

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Manajemen

1. Pengertian Akuntansi Manajemen

Ilmu akuntansi merupakan ilmu yang memiliki dua tipe cabang yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi manajemen (management accounting) adalah proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen (orang yang bertanggungjawab atas operasional perusahaan) untuk melakukan perencanaan (planning), pengendalian (controlling), pengambilan keputusan (decision-making), dan penilaian kinerja organisasi atau perusahaan (Firmansyah et al., 2020). Berbeda dengan akuntansi keuangan yang menyediakan informasi bagi pihak eksternal, akuntansi manajemen lebih berfokus kepada penyediaan informasi keuangan maupun non-keuangan untuk pihak internal perusahaan. Informasi yang didapatkan, berguna sebagai landasan dalam pengambilan keputusan atau mengevaluasi berbagai alternatif keputusan oleh manajer atau pihak yang berkepentingan. Akuntansi manajemen mengolah dan menyajikan informasi keuangan bagian-bagian dari suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan manajer tertentu dalam suatu perusahaan (Firmansyah et al., 2020).

2. Tujuan Akuntansi Manajemen

Adapun tujuan akuntansi manajemen menurut (Firmansyah et al., 2020) meliputi:

- a. Menyediakan informasi yang dipergunakan dalam menghitung harga pokok jasa, harga pokok produk, dan tujuan lain yang diinginkan oleh manajemen.
- b. Menyediakan informasi yang dipergunakan dalam perencanaan, pengendalian, pengevaluasian dan perbaikan berkelanjutan.
- c. Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan.

Dari beberapa tujuan di atas, dapat disimpulkan bahwa peran akuntansi manajemen cukup penting dalam aktivitas operasional perusahaan, informasi yang ada dalam akuntansi manajemen berguna bagi manajer ataupun pihak internal perusahaan lainnya.

2.2 Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Dalam dunia bisnis, penjualan didefinisikan sebagai proses menawarkan produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai target pendapatan perusahaan. Menurut (Linda puspitasari, 2018), penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi a dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk

menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Perencanaan penjualan biasanya diimplementasikan dalam bentuk rencana kerja serta rencana penggunaan sumber ekonomi dalam suatu anggaran baik untuk jangka pendek maupun panjang (Rachman et al., 2024). Oleh karena itu, keberhasilan penjualan sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam membangun hubungan dengan konsumen dan memahami dinamika pasar.

Dalam sektor pangan, penjualan beras memiliki karakteristik yang khas karena beras merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Permintaan terhadap beras relatif stabil, namun harga dapat berubah-ubah dipengaruhi oleh faktor musim, ketersediaan stok, dan kebijakan pemerintah. Untuk mencapai penjualan yang maksimal, manajemen perusahaan tentunya harus menetapkan strategi penjualan yang efektif. Strategi penjualan yang efektif melibatkan pemahaman terhadap perilaku konsumen, segmentasi pasar, serta penggunaan media promosi yang tepat. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengelola pasokan dan distribusi secara efisien agar tetap kompetitif.

2. Keterkaitan Penjualan dengan Laba dan BEP

Dalam konteks analisis BEP, penjualan menjadi variabel yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan laba perusahaan. Untuk dapat memperoleh keuntungan, penjualan harus melebihi titik impas atau BEP

yang telah ditentukan. Dalam penelitian dengan judul “Analisis *Break Even Point* (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba” oleh (Fauzi et al., 2024) mengungkapkan hubungan erat antara penetapan *Break Even Point* dengan pencapaian laba optimal, membuka peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional, serta menghadapi perubahan pasar dengan lebih adaptif. Penentuan BEP memungkinkan manajer untuk mengevaluasi tingkat penjualan minimum yang diperlukan agar bisnis tetap beroperasi tanpa mengalami kerugian. Kesimpulannya, penjualan, laba, dan BEP saling berkaitan erat, sehingga BEP dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk menentukan batas minimum penjualan agar tidak rugi, dan setiap penjualan di atas BEP akan menambah laba perusahaan.

2.3 Manajemen Laba

Laba merupakan indikator utama dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Laba dapat diartikan sebagai selisih dari total pendapatan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan total biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan (Rusmayanti, 2021). Laba dapat digunakan untuk mengukur efisiensi kegiatan operasional dan keberhasilan manajemen dalam menjalankan strategi bisnis. Perusahaan akan menggunakan berbagai cara dalam upaya pencapaian target laba yang sudah ditentukan, yakni dengan menjalankan manajemen laba, sehingga laba yang diungkapkan perusahaan menjadi lebih tinggi (Kartika, 2020). Manajemen laba tidak hanya terbatas pada manipulasi data akuntansi yang sering dianggap negatif, tetapi juga mencakup pengelolaan dan pengendalian laba secara strategis.

Dalam konteks ini, manajemen laba menyusun perencanaan, mengatur biaya, dan mengarahkan operasional perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan. Dalam kaitannya dengan analisis BEP, laba sangat erat hubungannya karena BEP menunjukkan titik impas antara pendapatan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Saat perusahaan telah mencapai titik BEP, setiap unit produk yang dijual akan menghasilkan keuntungan. Dengan demikian, analisis BEP dapat dijadikan alat untuk merencanakan laba secara kuantitatif dan menentukan strategi penjualan yang tepat. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat mengetahui target penjualan minimum untuk menghindari adanya kerugian dan mengetahui target penjualan yang ideal untuk memperoleh laba yang diharapkan.

2.4 Perencanaan Laba

1. Pengertian Perencanaan Laba

Setiap perusahaan tentunya memiliki tujuan untuk menghasilkan laba yang optimal untuk menjaga kestabilan kondisi keuangannya. Perencanaan laba yang tepat, menjadi tanggung jawab pihak manajemen keuangan dalam setiap perusahaan. Perencanaan laba merupakan suatu proses sistematis yang dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan target laba yang diinginkan. Menurut (Chalil, 2018), perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk tindakan yang harus diambil untuk mewujudkan laba tersebut.

Dalam penelitian lain, mengungkapkan bahwa perencanaan laba gunanya bagi perusahaan adalah untuk mengestimasi seberapa besar laba yang diinginkan oleh perusahaan untuk dicapai di tahun yang akan datang (Magu et al., 2022). Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang (Samahati, 2013). Dengan adanya perencanaan laba yang baik, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada dan meningkatkan aktivitas operasionalnya guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki sistem perencanaan laba yang baik dan matang agar laba yang diperoleh sesuai dengan yang sudah ditargetkan.

Berikut adalah beberapa alat analisis yang umum digunakan untuk menentukan perencanaan laba dalam dunia bisnis dan akuntansi manajerial :

1. Analisis *Break Even Point* (BEP)

Analisis *Break Even Point* adalah suatu teknik untuk menentukan sebuah titik, baik dalam satuan rupiah maupun unit, untuk menentukan perencanaan tingkat keuntungan di mana terdapat hubungan antara penerimaan total, biaya total, dan laba total perusahaan pada berbagai tingkat output (Manuho et al., 2021). Alat analisis ini membantu perusahaan mengetahui volume penjualan minimal yang diperlukan untuk mencapai titik impas agar tidak

mengalami kerugian. BEP juga dapat membantu manajemen dalam merencanakan laba dengan memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan harga jual produk. Metode ini umumnya digunakan untuk menentukan perencanaan laba jangka pendek dan menentukan target penjualan. Metode perhitungannya dibagi menjadi dua jenis, yaitu perhitungan BEP dalam unit dan perhitungan BEP dalam rupiah.

2. Analisis *Cost Volume Profit* (CVP)

Analisis *cost, volume, profit* (CVP) adalah sebuah metode akuntansi biaya (*cost accounting*) yang memberikan pemahaman secara komprehensif antara tingkat biaya dan volume terhadap laba operasional perusahaan (Pramudya, 2023). Metode analisis ini seringkali digunakan untuk pengambilan keputusan tentang penetapan harga, mix produk, dan pengendalian harga. Secara garis besar, komponen-komponen utama yang mempengaruhi laba perusahaan antara lain volume penjualan, harga jual produk, biaya tetap, biaya variabel, dan laba. CVP berfungsi untuk menentukan target penjualan untuk mencapai laba tertentu dan mengevaluasi dampak perubahan biaya atau harga.

3. *Margin of Safety* (MoS)

Margin of Safety adalah perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan pada titik impas. Manajer dapat menggunakan *Margin of Safety* untuk mengetahui sejauh mana penjualan dapat menurun

sebelum perusahaan atau proyek menjadi tidak menguntungkan (Lyman, 2023). Analisis MoS berguna untuk mengukur selisih antara penjualan yang direncanakan dengan metode BEP. Dengan kata lain, MoS menunjukkan seberapa jauh penjualan bisa turu sebelum perusahaan mengalami kerugian. Analisis berguna untuk menilai risiko kegagalan dari pencapaian laba yang telah direncanakan.

2. Manfaat Perencanaan Laba

Menurut (Pelu et al., 2021), perencanaan laba atau penganggaran mempunyai manfaat bagi perusahaan yaitu:

- a. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan permasalahan.
- b. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil suatu keputusan.
- c. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba
- d. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana saling berkaitan.
- e. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaharui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.

Analisis *Break Even Point* memiliki peranan yang penting dalam membantu manajemen perusahaan untuk mengambil setiap keputusan dengan lebih terinformasi.

2.5 Break Even Point (BEP)

1. Pengertian *Break Even Point*

Dari berbagai sumber literatur, *Break Even Point* diakui sebagai salah satu alat analisis keuangan yang penting bagi perusahaan karena membantu menganalisis titik impas secara akurat. *Break Even Point* (BEP) merupakan kondisi yang bisa terjadi pada perusahaan, yaitu suatu kondisi perusahaan dalam operasionalnya tidak mendapat keuntungan dan juga tidak menderita kerugian. Dengan kata lain, antara pendapatan dan biaya ada pada kondisi yang sama, sehingga laba perusahaan adalah nol ($\text{penghasilan} = \text{total biaya}$) (Manuho et al., 2021). Dalam penelitian lain, analisis *Break Even Point* adalah suatu teknik untuk menentukan sebuah titik, baik dalam satuan rupiah maupun unit, untuk menentukan perencanaan tingkat keuntungan di mana terdapat hubungan antara penerimaan total, biaya total, dan laba total perusahaan pada berbagai tingkat output (Andrianto, M.Y, sudjana, 2019). BEP digunakan untuk mengetahui jumlah minimal penjualan yang harus dicapai untuk menutup biaya produksi dan operasional dan menganalisis profitabilitas sehingga dapat memberikan gambaran bagaimana seharusnya perusahaan memperoleh laba.

Analisis *Break Even Point* memiliki dua metode perhitungan yaitu BEP dalam unit dan BEP dalam rupiah. BEP dalam unit menunjukkan jumlah unit produk yang harus dijual agar perusahaan tidak untung dan tidak rugi, sedangkan BEP dalam rupiah menunjukkan jumlah pendapatan penjualan yang harus dicapai agar mencapai titik impas. Kedua metode ini membantu manajemen dalam merencanakan volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai keseimbangan finansial. Dengan memahami kedua rumus tersebut, manajemen dapat membuat keputusan yang lebih akurat dan efisien dalam mengelola operasional perusahaan.

2. Manfaat *Break Even Point*

Analisis BEP menjadi alat penting dalam perencanaan laba dan pengendalian biaya perusahaan. *Break Even Point* sangat penting untuk diketahui karena dapat dijadikan acuan dasar bagi manajemen dalam menentukan target penjualan minimum yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian. Dalam konteks pengambilan keputusan bisnis, analisis BEP membantu perusahaan dalam merencanakan volume produksi, strategi penetapan harga, serta efisiensi biaya operasional baik biaya tetap maupun biaya variabel. Secara umum manfaat analisis BEP adalah untuk mengetahui titik pulang pokok dari sebuah usaha. Informasi titik pulang pokok menyebabkan manajemen dapat mengetahui harus memproduksi atau menjual pada jumlah berapa unit agar perusahaan tidak mengalami kerugian (Manuho et al., 2021).

Menurut (Maruta, 2018), menjelaskan beberapa manfaat *Break Even Point*, yaitu :

- a. Alat perencanaan untuk menghasilkan laba.
- b. Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
- c. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan yang diproduksi, harga jual dan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga laba rugi perusahaan akan diketahui.
- d. Untuk mengetahui jumlah penjualan minimum (dalam unit produk maupun satuan uang) agar perusahaan tidak menderita rugi.
- e. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.
- f. Mengganti sistem laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan dimengerti.
- g. Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan harga jual.
- h. Sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal berikut :
 - 1) Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
 - 2) Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
 - 3) Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.

- 4) Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

Dengan mengetahui titik impas, manajemen perusahaan dapat lebih memahami bagaimana kebijakan yang lebih tepat untuk menekan biaya operasional.

2.6 Klasifikasi Biaya Operasional

Dalam dunia bisnis, biaya menjadi salah satu komponen penting dalam perencanaan dan pengambilan keputusan karena erat kaitannya dengan efisiensi dan profitabilitas suatu perusahaan. Biaya yang dikeluarkan akan mempengaruhi pada harga jual produk dan laba perusahaan. Biaya tidak selalu berupa uang tunai, melainkan bisa juga dalam bentuk aset atau barang berharga lainnya yang memiliki nilai ekonomis. Menurut (Galingging & Sitompul, 2024) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan mata uang yang terjadi atau yang mungkin terjadi untuk tujuan tertentu.

Biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa sudut pandang. Salah satunya berdasarkan perilakunya terhadap perubahan volume aktivitas penjualan. Dalam hal ini terdapat tiga macam biaya, yaitu :

1. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang bersifat konstan secara total dalam rentang yang relevan, dan semakin tinggi aktivitas maka biaya tetap besarnya akan sama dengan syarat tidak melebihi kapasitas maksimum (Kurniati et al., 2015). Biaya yang termasuk ke dalam biaya tetap yaitu biaya

gaji bagian administrasi, biaya gaji direktur, biaya sewa kantor, biaya pajak bumi dan bangunan, dan lainnya.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang akan berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas, dimana semakin tinggi aktivitas maka akan semakin tinggi pula biaya variabel yang dihasilkan (Kurniati et al., 2015). Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

3. Biaya Semi Variabel/Campuran

Biaya semivariabel dimana terdiri dari elemen biaya tetap dan biaya variabel yang dalam tiap produksi selalu terdiri dari dua elemen tersebut (Kurniati et al., 2015). Biaya semi variabel terdiri dari biaya telepon, biaya listrik dan air.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Djauhar Edi Purnomo, Akhmad Pujiono (2023)	Analisa <i>Break Even Point</i> (BEP) Pada Rice Milling Machine “Barokah” Di Tirta Kabupaten Pekalongan	Deskriptif Kuantitatif dengan pendekatan analisis BEP	<i>Break Even Point</i> (BEP) pada Rice Milling Machine Barokah digunakan untuk mengetahui jumlah minimal penjualan agar terhindar dari kerugian. Titik impas terjadi saat

				penjualan beras mencapai 16.593,17 kg (Rp149.338.556,36), dedak 90.201,63 kg (Rp360.806.549,76), dan menir 80.911,60 kg (Rp242.734.807,61) per bulan. Keuntungan baru dapat diperoleh jika total penjualan melebihi angka tersebut.
2	Siti Rohmah, Maya Fitria (2024)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba	Deskriptif Kuantitatif dengan pendekatan analisis BEP	Hasil analisis BEP pada UD. Heri Jaya menunjukkan variasi jumlah unit minimal yang harus dijual setiap tahun untuk tiga jenis kemasan beras (5 kg, 10 kg, dan 25 kg) selama periode 2018–2022. Setelah dilakukan analisis BEP terhadap perusahaan UD. Heri Jaya disimpulkan bahwa analisis BEP dapat mempermudah perusahaan untuk mengetahui seberapa besar unit yang harus dijual guna memperoleh

					laba yang diharapkan. tolong diringkas
3	Ruslang T, Sudirman (2024)	Analisis <i>Break Even Point</i> Mendorong Optimalisasi Laba Menuju Kemandirian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	Deskriptif Kuantitatif dengan pendekatan analisis BEP	Berdasarkan perhitungan analisis BEP tersebut, atas kegiatan penjualan produk beras putih, UD. Satu Putra Berlayar dapat menentukan jumlah keuntungan atas penjualan produknya hal ini menunjukkan bahwa apabila UD. Satu Putra Berlayar mau melakukan optimalisasi laba sebesar Rp10.000.000 maka penjualan minimal yang harus dilakukan adalah 6.563,29kg atau volume penjualan minimal Rp.95.145.324.	
4	Wilda Astriani, Masnawaty S, Fajriani Azis (2024)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Bumi	Deskriptif Kuantitatif dengan pendekatan analisis BEP	Berdasarkan dari analisis data dalam penelitian <i>Break Even Point</i> sebagai alat perencanaan laba pada UD. Bumi Tani, nilai <i>Break Even Point</i> terus	

	Kabupaten Luwu Utara		mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hasil perencanaan laba menunjukkan proyeksi penjualan yang harus diperoleh untuk mencapai target peningkatan laba bersih sebesar 25% pada tahun 2023, yaitu sebesar Rp62.279.891.076 atau sebanyak 6.355.091 kg volume penjualan.	
5	Fahril Jaya, Syafridayani, Mustadir (2023)	<i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD. Puncak Biru Kabupaten Bone	Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan analisis BEP	UD Puncak Biru Kabupaten Bone mendistribusikan beras ke daerah Bau - bau dan Kendari. Berdasarkan tabel yang ada dapat diketahui bahwa biaya tetap (FC) dari tahun 2020 dan 2021 masih Rp. 41.130.000,- , sedangkan biaya variabelnya pada tahun 2020-2022 mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil perhitungannya, maka jika perusahaan menginginkan laba

sebesar Rp.30.000.000,-,
maka UD Puncak Biru
Kabupaten
Bone harus
meningkatkan penjualan
sebesar Rp.
41.869.000.000,- atau
sebesar 2.990.643 Kg.

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian, 2025.