

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Akuntansi Manajemen

Informasi akuntansi akan sangat dibutuhkan oleh internal setiap bisnis, baik bisnis kecil ataupun bisnis yang berskala besar. Informasi akuntansi akan digunakan sebagai alat pengambilan keputusan oleh manajemen dan sebagai bahan evaluasi jika terjadi kekurangan atau kesalahan dalam pengambilan keputusan. Manajemen akan melihat informasi akuntansi sebagai suatu tolak ukur untuk mengambil keputusan yang paling baik dan efektif untuk operasional bisnis sesuai tujuan dari bisnis tersebut.

Menurut Halim dan Supomo (2013:5) mendefinisikan bahwa :

“Akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan yang menjadi bagian integral dari fungsi (proses) manajerial yang dapat memberikan informasi keuangan dan nonkeuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan strategi organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.”

Menurut Simamora (2012:13) mendefinisikan bahwa :

“Akuntansi Manajemen adalah proses pengidentifikasian, pengukuran penghimpunan, penganalisaan, penyusunan, penafsiran dan pengkomunikasian informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi dan mengendalikan kegiatan organisasi di dalam sebuah organisasi, serta untuk memastikan penggunaan dan akuntabilitas sumber daya yang tepat.”

Dari pengertian-pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa akuntansi manajemen merupakan kegiatan yang menghasilkan informasi akuntansi melalui proses mengidentifikasi, mengukur, menganalisa, dan mengelompokkan yang digunakan pihak internal untuk merencanakan, mengevaluasi, dan pengambilan keputusan agar tercapai tujuan dari organisasi tersebut.

2.2. Biaya

Dalam menjalankan suatu bisnis atau organisasi diperlukan pemahaman yang baik mengenai informasi biaya. Informasi biaya akan membantu manajemen

dalam menentukan laba yang akan dikerjar di periode akan datang, dan dapat digunakan untuk mengevaluasi jika terjadi ketidakefektifan di dalam penggunaan sumber daya. Oleh karena itu, sangat penting untuk manajemen untuk memahami pengertian dan klasifikasi biaya secara lebih menyeluruh.

Menurut Wasilah (2009:22) mendefinisikan bahwa :

“Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode tahunan. Biasanya tercermin dalam neraca sebagai aset perorganisasian.”

Menurut Kautsar dan mohammad Farid (2016:28) mendefinisikan bahwa :

“Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi.”

Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengeluaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat di masa yang akan datang, manfaat yang diperoleh dalam bentuk laba atau pendapatan yang akan membantu operasional bisnis atau organisasi tersebut.

2.2.1. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya dilakukan untuk pengelompokan biaya berdasarkan tujuan informasi biaya yang disajikan. Biaya dapat dikelompokkan sesuai dengan tujuan penggunaan biaya tersebut, sehingga setiap pelaku organisasi akan berbeda beda dalam menggolongkan biaya.

Menurut Mulyadi (2015:13) terdapat lima cara penggolongan biaya yaitu diantaranya sebagai berikut :

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Merupakan dasar penggolongan biaya yang terdiri dari :

- a. Biaya Bahan Baku
- b. Biaya Tenaga Kerja Langsung
- c. Biaya Overhead

2. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai :
 - a. Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayainya. Jika sesuatu yang dibiayainya tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi.
 - b. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibayarinya. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk tersebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (factory overhead cost).
3. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas :
 - a. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - b. Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - c. Biaya semi fixed adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
 - d. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu.

2.3. Perencanaan Laba

Perencanaan merupakan suatu proses yang kontinu yang meliputi dua aspek, yaitu formulasi perencanaan dan pelaksanaannya. Perencanaan dapat digunakan untuk mengontrol dan mengevaluasi jalannya kegiatan, karena sifat rencana itu adalah sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan. (Listyansih,2014:90). Sedangkan, menurut Wild dan Subramanyam (2014:25) menyatakan bahwa pengertian laba adalah Laba (earnings) atau laba bersih (net income) mengindikasikan profitabilitas perorganisasian. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat.

Dari pengertian perencanaan dan laba diatas dapat dikatakan bahwa perencanaan laba adalah pedoman yang akan dilakukan demi mendapatkan keuntungan yang telah ditentukan. Menurut Munawir (2011:184) Perencanaan laba adalah perencanaan yang dikerjakan oleh perorganisasian untuk mencapai tujuan dari perorganisasian adalah mendapatkan laba. Perencanaan laba memiliki isi tahap-tahap yang dikejar oleh perorganisasian untuk target laba yang dikehandaki. Menurut Harahap (2010:41) manfaat perencanaan laba adalah :

- a. Memberikan pendekatan yang terarah dalam memecahkan permasalahan.
- b. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya maksimal.
- c. Mengerahkan penggunaan modal dan daya upaya pada kegiatan yang paling menguntungkan.

2.4. Analisis Biaya Volume Laba

Analisis Biaya Volume Laba (BVL) adalah alat bantu yang sangat berguna bagi manajer untuk memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba dalam berbagai keputusan bisnis. Keputusan tersebut mencakup jenis produk dan jasa yang ditawarkan, harga yang dikenakan, strategi pemasaran yang dijalankan, dan struktur biaya yang digunakan (Garrison, et al , 2013:208).

Analisis biaya volume laba sebagai bahan pertimbangan untuk memeriksa bagaimana perubahan pendapatan dan biaya (tetap ataupun variabel) seiringan dengan berubahnya volume penjualan. Asumsi–asumsi yang terdapat pada analisis biaya volume laba adalah sebagai berikut (Hansen et al., 2017)

1. Terdapat fungsi biaya dan pendapatan yang linear yang dapat ditentukan dan tetap konstan pada kisaran yang relevan.
2. Harga jual dan biaya-biaya diketahui dengan pasti.
3. Jumlah unit yang diproduksi adalah jumlah unit yang dijual-tidak ada persediaan barang jadi.

4. Bauran penjualan diketahui dengan pasti untuk situasi titik impas untuk lebih dari satu jenis produk.

2.4.1. Marjin Kontribusi

Menurut Rudianto (2013:27) margin kontribusi adalah selisih antara nilai penjualan dengan biaya variabelnya. Penjumlahan tersebut dipakai untuk menanggulangi biaya tetap dan mendapatkan laba periode tersebut. Semakin besar margin kontribusi diperoleh perorganisasian disetiap unit produk yang dijual, semakin cepat perorganisasian menanggulangi biaya tetapnya dan mencapai laba yang dikejanya. Semakin kecil margin kontribusi yang dihasilkan dari setiap unit produk yang dihasilkan, semakin lama perorganisasian menanggulangi biaya tetapnya dan mendapatkan laba yang diinginkan. Jika perorganisasian telah menjual produknya sampai jumlah tertentu dimana seluruh biaya tetapnya dapat ditutup, maka pada volume penjualan selanjutnya perorganisasian tinggal memperoleh laba.

Rasio marjin kontribusi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{marjin kontribusi}}{\text{nilai penjualan}}$$

2.4.2. Break Even Point

Menurut Simamora (2012:170) break even point adalah selisih penjualan dimana total pendapatan dan total pengeluaran sama, tidak terjadinya laba maupun rugi. BEP tidak hanya mengetahui keadaan perorganisasian telah mencapai titik BEP, tetapi analisis BEP dapat memberi informasi kepada pinjaman perorganisasian mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.

Menurut Prastowo (2015:164) *break even point* atau titik impas didasarkan pada hubungan akuntansi berikut ini:

$$\text{Laba} = \text{total penghasilan} - (\text{total biaya} + \text{total biaya tetap})$$

Untuk menentukan tingkat break event point (BEP) menurut Siregar, et al (2013:329) dapat dicari dengan rumus :

- a. Titik impas dalam rupiah penjualan :

$$\text{Penjualan impas} = \text{biaya tetap total} \frac{\text{Harga jual per unit}}{\text{margin kontribusi}}$$

- b. Titik impas dalam unit :

$$\text{Titik impas} = \frac{\text{biaya tetap langsung}}{\text{harga-biaya variabel per unit}}$$

2.5. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan judul dan tema yang sama mengenai analisis biaya volume laba diantaranya adalah sebagai berikut.

Margaretha Mayang (2019) penelitian yang dilakukan mengenai analisis biaya volume laba sebagai alat perencanaan laba pada Senopati Kopi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui berapa titik impas yang harus dicapai dan pendapatan minimum per tahun yang harus dicapai oleh Senopati Kopi. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa titik impas per tahun yang harus dicapai kopi sebesar Rp 271.984.056 , non kopi sebesar Rp 160.502.224 , dan makanan sebesar 62.163.182. Untuk mencapai titik impas tersebut Senopati Kopi harus memiliki pendapatan minimum sebesar Rp 494.649.462 per tahun.

Muhammad Ich Sandy (2018) penelitian yang dilakukan mengenai analisis biaya volume laba sebagai alat perencanaan laba pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui biaya produksi dan volume penjualan dari PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa titik impas yang diperoleh tahun 2016 sebesar Rp 66.849,69 , *contribution margin* 2016 sebesar 91,90% , dan target penjualan tahun 2016 sebesar Rp 5.912.884.