bijimera Coffee and Roastery. Peneliti : Mia Istiana Mokoginta, Jullie J. Sondakh dan Novi S. Budiarmo.(2018)³⁵</p>	<p>Pada penelitian ini menunjukkan volume penjualan yang mengalami naik turun setiap bulannya dan juga margin pengamanaan yang tinggi menunjukkan bahwa titik impas berada jauh dibawah penjualan aktual</p>	<p>Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif sama halnya dengan penulis dan menggunakan data primer untuk bahan analisis. Dan juga volume penjualan yang mengalami naik turun setiap bulannya.</p>	<p>Menggunakan data primer saja tanpa menggunakan data sekunder. Sedangkan peneliti menggunakan data primer dan data sekunder.</p>

³⁵ Mokoginta, Sondakh, and Budiarmo.

<p>Analisis Cost-Volume-Profit untuk Perencanaan Laba pada UD. Gunung Emas Manado. Peneliti : Elizabeth Esternorlita Worotitjan dan Hendrik Manossoh.(2016)³⁶</p>	<p>Volume penjualan mengalami penurunan akan tetapi volume biaya tetap mengalami peningkatan dan biaya variabel mengalami penurunan sehingga tidak mengalami kerugian karena telah melebihi titik impas yang telah ditetapkan.</p>	<p>Menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif serta sama-sama menggunakan data primer dan sekunder</p>	<p>Peneliti mengalami penurunan tingkat volume penjualan akan tetapi yang penulis teliti volume penjualan mengalami naik turun.</p>
--	--	---	---

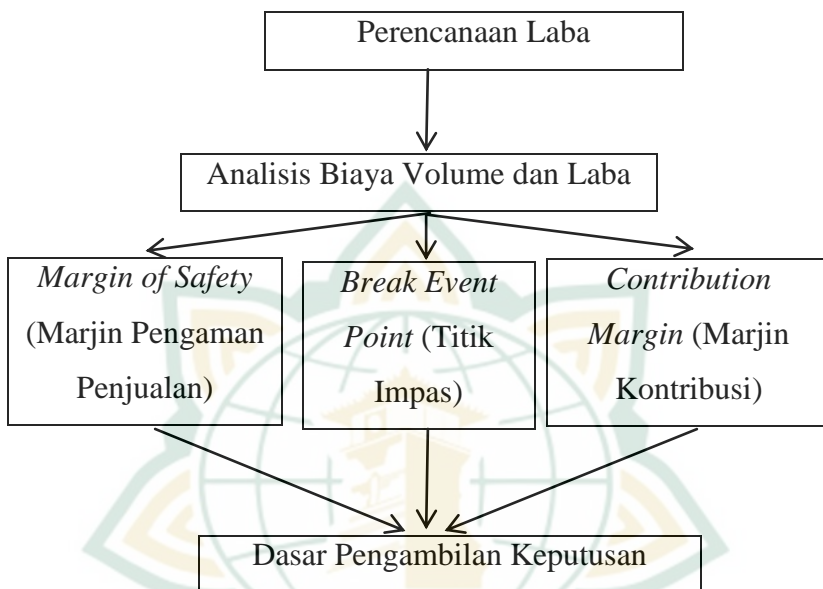
C. Kerangka Berpikir

Pada dasarnya kerangka pemikiran diturunkan dari beberapa teori maupun konsep yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, sehingga memunculkan asumsi-asumsi yang berbentuk bagan alur pemikiran, yang mungkin dapat dirumuskan ke dalam hipotesis operasional atau hipotesis yang dapat diuji.³⁷ Model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:

³⁶ Worotitjan and Manossoh.

³⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2019), p. 66.

Gambar 2.9 Kerangka berfikir



Berdasarkan gambar kerangka berfikir di atas dapat dijelaskan bahwa ada beberapa langkah atau faktor (biaya-biaya, volume penjualan, harga jual produk dan laba) mempunyai hubungan yang erat atau bahkan saling berkaitan satu sama lainnya. Jika volume penjualan mengalami kenaikan dapat diartikan perusahaan mengalami keuntungan akan tetapi jika volume penjualan menurun atau tetap maka perusahaan bisa mendapatkan laba atau tidak mengalami kerugian, dengan kata lain kerugian dan keuntungan sama dengan nol. Untuk menentukan laba atau menyusun perencanaan laba dapat menggunakan *break event point*, *margin of safety* dan *contribution margin* perlu dilakukan analisis diantaranya analisis biaya, volume dan laba.