

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Setiap usaha, baik usaha kecil maupun usaha besar membutuhkan informasi akuntansi yang berguna bagi pihak manajemen. Informasi akuntansi dapat dijadikan alat untuk pengawasan maupun sebagai dasar pengambilan keputusan. Seorang pengusaha membutuhkan informasi akuntansi manajemen dalam proses pengambilan karena informasi manajemen memiliki cakupan yang luas tidak hanya menyangkut masalah keuangan tetapi juga masalah non keuangan. Pengertian Akuntansi Manajemen menurut para ahli: (Charles T. Horngren) management accounting adalah suatu proses identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisa, penyiapan, penafsiran, serta komunikasi, mengenai informasi yang bisa membantu pihak eksekutif perusahaan untuk memenuhi tujuan organisasi Mowen (2019) Akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, menyiapkan, mengukur, mengakumulasi, menganalisis, menafsirkan, dan mengkomunikasikan informasi yang membantu eksekutif dalam menjabarkan tujuan usaha (Tia Azzahara Oktaviani dkk 2024) Akuntansi manajemen adalah kegiatan identifikasi, pengukuran, pengumpulan, analisa, pencatatan, interpretasi dan pelaporan kejadian – kejadian ekonomi. Dari suatu badan usaha yang dimaksudkan agar manajemen bisa menjalankan fungsi perencanaan, pengendalian, dan juga mengambil keputusan.

Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa akuntansi manajemen merupakan peran penting dalam membantu manajemen dalam menjalankan fungsi – fungsi manajemen, terutama dalam pengambilan keputusan, perencanaan, pengendalian, dan penilaian kinerja.

2.2 Pengertian Biaya

Biaya adalah kas yang dikorbankan untuk dilakukan sebuah produksi dalam memperoleh utang serta memperoleh jasa yang diharapkan untuk menimbulkan sebuah manfaat atau keuntungan dimasa yang akan datang. Biaya dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan manfaat sekarang atau masa depan sesuai dengan tujuan dari mengeluarkan biaya tersebut. Apabila biaya tersebut diaplikasikan dalam dunia usaha maka biaya yang akan dikeluarkan akan mempengaruhi jumlah laba yang akan didapatkan perusahaan tersebut karena pada laporan laba/rugi merupakan hasil selisih antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan. Menurut (Dimas Sultoni dkk 2024).

2.3 Klasifikasi Biaya

(Wahyuni Sri 2024) Klasifikasi biaya diperlukan untuk menentukan metode yang tepat untuk menghimpun dan mengalokasikan data biaya yang dapat membantu manajemen dalam pencapaian tujuan usahanya sebagai berikut:

1. Biaya administrasi umum

Biaya administrasi umum meliputi semua biaya dalam melakukan fungsi administrasi yaitu biaya perencanaan dan penentu strategi dan kebijakan, pengarahan dan pengadilan kegiatan agar berdaya guna dan berhasil guna, adapun penggolongan biaya administrasi umum pada perusahaan adalah:

- a) Gaji dan upah
- b) Kesejahteraan karyawan
- c) Biaya reparasi dan pemeliharaan
- d) Biaya pemeliharaan aktiva tetap

- e) Biaya administrasi umum lainnya seperti biaya cetak, alat tulis, perlengkapan kantor, biaya air, biaya listrik, dan biaya lainnya.

2. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran mengikuti semua rangkaian biaya dalam pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa perusahaan pada pembeli sampai pada pengumpulan piutang menjadi kas.

3. Biaya financial

Biaya financial merupakan biaya dalam fungsi financial yaitu biaya bunga, biaya penerbitan, atau emisi obligasi biaya financial lainnya.

2.3.1 Klasifikasi biaya berdasarkan kemudahan penelusuran (*Traceability*)

(Nuro Sholilah dkk 2023) Terdapat dua klasifikasi biaya berdasarkan kemudahan penelusuran biaya yang diuraikan oleh penulis secara rinci yang bertujuan untuk memberikan informasi biaya:

1. Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Biaya langsung adalah semua pengeluaran yang dapat secara langsung dihubungkan dengan suatu produk, proyek, atau aktivitas tertentu. Contohnya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, dan peralatan khusus yang digunakan dalam proses produksi.

2. Biaya tidak Langsung (*Indirect Cost*)

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

2.3.2 Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi utama organisasi

(Wahyuni Sri 2024) Berikut ini dijelaskan tiga klasifikasi berdasarkan fungsi utama organisasi sebagai berikut.

1. Biaya produksi (Manufacturing Cost)

Biaya produksi merupakan biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi.

Biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

2. Beban pemasaran (Marketing Cost)

Beban pemasaran merupakan biaya yang berhubungan dengan fungsi pemasaran. Beban gaji karyawan, beban iklan, dan ongkos angkut penjualan merupakan contoh dari beban pemasaran.

3. Beban administrasi dan umum (Administrative And General Expense)

Beban administrasi dan umum merupakan biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Beban gaji karyawan departemen personalia, beban penyusutan peralatan, departemen keuangan. Beberapa contohnya yaitu beban perlengkapan kantor, listrik, telepon, dan lainnya.

2.3.4 Klasifikasi biaya berdasarkan perilaku biaya

(Mowen 2019) Biaya adalah pengeluaran – pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi. Pada perusahaan manufaktur yang memproduksi barang – barang berwujud biasanya menggunakan biaya produksi sedangkan pada perusahaan jasa hanya memberikan pelayanan kepada konsumen biasanya menggunakan biaya non produksi dan keduanya sering disebut sebagai biaya manufaktur dan non faktur

Berikut ini dijelaskan tiga klasifikasi berdasarkan perilaku biaya yang akan dijelaskan secara rinci oleh penulis:

1. Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap merupakan biaya yang totalnya tetap tanpa dipengaruhi oleh perubahan output driver akuntansi dalam batas relevan tertentu, sedangkan biaya per unit berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas. Semakin tinggi output driver aktivitas, semakin tinggi biaya per unitnya. Perlu diingat bahwa biaya tetap ini hanya tetap atau konstan dikisaran relevan saat tingkatan output bertambah atau berkurang.

2. Biaya Variabel (Variable Cost)

Biaya variabel merupakan biaya yang secara totalnya meningkatkan secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktifitas dan menurun secara proporsional terhadap perubahan output driver aktivitas, sedangkan biaya perunitnya 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.

3. Biaya semi variabel (Semi Variable Cost)

Biaya semi variabel merupakan sebuah pengeluaran yang memiliki elemen biaya tetap maupun variabel didalamnya. Biaya semi variabel ini akan mengalami perubahan ketika terjadi perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel ini juga mengelurkan jumlah yang berubah – ubah sesuai dengan volume kegiatan atau produksi suatu bisnis/usaha, yang artinya semakin banyak barang atau jasa yang di produksi semakin tinggi pula biaya

variabelnya dan sebaliknya. Biaya semi variabel meliputi biaya listrik, biaya air, dan telfon.

2.4 Analisis Cost Volume Profit (CVP)

1. Pengertian Analisis Cost Volume Profit

(Dimas Sultoni dkk 2024) Analisis cost volume profit adalah teknnik yang digunakan dalam akuntansi manajemen untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Bagi usaha penting untuk membuat perencanaan laba karen ada beberapa *critical factors* yang muncul terkait keputusan manajemen, seperti *pricing*, *producy mix* dan fasilitas – fasilitas. Analisis biaya volume laba atau *cvp* yaitu memperkirakan bagaimana perubahan biaya tetap dan biaya variabel, volume penjualan, dan harga yang mempengaruhi laba usaha. Analisis *cost volume profit* merupakan informasi keuangan yang penting bagi perusahaan yang digunakan untuk mengindentifikasikan kondisi ekonomi dan bisnis, suatu divisi atau departemen dalam mengatasi masalah.

Berdasarkan definisi tentang pengertian analisis CVP diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa analisis *cost volume profit* merupakan suatu metode analisis yang sangat berguna untuk manajer dalam mengambil keputusan pemasaran yang berhubungan antara harga jual, volume penjualan, biaya, beban dan laba.

2. Manfaat Analisis Cost Volume Profit

a) Perencanaan Laba

Analisis CVP membantu perusahaan menetapkan target laba yang realistis dan merencanakan strategi untuk mencapainya. Denga

mengetahui hubungan antara biaya, volume, dan laba, perusahaan dapat memperkirakan laba yang akan di peroleh pada berbagai tingkat penjualan.

b) Penentuan Harga Jual

Analisis CVP dapat membantu dalam menentukan harga jual yang optimal untuk produk atau layanan. Perusahaan dapat mengevaluasi dampak perubahan harga terhadap laba dan volume penjualan.

c) Pengambilan keputusan:

Analisis CVP memberikan informasi penting untuk berbagai keputusan bisnis, seperti:

- Menentukan titik impas: membantu perusahaan mengetahui volume penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
- Evaluasi risiko: membantu perusahaan memahami sensitivitas laba terhadap perubahan biaya dan volume penjualan.
- Membuat keputusan investasi: membantu dalam mengevaluasi kelayakan proyek investasi dengan mempertimbangkan potensi laba dan risiko.
- Merencanakan produksi dan pemasaran: membantu dalam menentukan target produksi dan strategi pemasaran yang paling efektif.

d) Perencanaan Anggaran

Analisis CVP membantu dalam menyusun anggaran yang realistis dan responsif terhadap perubahan kondisi bisnis.

e) Analisis Sensitivitas:

Memungkinkan perusahaan untuk mengukur dampak perubahan biaya, volume, dan harga terhadap laba.

2.5 Margin Kontribusi

Margin Kontribusi merupakan selisih antara penjualan dan variabel. 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, persentase dari penjualan dalam dollar yang tersisa setelah biaya variabel terpenuhi adalah margin kontribusi.

1. Rasio Margin Kontribusi (Contribution Margin) merupakan proporsi dari setiap dollar penjualan yang harus digunakan untuk menutupi biaya variabel. Rasio biaya variabel dapat dihitung sebagai berikut:

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

2. Rasio Margin Kontribusi (Contribution Margin Ratio) merupakan proposi dari setiap penjualan dalam dolar yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan memberikan laba. Rasio margin kontribusi dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Total Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

2.6 Analisis Break Event Point (BEP)

2.6.1 Pengertian Break Event Point (BEP)

Break Even Point (Titik Impas) adalah kondisi dimana total pendapatan yang di peroleh perusahaan sama dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Berdasarkan

penjelasan tentang break event point yang dikemukakan oleh para ahli diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa break event point merupakan suatu titik dimana total pendapatan dan total biaya sama dan tidak terdapat laba maupun rugi bersih. Analisis break event point yang menjelaskan tentang suatu teknik analisis untuk mempelajari suatu hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan.

2.6.2 Perhitungan Analisis Break Event Point (BEP)

Perhitungan Analisis BEP terjadi dengan 3 metode yang mendasari perhitungan titik impas atau *Break Event Point*, yaitu:

1. Metode Persamaan

Metode Persamaan (*equation method*) merupakan metode yang berdasarkan pada pendekatan laporan laba rugi. Persamaan dasarnya yaitu (Penghasilan total sama dengan Biaya Total) sedangkan (Penghasilan Total sama dengan Biaya variabel + Biaya tetap). Keadaan titik impas ini menggambarkan bahwa laba operasinya sama dengan nol, sehingga akan menghasilkan jumlah produk (dalam satuan unit maupun satuan uang penjualan) yang dijual mencapai titik impas ditambah biaya tetap.

2. Metode Kontribusi Unit

Metode kontribusi unit merupakan variasi dari metode persamaan. Unit atau satuan produk yang terjual akan menghasilkan jumlah margin kontribusi tertentu yang akan menutup biaya tetap. Metode kontribusi unit merupakan metode jalan pintas dimana harus diketahui nilai margin kontribusi. Persamaan yang dihasilkan dari metode ini sebagai berikut:

$$\text{Laba operasi} = (\text{Margin Kontribusi per unit} \times \text{Jumlah output yang terjual}) \\ - \text{Biaya tetap.}$$

3. Metode Grafis

Menurut (Mowen, 2019) Penyajian Grafis dari hubungan CVP merupakan cara untuk dapat membantu para manajer untuk mengetahui lebih jelas mengenai perbedaan antara variabel dan pendapatan. Penyajian grafis juga mempercepat para manajer dalam memahami pengaruh dari kenaikan atau penurunan dalam penjualan terhadap titik impas. Terdapat dua grafis yang paling mendasar yaitu:

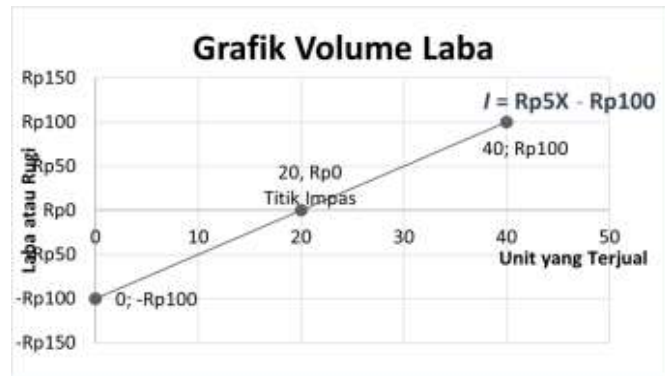
a) Grafis Laba-Volume

Grafis Laba-Volume menjelaskan secara visual hubungan antara laba dan unit yang terjual. Grafis Laba-Volume merupakan grafik dari persamaan laba operasional.

$$\text{Laba Operasional} = (\text{Harga Jual} \times \text{Unit Terjual}) - (\text{Biaya Variabel per Unit Terjual}) - \text{Total Biaya Tetap.}$$

Dalam Grafik ini laba operasi merupakan variabel dependen dan unit yang terjual merupakan variabel independennya. Nilai dari variabel independen biasanya diukur sepanjang sumbu horizontal dan nilai variabel dependen diukur sepanjang sumbu vertikal. Diperlukan dua titik untuk menggambarkan persamaan linearnya. Biasanya setiap titik dapat menjadi dua titik yang dibutuhkan. Dua titik yang sering dipilih merupakan dua titik yang terhubung dengan jumlah unit yang terjual sebesar nol dan laba sebesar nol.

Gambar 2. 1 Grafik Volume Laba

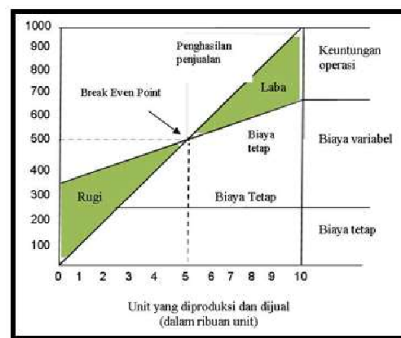


Sumber: Dasar dasar Akuntansi Manajerial Maryanne et al 2019 edisi 2019.

b) Grafik Biaya – Volume – Laba

Grafik biaya volume laba (*cost volume profit graph*) menggambarkan hubungan antara biaya, volume dan laba. Gambaran yang terperinci perlu dibuat grafik dengan dua garis terpisah, garis total pendapatan, dan garis total biaya.

Gambar 2. 2 Grafik Biaya Volume Laba



Sumber: <https://sofyanwsw.wordpress.com/2015/11/27/>

Garis total pendapatan dimulai pada titik nol dan meningkat dengan kemiringan yang sama dengan harga jual per unit. Garis total biaya memotong sumbu vertikal pada sebuah titik yang sama dengan total biaya tetap dan meningkat dengan kemiringan yang sama dengan biaya variabel per unit.,

jika garis total pendapatan berada dibawah garis total biaya, maka akan muncul daerah rugi. Jika garis total pendapatan berada diatas garis total biaya, maka akan muncul daerah laba. Titik tempat garis total pendapatan dan total biaya berpotongan disebut dengan titik impas.

Berdasarkan ketiga metode tersebut, maka diperoleh rumus perhitungan titik impas atau *break event point* (BEP) sebagai berikut:

1) *Break event point* dalam unit

Titik impas dalam unit menjelaskan kepada para manajer mengenai unit yang harus terjual untuk menutupi semua biaya, setiap unit yang terjual diatas titik impas akan menghasilkan laba. Titik impas dalam unit sama dengan biaya tetap dibagi dengan margin kontribusi per unit. Sebuah perusahaan menjual produknya dalam jumlah unit sehingga menghasilkan margin kontribusi yang hanya cukup untuk biaya tetap. Perusahaan akan memperoleh laba operasional sebesar nol dan perusahaan berada diatas titik impas.

Perhitungan BEP dalam unit sebagai berikut:

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

2) *Break event point* dalam nilai penjualan.

Break Event Point (BEP) dalam nilai penjualan dapat dihitung dengan cara total biaya tetap dibagi rasio margin kontribusi. Rasio margin kontribusi merupakan proporsi dari setiap penjualan dalam dollar yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan memberikan laba.

$$\text{Titik Impas Dalam Nilai Penjualan} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Rasio margin kontribusi dihitung dengan cara total margin kontribusi dibagi dengan penjualan. Total margin kontribusi merupakan selisih antara pendapatan penjualan dengan total biaya variabel, sedangkan penjualan merupakan perkalian antara harga jual per unit dengan jumlah unit yang terjual.

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Penjualan}}$$

2.7 Margin Of safety (Margin Keamanan)

Margin of safety merupakan alat yang dapat memberikan informasi tentang berapa besar volume penjualan yang dianggarkan atau hasil penjualan tertentu boleh turun agar perusahaan tidak menderita kerugian. Angka *margin of safety* akan memberikan petunjuk mengenai jumlah maksimum penurunan volume penjualan yang direncanakan atau dianggarkan sekaligus tidak mengakibatkan kerugian. Menurut (Mowen, 2019) *Margin of safety* dapat dihitung dengan cara 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 pada titik impas. Dapat dinyatakan dalam bentuk rumus:

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

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

b) *Margin of safety dalam pendapatan penjualan*

Margin of safety dalam pendapatan penjualan dapat dihitung dari selisih

antara pendapatan dengan pendapatan pada titik impas. Pendapatan penjualan *Margin of safety* juga dapat dinyatakan sebagai persentase dari total penjualan dalam dollar yang beberapa manajer menyebutnya sebagai rasio *Margin of safety*.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dipaparkan rumus sebagai berikut:

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

2.8 Degree Of Operation Leverage

Operating leverage memperhatikan bauran relative dari biaya tetap dan biaya variabel di suatu perusahaan. Terkadang, biaya tetap dapat ditukar dengan biaya variabel. Saat biaya variabel turun, margin kontribusi per unit akan meningkat sehingga margin kontribusi dari setiap unit yang terjual menjadi besar. Menurut (Mowen 2019) *operating leverage* merupakan penggunaan biaya tetap untuk meningkatkan perubahan dalam tingkat laba yang lebih tinggi saat aktivitas penjualan berubah. *Degree of operating leverage* (DOL) dapat diukur untuk tingkat penjualan yang ada dengan menggunakan rasio margin kontribusi terhadap laba operasi seperti berikut:

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

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 besar *degree of operating leverage*, semakin besar perubahan dalam penjualan mempengaruhi laba operasi, karena fenomena tersebut, bauran biaya yang dipilih

oleh perusahaan akan mempengaruhi risiko operasi dan tingkat laba dari perusahaan tersebut.

2.9 Perencanaan Laba

1. Pengertian Perencanaan

Perencanaan merupakan proses dalam memulai berbagai tujuan, batasan strategi, kebijakan, dan juga rencana yang sangat detail dalam mencapainya, pencapaian organisasi untuk menerapkan keputusan dan juga termasuk tinjauan kinerja dan juga umpan balik dalam hal pengenalan siklus rencana baru. Formulasi aksi yang terperinci untuk mencapai tujuan tertentu merupakan aktivitas manajemen yang disebut perencanaan (*Planning*) (Mowen 2019). Perencanaan memerlukan penetapan sarana dan pengidentifikasian metode-metode untuk mencapai sasaran tersebut. Keuntungan-keuntungan yang direalisasikan manajemen harus mengembangkan beberapa metode khusus yang saat diterapkan akan mengarahkan pada pencapaian atas sasaran yang diinginkan. Maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan merupakan sebuah langkah yang harus dilakukan untuk menentukan keberhasilan dan pengambilan keputusan bagi manajemen dalam suatu perusahaan karena baik buruknya atau berhasil tidaknya suatu perusahaan tergantung dari matangnya rencana yang dijalankan.

2. Pengertian Laba

Laba merupakan selisih antara jumlah keseluruhan pendapatan dan jumlah keseluruhan biaya dalam jangka waktu tertentu yang dapat digunakan para pemakai laporan dalam mengambil keputusan ekonomi yang sesuai dengan kepentingannya. Sebelum mengambil keputusan, sebaiknya manajer

memperhatikan jumlah pendapatan yang dihasilkan dan jumlah biaya yang dikeluarkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

3. Pengertian Perencanaan Laba

Perencanaan laba (*profit planning*) merupakan perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. 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. Perencanaan laba juga berperan penting dalam UMKM karena dengan perencanaan laba, memudahkan pemilik dalam menjalankan kegiatan usahanya dan membuat proyeksi tingkat laba yang akan diperoleh. Perencanaan laba dikatakan baik apabila pemilik atau pengelola perusahaan dapat mempertimbangkan faktor faktor pembentuk laba yaitu biaya, harga jual, volume penjualan. Menurut (Nuro Sholilah dan Huzain Jailani 2023).

4. Perhitungan Perencanaan Laba

Menurut (Mowen 2019) ada dua persamaan yang digunakan untuk perhitungan target laba yaitu:

a) Jumlah Unit Untuk Target Laba

Persamaan laba operasi pada metode persamaan titik impas dapat digunakan untuk menemukan jumlah unit yang harus terjual untuk memperoleh target laba. Jumlah unit untuk target laba dapat dihitung dengan menambahkan total biaya tetap dengan target laba yang direncanakan perusahaan, Penjumlahan tersebut dibagi dengan margin kontribusi per unit (selisih harga jual dan biaya per unit). Berikut persamaannya:

$$\text{Jumlah Unit Untuk Target Laba} = \frac{\text{Total Biaya} + \text{Target laba}}{\text{Harga Jual} - \text{Variabel Perunit}}$$

b) Pendapatan Penjualan untuk Target Laba

Nilai pendapatan penjualan untuk memperoleh target laba dapat dihitung dari total biaya tetap ditambah target laba yang direncanakan, penjumlahan tersebut dibagi dengan nilai rasio margin kontribusi (margin kontribusi per unit dibagi harga jual).

$$\text{Pendapatan Penjualan Untuk Target Laba} = \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$