

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian terdahulu diantaranya, jika pada penelitian terdahulu menganalisis penghitungan multiproduk maka pada penelitian kali ini hanya ada satu jenis produk yang di produksi pada Perusahaan Rokok Djagung Prima. Analisis *break even point* untuk satu jenis produk lebih menguntungkan karena dalam penghitungan satu jenis produk, bila perusahaan ingin memproduksi lebih atau mengurangi unit produksi, maka hanya perlu melakukan perubahan pada grafik titik impas tanpa harus melakukan perhitungan *break even* yang baru.

Tabel 2.1. Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Hidayat Khurin 2007, Analisis break even point sebagai alat perencanaan laba pada PT. Tlogo Mas Abadi Jaya Engineering Plastik Industri Malang.	• Biaya tetap • Biaya variabel • Biaya semi variabel	Kuantitatif	Hasil perhitungan yang diperoleh titik impas pada jenis produk Saklar sebesar 110.733 unit, Tissue Holder sebesar 64.167 Unit dan Stop Kontak sebesar 66.385 Unit. Besarnya Margin Of Safety adalah 29 % yang berarti bahwa penurunan penjualan tidak boleh turun dari 29 % dari penjualan yang direncanakan.

2	Pratomo Joko 2008, Analisis break even point sebagai alat perencanaan laba pada Perusahaan Pabrik Gula Kebon Agung Malang	• Biaya tetap • Biaya variabel • Biaya semi variabel	Deskriptif	Dari analisis data diketahui tingkat BEP untuk tahun 2007 adalah terjadi pada tingkat produksi 177.007 kuintal dengan nilai penjualan Rp. 66.211.391.320. Sedang untuk tahun 2008 perusahaan berencana untuk menaikkan laba operasional sebesar 10%. Sehingga tingkat penjualan yang harus dicapai perusahaan adalah Rp. 88.365.926.000.
3	Abdurrachim, Hindun 2011, Analisis break even point sebagai dasar perencanaan laba dan penjualan pada Home Industry Brosem Kota Batu	• Biaya tetap • Biaya variabel • Biaya semi variabel	Deskriptif	Tahun 2009 <i>home industry</i> Brosem telah melakukan penjualan di atas tingkat <i>Break Even Point</i> . Titik impas penjualan tersebut dicapai sebesar Rp 548.766.456 atau 31.527 unit. Sedangkan penjualan yang sebenarnya sebesar Rp 761.546.000. Perencanaan penjualan tahun 2011 diperoleh sebesar 952.127.450 dengan <i>Margin Of Safety</i> sebesar 35,44%.
4	Atissha Fetrishia, 2005, Analisis break even point pada PT. Serasi Autorara Cabang	• Biaya tetap • Biaya variabel • Biaya	Deskriptif Kuantitatif	Pendapatan tahun 2003 adalah Rp. 843.856.675 berada di bawah tingkat BEP yang sebesar Rp. 921.656.459 sehingga perusahaan

	Medan	semi variabel		mengalami kerugian. Sedangkan untuk tahun 2004 pendapatan Rp. 1.015.514.000. berada di atas tingkat BEP yang sebesar Rp. 627.686.343.
5	Puspita Aulia, 2012, Analisis break even terhadap perencanaan laba PR. Kreatifa Hasta Mandiri Yogyakarta	• Biaya tetap • Biaya variabel • Biaya semi variabel	<i>Expost Facto</i>	Tahun 2011 untuk memperoleh keuntungan 35% dari penjualan, perusahaan harus dapat menjual produk sebesar Rp.15.961.752.000. Penjualan minimal setelah adanya profit margin 35% untuk produk rokok Rush sebesar Rp.9.208.711.338. sedangkan untuk produk rokok Exo sebesar Rp.6.753.040.662

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan mempunyai aktifitas yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh data, menggunakan dana, dan mengelola aset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

Menurut Syamsuddin (2000: 8) Dalam menjalankan tugasnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, maka seorang manajer keuangan mempunyai tiga tugas pokok, yaitu:

1. Menganalisa dan merencanakan pembelanjaan perusahaan
2. Mengelola penanaman modal dalam aktiva, dan
3. Mengatur struktur financial dan struktur modal perusahaan

Bila dikaitkan dengan penelitian ini, maka fungsi manajer keuangan secara khusus meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Menetapkan kebijakan harga
2. Meramalkan laba yang akan datang
3. Mengukur biaya modal kerja

Allah SWT berfirman di dalam QS. Al Israa' ayat 35 mengenai pentingnya mengukur dan menghitung takaran dengan neraca yang benar. hal ini sesuai dengan salah satu fungsi akuntan dan manajemen dalam hal pencatatan dan pengambilan keputusan.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya." Dalam ayat ini diibaratkan bagi seorang manajemen perusahaan untuk menyempurnakan perhitungan dengan menggunakan alat analisis yang tepat sehingga diharapkan berakibat lebih baik terhadap kelangsungan perusahaan.

2.2.2 Analisis Break Even Point

Suatu perencanaan laba atau rencana anggaran biasanya disusun untuk memenuhi target laba atau rencana jangka pendek yang ingin dicapai oleh manajemen perusahaan. Dalam memenuhi target laba tersebut, terlebih dahulu perlu untuk mengetahui berapa biaya produksi

per unit yang mana diperoleh dari perhitungan Analisis *Break even Point*.

Menurut Carter dan Usry (2005: 272) analisis titik impas digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan hanya untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tersebut. titik impas adalah titik dimana biaya dan pendapatan adalah sama, tidak ada laba maupun rugi pada titik impas.

Menurut Carter (2009: 283) “Analisis *break even point* merupakan instrument perencanaan dan pengendalian laba yang digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tersebut.” Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis *Break even Point* berfungsi sebagai alat bagi manajemen untuk mengetahui tingkat penjualan yang aman bagi perusahaan, bauran produk yang tepat dan sebagai alat perencanaan laba.

Analisis *Break even Point* hanya bisa dilakukan apabila perusahaan dalam kegiatan operasinya menggunakan biaya tetap dan biaya variabel. untuk menentukan tingkat *break even point* terlebih dahulu perlu dilakukan pemisahan biaya campuran kedalam jenis biaya tetap dan biaya variabel.

Analisis *Break even point* dapat digunakan untuk membantu menetapkan tujuan perusahaan, secara khusus memiliki beberapa kegunaan, menurut Sigit (2007: 2) kegunaan analisis *Break even Point*

adalah sebagai berikut:

1. Sebagai dasar atau landasan dalam merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu (*profit planning*).
2. Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan operasional yang sedang berjalan, yaitu sebagai alat pencocokan realisasi dengan perhitungan *Break even* (controlling).
3. Sebagai dasar atau pertimbangan dalam menentukan harga jual, yaitu setelah diketahui hasil-hasil perhitungan menurut analisis *Break even* dan laba yang ditargetkan.
4. Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang harus dilakukan manajer

Sugiri (2009: 118) menjelaskan bahwa analisis *break even point* dapat berguna apabila beberapa asumsi dasar dipenuhi, diantaranya :

1. Seluruh jenis biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap atau biaya variabel. apabila ada biaya campuran, maka biaya tersebut harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
2. Fungsi biaya total terbentuk garis lurus. Asumsi ini hanya benar apabila perusahaan memproduksi dalam kisaran relevan.
3. Fungsi pendapatan total juga berbentuk garis lurus. Garis ini menganggap bahwa harga jual per unit adalah konstan untuk seluruh volume penjualan yang mungkin.
4. Analisis terbatas pada satu jenis produk. Apabila perusahaan menjual lebih dari satu jenis produk maka dianggap bahwa kombinasi penjualan adalah konstan.
5. jumlah persediaan awal sama dengan jumlah persediaan akhir. asumsi ini berarti bahwa seluruh kos di tahun tertentu untuk memperoleh atau memproduksi barang dilaporkan sebagai biaya yang ditandingkan dengan pendapatan di laporan laba-rugi tahun tersebut.

Analisis *break even point* tidak hanya digunakan untuk mengetahui keadaan perusahaan yang mampu memenuhi tingkat *break even* saja, akan tetapi juga mampu memberikan informasi kepada Manajer mengenai berbagai tingkat volume penjualan dan harga jual yang berbeda terkait hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba. Tetapi harus disadari penggunaan analisis titik impas juga

mempunyai beberapa kelemahan. Menurut Keown, Scott, Martin dan Petty (2000: 506) kelemahan analisis cost volume profit, antara lain:

1. Asumsi dasar dari cost volume profit berhubungan secara linear dan hal inihanya berlaku di dalam kondisi di mana produksi hanya berjumlah sedikit.
2. Kurva penjualan diasumsikan bergerak secara linear sesuai dengan jumlah produksi. hal ini berarti bahwa produksi dijual dengan asumsi harga tetap. padahal didalam keadaan yang sebenarnya penjualan dilakukan terhadap beberapa barang dan dengan harga yang berubah-ubah untuk tiap-tiap barang.
3. Produksi dan paduan penjualan dilakukan dengan asumsi konstan. bila perusahaan ingin memproduksi lebih terhadap satu jenis barang atau mengurangi jumlah produksinya, maka titik impas yang baru harus dicari. Hanya bila rasio biaya variabel terhadap penjualan adalah tetap maka perhitungan baru tidak perlu dilakukan.
4. Penghitungan titik impas secara matematis dan dengan grafik merupakan analisis yang statis. adanya perubahan dalam iaya maupun harga mengharuskan penghitungan titik impas kembali.

2.2.3 Metode Perhitungan *Break Even Point*

Dalam melakukan perhitungan *break even point* dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu pendekatan matematis, pendekatan grafis dan pendekatan margin kontribusi per unit, berikut ini masing-masing akan dibahas secara lebih rinci :

1. Metode Matematis

Persamaan pertama adalah titik impas dalam satuan uang penjualan, sedangkan persamaan kedua adalah titik impas dalam unit produk yang dijual. Kedua persamaan tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut.

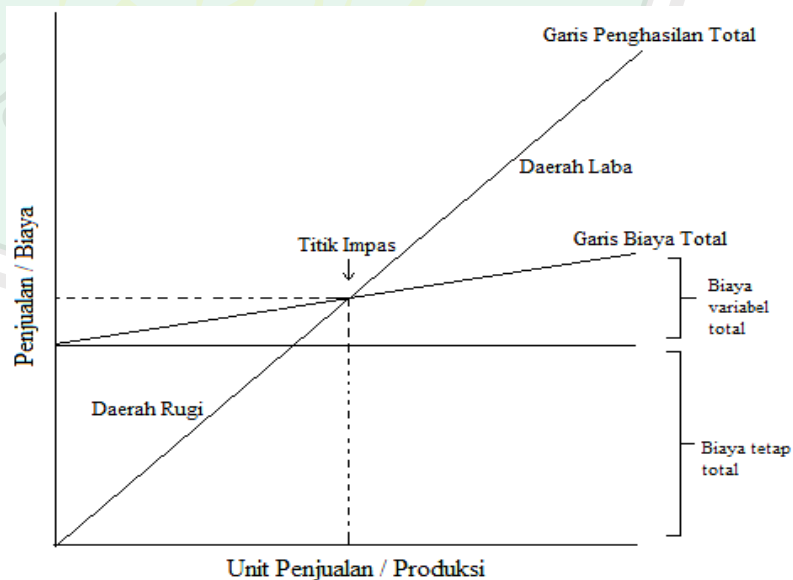
$$\text{Impas dalam satuan uang} = \frac{\text{Total Biaya tetap}}{\text{Biaya variable per unit produk} \times 1 - \frac{\text{Harga jual per unit produk}}{\text{Harga jual per unit produk}}}$$

$$\text{Impas dalam satuan unit} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit produk} - \text{Biaya variable per unit}}$$

Sumber: Abdul Halim dan Supomo, Akuntansi Manajemen (1990: 52)

2. Metode Grafik

Berdasarkan cara ini impas ditentukan pada titik pertemuan antara grafik penghasilan total dengan grafik biaya total dalam satu bidang antara sumbu tegak (menyatakan penjualan/biaya dalam satuan uang) dan sumbu datar (menyatakan volume penjualan/produksi dalam unit).



Gambar 2.1

Grafik Impas

Sumber: Abdul Halim dan Supomo, Akuntansi Manajemen (1990: 55)

Pada grafik impas di atas ketiga variabel saling berhubungan satu dengan yang lain. Biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi, dari volume produksi akan mempengaruhi secara langsung biaya. ketiga variabel ini tidak akan bisa berjalan sendiri-sendiri karena saling mempengaruhi satu sama lain.

3. Margin kontribusi per unit

Margin kontribusi atau laba marginal adalah selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel. Margin kontribusi dihitung dengan cara mengurangi biaya variabel, baik produksi maupun non produksi dari penjualan (Carter dan Usry, 2005: 257). Sedangkan untuk menghitung titik impas, formulanya adalah sebagai berikut.

$$\text{Titik impas} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

Sumber : Sugiri, Akuntansi Manajemen (2009: 106)

Margin kontribusi dapat digunakan untuk menutup biaya tetap, dan bila masih tersisa maka sisanya merupakan laba. jika manajemen ingin mengetahui kuantitas penjualan impas, maka jumlah *contribution margin* total harus sama dengan jumlah biaya tetap

total. impas ini akan tercapai bila kuantitas penjualan sebanyak biaya tetap total dibagi margin kontribusi per unit.

2.2.4 Biaya

Analisis *Break even Point* hanya bisa dilakukan apabila perusahaan dalam kegiatan operasionalnya menggunakan biaya tetap dan biaya variabel. Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi (Hansen dan Mowen, 2004: 40). Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan total pengorbanan sumber daya yang sudah terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya sering diartikan sebagai pengurang asset yang mengakibatkan berkurangnya ekuitas pemilik, tetapi bukan karena pengurangan atau pengambilan modal oleh pemilik perusahaan dan bukan pula merupakan asset yang disebabkan karena berkurangnya *liability*.

Penggolongan biaya diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu manajemen dalam mencapai tujuannya. Ada beberapa jenis penggolongan biaya menurut (Hansen dan Mowen, 2004: 84) diantaranya adalah :

1. Biaya tetap

Biaya tetap adalah suatu biaya yang dalam jumlah total tetap konstan dalam rentang yang relevan ketika tingkat output aktivitas berubah.

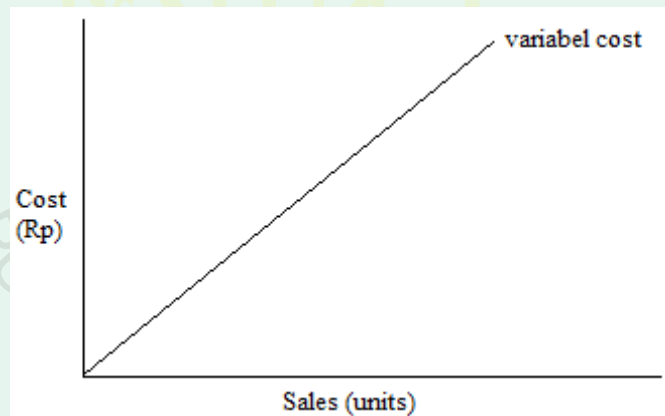


Gambar 2.2

Grafik biaya tetap

2. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dalam jumlah total bervariasi secara proporsional terhadap perubahan output.

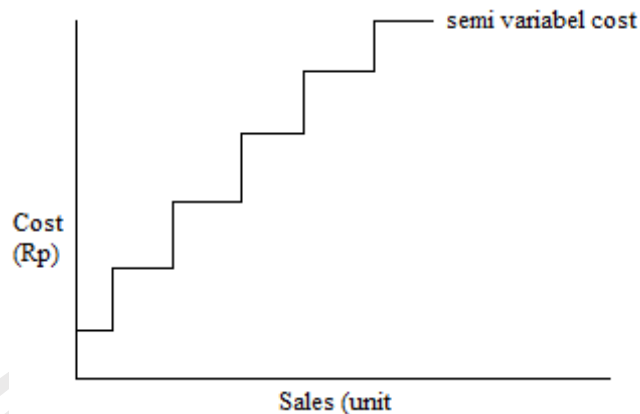


Gambar 2.3

Grafik biaya variabel

3. Biaya campuran

Biaya campuran adalah biaya yang memiliki komponen biaya tetap dan variabel.



Gambar 2.4
Grafik biaya campuran

2.2.5 Pemisahan Biaya campuran

Beberapa jenis biaya tertentu yang bersifat campuran sulit dipisahkan dengan pasti, berapa bagiankah bersifat variabel dan berapa bagiankah bersifat tetap. Menurut Sugiri (2009: 47) beberapa teknik untuk memisahkan biaya campuran antara lain adalah metode diagram pencar (*scatter diagram*), metode titik tinggi-rendah (*high-low method*) dan analisis regresi *linear* (*Least Square*). ketiga teknik ini berdasarkan data historis yang menunjukkan besarnya biaya campuran di masa lalu pada berbagai tingkat kegiatan.

1. Metode *Scatter diagram*

Metode diagram pencar (*scatter diagram*) lebih mudah, cepat, dan taksiran fungsi kosnya cukup teliti karena seluruh hubungan yang ada antara biaya dan kegiatan dipertimbangkan, adapun keterbatasannya bahwa metode ini bergantung pada judgement analis karena dia harus memilih secara visual ketepatan yang terbaik. masing-masing orang dapat membuat garis lurus yang berbeda melalui diagram pencar yang sama. oleh karena itu, metode ini rentan terhadap kesalahan yang berarti.

2. Metode High-Low Method

Menurut metode titik tinggi-rendah, biaya campuran dipisahkan dengan mencari selisih antara biaya total pada kegiatan tertinggi dan biaya total pada kegiatan terendah. selisih tersebut merupakan biaya variabel total yang terjadi pada tingkat kegiatan antara yang tertinggi dan yang terendah

3. Metode Least Square

Metode *Least Square* sering disebut juga dengan analisis regresi *linear*; metode ini memisahkan biaya campuran dengan menggunakan model matematis yang diterapkan dalam bidang statistika. fungsi biaya campuran digambarkan dengan model sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Notasi Y menunjukkan biaya total taksiran dengan menggunakan data biaya total (Y) dan volume kegiatan (X) sesungguhnya yang telah terjadi di masa lalu. untuk mencari Y, harus dicari terlebih dahulu taksiran konstanta a yang menunjukkan biaya tetap total dan taksiran koefisien b yang menunjukkan biaya variabel per unit. variabel a dan b dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y}{n} - b \left(\frac{\sum x}{n} \right)$$

Berdasarkan pengertian dari ketiga teknik pemisahan biaya diatas dapat disimpulkan beberapa keunggulan dan kelemahan dari penggunaan metode pemisahan biaya tersebut yaitu sebagai berikut.

1. Metode *Scatter diagram*

Keunggulan diagram pencar (*Scatter diagram*) adalah metode ini lebih teliti karena semua hubungan antara kegiatan dan biaya telah diperhitungkan. Sedangkan kelemahannya, metode ini kurang ilmiah karena penarikan garis lurus dapat berbeda antara masing-masing orang, meskipun dengan menggunakan data kapasitas dan biaya yang sama, jadi sifatnya subyektif. oleh karena itu, metode ini rentan terhadap kesalahan.

2. Metode *High-Low Method*

Keunggulannya Metode ini analisisnya sangat sederhana sehingga mudah dihitung dan dipakai. Sedangkan Kelemahannya adalah Kurang teliti dan cermat, karena hanya didasarkan pada dua tingkatan kapasitas yaitu tertinggi dan terendah, tingkatan kapasitas yang lain tidak dipertimbangkan.

3. Metode *Least Square*

Kelebihan dari Least Square adalah metode ini dapat menghasilkan persamaan biaya yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Serta tidak ada data biaya yang tidak digunakan. Sedangkan kekurangan dari metode ini adalah Kesulitan apabila dalam perhitungannya digunakan secara

manual. Karena perhitungannya cenderung rumit sehingga pengguna awam jarang menerapkan teknik pemisahan biaya dengan cara ini.

Berdasarkan pengamatan dari kelebihan dan kekurangan ketiga teknik pemisahan biaya tersebut peneliti memutuskan untuk menggunakan metode *least square* dalam pemisahan biaya pada penelitian ini karena persamaan biaya yang di hasilkan dari metode *least square* dinilai dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah selain itu kekurangan dari metode ini dinilai dapat ditutupi dengan perhitungan yang cermat dan teliti.

2.2.6 *Margin of Safety*

Margin of safety adalah unit yang dijual atau diharapkan akan dijual diatas titik impas (Sugiri, 2009: 116). Manajer menggunakan analisis *margin of safety* biasanya untuk mengevaluasi kegiatan operasionalnya saat itu atau untuk mengukur resiko bisnis. Ukuran yang sering kali dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Dimana laba perusahaan dipengaruhi oleh tiga variabel penentu yaitu:

1. Volume penjualan
2. Biaya
3. Harga jual

Ketiga variabel tersebut saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya. Artiya perencanaan laba tidak akan bisa dilakukan dengan

hanya merubah salah satu variabel. Perubahan volume penjualan akan mempengaruhi besaran biaya terkait aktivitas produksi, sementara biaya akan mempengaruhi harga jual dan harga jual juga akan mempengaruhi volume penjualan. Adapun kegunaan *margin of safety* yang berkaitan dengan salah satu variabel tersebut yaitu Menurut Mulyadi (2001: 254) “Angka margin of safety ini memberikan informasi berapa maksimum volume penjualan yang direncanakan tersebut boleh turun, agar perusahaan tidak menderita rugi atau dengan kata lain angka margin of safety memberikan petunjuk jumlah maksimum penurunan volume penjualan yang direncanakan, yang tidak mengakibatkan kerugian.”

Menurut Syahrul dan Nizar (2000: 535) “Batas Keamanan (*Margin of Safety*) adalah perbedaan antara tingkat penjualan aktual dengan tingkat penjualan *break even*. *Margin* ini merupakan jumlah dimana penerimaan penjualan bisa turun sebelum kerugian terjadi, dan seringkali di ekspresikan sebagai persentase dari penjualan yang dianggarkan”. Perhitungan *Margin of Safety* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Penjualan yang diinginkan} - \text{Penjualan titik impas}}{\text{Penjualan yang diinginkan}}$$

Sumber : Carter dan Usry, Akuntansi Manajemen (2005: 283)

Semakin besar *margin of safety* maka semakin kecil kemungkinan perusahaan menderita kerugian. Sebaliknya, semakin kecil *margin of*

safety maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan menderita kerugian, sehingga dalam kondisi ini manajemen akan melakukan perubahan terhadap harga jual, biaya variabel dan biaya tetap untuk meningkatkan rasio margin kontribusi terhadap penjualan sehingga perusahaan semakin jauh dari resiko kerugian.

2.2.7 Pengertian Laba

Pengertian laba secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu. Laba sering digunakan sebagai suatu dasar untuk pengenaan pajak, kebijakan deviden, pedoman investasi serta pengambilan keputusan dan unsur prediksi (Harnanto, 2003: 444).

Pengertian laba menurut Harahap (2008: 113) “kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi”. Laba dapat dinyatakan dalam persamaan berikut :

$$Y = cx - bx - a$$

Dimana:

Y = Laba

x = Jumlah produk yang dijual

c = Harga jual per unit

b = Biaya variabel (VC)

a = Biaya tetap (FC)

Menurut Carter (2009: 5), Dalam menentukan tujuan laba, manajemen sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor berikut :

1. Laba atau rugi yang dihasilkan dari volume penjualan tertentu
2. Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup semua biaya plus menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar dividen serta menyediakan dana bagi kebutuhan bisnis masa depan
3. Titik impas

4. Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang
5. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba
6. Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan.

Adapun untuk mencapai laba yang maksimal mungkin dapat dilakukan beberapa langkah yaitu :

1. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah-rendahnya dengan mempertahankan tingkat harga kualitas dan kuantitas.
2. Menentukan harga jual per unit sesuai dengan laba yang diinginkan.
3. Meningkatkan volume kegiatan/operasional semaksimal mungkin.

Dari ketiga langkah tersebut, tidak dapat dilakukan secara terpisah-pisah karena tiga faktor tersebut mempunyai hubungan yang erat dan saling berkaitan. Pengaruh salah satu faktor akan membawa akibat terhadap seluruh kegiatan operasi. Oleh karena itu struktur laba dari perusahaan sering dilukiskan dalam *Break even Point* chart, sehingga chart ini dapat dengan mudah dipahami hubungan antara biaya, volume kegiatan dan laba secara lebih mudah.

2.2.8 Perencanaan Laba

Perencanaan laba (*Profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan Carter (2009: 4).

“Perencanaan laba merupakan perencanaan kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implementasi keuangannya dalam bentuk proyeksi perhitungan laba-rugi, neraca, kas, dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. perencanaan laba yang baik adalah sulit, karena ada kekuatan-kekuatan eksternal yang mempengaruhi bisnis. kekuatan-kekuatan ini mencakup perubahan dalam teknologi, tindakan, pesaing, ekonomi, demografi, selera serta

preferensi pelanggan, perilaku sosial, serta faktor-faktor politik. kekuatan-kekuatan ini umumnya berada di luar kendali perusahaan, dan besaran serta arah perubahan sering kali sulit untuk diprediksi” Carter (2009: 4).

Dengan melihat perkembangan faktor-faktor tersebut maka seorang manajer harus berhati-hati dalam setiap pengambilan keputusan yang sebelumnya telah direncanakan.

Sebelum laba di peroleh maka terlebih dahulu dilakukan perhitungan titik impas atau *Break even Point* dalam kondisi ini dimana jumlah biaya total sama dengan pendapatan total atau dalam arti lain perusahaan tidak rugi dan tidak mengalami laba, selanjutnya melihat bagaimana pendekatan ini dapat dikembangkan untuk perencanaan laba dengan menentukan jumlah unit yang harus dijual guna menghasilkan laba yang diharapkan.

Adapun manfaat perencanaan laba Menurut Carter (2009: 7), adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah. Hal ini memungkinkan adanya peluang untuk menilai kembali setiap segi operasi dan memeriksa kembali kebijakan program.
2. Perencanaan laba menyediakan arahan ke semua tingkatan manajemen. hal ini membantu mengembangkan kesadaran akan laba diseluruh lapisan organisasi dan mendorong kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. hal ini menyediakan suatu cara untuk menyelaraskan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen. keahlian dan pengetahuan dari semua manajer dibutuhkan untuk mengembangkan rencana yang paling efektif. Partisipasi dari semua tingkatan membantu mengeluarkan ide-ide dan menyediakan suatu cara untuk mengkomunikasikan tujuan serta

memperoleh dukungan atas rencana akhir.

5. Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja actual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu. hal ini mendorong manajer untuk merencanakan dan berkinerja secara efisien.

“Aset perusahaan ditanam dalam sebuah proyek dengan tujuan untuk memperoleh laba. laba yang diharapkan dari investasi tersebut disebut target laba. analisis kos-volume-laba dapat digunakan sebagai alat untuk menghitung jumlah unit produk yang seharusnya dijual agar perusahaan memperoleh sejumlah target laba tertentu” (Sugiri, 2009: 110). Selanjutnya untuk mengetahui jumlah penjualan dalam menentukan target laba yang ingin dicapai adalah dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi per unit}}$$

Sumber : Sugiri, Akuntansi Managemen (2005: 110)

Menurut Carter (2009: 5) Perencanaan laba ada dua jika dilihat dari periode pelaksanaannya, diantaranya:

1. Perencanaan laba jangka pendek
Perencanaan jangka pendek dapat mencakup periode 3, 6, atau 12 bulan, bergantung pada karakteristik bisnis. beberapa organisasi menggunakan anggaran kontinu, dimana suatu bulan atau kuartal di masa depan ditambahkan ketika setiap bulan atau kuartal lama berakhir. dengan demikian, anggaran untuk keseluruhan periode direvisi dan diperbaharui setiap bulan atau kuartal, untuk memaksa manajemen berpikir terus-menerus mengenai rencana jangka pendek.
2. Perencanaan laba jangka panjang

Rencana jangka panjang didefinisikan sebagai "proses yang kontinu untuk membuat keputusan-keputusan sekarang secara sistematis dan, dengan pengetahuan terbaik yang memungkinkan mengenai dampak di masa depan, mengorganisasikan sesistematis usaha-usaha yang diperlukan untuk melaksanakan keputusan-keputusan tersebut, dan mengukur hasil dari keputusan-keputusan ini terhadap ekspektasi melalui umpan balik yang terorganisir dan sistematis. Dalam perencanaan jangka panjang, manajemen berusaha untuk menemukan urutan kejadian yang paling mungkin. tetapi yang terpenting adalah fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi terhadap kondisi yang terus berubah.

2.2.9 Perubahan - perubahan yang Mempengaruhi *Break Even*

Salah satu aspek yang penting dalam analisis biaya, volume dan laba adalah perubahan beberapa variabel penentu yang mempengaruhi laba. Faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisis biaya, volume dan laba antara lain biaya tetap, biaya variabel, harga jual dan komposisi penjualan. Dijelaskan sebagai berikut.

1. Perubahan total biaya tetap

Biaya tetap dapat saja berubah dari tahun anggaran ke tahun anggaran berikutnya. seringkali manajemen mempertimbangkan kenaikan biaya tetap dengan mengharapkan kenaikan volume penjualan (Sugiri, 2009: 113). Perubahan total biaya tetap mempengaruhi total biaya dan laba juga secara langsung akan mempengaruhi jumlah *break even point* karena biaya tetap merupakan jumlah yang harus ditutupi oleh kelebihan penjualan atas biaya variabel.

2. Perubahan biaya variabel per unit

Perusahaan tidak selalu dapat menaikkan harga jual. kemampuan pesaing dalam pasar dapat mencegah keputusan menaikkan harga jual tersebut. jadi untuk mempertahankan atau menaikkan target laba, manager harus mengurangi biaya (Sugiri, 2009: 112). Perubahan biaya variabel per unit akan mempengaruhi total biaya dan laba perusahaan. Perubahan biaya variabel per unit ini berpengaruh juga terhadap *contribution margin* dan *break even*. Biaya variabel akan berubah-ubah mengikuti jumlah produk yang akan diproduksi.

3. Perubahan harga jual per unit

Menaikkan harga jual adalah salah satu keputusan yang mungkin dilakukan oleh seorang manager. jika alternatif ini ditempuh, maka harus dipertimbangkan kemungkinan terjadinya penolakan konsumen terhadap kenaikan harga jual tersebut. (Sugiri, 2009: 111). Perubahan ini mempunyai pengaruh langsung terhadap penerimaan pendapatan perusahaan. Jika besarnya *break even point* berubah maka jumlah laba juga akan berubah. Perubahan harga jual juga akan mempengaruhi volume penjualan.

4. Perubahan volume penjualan

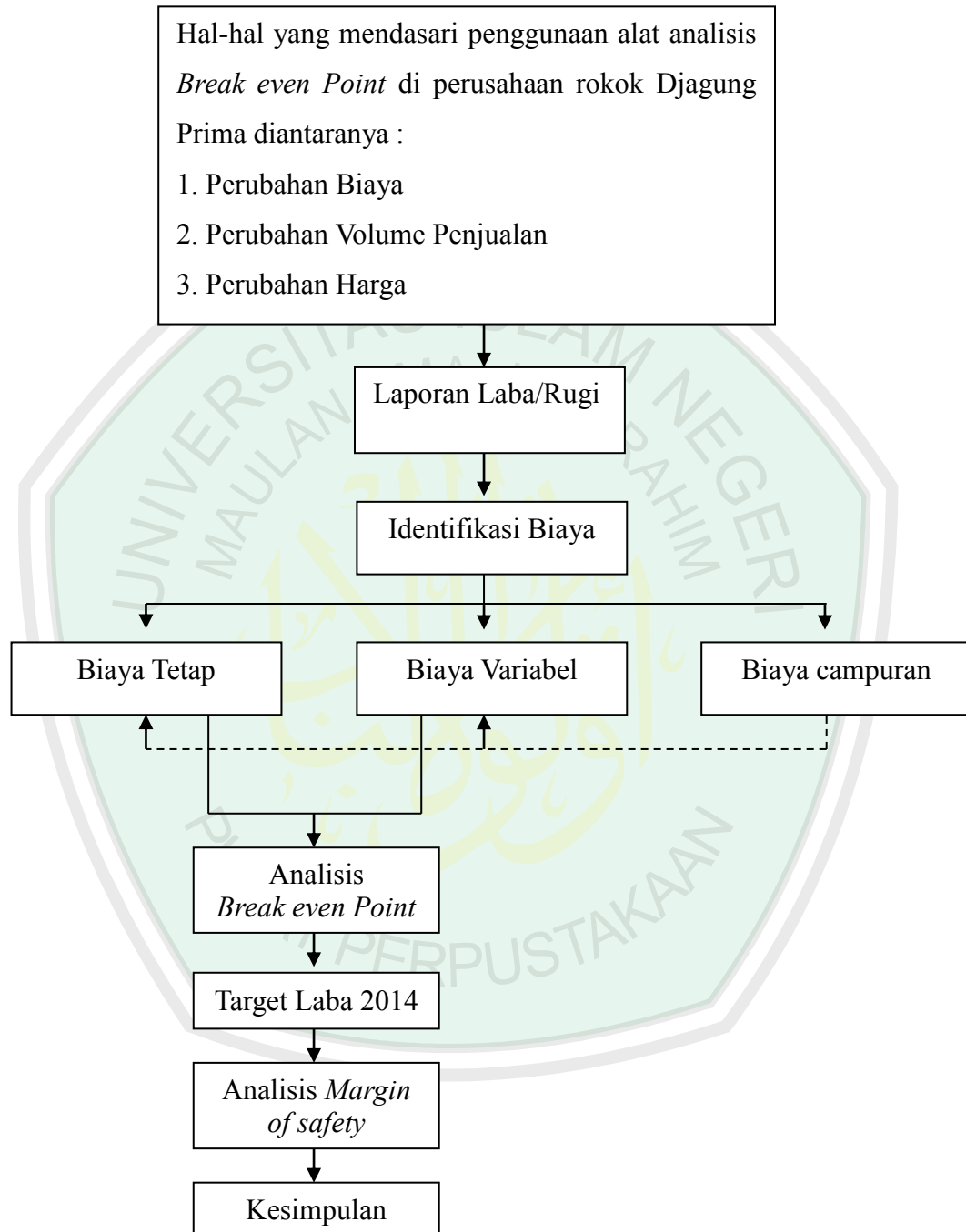
Perubahan volume penjualan pada umumnya akan mempengaruhi total biaya dan laba perusahaan. Volume penjualan harus berdasarkan pada seberapa besar kapasitas produksi yang mampu dihasilkan oleh perusahaan.

5. Perubahan Komposisi Penjualan

Perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam produk, maka analisis break even dapat diterapkan untuk seluruh produk yang diproduksi. Apabila komposisi tiap barang yang dijual berubah maka perlu dilakukan perhitungan break even yang baru. Perusahaan yang menjual dan memproduksi lebih dari satu jenis produk akan mendapatkan komposisi margin kontribusi berbeda disebabkan komposisi penjualan yang berbeda.



2.3 Kerangka Berfikir



Keterangan :

*----- Penggolongan Biaya campuran kedalam biaya tetap dan biaya variabel