

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Akuntansi Manajemen**

Akuntansi manajemen menurut Hansen et al (2017) merupakan sebuah sistem akuntansi yang berguna untuk menghasilkan informasi keuangan untuk manajemen sebagai dasar pengambilan keputusan dalam perusahaan yang akan memungkinkan manajemen lebih siap dalam menjalankan fungsi manajemennya.

Akuntansi manajemen menghasilkan informasi yang berguna sebagai alat manajer dalam menjalankan fungsinya. Ada tiga tujuan umum dalam penerapan akuntansi manajemen dalam sebuah perusahaan menurut Hansen dan Mowen (2009), antara lain:

1. Akuntansi manajemen sebagai penyedia informasi untuk menghitung biaya jasa, produk, atau objek yang menjadi ketentuan manajemen.
2. Akuntansi manajemen sebagai elemen perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan dalam sebuah perusahaan.
3. Akuntansi manajemen menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan dalam perusahaan.

#### **2.2. Biaya**

Menurut Hansen et al (2017), biaya adalah pengorbanan kas atau nilai kas untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan membawa manfaat masa kini

ataupun masa mendatang bagi organisasi. Beberapa unsur pokok dalam biaya, yaitu:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
2. Sudah terjadi atau akan terjadi
3. Diukur dalam satuan uang
4. Digunakan untuk tujuan tertentu.

Istilah biaya harus dibedakan dalam arti biaya (*cost*) dan biaya dalam arti beban (*expense*). Pengertian biaya dalam arti *cost* menurut Mulyadi (2012) adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang, yang sudah atau kemungkinan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya dalam arti *expense* (beban) menurut R.A Supriyono (2011) adalah biaya yang digunakan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan (*revenue*) pada suatu periode akuntansi tertentu.

Berdasarkan definisi biaya yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa pengertian biaya adalah sumber ekonomi dalam satuan moneter yang digunakan oleh perusahaan demi memperoleh penghasilan.

### **2.2.1. Klasifikasi Biaya**

Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan dari seluruh komponen biaya agar lebih sistematis agar dapat memberikan informasi yang lebih akurat. Klasifikasi biaya yang berhubungan dengan volume kegiatan menurut Hansen dan Mowen (2009) dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang dalam jumlah keseluruhannya tetap konstan dalam rentang yang relevan ketika tingkat keluaran sebuah aktivitas berubah. Contohnya seperti biaya penyusutan, biaya sewa ruko, biaya gaji bagian periklanan.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah keseluruhannya bervariasi secara proporsional terhadap perubahan keluaran. Biaya variabel akan mengikuti naik atau turun ketika keluaran juga naik atau turun. Contohnya adalah biaya bahan baku langsung, biaya pokok penjualan.

3. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel atau biaya campuran merupakan biaya yang memiliki komponen biaya tetap dan biaya variabel. Komponen biaya tetap adalah jumlah biaya minimal untuk menghasilkan produk dan menjalankan perusahaan sedangkan komponen variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi perubahan volume kegiatan. Contohnya adalah biaya listrik, telepon, dan air.

Berdasarkan fungsi pokoknya dalam perusahaan menurut Mulyadi (2012), biaya diklasifikasikan menjadi 3, yaitu:

1. Biaya Produksi

Biaya yang berkaitan dengan proses produksi untuk menghasilkan suatu produk.

2. Biaya Pemasaran (Non Produksi)

Biaya yang berkaitan dengan proses pemasaran produk agar produk dapat terjual dipasaran secara maksimal.

3. Biaya Administrasi dan Umum (Non Produksi)

Biaya yang berkaitan dengan koordinasi antara kegiatan produksi dan pemasaran produk.

### 2.2.2. Teknik Pemisahan Biaya Semi Variabel

Menurut Mulyadi (2012), Pemisahan biaya semi variabel menjadi elemen biaya tetap dan biaya variabel mempunyai dua pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan analisis (*Analytical approach*) Pendekatan ini dilakukan dengan cara mengadakan kerjasama antar bagian dalam perusahaan untuk melakukan penyelidikan terhadap kegiatan guna menentukan perlu tidaknya suatu biaya, jumlah biaya pada berbagai kegiatan untuk pekerjaan tertentu, metode pelaksanaan kegiatan yang paling efisien dan efektif, dan jumlah biaya yang bersangkutan dengan pekerjaan tersebut.
2. Pendekatan historis (*Historical approach*) Pendekatan ini dilakukan dengan cara menganalisis tingkah laku biaya yang terjadi pada masa lalu dalam hubungannya dengan volume kegiatan. Pendekatan historis mengumpulkan dan menghitung data biaya menggunakan metode tertentu. Ada tiga metode yang dapat digunakan, yaitu:
  - a. Metode biaya terjaga (*Standby Cost Method*) Metode ini menghitung berapa besar biaya yang harus tetap dikeluarkan jika perusahaan tidak beroperasi atau tutup untuk sementara, dalam arti

lain perusahaan tidak menghasilkan produk. Biaya tersebut disebut biaya terjaga, lalu biaya terjaga ini merupakan biaya tetap.

b. Metode titik tertinggi dan terendah (*High and Low Point Method*)

Metode ini dilakukan dengan cara membandingkan biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dan membandingkan biaya tersebut pada tingkat kegiatan yang terendah di masa lalu. Selisih biaya yang dihitung merupakan biaya variabel dalam biaya tersebut, sedangkan biaya tetap mengurangi biaya semi variabel dengan biaya variabelnya.

c. Metode Kuadrat Terkecil (*Least Square Method*) Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dan volume kegiatan berbentuk garis lurus dengan persamaan.

$$Y = a + b X$$

Dimana:

Y = Total biaya semi variabel

a = Biaya tetap

b = Biaya variabel satuan

n = Jumlah data

X = Volume kegiatan

### 2.3. Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan salah satu upaya perusahaan dalam mewujudkan tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba. Perencanaan laba atau *profit planning* menurut Amin Widjaja Tunggal (2011) adalah perencanaan yang

digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan, dan ukuran kuantitatif lainnya, didalamnya juga ditentukan tujuan laba yang dicapai oleh perusahaan. Terdapat faktor eksternal dalam perencanaan sebuah laba yang dilakukan perusahaan, faktor eksternal tersebut mencakup perkembangan teknologi, tindakan persaingan bisnis, demografi, preferensi pelanggan, faktor politik, dan perilaku sosial.

Perencanaan laba digunakan perusahaan salah satunya sebagai dasar pengambilan keputusan investasi dan menilai kinerja manajemen dalam perusahaan. Menurut Adolph Maltz (1992) perencanaan laba memiliki manfaat, antara lain:

1. Memberikan pendekatan yang sistematis dan terarah dalam penyelesaian sebuah masalah.
2. Memaksa manajemen untuk melakukan telaah dini terhadap masalah yang dihadapi perusahaan.
3. Membuat suasana perusahaan berorientasi pada pencapaian laba.
4. Merangsang peranan seluruh elemen manajemen dalam perusahaan untuk saling berkomunikasi mewujudkan rencana perusahaan.
5. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap aspek dalam perusahaan untuk selalu mengevaluasi kebijakan dan ketetapan dalam perusahaan secara berkala.

#### **2.4. Analisis Biaya Volume Laba**

Pengertian analisis biaya volume laba (*cost volume profit analysis*) menurut Mulyadi (2001) adalah teknik yang berguna untuk menghitung dampak perubahan

harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perusahaan menentukan perencanaan laba. Menurut Hansen et al., (2017), Analisis biaya volume laba juga merupakan alat perusahaan untuk perencanaan dan pengambilan sebuah keputusan. Analisis biaya volume laba digunakan penyedia informasi bagi manajemen mengenai hubungan antara biaya, laba, bauran produk dan volume penjualan untuk mencapai target laba pada level tertentu.

Menurut Jackson et al., (2006), Analisis biaya volume laba berfokus pada hubungan antara lima faktor, yaitu:

1. Harga dari produk atau jasa.
2. Volume produk dan jasa yang diproduksi dan terjual.
3. Biaya tetap total.
4. Biaya variabel per unit.
5. Bauran atau komposisi produk dan jasa yang dijual

Menurut Bustami dan Nurlela (2009) analisis biaya volume laba dapat digunakan untuk hal – hal sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi jumlah minimal penjualan yang harus perusahaan capai agar tidak merugi.
- b. Mengidentifikasi jumlah penjualan tertentu untuk mencapai target keuntungan tertentu.
- c. Mengevaluasi kekurangan penjualan perusahaan sehingga perusahaan tidak merugi.

- d. Mengidentifikasi bagaimana pengaruh perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan.
- e. Penentuan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai target keuntungan tertentu.

Analisis biaya volume laba dapat membantu menyelesaikan masalah dalam perusahaan seperti berapa unit produk yang harus terjual untuk mencapai titik impas. Analisis ini akan mempermudah manajer dalam melakukan fungsinya. Asumsi yang terdapat pada analisis biaya volume laba adalah sebagai berikut (Hansen et al., 2017):

1. Terdapat fungsi pendapatan fungsi biaya yang linear yang dapat ditentukan dan tetap konstan pada kisaran yang relevan, jika berada diluar rentang yang relevan, besarnya biaya dan harga dapat berubah.
2. Biaya – biaya dan harga diketahui secara pasti, artinya semua biaya dapat diklasifikasikan secara tepat menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
3. Jumlah unit yang dijual adalah jumlah unit yang diproduksi, tidak ada persediaan barang jadi.
4. Bauran penjualan diketahui dengan pasti untuk situasi titik impas untuk lebih dari satu jenis produk.

Dalam menggunakan analisis biaya volume laba, manajemen sebaiknya memperhatikan bahwa (Carter 2009):

1. Perubahan dalam biaya variabel per unit mengubah rasio marjin kontribusi dan titik impas.
2. Perubahan dalam harga jual mengubah rasio marjin kontribusi dan titik impas.
3. Perubahan dalam biaya tetap mengubah titik impas tapi tidak mengubah rasio marjin kontribusi.
4. Perubahan gabungan dalam biaya tetap dan juga biaya variabel dalam arah yang sama menyebabkan perubahan yang tajam dalam titik impas.

Analisis biaya volume laba berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan perusahaan yang menekankan hubungan antara biaya, volume penjualan dan harga. Menurut Hansen dan Mowen (2009), Pengaplikasian analisis biaya volume laba dapat dimulai dengan menentukan titik impas perusahaan.

#### **2.4.1. Marjin Kontribusi**

Marjin kontribusi (*contribution margin*) atau laba marjinal (*marginal income*) menurut Carter (2009), merupakan selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel. Marjin kontribusi merupakan penjumlahan dari pendapatan penjualan yang tersisa setelah seluruh beban variabel terpenuhi yang dapat digunakan untuk berkontribusi ke beban tetap dan laba operasi. Marjin kontribusi dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Marjin kontribusi per unit} = \text{harga per unit} - \text{biaya variabel per unit}$$

Menurut Hansen dan Mowen (2009) Rasio marjin kontribusi merupakan bagian dari setiap satuan mata uang penjualan yang tersedia untuk menutup biaya

tetap dan menghasilkan laba. Hasil dari rasio margin kontribusi merupakan persentase dari penjualan dalam satuan mata uang yang tersisa setelah biaya variabel terpenuhi.

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi per unit}}{\text{Harga Jual}}$$

#### 2.4.2. Break Even Point

Menurut Hansen dan Mowen (2009), Titik impas (*break even point*) merupakan titik di mana total biaya sama jumlahnya dengan total pendapatan. Keadaan *break even point* menjelaskan bahwa perusahaan dalam kondisi titik impas tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Dengan mencapai kondisi titik impas, perusahaan berada dalam keadaan di mana hasil penjualan hanya mampu untuk menutup seluruh biaya yang terjadi, dalam kondisi *break even point*, margin kontribusi sama dengan biaya tetap.

Keadaan titik impas dapat dinyatakan dalam unit dan satuan nilai uang. Untuk menghitung titik impas (*break even point*) dalam satuan unit, dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP dalam unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per unit}}$$

Titik impas yang dinyatakan dalam satuan nilai uang rupiah, dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP dalam rupiah} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Analisis Biaya Volume Laba dalam kenyataannya banyak diterapkan pada perusahaan yang memproduksi produk lebih dari satu atau dapat dikatakan

multiproduk. Analisa BVL yang digunakan untuk perusahaan multiproduk berbeda dengan analisa yang digunakan pada perusahaan dengan produk tunggal.

Pemisahan antara biaya tetap langsung dan biaya tetap bersama harus dilakukan terlebih dahulu. Biaya tetap langsung merupakan biaya tetap yang dapat ditelusuri ke setiap produk dan akan hilang jika produk tersebut tidak ada atau dieliminasi. Selanjutnya, biaya tetap bersama merupakan biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke dalam produk dan akan tetap muncul meskipun salah satu produk ditiadakan.

Perusahaan yang menjual lebih dari satu jenis produk dapat menghitung BEP dengan cara sebagai berikut:

- Dihitung terpisah dengan mengalokasikan biaya tetap ke setiap jenis produk. Dalam cara perhitungan ini, biaya tetap yang digunakan hanya biaya tetap langsung saja. Pendekatan ini tidak menggunakan biaya tetap bersama, laba setiap produk diartikan sebagai margin produk.
- Dihitung secara bersama dengan asumsi perusahaan menjual dalam kategori produk tertentu dengan komposisi setiap produk yang sudah ditentukan, kemudian baru dihitung setiap jenis produk.