

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi merupakan prosedur mengidentifikasi, menilai, mencatat dan menyampaikan informasi keuangan maupun non keuangan tentang suatu entitas, seperti perusahaan dan organisasi. Menurut Reeve,dkk (2013:10) mengemukakan, secara umum akuntansi (*accounting*) dapat diartikan sebagai sistem informasi yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas dan kondisi ekonomi perusahaan. Sedangkan menurut Muhtar (2020), akuntansi adalah sebuah sistem informasi mengidentifikasi, mencatat, lalu mengomunikasikan berbagai kejadian ekonomi dari entitas kepada pihak yang berkepentingan. Akuntansi manajemen merupakan penyediaan dan analisis informasi keuangan dari berbagai kegiatan operasional dalam perusahaan atau organisasi yang dihasilkan oleh manajemen internal untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dan pelaksanaan fungsi manajerial. Berdasarkan pihak yang menggunakan informasi yang dimaksud, akuntansi manajemen merupakan bagian akuntansi yang menyajikan laporan baik finansial maupun non finansial berdasarkan aktivitas operasional organisasi untuk mencapai tujuan utamanya. Akuntansi manajemen dapat dikatakan sebagai cabang akuntansi yang berfokus pada pengumpulan, analisis, interpretasi data, keuangan maupun non- keuangan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dalam proses perencanaan strategis, pengendalian biaya, dan evaluasi kinerja untuk kedepannya. Menurut Mowen (2019:4) akuntansi manajerial (*managerial accounting*) adalah penyediaan

informasi bagi pemakai internal perusahaan. Akuntansi manajemen juga digunakan untuk mengkoordinasikan keputusan-keputusan penting, rancangan produk dan aktivitas pemasaran produk.

Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa akuntansi manajemen merupakan suatu bidang akuntansi internal pada kegiatan perusahaan guna untuk perencanaan, pengendalian, serta pengevaluasian untuk keberlangsungan usaha kedepannya.

2.2 Pengertian Biaya

Menurut Mowen (2019:36) biaya (*cost*) adalah jumlah kas atau setara kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan saat ini atau di masa depan bagi perusahaan. Menurut Dadan Ramdani (2020:03) biaya merupakan biaya pengorbanan sumber ekonomis yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Menurut Hansen & Mowen (2009) biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau dimasa yang akan datang bagi organisasi. Biaya (*cost*) dicatat sebagai beban ketika nilai barang atau jasa telah digunakan atau habis manfaatnya, jika suatu sumber daya masih memberikan manfaatnya, maka ia termasuk dalam kategori aset.

Berdasarkan pengertian diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa biaya merupakan bentuk pengorbanan atau pengeluaran biaya yang dapat mengurangi kas atau setara kas yang bentuk satuannya berupa uang, yang mana hal tersebut dilakukan sudah terjadi atau mungkin akan terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu dalam mencapai

tujuan suatu usaha.

2.3 Klasifikasi Biaya

Biaya merupakan sejumlah kas atau setara kas yang dikeluarkan dari perusahaan dalam memperoleh barang atau jasa yang memberikan nilai manfaat, untuk masa sekarang atau di masa mendatang untuk rangka meningkatkan laba. Biaya juga merupakan suatu pengeluaran sumber ekonomi yang tercatat dalam nilai uang, baik telah terjadi, sedang berlangsung maupun mungkin terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Klasifikasi biaya adalah proses klasifikasi biaya yang dikeluarkan perusahaan berdasarkan karakteristik serta tujuan penggunaannya, guna untuk memberikan data laporan keuangan perusahaan secara faktual. Klasifikasi biaya sangat penting untuk mengelompokkan informasi biaya secara sistematis, sehingga manajemen dapat merancang dan mengendalikan anggaran serta mengambil keputusan yang lebih tepat demi mencapai tujuan perusahaan. Menurut Mulyadi (2015) Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokkan atas keseluruhan elemen-elemen biaya sistematis ke dalam golongan-golongan tertentu untuk dapat memberikan informasi biaya yang lengkap bagi pimpinan perusahaan dalam mengelola dan menyajikan fungsinya. Menurut Riwayadi (2016:16), klasifikasi biaya terbagi menjadi:

2.3.1 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Kemudahan Penelusuran (*Traceability*)

Ada dua klasifikasi biaya berdasarkan kemudahan penelusuran biaya yang diuraikan oleh penulis secara rinci yaitu :

1. Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Biaya langsung merupakan biaya yang secara mudah dan akurat

ditelusuri ke objek biaya, karena tidak memerlukan alokasi biaya. Artian dari mudah tersebut berarti penelusurannya mudah dikelola, efisien secara biaya, namun tetap memberikan hasil yang tepat. Akurat juga berarti bahwa biaya sumber daya yang dikonsumsi oleh objek biaya dapat dihitung secara tepat karena tidak melibatkan metode alokasi biaya.

2. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Biaya tidak langsung merupakan biaya yang tidak dapat secara mudah dan tepat ditelusuri ke objek biayanya, karena biaya tidak langsung dibebankan kepada produk dengan menggunakan alokasi. Hal ini dikarenakan biayanya dikonsumsi secara bersama oleh beberapa objek biaya. Biaya tidak langsung disebut juga dengan biaya bersama.

2.3.2 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi Utama Organisasi

Berikut ini penjelasan tiga klasifikasi biaya berdasarkan fungsi utama organisasi menurut Riyawadi (2016:18) :

1. Biaya Produksi (*Manufacturing Cost*)

Biaya produksi merupakan biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi. Biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

2. Biaya Pemasaran (*Marketing Expenses*)

Biaya pemasaran adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi pemasaran. Biaya pemasaran terdiri dari biaya gaji karyawan, beban iklan, dan ongkos angkut penjualan.

3. Biaya Administrasi dan Umum (*Administrative And General Expenses*)

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya gaji karyawan departemen

personalia, biaya penyusutan peralatan departemen akuntansi, dan beban perlengkapan departemen keuangan adalah beberapa contoh dari biaya administrasi dan umum.

2.3.3 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilaku Biaya

Menurut Riwayadi (2016:19) klasifikasi biaya berdasarkan perilaku biaya yaitu terbagi menjadi tiga:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang totalnya tetap tanpa dipengaruhi oleh perubahan output driver aktivitas dalam batas relevan tertentu, sedangkan biaya per unit berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas. Semakin tinggi output driver aktivitas, semakin rendah biaya per unit, dan sebaliknya, semakin rendah output driver aktivitas, semakin tinggi biaya per unitnya. Contohnya yaitu: penyusutan, sewa gedung, asuransi properti, pajak properti, gaji tetap karyawan dan semuanya secara umum dianggap sebagai biaya tetap.

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel merupakan biaya yang totalnya berubah secara proporsional terhadap perubahan output driver aktivitas, sedangkan biaya per unitnya tetap dalam batas relevan tertentu. Semakin tinggi output driver aktivitas, semakin tinggi total biayanya. Semakin rendah output driver aktivitas, semakin rendah total biayanya. Jika tidak ada aktivitas, tidak akan ada biaya. Besar kecilnya biaya tergantung output driver aktivitasnya. Contohnya seperti : biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, beberapa perlengkapan, dan biaya tenaga kerja tidak langsung.

3. Biaya Semi Variabel (*Semivariable Cost*)

Biaya semi variabel merupakan sebuah biaya atau pengeluaran yang memiliki elemen biaya tetap dan biaya variabel didalamnya. Biaya semi variabel meliputi biaya listrik, air, dan telepon serta biaya gas, bensin, beberapa perlengkapan pemeliharaan, dan beberapa tenaga kerja tidak langsung. Ciri biaya semi variabel mirip dengan biaya variabel yaitu total biaya berubah seiring dengan perubahan output driver aktivitas dan sebagian lagi cirinya mirip dengan biaya tetap, yaitu biaya per unitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas. Hal ini karena biaya semi variabel mengandung dua komponen biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

2.4 Analisis *Cost Volume Profit*

1. Pengertian Analisis *Cost Volume Profit*

Analisis *cost volume profit* merupakan salah satu alat bantu yang digunakan oleh perusahaan untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba dengan mengidentifikasi hubungan biaya variabel, biaya tetap, volume penjualan dan harga jual. Menurut Mulyadi (2015) analisis *cost volume profit* merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba agar memudahkan manajemen dalam merancang target laba dan membuat keputusan operasional jangka pendek yang lebih tepat. Menurut Mowen (2019) analisis biaya volume laba yaitu memperkirakan bagaimana perubahan biaya variabel dan biaya tetap, volume penjualan, dan harga mempengaruhi laba perusahaan.

Berdasarkan definisi tentang analisis *cost volume profit* diatas, maka penulis menarik kesimpulan bahwa analisis *cost volume profit* merupakan suatu metode atau alat yang bermanfaat bagi manajer dalam perencanaan dan pengambilan keputusan, karena berhubungan antara biaya, harga jual, volume penjualan, beban dan laba.

2. Manfaat Analisis *Cost Volume Profit*

Menurut Hansen & Mowen (2009) analisis *cost volume profit* merupakan alat penting dalam menentukan titik impas (*break event point*) dan *margin of safety*, yang dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan manajerial untuk mendukung penentuan strategi harga, pengaturan volume produksi, serta evaluasi kinerja keuangan secara efektif.

Analisis *cost volume profit* sangat penting bagi manajemen perusahaan karena memungkinkan mereka untuk memahami dan mengelola hubungan antara biaya, volume penjualan dan harga secara terpadu. Manfaat dari analisis *cost volume profit* adalah bisa membuat suatu perencanaan laba dan anggaran penjualan yang akurat sehingga dapat mempermudah dalam pengambilan keputusan kinerja perusahaan tersebut. Menggunakan analisis *cost volume profit* dapat mengetahui berapa jumlah penjualan impas agar perusahaan tidak mengalami kerugian maupun laba. Dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis *cost volume profit* sangat penting bagi seorang manajemen perusahaan sebagai indikator dalam menilai apakah suatu penjualan telah mencapai tingkat laba yang menguntungkan.

2.5 Margin Kontribusi

Menurut Mowen (2019:162) Margin Kontribusi (*contribution margin*) merupakan selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit. Margin kontribusi merupakan jumlah dari pendapatan penjualan yang tersisa setelah seluruh beban variabel terpenuhi yang dapat digunakan untuk berkontribusi ke beban tetap dan laba operasi. Sedangkan rasio margin kontribusi merupakan persentase penjualan dalam rupiah atau dollar yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

- a. Margin Kontribusi (*contribution margin*) merupakan proporsi dari setiap dollar penjualan yang digunakan untuk menutupi biaya variabel. Rasio biaya variabel dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Rasio Biaya Variabel} = \frac{\text{Biaya Variabel Per Unit}}{\text{Harga Jual}}$$

- b. Rasio Margin Kontribusi (*contribution margin ratio*) merupakan proporsi dari setiap penjualan dalam dollar yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan memberikan laba. Rasio margin kontribusi dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}{\text{Harga Jual}}$$

2.6 Analisis *Break Event Point* (BEP)

Break Event Point atau titik impas terjadi ketika pendapatan total sama dengan total biaya. Artinya perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian, dengan laba bersih sama dengan nol (0). Menurut Mowen (2019:160) *Break event point* (titik impas) merupakan suatu titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya (titik saat laba sama dengan nol atau pada titik ini perusahaan tidak mengalami kerugian atau mendapatkan keuntungan).

Analisis *break event point* menjelaskan mengenai teknik analisis yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, harga jual dan volume penjualan guna menentukan kapan pendapatan total menutupi total biaya dan perusahaan mulai memperoleh laba.

Adapun rumus perhitungan titik impas atau *break event point* adalah sebagai berikut:

1. *Break event point* dalam unit

Menurut Mowen et al (2019:164) *break event point* (BEP) dalam unit berguna untuk menjelaskan kepada para manajer mengenai besarnya unit yang harus terjual untuk menutupi semua biaya. *Break event point* (dalam unit) dihitung dengan cara membagi total biaya tetap dengan margin kontribusi per unit. Margin kontribusi per unit adalah selisih antara harga jual per unit dan biaya variabel per unit.

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

2. *Break event point* dalam nilai penjualan

Break event point dalam bentuk nilai penjualan dapat dihitung dengan membagi total biaya tetap dengan rasio margin kontribusi. Rasio margin kontribusi merupakan proporsi dari setiap penjualan dalam dollar yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan memberikan laba. Perhitungan *break event point* yaitu dengan menggunakan rumus :

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

2.7 *Margin Of Safety* (Margin Keamanan)

Margin of safety merupakan metode yang memberikan informasi terkait jumlah unit yang terjual atau pendapatan yang diperoleh diatas atau dibawah

volume titik impas. Semakin besar *margin of safety*, maka semakin jauh dari titik impas dan semakin rendah resiko perusahaan untuk memperoleh kerugian dibandingkan memperoleh laba. Menurut Mowen et al (2019:160) *Margin of safety* (margin keamanan) merupakan jumlah unit yang terjual atau pendapatan yang diperoleh diatas volume titik impas. Menurut Salman dan Farid (2017:162) margin pengaman adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan atas volume penjualan titik impas. *Margin of safety* sangat penting bagi perusahaan karena menunjukkan seberapa besar penurunan penjualan yang masih dapat ditoleransi sebelum perusahaan mengalami kerugian yang dinyatakan dalam bentuk rasio atau persentase dari total penjualan dalam dollar. *Margin of safety* juga digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana rencana penjualan dirancang dengan cukup.

Margin of safety dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Margin of safety} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas}$$

$$\text{Margin of safety Ratio} = \frac{\text{Margin of safety} \times 100\%}{\text{Total Penjualan}}$$

Menurut Mowen (2019) *margin of safety* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

a. *Margin of safety* dalam jumlah unit

Margin of safety dalam unit dapat dihitung dari selisih antara penjualan per unit dengan jumlah unit yang terdapat pada titik impas. Rasio *margin of safety* merupakan pembagian antara *margin of safety* dengan penjualan per unit. Perhitungan *margin of safety* dalam unit yaitu menggunakan rumus :

$$\text{Margin Of Safety} = \text{Penjualan} - \text{Jumlah Unit Titik Impas}$$

$$\text{Rasio Margin Of Safety} = \frac{\text{Margin Of Safety}}{\text{Penjualan}}$$

b. *Margin of safety* dalam pendapatan penjualan

Margin of safety dalam pendapatan penjualan dapat dihitung dari selisih antara pendapatan pada titik impas. Pendapatan diperoleh dari hasil perkalian antara harga jual per unit dan jumlah unit terjual. Sebaliknya, pendapatan pada titik impas merupakan hasil perkalian antara harga jual per unit dengan jumlah unit pada titik impas. Pendapatan penjualan *margin of safety* dapat dinyatakan sebagai persentase dari total penjualan dalam dollar yang beberapa manajer menyebutnya sebagai rasio *margin of safety*. Adapun rumus dari perhitungan *margin of safety* dalam pendapatan penjualan adalah dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Margin Of Safety} = \text{Pendapatan} - \text{Pendapatan Pada Titik Impas}$$

$$\text{Rasio Margin Of Safety} = \frac{\text{Margin Of Safety}}{\text{Pendapatan}}$$

2.8 Analisis Operating Leverage

Operating leverage (pengungkit operasi) mencerminkan seberapa besar proporsi biaya tetap dalam struktur biaya perusahaan dibandingkan biaya variabel. Ketika biaya variabel per unit menurun, margin kontribusi per unit meningkat, sehingga setiap penjualan unit memberikan kontribusi lebih besar untuk menutup biaya tetap dan meningkatkan laba. Perhitungan *operating leverage* menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu meningkatkan laba operasi melalui penggunaan biaya tetap yaitu, memperlihatkan seberapa cepat pertumbuhan laba operasi mengimbangi perubahan volume penjualan. *Degree of operating leverage* (DOL) dapat diukur untuk tingkat penjualan yang ada

dengan menggunakan rasio margin kontribusi terhadap laba operasi seperti berikut ini :

$$\text{Degree Of Operating Leverage} = \frac{\text{Total Margin Kontribusi}}{\text{Laba Operasi}}$$

Jika biaya tetap digunakan untuk menurunkan biaya variabel sehingga margin kontribusi meningkat dan laba operasi turun maka *degree of operating leverage* meningkat sehingga menandakan peningkatan dalam resiko. Semakin tinggi nilai *degree of operating leverage (DOL)*, semakin tajam perubahan laba bila penjualan berubah. Hal ini menunjukkan bahwa fluktuasi kecil dalam penjualan berdampak signifikan terhadap laba operasi. Dengan demikian struktur atau bauran biaya yang dipilih oleh perusahaan akan mempengaruhi risiko operasi dan tingkat laba dari perusahaan tersebut.

2.9 Perencanaan Laba

2.9.1 Pengertian Perencanaan

Perencanaan merupakan proses sistematis yang mencakup penetapan tujuan, pemilihan langkah-langkah serta pengaturan sumber daya dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan secara efektif dan efisien. Menurut Mowen (2019) perencanaan adalah proses yang melibatkan penetapan tujuan dan pengembangan rencana untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan yang baik harus mampu mengidentifikasi peluang serta mengantisipasi kemungkinan di masa depan dan selanjutnya merancang strategi terbaik untuk menghadapi berbagai situasi yang mungkin akan terjadi.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perencanaan merupakan sebuah proses strategi yang digunakan untuk menentukan suatu keberhasilan dan pengambilan

keputusan bagi manajemen dalam perusahaan, karena baik atau buruknya suatu perusahaan tergantung dari matangnya suatu perencanaan yang dijalankan selama proses berlangsungnya usaha.

2.9.2 Pengertian Laba

Laba merupakan selisih antara total pendapatan dari penjualan dan total biaya yang dikeluarkan dalam satu periode tertentu. Laba juga merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan, karena laba dapat menilai kinerja keuangan suatu perusahaan. Besar kecilnya laba sangat tergantung pada keakuratan dalam mengukur pendapatan dan biaya.

2.9.3 Pengertian Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan proses atau cara yang digunakan oleh manajemen perusahaan untuk merencanakan dan mengelola pendapatan agar mencapai target laba yang diinginkan. Perencanaan laba harus mempertimbangkan estimasi penjualan dan biaya yang diharapkan selama periode tertentu agar perusahaan dapat menetapkan target laba yang realistis. Menurut Sumarni (2020) Perencanaan laba atau optimalisasi profitabilitas adalah pengembangan dari suatu rencana kerja untuk operasi perusahaan yang dinyatakan dalam suatu perhitungan. Perencanaan laba juga berperan penting bagi suatu UMKM karena dengan adanya perencanaan laba, dapat memudahkan pemilik dalam menjalankan kegiatan operasional usahanya dengan baik. Perencanaan laba yang efektif dapat membantu perusahaan dalam mengelola risiko, dan memaksimalkan peluang untuk pertumbuhan dan profitabilitas. Laba yang didapatkan oleh perusahaan dapat dijadikan sebagai indikator utama kinerja manajemen suatu perusahaan, semakin tinggi laba, semakin menunjukkan manajemen berhasil dalam mengelola usaha secara efisien.

Jangka waktu perencanaan laba dibagi menjadi dua, yaitu perencanaan laba jangka pendek dan perencanaan laba jangka panjang. Perencanaan laba jangka pendek menurut Carter (2009:6), perencanaan laba jangka pendek dapat meliputi periode 3, 6 atau 12 bulan, bergantung pada karakteristik bisnis. Sedangkan perencanaan laba jangka panjang menurut Carter (2009:5) mendefinisikan sebagai proses yang dilakukan secara terus menerus (*continue*) untuk membuat keputusan-keputusan saat ini secara sistematis dengan melihat berbagai faktor atau dampak di masa depan.

2.9.4 Perhitungan Perencanaan Laba

Menurut Mowen, Hansen, dan Heitger (2019:172) ada dua persamaan yang digunakan untuk perhitungan target laba (target profit) adalah sebagai berikut:

1. Persamaan Margin Kontribusi Per Unit

Persamaan ini dilakukan untuk menentukan jumlah unit produk yang harus dijual untuk mencapai target laba yang diharapkan.

$$\text{Penjualan dalam unit} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

2. Persamaan Rasio Margin Kontribusi

Persamaan ini digunakan untuk menghitung nilai penjualan (dalam rupiah atau mata uang lain) yang harus dicapai perusahaan agar dapat memperoleh laba sesuai target tertentu.

$$\text{Penjualan dalam rupiah} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$