

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Akuntansi**

Secara umum akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu proses indentifikasi, pengukuran, dan pengomunikasian informasi ekonomi yang menghasilkan informasi yang berguna bagi pembuatan kebijakan dan keputusan oleh pemakaiannya (L.M, Samryn,S.E.,Ak., M.M (2013:4)

Akuntansi (*accounting*) menurut Soemarso (2009:14) adalah suatu disiplin yang menyediakan informasi penting sehingga memungkinkan adanya pelaksanaan dan penilaian jalannya perusahaan secara efisien. Akuntansi dapat juga didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi. Reeve,dkk (2013:10) mengemukakan, secara umum akuntansi (*accounting*) dapat dapat diartikan sebagai sistem informasi yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas dan kondisi ekonomi perusahaan.

Warren dkk (2005:10) menjelaskan bahwa: “secara umum, akuntansi dapat didefinisikan sebagai system informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan”. Dengan demikian dengan adanya akuntansi dapat bisa membantu informasi yang lebih jelas, akurat dan disiplin untuk menjalankan keuangan perusahaan.

##### **2.1.2 Pengertian Akuntansi Manajemen**

Akuntansi manajemen (*management accounting*) menurut Blocher, dkk (2010:5), adalah suatu profesi yang melibatkan kemitraan dalam pengambilan keputusan manajemen, menyusun perencanaan dan sistem manajemen kinerja, serta menyediakan keahlian dalam pelaporan keuangan dan pengendalian untuk membantu manajemen dalam memformulasikan dan mengimplementasikan suatu strategi organisasi. Sedangkan Menurut Soemarso (2009:15) mendefinisikan

akuntansi manajemen (*management accounting*) sebagai suatu bidang akuntansi yang berhubungan dengan pemecahan masalah-masalah khusus yang dihadapi oleh manajemen perusahaan.

Hornigren et al (2008) memberikan definisi bahwa akuntansi manajemen sebagai prose identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisa dan penyiapan penafsiran dan komunikasi tentang informasi yang membantu masing-masing eksekutif untuk memenuhi tujuan organisasi.

Sedangkan Menurut Abdul Halim (2008:4) Akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan atau proses yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomu dalam melaksanakan fungsi manajemen.

Mulyadi (2001) mengemukakan bahwa terdapat 3 tipe informasi di dalam akuntansi yaitu informasi akuntansi penuh (*full accounting information*), informasi akuntansi diferensial (*diferential accounting informasi*) dan informasi akuntansi pertanggung jawaban (*responsibility accounting information*).

Berdasarkan pengertian-pengertian yang dikemukakan oleh beberapa ahli mengenai pengertian manajemen keuangan, maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen ini yang mendukung adanya akuntansi dan dapat menghasilkan informasi yang lebih luas dalam keuangan di perusahaan dan aktivitas perusahaan berupa perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pencarian dan penyimpanan dana secara efisien.

### 2.1.3 Pengertian Perencanaan

Perencanaan adalah suatu langkah awal apabila kita ingin mencapai suatu tujuan, agar kita nantinya dapat menentukan dan mengambil keputusan tidak salah. Semakin matang sebuah rencana yang akan diambil maka semakin besar pula kesempatan sebuah rencana yang akan berhasil. Perencanaan merupakan fungsi dari manajemen dalam suatu organisasi atau lembaga yang tujuannya untuk ke jangka panjang atau masa yang akan datang.

Di dalam suatu usaha pun juga punya rencana yang sangat penting, sebab tahap awal untuk melakukan kegiatan perusahaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan dan menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan. Yaitu

membuat perencanaan. Perencanaan juga memberikan informasi banyak untuk mengkoordinasikan pekerjaan yang secara akurat dan efektif. Rencana yang baik bersifat sederhana dan berdasarkan sasaran, fleksibel, seimbang, mempunyai standart dan menggunakan sumber-sumber yang tersedia.

Menurut GR Terry, perencanaan adalah memilih dan menghubungkan fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Sedangkan Menurut Louis A. Allen, perencanaan adalah menentukan serangkaian tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Jadi perencanaan merupakan menentukan serangkaian tindakan dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

#### 2.1.3.1 Perencanaan Laba

Perencanaan laba (*profit planning*) sering disebut budget perencanaan (*planning budget*) atau rencana operasi (*plan operation*) adalah rencana dari manajemen yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan dibagi ke dalam dua jenis rencana (Machfoedz,1996:289).

Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba adalah penting dalam perencanaan karena tujuan utama dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan (Carter,2009).

Menurut Supriyono (2002: 331) “Perencanaan laba (*profit planning*) adalah perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. Didalamnya juga ditentukan tujuan laba yang di capai oleh perusahaan.

Dari definisi menurut para ahli di atas bahwa perencanaan laba dapat disimpulkan sebagai rencana kerja yang sudah diperhitungkan dengan baik dan dapat digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk rencana di jangka pendek ataupun jangka panjang. Factor social, ekonomi, politik juga akan

mempengaruhi rencana laba. Maka manajemen harus lebih bijak atau lebih cepat untuk mengambil keputusan secara tepat ke depannya.

Carter dan Usry (2005) menyatakan bahwa perencanaan laba memiliki manfaat dan keuntungan sebagai berikut:

1. Menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Meningkatkan koordinasi,
4. Menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua

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

Dengan melakukan perencanaan laba manajemen dapat menetapkan keputusan atau langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan laba. Selain itu perencanaan laba akan dampak signifikan pada peningkatan koordinasi, pendekatan yang disiplin dan terlaksana atas indentifikasi pemesanan masalah.

#### 2.1.4 Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) menurut Horngren, dkk (2008:31) adalah sebagai sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu. Suatu biaya (seperti bahan langsung atau iklan) biasanya diukur dalam jumlah uang yang harus dibayarkan dalam rangka mendapatkan barang atau jasa.

Biaya pada umumnya merupakan suatu item atau aktivitas yang biayanya diakumulasikan dan diukur. Item-item dan aktivitas yang menjadi objek biaya, seperti

produk, departemen, divisi, proyek, dan sebagainya. Terdapat dua macam biaya yaitu biaya secara langsung merupakan biaya yang dengan mudah dan akurat ditelusuri sebagai objek biaya, sedangkan biaya tidak langsung merupakan biaya yang tidak mudah dan akurat dilacak oleh objek biaya (Carter dan Usry, 2009).

Pengertian biaya menurut Mulyadi (2015:8) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Sedangkan pengertian biaya menurut Siregar dkk (2014:23) yaitu “*Cost* adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang atau masa yang akan datang.”

Menurut Standart Akuntansi Keuangan (SAK) tahun 2014 bahwa beban (*expenses*) merupakan penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

Harahap (2007) mendefinisikan biaya sebagai penurunan *gross* dalam *asset* atau kenaikan *gross* dalam kewajiban yang diakui dan dinilai menurut prinsip akuntansi yang diterima yang berasal dari kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan.

Demikian definisi dari para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu nilai yang dapat memperoleh barang ataupun jasa yang akan digunakan yang berguna di masa yang akan datang an mempunyai manfaat yang melebihi dalam satu periode akuntansi yang diukur dalam satuan uang atau rupiah.

#### 2.1.4.1 Sistem Akuntansi Biaya Konvensional (Tradisional)

Carter (2009) menjelaskan bahwa sistem perhitungan tradisional ditandai oleh penggunaan ukuran yang berkaitan dengan volume atau ukuran tingkat unit sebagai dasar untuk mengalokasikan *overhead* ke output.

Metode Akuntansi Konvensional (tradisional) mengitung suatu harga harga pokok produksi per unit dengan cara pengumpulan seluruh biaya produksi untuk setiap pesanan. (Mas’ud Machfoedz, 1996 : 176).

Sedangkan Sistem Akuntansi Konvensional (tradisional) adalah sistem kalkulasi biaya yang menghitung biaya overhead pabrik berdasarkan jumlah unit yang dihasilkan oleh diukur dalam jam kerja langsung, jam kerja mesin dalam jumlah rupiah tertentu. (Supriono. 2002 :221)

Demikian definisi dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa system biaya konvensional adalah sistem penentuan harga pokok produksi yang hanya menggunakan dasar beban biaya yang sesuai dengan perubahan unit, atau volume produksi.

#### *2.1.4.2 Klasifikasi Biaya*

Dalam merencanakan dan mengendalikan biaya tergantung pada pemahaman yang menyeluruh atas hubungan antara biaya dan aktivitas bisnis. Studi dan analisis yang hati hati atas dampak aktivitasnya bisnis , bahwa biaya umumnya akan menghasilkan klasifikasi biaya .

Klasifikasi biaya menurut Carter, William (2009:40) klasifikasi biaya adalah sangat penting untuk membuat ikhtisar yang berarti atas dasar klasifikasi yang paling umum digunakan didasarkan pada hubungan antara biaya dengan berikut ini:

- a. Biaya manufaktur disebut juga biaya produksi atau biaya pabrik didefinisikan sebagai berikut:
  1. Bahan baku langsung : semua bahan baku yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Misalnya kayu yang digunakan untuk membuat lemari dan minyak mentah yang digunakan untuk membuat bensin.
  2. Tenaga kerja langsung : tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.
  3. Overhead pabrik : adalah beban pabrik terdiri atas semua biaya manufaktur yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke output

tertentu. Contohnya adalah seperti bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung, dimana bahan baku tidak langsung tidak dapat diklasifikasikan sebagai bahan baku langsung karena bahan baku tersebut tidak menjadi bagian dari produk.

Klasifikasi menurut Carter and Usry (2009) umumnya akan menghasilkan klasifikasi dari setiap pengeluaran sebagai biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel.

b. Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang secara total tidak berubah ketika aktivitasnya bisnis meningkat dan menurun. Contohnya : overhead pabrik memasukkan item seperti supervise, penyusutan, sewa, asuransi property, pajak property, dan semuanya yang secara umum dianggap sebagai biaya tetap.

2. Biaya Variabel

Biaya Variabel adalah biaya yang totalnya meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitasnya. Biaya yang termasuk dalam biaya variabel adalah biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, beberapa perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, alat-alat kecil, pengerjaan ulang, dan unit-unit rusak.

3. Biaya Semivariabel

Biaya Semivariabel adalah biaya yang memperlihatkan baik karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel. Contohnya biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, beberapa perlengkapan, pajak penghasilan, biaya perjalanan dinas, dan biaya representasi.

### 2.1.5 Volume Penjualan

Volume adalah tingkat aktivitas perusahaan baik produksi maupun penjualan. Volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus dicapai. Dalam suatu perusahaan tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang

menguntungkan dalam arti dapat menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba yang banyak.

Menurut Hartson Stapelton (2005:185), mengatakan bahwa volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif dari segi fisik dan volume.

Menurut Swasta Basu (2005:65) berpendapat bahwa volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari market share (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu.

Sedangkan menurut Abas Kardaniata (1996, hal 151) mengatakan bahwa volume penjualan merupakan faktor yang mempengaruhi besarnya modal kerja maupun komponen-komponen modal kerja.

Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter (Rangkuti, 2009).

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Menurut (Abdullah, 2016) mengatakan volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa suatu perusahaan menanamkan sebagian modal kerja diperlukan untuk menunjang kegiatan operasional yang bertumpuh pada penjualan.



### 2.1.6 Pengertian Laba

Laba adalah presentasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban. Laba atau pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan operasi perusahaan pada periode tertentu di bidang usaha (Suraji, 1992 : 41). Sederhananya adalah laba merupakan hasil dari keuntungan yang didapat atas penjualan setelah pengurangan biaya-biaya.

Laba dapat dinyatakan dalam persamaan berikut (Mulyadi, 1990 : 28):

$$Y = cx - bx - a$$

Dimana:

Y = Laba

x = Jumlah produk yang dijual

c = Harga jual per unit

b = Biaya variable (VC)

a = Biaya tetap (FC)

Menurut Soemarno (2010) mendefinisikan laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha . apabila beban lebih besar dari pendapatan, selisihnya disebut rugi. Laba atau rugi merupakan hasil perhitungan secara periodic (berskala). Laba atau rugi ini belum merupakan laba atau rugi sebenarnya. Laba atau rugi yang sebenarnya baru dapat diketahui apabila perusahaan telah menghentikan kegiatannya dan dilikuidasikan .

Menurut Abdul Halim (2008;139) laba merupakan pusat pertanggung jawaban yang masukan dan keluarannya diukur dengan menghitung selisi antara pendapatan dan biaya.

Sedangkan Menurut M. Nafarin (2007;788) laba (income) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran periode tertentu.

Menurut Mahmud M. Hanafi (2014:32), menyatakan bahwa laba merupakan ukuran keseluruhan presentasi perusahaan, yang didefinisikan sebagai berikut :

$$\text{Laba} = \text{penjualan} - \text{biaya}$$

Berdasarkan definisi dari para ahli maka dapat disimpulkan bahwa laba merupakan seluruh total pendapatan yang dikurangi dengan total biaya-biaya.

#### 2.1.7 Analisis Cost Volume Profit

Analisis *Cost Volume Profit* adalah studi mengenai efek dari perubahan pada biaya dan volume pada profit perusahaan. Bagi perusahaan, penting untuk membuat perencanaan laba karena akan ada beberapa *critical factors* yang muncul terkait keputusan manajemen, seperti *pricing*, *product mix*, dan fasilitas-fasilitas (Weygandt, Kieso, Kimmel, 2005).

Menurut Garrison/Noreen (2006:232) analisis biaya-volume-laba adalah suatu metode analisis untuk melihat hubungan antara besarnya biaya yang dikeluarkan suatu perusahaan dan besarnya volume penjualan serta laba yang diperoleh pada suatu periode tertentu.

Menurut Hansen & Mowen (2009:274) "Analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis*) merupakan suatu alat yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan". Sedangkan menurut Garrison, dkk (2006:322) "Analisis biaya-volume-laba adalah satu dari beberapa alat yang berguna bagi manajer dalam memberikan perintah".

Jumlah produk yang dihasilkan perusahaan didalam satu periode akan memiliki hubungan langsung dengan biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Dan laba perusahaan akan dipengaruhi oleh biaya-biaya dan nilai penjualan produk. Biaya dan nilai penjualan akan mempengaruhi besar hasil nilai laba dari perusahaan. Ini adalah analisis factor-faktor seperti perubahan biaya variabel, biaya tetap, harga jual, volume penjualan dan tetap dan hasil penjualan yang akan mempengaruhi laba perusahaan.

Analisis *cost volume profit* juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang akan di dapatkan, untuk membuat penurunan sebelum mengalami kerugian, serta dapat digunakan untuk menentukan kombinasi penjualan dari setiap jenis ukuran yang diproduksi untuk mencapai target laba yang telah ditetapkan.

Tujuan *Cost volume Profit* adalah untuk menentukan volume penjualan dan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai target laba . jika hanya ada satu produk saja diproduksi, sebagaimana awal variabel yang tidak diketahui hanyalah volume penjualannya saja.

Selain itu Analisis cost volume profit memiliki manfaat yang banyak bagi manajemen suatu perusahaan. Manfaat ini untuk membuat kalkulasi secara rinci dalam perencanaan laba dan anggaran penjualan di perusahaan yang nantinya laporan keuangannya menjadi akurat. Dengan menggunakan analisis *cost volume profit* akan mengetahui berapa jumlah penjualan impas agar perusahaan tidak mengalami kerugian maupun untung, untuk mengetahui berapa jumlah penjualan yang harus dicapai untuk mencapai target laba tertentu.

Rumus cost volume profit dapat menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Menurut Garrison (2006;336-337), ada dua cara untuk melakukan analisa target laba, yaitu :

1. Persamaan *cost volume profit*. Pendekatan pertama yaitu dengan menggunakan metode persamaan. Rumusnya persamaannya sebagai berikut:

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

2. Pendekatan Margin Kontribusi. Pendekatan kedua yaitu dengan memperluas rumus margin kontribusi dengan memasukkan target laba:

unit penjualan untuk mencapai target

$$= \frac{\text{Beban Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

#### 2.1.8 Analisis Contribution Margin

Margin kontribusi merupakan selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel. Margin kontribusi dihitung dengan cara mengurangkan biaya variabel, baik produksi maupun non produksi dari penjualan. Margin

kontribusi digunakan untuk menutup biaya tetap dan sisanya akan menjadi laba (Carter dan Usry, 2005).

Margin Kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan penjualan dikurangi beban variabel. Jadi margin kontribusi adalah jumlah yang tersedia untuk menutup beban tetap dan kemudian menyediakan laba pada periode tersebut (Garrison, dkk, 2013).

Hansen & Mowen (2005:280) menyatakan bahwa rasio margin kontribusi (*contribution margin ratio*) adalah bagian dari setiap dolar penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba.

$$\text{Contribution Margin Ratio} : \frac{\text{contributionmargin}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

Dengan demikian menurut ahli bisa disimpulkan bahwa contribution margin adalah sisa laba yang sudah dihitung dari pendapatan penjualan dikurangi beban variabel.

#### 2.1.9 Anaisis Break Event Point

Dalam rangka memproduksi atau menghasilkan suatu produk, baik barang maupun jasa, perusahaan terkadang perlu terlebih dulu merencanakan berapa besar laba yang ingin diperoleh. Agar perolehan laba mudah ditentukan, salah satu caranya adalah perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu titik impasnya.

Dr. Kasmir (2013:333) berpendapat bahwa analisis titik impas adalah: “Suatu keadaan di mana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Artinya, dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Lebih lanjut analisis ini digunakan untuk menentukan berapa unit yang harus dijual agar kita memperoleh keuntungan, baik dalam volume penjualan dalam unit maupun dalam rupiah”.

Menurut Susan Irawati (2007:161) “Break even analisis merupakan teknik analisis yang mempelajari bagaimana pengaruh dari volume produksi atau volume

penjualan yang berubah terhadap struktur biaya tetap dan biaya variabel serta tingkat hasil penjualan, sehingga pada akhirnya memiliki pengaruh terhadap tingkat rugi atau laba.

Dengan memanfaatkan analisis *Break Even Point* manajer dapat mengetahui titik impas yang menunjukkan volume penjualan dan produksi yang tidak mengakibatkan kerugian ataupun diperolehnya keuntungan ini (Horngren & Sundem, 2016)

Rumus untuk menghitung BEP=titik impas pada produk berganda  
Titik Impas (BEP) Produk Ganda

Titik Impas dalam Rupiah

$$\text{Titik Impas dalam Rp} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Ratio Contribution Margin}}$$

Titik Impas dalam Unit

$$\text{Titik Impas(BEP) dalam Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution Margin Rata2}}$$

Titik Impas(BEP) / produk ganda

$$\text{Titik impas/produk} = \% \text{ penjualan} \times \text{BEP/unit}$$

Dengan demikian *break even point* perusahaan dapat merencanakan tingkat penjualannya yang diinginkan agar terhindar dari kerugian besar dan memperoleh laba yang maksimal. Informasi penjualan minimum juga dapat diketahui dari *break even point* disetiap periodenya agar tidak mengalami kerugian. Seandainya manajemen merencanakan sebuah strategi perubahan dalam harga jual, biaya, dan volume penjualan, keberhasilan atau kegagalan dari strategi itu juga dapat diketahui dari *break even point*.

#### 2.1.10 Pengertian *Margin of Safety*

Ada beberapa pengertian margin of safety menurut ahli-ahli ekonomi dalam literturnya :

Menurut Abdul Halim dan Bambang S (2005:57) *margin of safety* adalah selisih antara rencana penjualan (dalam unit atau satuan uang) dengan impas penjualan. Sedangkan menurut Garison, Noreen dan Brewer (2006) *margin of safety* adalah kelebihan dari penjualan yang dianggarkan diatas titik impas volume penjualan.

*Margin of safety* menurut Horngren, dkk (2008) yaitu jumlah pendapatan yang dianggarkan (atau aktual) yang melebihi pendapatan impas. *Margin of Safety* adalah kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi apakah penjualan yang direncanakan sudah memadai.

Sedangkan Darsono (2009) dalam bukunya juga ikut mengungkapkan bahwa “*Margin of safety* yang besar menunjukkan bahwa kondisi perusahaan tidak dalam bahaya, dan sebaliknya jika *margin of safety* kecil mendekati nol persen menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisibahaya yaitu akan mengalami titik impas. Jika *margin of safety* negatif berarti perusahaan mengalami bahaya yaitu mengalami kerugian”.

Adapun rumus perhitungan adalah sebagai berikut :

$$\text{Margin of Safety} = \text{Total Penjualan} - \text{Break Even Point}$$

Sedangkan rumus untuk bentuk persentase adalah sebagai berikut :

$$\text{Persentase MoS} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}}$$

Jadi dari beberapa pengertian *margin of safety* yang dikemukakan oleh para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa *margin of safety* adalah batas aman perusahaan untuk menghadapi penurunan volume penjualan. *Margin of safety* mencerminkan daya tahan perusahaan di dalam menghadapi laba perusahaannya. Semakin besar *margin of safety* maka semakin tinggi daya tahan perusahaan. *Margin of safety* bisa dikatakan pelindung atau *first barrier* dari resiko kerugian yang mungkin saja bisa terjadi.

### 2.1.11 Analisis Target Laba Bersih (setelah pajak)

Perencanaan laba menetapkan target laba yang juga mempertimbangkan penjualan dan biaya yang diharapkan untuk tahun depan dan periode yang lebih lama (Pelawiten, 2014). Perencanaan laba yang tepat dan keputusan yang tepat tergantung pada biaya yang relitis (Kirliogu,Hilmi&Gokhan Baral, 2012).

Laba bersih menurut Wild, Subramanyam, dan Halsey (2005:25) merupakan laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak.

Rumus diatas adalah untuk menentukan target laba untuk periode yang akan datang yang belum terkena pajak. Dibawah ini adalah rumus analisis target laba bersih setelah pajak (Jeff Schatzberg,Charles T. Horngren, 65

Target Laba (%)

$$= \text{laba bersih sbelum pajak} + (\text{laba bersih sebelum pajak} \times \%)$$

$$\text{target penjualan unit} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}}{\text{MarginContribution per unit}}$$

### 2.1.12 Target Laba Sebelum Pajak

Saat titik impas, pajak penghasilan tidak berperan karena pajak yang dibayarkan atas laba nol adalah nol. Oleh karena itu perlu pertimbangan. Laba bersih adalah laba operasi setelah pajak penghasilan dan target laba dinyatakan dalam kerangka sebelum pajak. Dengan demikian, harus ditambahkan kembali target laba sebelum pajak. Laba bersih sebelum pajak harus memperhitungkan laba bersih setelah pajak dibagi dengan pajak.

Target laba setelah pajak

$$\text{Laba sebelum pajak} = \text{laba sebelum pajak} \times (1 - \% \text{ pajak})$$

$$\text{target penjualan unit} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba (laba setelah pajak)}}{\text{MarginContribution per unit}}$$

## 2.2 Tinjauan Penelitian terdahulu

Banyak penelitian tentang Analisis *Cost Volume Profit* sebagai alat bantu untuk menghitung target perencanaan laba yang telah dilakukan sebelumnya,

berikut ini akan menjelaskan tentang beberapa penelitian terdahulu. Penelitian ini yang dilakukan oleh Ana Puji Lestari (2015) meneliti tentang analisis *cost volume profit* (cvp) sebagai alat bantu perencanaan laba (Studi Kasus pada Produksi Mom's Jelly UMKM Pada Suket Segoto Semarang). Dalam penelitian ini tujuan dari penelitian pada produksi penjualan Mom's Jelly yaitu menganalisis tentang perbandingan laba bersih tahun 2014 antara lain memakai metode konvensional dengan metode CVP UMKM Padepokan Suket Segoto Semarang untuk mendapatkan atau yang diharapkan di tahun selanjutnya ditahun 2015 dapat bisa meningkat dalam peningkatan labanya.

Hasil penelitian Ana Puji Lestari menghasilkan target laba yang diharapkan oleh UMKM untuk tahun 2015 yaitu naik 15% dari laba tahun sebelumnya yang saat ini menjadi Rp 34.094.855. oleh karena itu, untuk memperoleh laba yang ditargetkan UMKM Padepokan Suket Segoro harus menghasilkan penjualan minimal sebesar Rp 103.313.543.103 atau bisa menjual 82.435 unit.

Aning Kesuma Putri, Ika Ayu Fitriani (2015) meneliti tentang analisis penerapan *cost volume profit* dalam perencanaan laba pada CV. Tawazzun Lubuk Linggau sebagai alat bantu perencanaan laba.

Hasil penelitian pada Aning Kesuma Putri, Ika Ayu Fitriani (2015) menjadikan perencanaan laba dan anggaran penjualan CV. Tawazzun Lubuk Linggau menjadi lebih akurat karena menunjukkan penelitian ini membandingkan tingkat penjualannya dalam *cost volume profit*nya ditahun 2012-2014.

Atika Pelawiten. V.Ilat (2014) meneliti tentang bagaimana mengetahui perhitungan analisis *cost volume profit* pada UD. Gladys Bakery (2012). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UD. Gladys Bakery belum memiliki perhitungan yang lengkap untuk memperkirakan laba yang diinginkan dan belum memiliki standart pengeluaran biaya sehingga mengakibatkan biaya yang besar.

Perencanaan laba sebaiknya menggunakan perhitungan biaya tetap dan biaya variabel untuk mengetahui berapa tingkat Break Event Point , Margin of



Safety, pendapatan yang terjadi dan laba yang terjadi, sehingga kedepannya perusahaan bisa menghitung target laba yang diinginkan.

Jeriko Falentino Koraag, dan Ventje Ilat (2016) meneliti tentang bagaimana penerapan konsep cost volume digunakan dalam perencanaan laba pada Pabrik Tahu “IBU SITI”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pabrik Tahu “IBU SITI” belum memiliki perhitungan yang standart hanya perhitungan dalam *break event point* dan perhitungan *margin of safety* tanpa ada perbandingan atau target yang diharapkan.

Perencanaan laba ini sebagai rekomendasi Pabrik Tahu “BU SITI” untuk mempertahankan pengeluaran biaya-biaya agar tetap cermat dan efisien, dengan demikian kemampuan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas pada masa yang akan datang dapat berjalan dengan baik. Terus memperhatikan kualitas sesuai dengan standar yang telah diterapkan dan meningkatkan volume produksi dengan tetap memanfaatkan biaya sebaik-baiknya.

Saparida Satriani Marheni Lona Miranda (2015) meneliti tentang analisis *cost volume profit* sebagai alat bantu perencanaan laba jangka pendek pada (Studi Kasus CV. Mentari Dempo Indah Pangkalpinang). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menaikkan penjualan 1% setiap tahunnya mulai tahun 2009-2013 dengan menggunakan metode analisis *break event point*, analisis target laba, analisis *margin of safety*, dan analisis *operating contribution*.

Hasil penelitian ini pada CV. Mentari Dempo Indah pada tahun 2009 mendapatkan margin sebesar 19,90%, tahun 2010 sebesar 19,40%, tahun 2011 sebesar 26,48%, tahun 2012 sebesar 13,13%, dan tahun 2013 sebesar 19,00% . tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Sehingga kemungkinan perusahaan mengalami kerugian sangat rendah.

Muhammad Ichсандy (2018) tentang “Analisis Biaya Volume Laba sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan”. Memiliki tujuan untuk menganalisis biaya produksi dan volume penjualan untuk

meningkatkan laba pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. Dan hasil dari analisis ini penyebab terjadinya target laba yang tidak tercapai pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.

Dengan hasil penelitian ini biaya produksi dan volume penjualan belum bisa meningkatkan laba operasionalnya pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan karena adanya biaya lain yang meningkat pada dua tahun terakhir dengan jumlah yang cukup besar. Factor yang mempengaruhi laba PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan yaitu biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan operasional lain adalah meningkatnya beban operasional lain selama dua tahun terakhir, dengan munculnya beban pajak final , dan juga meningkatnya beban keuangan selama dua terakhir ini.

Eti Verawati (2014) tentang “Penerapan Metode CVP (cost volume profit) sebagai alat bantu analisis perencanaan laba dalam mencapai target perusahaan pada UKM Vinito Brownis” bertujuan untuk mengetahui berapa besar volume penjualan yang harus terpenuhi agar UKM Vinito Brownis mengalami keadaan *Break Event Point*, mengetahui perhitungan dan seberapa besar *Margin of safety*, serta laba yang maksimal yang dapat diperoleh UKM Vinito di dalam periode Mei-Oktober 2014.

Hasil penelitian ini yaitu mendapatkan margin kontribusi didapatkan angka sebesar Rp 164.772.150 dan memiliki rasio margin kontribusi sebesar 46,61%. *Margin of safety* pada UKM Vinito Brownis adalah sebesar Rp 76,24%. *Break event point* atau titik impas Mei - Oktober 2014 yaitu sebesar Rp 182.265.995. Dan selama ini perusahaan hanya melakukan pencatatan mengenai pengeluaran tanpa memisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel.

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Tinjauan Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ana Puji Lestari (2015)	Analisis <i>cost volume profit</i> (cvp) sebagai alat bantu perencanaan laba (Studi Kasus pada Produksi Mom's Jelly UMKM Pada Suket Segoto Semarang).	Tujuan penelitian pada produksi penjualan Mom's Jelly yaitu menganalisis tentang perbandingan laba bersih tahun 2014 antara lain memakai metode konvensional dengan metode CVP UMKM Padepokan Suket Segoto Semarang untuk mendapatkan atau yang diharapkan di tahun selanjutnya ditahun 2015	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dimana sifatnya menguraikan dan menggambarkan suatu keadaan serta melukiskan atau menjelaskan sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang ada.	target laba yang diharapkan oleh UMKM untuk tahun 2015 yaitu naik 15% dari laba tahun sebelumnya yang saat ini menjadi Rp 34.094.855. oleh karena itu, untuk memperoleh laba yang ditargetkan UMKM Padepokan Suket Segoro harus menghasilkan penjualan minimal sebesar Rp 103.313.543.103 atau bisa menjual 82.435 unit.
2.	Aning Kesuma Putri,	Analisis penerapan <i>cost volume profit</i>	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui	Jenis penelitian yang digunakan adalah	Hasil penelitian pada Aning Kesuma Putri, Ika

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Ika Ayu Fitriani (2015)	dalam perencanaan laba pada CV. Tawazzun Lubuk Linggau sebagai alat bantu perencanaan laba.	penerapan <i>Cost Volume Profit</i> dalam perencanaan laba pada CV.Tawazzun.	penelitian teknik pengumpulan data kuantitatif, dimana teknik yang diambil dengan ara studi dokumentasi.	Ayu Fitriani (2015) menjadikan perencanaan laba dan anggaran penjualan CV. Tawazzun Lubuk Linggau menjadi lebih akurat karena menunjukkan penelitian ini membandingkan tingkat penjualannya dalam cost volume profitnya ditahun 2012-2014.
3.	Atika Pelawite n. V.Ilat (2014)	Analisis <i>cost volume profit</i> pada UD. Gladys Bakery (2012). Hasil peneltian ini menunjukkan bahwa UD. Gladys Bakery	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perhitungan analisis <i>cost-volume-profit</i> selama tahun 2012 pada UD. Gladys Bakery.	Jenis penelitian yang digunakan penelotian deskriptif	Perusahaan belum memiliki standar pengeluaran biaya sehingga mengakibatkan pengeluaran biaya yang besar. Jadi, dalam perencanaan labanya sebaiknya menggunakan

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
					<p>perhitungan biaya tetap dan biaya variabel untuk mengetahui berapa tingkat <i>Break Even Point</i>, <i>Margin of Safety</i>, pendapatan yang terjadi dan laba yang terjadi, sehingga kedepannya perusahaan bisa menghitung target laba yang diinginkan.</p>
4.	Jeriko Falentino Koraag, Ventje Ilat (2016)	Perencanaan laba pada Pabrik Tahu "IBU SITI". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pabrik Tahu "IBU SITI"	Mengetahui penerapan konsep <i>cost volume laba</i> untuk perencanaan laba pada Pabrik Tahu "Ibu SITI"	Jenis penelitian yang digunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pabrik Tahu "BU SITI" belum memiliki perhitungan yang standart hanya perhitungan dalam <i>break event point</i> dan perhitungan <i>margin of safery</i> tanpa ada

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
					<p>perbandingan atau target yang diharapkan. Sebaiknya mempertahankan pengolaan biaya-biaya agar tetap cermat dan efisien.</p>
5.	Saparida Satriani Marheni Lona Miranda (2015)	<p>Analisis <i>cost volume profit</i> sebagai alat bantu perencanaan laba jangka pendek pada (STUDI KASUS CV. MENTARI DEMPO INDAH PANGKALPINAN G).</p>	<p>Mengetahui jumlah penjualan yang harus terpenuhi agar target laba yang ditentukan dapat tercapai.</p>	<p>Jenis penelitian yang dilakukan peneliti ini adalah kuantitatif dengan data sekunder.</p>	<p>Hasil penelitian ini pada CV. Mentari Dempo Indah pada tahun 2009 mendapatkan margin sebesar 19,90%, tahun 2010 sebesar 19.40%, tahun 2011 sebesar 26,48%, tahun 2012 sebesar 13,13%, dan tahun 2013 sebesar 19,00% . tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai</p>

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
					pada titik impas penjualan. Sehingga kemungkinan perusahaan mengalami kerugian sangat rendah.
6.	Muhammad Ichsan (2018)	Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.	menganalisis biaya produksi dan volume penjualan dalam meningkatkan laba pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. 2. Untuk menganalisis penyebab terjadinya target laba tidak tercapai pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.	menggunakan pendekatan kuantitatif dimana penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.	Dengan hasil penelitian ini biaya produksi dan volume penjualan belum bisa meningkatkan laba operasionalnya pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan karena adanya biaya lain yang meningkat pada dua tahun terakhir dengan jumlah yang cukup besar. Factor yang mempengaruhi

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>Dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang biaya volume laba dan volume penjualan dalam menentukan titik pada perusahaan.</p>	<p>laba PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan yaitu biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan operasional lain adalah meningkatnya beban operasional lain selama dua tahun terakhir, dengan munculnya beban pajak final, dan juga meningkatnya beban keuangan selama dua tahun terakhir ini.</p> <p>selama dua tahun</p>
7.	Ati Verawati (2014)	"Penerapan Metode CVP (cost volume profit) sebagai alat bantu	bertujuan untuk mengetahui berapa besar volume penjualan yang harus		Hasil penelitian ini yaitu mendapatkan margin kontribusi didapatkan angka sebesar Rp



No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		analisis perencanaan laba dalam mencapai target perusahaan pada UKM Vinito Brownis”	terpenuhi agar UKM Vinito Brownis mengalami keadaan <i>Break Event Point</i> , mengetahui perhitungan dan seberapa besar <i>Margin of safety</i> , serta laba yang maksimal yang dapat diperoleh UKM Vinito di dalam periode Mei-Oktober 2014.		164.772.150 dan memiliki rasio margin kontribusi sebesar 46,61%. <i>Margin of safety</i> pada UKM Vinito Brownis adalah sebesar Rp 76,24%. <i>Break event point</i> atau titik impas Mei - Oktober 2014 yaitu sebesar Rp 182.265.995. Dan selama ini perusahaan hanya melakukan pencatatan mengenai pengeluaran tanpa memisahkan antara biaya tetap dan

### 2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah rangkaian konsep dan kejelasan hubungan antar konsep yang dijabarkan oleh peneliti berdasarkan tinjauan pustaka, dengan meninjau teori yang telah disusun oleh penelitian terdahulu yang terkait.

Kerangka berpikir ini biasanya digunakan sebagai alat dasar untuk menjawab penyebab masalah yang terjadi, dengan menjawab semua penyebab terjadinya masalah.

Gambar 2.1

