

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Informasi biaya berguna bagi manajemen untuk mengukur apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau tidak juga dapat dipakai sebagai dasar untuk merencanakan alokasi sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran. Dengan informasi biaya memungkinkan manajemen melakukan pengelolaan alokasi berbagai sumber ekonomi untuk manajemen dihasilkannya keluaran yang memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai masukan yang dikorbankan.

Pengertian biaya menurut Mulyadi (1999 : 8) dibagi dua yaitu dalam arti luas dan dalam arti sempit yaitu :

“Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang di ukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva.”

Menurut *Committee on Terminology of The American Institute of Certified* yang disadur oleh Mas`ud MC (1986 : 36) mengemukakan pengertian biaya adalah sebagai berikut :

“*Cost* adalah jumlah yang diukur dalam bentuk keuangan dari kas yang dikeluarkan atau kekayaan yang dipindahkan, saham yang dikeluarkan atau hutang yang dibentuk dalam hubungannya dengan barang atau jasa yang diperoleh. Dengan kata lain *cost* adalah nilai yang diukur dengan uang untuk memperoleh barang atau jasa.”

Sedangkan menurut Ajang Mulyadi (2002 : 23) pengertian biaya sebagai berikut : “Biaya adalah kas atau setara kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat, baik sekarang maupun masa yang akan datang.”

Dari definisi tersebut terdapat unsur-unsur pokok biaya yaitu :

1. Tidak dapat dihindarkan, artinya jika untuk memperoleh manfaat tertentu kita harus mengeluarkan sejumlah uang atau setara kas, maka pengeluaran tersebut termasuk biaya.
2. Dapat diduga sebelumnya.
3. Sesuatu yang menjadi dasar pengeluaran atau tujuan tertentu.
4. Diukur dalam satuan uang.

Berdasarkan pengertian dari beberapa pakar maka dapat disimpulkan bahwa pengertian biaya adalah pengorbanan sumber daya yang dapat diukur dalam satuan uang untuk mencapai manfaat atau tujuan tertentu baik sekarang maupun yang akan datang yang sifatnya tidak bisa dihindari dan dapat diduga sebelumnya.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Biaya (*cost*) dapat diklasifikasikan dalam berbagai cara dengan tujuan-tujuan yang berbeda :

1. Menurut Objek Pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar,

maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar.

2. Menurut Fungsi Pokok perusahaan

Pada dasarnya fungsi pokok perusahaan dapat diklasifikasikan kedalam tiga macam, yaitu :

a. Biaya Produksi

Biaya produksi yaitu biaya-biaya yang pengorbanannya terkait dengan proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya produksi terdiri dari :

- 1) Biaya bahan baku (*direct materials*)
- 2) Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*)
- 3) Biaya overhead pabrik (*manufacturing overhead*)

b. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran yaitu biaya-biaya yang pengorbanannya terkait dengan keseluruhan proses penjualan barang. Biaya pemasaran antara lain :

- 1) Biaya iklan
- 2) Biaya gaji karyawan penjualan
- 3) Komisi penjualan
- 4) Biaya transportasi penjualan, dan lain-lain

c. Biaya Administrasi Umum

Biaya administrasi umum yaitu biaya-biaya diluar produksi dan biaya pemasaran. Administrasi umum merupakan fungsi perusahaan yang memberikan dukungan terhadap fungsi produksi dan fungsi pemasaran.

3. Menurut Hubungan Antara Biaya dan Objek Biaya

Berdasarkan hal ini biaya dibedakan menjadi dua kelompok yaitu :

a. Biaya langsung (*Direct Cost*)

Biaya langsung yaitu biaya-biaya yang pengorbanannya terkait langsung atau dimaksudkan untuk satu objek biaya. Contohnya : biaya bahan baku dan biaya upah langsung.

b. Biaya Tidak langsung (*Indirect Cost*)

Biaya Tidak langsung yaitu biaya-biaya yang pengorbanannya terkait dengan lebih dari satu objek biaya.

4. Menurut Perilaku Biaya Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Pada Pemicu Biaya

Klasifikasi biaya berdasarkan pada perilaku biaya jika terjadi perubahan pada pemicu biaya sangat berkaitan dengan perencanaan laba dan analisa titik impas. Seperti kita ketahui bahwa pemicu biaya adalah segala sesuatu yang mempengaruhi jumlah biaya. Artinya disini biaya ini secara langsung berhubungan dengan perubahan volume produksi. Berdasarkan hal itu maka kita mengenal tiga macam biaya, yakni :

a. Biaya Variabel

Mulyadi (1999 : 16) mengemukakan biaya variabel adalah “biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.”

Sedangkan menurut Soehardi Sigit (1996 : 4) pengertian biaya variabel adalah “jenis-jenis biaya yang naik turun bersama-sama dengan

volume kegiatan. Produksi bertambah, bertambah pula biaya variable. Produksi turun, turun pula biaya variable.”

Pengertian lain biaya variable menurut Mas`ud MC (1986 : 42) adalah sebagai berikut :

Biaya variabel yaitu biaya yang bervariasi langsung (proporsional) dengan kuantitas (volume) produksi (penjualan) apabila kuantitas yang diproduksi naik (bertambah) maka biaya ini naik (bertambah) sebesar perubahan kuantitas dikalikan biaya variable per satuan dan sebaliknya apabila turun.

Sedangkan Ajang Mulyadi (2002 : 27) mengartikan biaya variable sebagai berikut :

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang jumlahnya berubah secara proporsional mengikuti perubahan pemicu biaya. Jika terjadi kenaikan 10% pada pemicu biaya maka jumlah biaya terkait akan ikut naik dengan proporsi yang sama yaitu 10%.

Dari pengertian dapat dijelaskan bahwa biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volume produksi. Semakin besar kegiatan produksi/volume produksinya, maka semakin besar pula biaya variabelnya. Dan sebaliknya semakin kecil kegiatan produksi/volume produksinya maka semakin kecil pula biaya variabelnya.

Adapun jenis-jenis biaya variabel menurut Mulyadi (1999 : 510) :

a. *Engineered Variable Costs*

Engineered cost adalah biaya yang memiliki hubungan fisik tertentu dengan ukuran kegiatan tertentu. Hampir semua biaya variabel merupakan *engineered cost*. *Engineered variable cost* merupakan biaya yang antara masukan dan keluarannya (yang diukur dengan volume penjualan, jasa, atau produk) mempunyai hubungan yang erat dan nyata.

Jika masukan (biaya) berubah maka keluaran akan berubah sebanding dengan perubahan masukan tersebut. Sebaliknya jika keluaran berubah maka masukan (biaya) akan berubah sebanding dengan perubahan keluaran tersebut. Contoh *engineered variable cost* adalah biaya bahan baku.

b. Discretionary Variable Costs

Kadang-kadang orang menganggap bahwa *engineered cost* sama dengan biaya variabel. Telah disebutkan diatas bahwa hampir semua biaya variabel merupakan *engineered costs*, tetapi ada beberapa biaya variabel yang pantas untuk dikelompokkan ke dalam *discretionary variable costs*.

Hal ini disebabkan karena *discretionary variable costs* tersebut bersifat variabel, berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan karena manajemen memtuskan kebijakan demikian.

Dengan kata lain, *discretionary variable cost* merupakan biaya yang masukan dan keluarannya memiliki hubungan erat namun tidak nyata (bersifat artificial). Jika keluaran berubah maka masukan akan berubah sebanding dengan perubahan keluaran tersebut. Namun, jika masukan berubah, keluaran belum tentu berubah dengan adanya perubahan masukan tersebut. Sebagai contoh adalah biaya iklan yang ditetapkan oleh manajemen puncak sebesar 2% dari hasil penjualan akan berubah sebanding dengan perubahan volume penjualan. Karena biaya ini berperilaku variabel atas kebijakan manajemen (tidak berperilaku variabel

secara nyata) maka jika biaya iklan dinaikan belum tentu akan mengakibatkan kenaikan volume penjualan.

b. Biaya Tetap

Kebalikan dari biaya variabel adalah biaya tetap. Menurut Mas`ud MC (1986 : 43) pengertian biaya tetap adalah “biaya yang tetap jumlah totalnya walaupun jumlah yang diproduksi/dijual berubah-ubah dalam kapasitas normal.”

Sedangkan Soehardi Sigit (1996 : 4) mengemukakan bahwa biaya tetap atau fixed asset adalah “jenis-jenis biaya yang selama satu periode kerja adalah tetap jumlahnya, dan tidak mengalami perubahan.”

Menurut Ajang Mulyadi (2002 : 27) biaya tetap adalah “biaya-biaya yang jumlahnya konstan pada rentang relevan tertentu. Perubahan pemicu biaya tidak mempengaruhi biaya tetap selama perubahan itu berada dalam rentang relevan.”

Sedangkan menurut Mulyadi (1999 : 17) biaya tetap adalah “biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu.”

Berdasarkan dari beberapa pengertian, maka dapat disimpulkan bahwa biaya tetap adalah biaya yang harus dikorbankan tanpa memperhatikan aktivitas kegiatan produksi artinya dalam hal ini ketika perusahaan tidak beroperasi pun biaya tetap ada. Contoh dari biaya tetap adalah biaya sewa, dimana biaya ini tetap akan dibayar meskipun perusahaan tidak beroperasi.

Menurut Mulyadi (1999 : 507) biaya tetap atau biaya kapasitas merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu. Besar biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen.

Adapun jenis biaya tetap menurut Mulyadi (1999 :508) adalah sebagai berikut :

a. *Committed Fixed Costs*

Committed fixed costs sebagian besar berupa biaya tetap yang timbul dari pemilikan pabrik, ekuipmen, dan organisasi pokok. Perilaku *committed fixed costs* ini dapat diketahui dengan jelas dengan mengamati biaya-biaya yang tetap dikeluarkan jika seandainya perusahaan tidak melakukan kegiatan sama sekali dan akan kembali ke kegiatan normal (misalnya selama pemogokan karyawan atau kekurangan bahan yang memaksa perusahaan menutup sama sekali kegiatan pabriknya).

Dalam hal ini *committed fixed cost* berupa semua biaya yang tetap dikeluarkan, yang tidak dapat dikurangi guna mempertahankan kemampuan perusahaan di dalam memenuhi tujuan-tujuan jangka panjangnya. Contoh *committed fixed costs* adalah biaya depresiasi, pajak bumi dan bangunan, sewa, asuransi, dan gaji karyawan utama. Pengaruh keputusan dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun terhadap *committed fixed cost* ini adalah kecil sekali. Biaya ini terutama dipengaruhi oleh ramalan penjualan jangka panjang.

b. *Discretionary Fixed Costs*

Discretionary fixed costs merupakan biaya yang timbul dari keputusan penyediaan anggaran secara berkala (biasanya tahunan) yang secara langsung

mencerminkan kebijakan manajemen puncak mengenai jumlah maksimum biaya yang diizinkan untuk dikeluarkan, dan yang tidak dapat menggambarkan hubungan yang optimum antara masukan dan keluaran (yang diukur dengan volume penjualan, jasa, atau produk).

Discretionary fixed cost sering juga disebut dengan istilah managed atau programmed kegiatan. *Discretionary fixed cost* tidak mempunyai hubungan tertentu dengan volume kegiatan. Contoh dari biaya ini adalah biaya riset dan pengembangan, biaya iklan, biaya promosi penjualan, biaya program latihan karyawan, dan biaya konsultan. Berbeda dengan *committed fixed cost* yang sulit dikurangi dalam jangka pendek, *discretionary fixed costs* ini dapat dihentikan sama sekali pengeluarannya atas kebijakn manajemen.

Discretionary fixed costs tidak dapat dihubungkan dengan keluarannya, karena tidak adanya hubungan antara masukan dengan keluaran, atau adanya perbedaan waktu keluaran yang diperoleh dengan biaya yang dikorbankan untuk memperoleh keluaran. Sebagai contoh, biaya pelatihan karyawan sulit diukur keluarannya secara kuantitatif, sehingga sulit untuk menentukan jumlah yang optimum biaya pelatihan karyawan. Biaya iklan dan promosi yang dikeluarkan dalam tahun anggaran tertentu, seringkali membuahkan hasil dalam tahun anggaran yang lain, bahkan seringkali tidak dapat ditentukan hasilnya.

c. Biaya Semivariabel

Mulyadi (1999 : 16) mengemukakan pengertian biaya semivariabel adalah “biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.”

Menurut Mas`ud MC (1986 : 43) pengertian biaya semivariabel adalah “jenis-jenis biaya yang jumlahnya berubah-ubah dalam hubungannya dengan perubahan kuantitas yang diproduksi tetapi perubahannya tidak proporsional.”

Sedangkan Ajang Mulyadi (2002 : 27) mengartikan biaya semivariabel adalah sebagai berikut :

Biaya semivariabel adalah biaya-biaya yang memiliki unsur biaya tetap dan biaya variabel. Jika terjadi perubahan volume pemicu biaya, maka biaya semivariabel akan turut berubah tetapi perubahannya tidak proporsional dengan perubahan pemicu biayanya.

Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa biaya semivariabel adalah jenis biaya yang memiliki unsur biaya tetap dan biaya variabel dan jumlahnya berubah tetapi tidak proporsional atau sebanding dengan perubahan volume produksi. Sebagai contoh tarif telepon. Biaya abodemen sebesar Rp. 25.000,- per bulan ditambah Rp. 150,- per menit percakapan. Jika dalam satu bulan dilakukan percakapan 10 jam, maka biaya yang harus dibayarkan adalah Rp. 115.000,- terdiri dari Rp. 25.000,- biaya tetap dan Rp. 90.000,- biaya variabel. Jika pada bulan yang lain dilakukan percakapan 15 jam (naik 50%) maka biaya yang harus dibayar adalah Rp. 160.000,- terdiri dari Rp. 25.000,- biaya tetap dan Rp. 135.000,- biaya variabel. Jadi hanya ada kenaikan jumlah biaya sekitar 39%.

Biaya semivariabel pada umumnya biaya total naik dengan adanya kenaikan kuantita tetapi biaya per unit turun, kenaikan total dan penurunan per unit tidak proporsional (Mas`ud MC, 1986 : 44).

2.2 Analisis Titik Impas

2.2.1 Pengertian Analisis Titik Impas

Apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah titik impas dalam perusahaan tersebut. Masalah titik impas baru muncul apabila suatu perusahaan disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Pengertian titik impas menurut Menurut Mas`ud MC (1986 : 125) adalah “suatu keadaan dimana jumlah penjualan sama dengan jumlah biaya atau keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi atau laba perusahaan sama dengan nol”

Sedangkan pengertian titik impas menurut Ajang Mulyadi (2002 : 51) adalah :

Titik impas (break even point) adalah suatu keadaan dimana jumlah penghasilan sama dengan jumlah biaya. Karena jumlah penghasilan sama dengan jumlah biaya, maka pada keadaan impas perusahaan belum memperoleh laba tetapi tidak menderita rugi. Atau dengan kata lain, dalam keadaan impas laba = 0.

Berdasarkan pengertian titik impas dapat dikatakan suatu perusahaan dikatakan *Break Even* atau impas apabila di dalam suatu kegiatan perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi artinya setelah dibuat perhitungan rugi-laba dari suatu periode kerja atau dari suatu kegiatan usaha tertentu, perusahaan itu tidak memperoleh laba, tetapi juga tidak menderita kerugian. Jadi laba tidak, rugi pun tidak. Juga dapat dikatakan bahwa labanya nol, atau ruginya adalah nol. Jika perusahaan itu memperoleh hasil dari penjualan atau seluruh penghasilan dijumlahkan, jumlah itu sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikorbankan. Jadi seluruh penghasilan sama besarnya dengan biayanya.

Hubungan antara besarnya pengeluaran investasi (total biaya) dengan volume yang diperlukan untuk mencapai *profitabilitas* (kemampulabaan) dikenal dengan analisis titik impas yang merupakan teknik analisa di dalam mencari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume kegiatan dan laba. Adapun beberapa pengertian analisa titik impas menurut para ahli adalah sebagai berikut :

Menurut Mulyadi (2001 : 232) : “Analisis titik impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol).”

Sedangkan Menurut Soehardi Sigit (1996 : 1) :

Analisis *break even* adalah suatu cara atau suatu teknik yang digunakan oleh seorang petugas/manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume (jumlah) penjualan dan volume produksi berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba.

Menurut Adna Bokim (1990 : 173) :

Dalam pengertian sempit, analisis titik seri merupakan sistem penentuan tingkat operasi yang jumlah pendapatannya sama dengan jumlah biaya. Dalam pengertian luas, analisis titik seri merupakan suatu sistem analisis yang dapat dipergunakan untuk menentukan kemungkinan keuntungan pada setiap tingkat operasi.

Berdasarkan beberapa pengertian, jadi dapat disimpulkan bahwa analisis titik impas adalah suatu teknik untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Dengan menggunakan analisis ini maka dapat diketahui kaitan/hubungan dan dampaknya antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya lainnya yang variabel dan yang tetap, serta laba dan ruginya.

2.2.2 Perhitungan Titik Impas

Ada dua cara untuk menentukan titik impas yaitu dengan pendekatan teknik persamaan dan dengan pendekatan grafis.

a. Pendekatan Teknik Persamaan

Penentuan impas dengan teknik persamaan dilakukan dengan mendasarkan pada persamaan pendapatan sama dengan biaya ditambah laba. Perhitungan titik impas dengan teknik persamaan dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = cx - bx - a$$

Keterangan : Y : Laba

c : Harga jual per satuan

b : Biaya variabel per satuan

a : Biaya tetap

x : Jumlah produk yang dijual

(Mulyadi, 2001 : 233)

Berdasarkan definisi bahwa suatu perusahaan akan mencapai keadaan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya (laba = 0, $y = 0$) atau kalau dinyatakan dalam persamaan adalah sebagai berikut :

$$0 = cx - bx - a$$

$$cx = bx + a$$

Persamaan tersebut diselesaikan sebagai berikut :

$$cx = bx + a \quad (\text{pendapatan penjualan} = \text{biaya})$$

$$cx - bx = a \quad (\text{laba kontribusi} = \text{biaya tetap})$$

$$x' = \frac{a}{c-b} \quad (\text{impas (dalam satuan produk)} = \text{biaya tetap dibagi dengan selisih antara harga jual per satuan dengan biaya variabel per satuan})$$

x' = kuantitas yang dijual pada keadaan impas

Jadi rumus perhitungan impas dalam satuan produk yang dijual adalah :

$$\text{Impas} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}} \quad (\text{Mulyadi, 2001 : 234})$$

Sedangkan impas dalam rupiah penjualan dapat dicari rumusnya dengan cara mengalikan rumus impas tersebut di atas dengan c , yaitu harga jual per satuan produk.

$$cx' = \frac{a}{c-b} \cdot c = \frac{ac}{(c-b)} = \frac{a}{(c-b):c} = \frac{a}{(c:c) - (b:c)}$$

$$1 - (b:c)$$

Jadi rumus perhitungan impas dalam rupiah penjualan adalah sebagai berikut :

$$\text{Impas} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per Satuan}}{\text{Harga Jual per Satuan}}} \quad (\text{Mulyadi, 2001 : 235})$$

Oleh karena $1 - b/c$ disebut *marginal income ratio* atau kontribusi margin ratio, yaitu hasil bagi laba kontribusi dengan pendapatan maka impas dalam rupiah penjualan dapat pula dihitung dengan rumus berikut ini (Mulyadi, 2001 : 235) :

$$\text{Impas} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

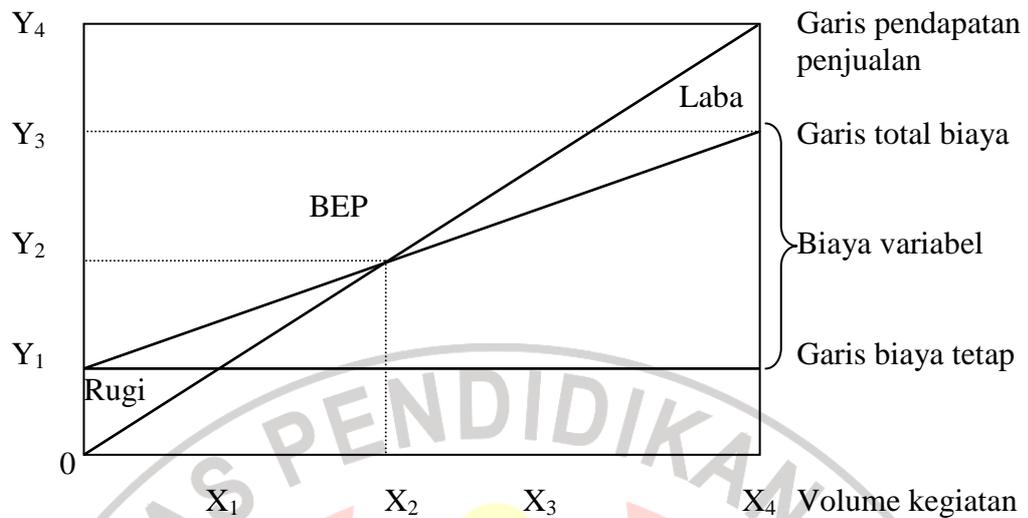
b. Pendekatan Grafis

Penentuan impas dengan pendekatan grafis dilakukan dengan cara mencari titik potong antara garis pendapatan penjualan dan garis biaya dalam suatu grafik yang disebut grafik impas. Oleh karena itu untuk menentukan titik impas, harus dibuat grafik dengan sumbu datar menunjukkan volume penjualan, sedangkan sumbu tegak menunjukkan biaya dan pendapatan.

Dalam grafik impas akan terlihat garis biaya tetap dan total biaya yang menggambarkan garis biaya tetap dan garis biaya variabel sehingga dapat menunjukkan, kemungkinan-kemungkinan yang berhubungan dengan perubahan biaya dan penjualan.

Besarnya volume penjualan dalam unit nampak pada sumbu x (horizontal) dan besarnya biaya serta hasil penjualan akan nampak pada sumbu y (vertikal). titik perpotongan antara garis hasil penjualan dengan garis total biaya menunjukkan titik impas (*break even point*).

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar grafik titik impas (Munawir, 2004 : 192) :



Gambar 2.1
Grafik Titik Impas

Keterangan grafik titik impas diatas adalah sebagai berikut :

1. Sumbu datar (sumbu x) menunjukkan volume penjualan unit kuantitas atau rupiah pendapatan.
2. Sumbu tegak (sumbu y) menunjukkan pendapatan penjualan dan biaya dalam rupiah.
3. Pembuatan garis penjualan dilakukan dengan cara sebagai berikut :
 - a. Pada volume penjualan sama dengan nol, pendapatan penjualan sama dengan nol pula.
 - b. Pada penjualan x_4 unit pendapatan penjualan sebesar y_4 rupiah.
 - c. Kemudian tarik garis lurus untuk menghubungkan $x = 0, y = 0$, dengan $x = x_4$ dan $y = y_4$.
4. Pembuatan garis total biaya dilakukan dengan cara :
 - a. Pada volume penjualan sama dengan nol, perusahaan mengeluarkan biaya tetap sebesar y_1 rupiah, sedangkan pada volume penjualan x_4 unit, total biaya berjumlah y_3 rupiah.

- b. Kemudian tarik garis lurus untuk menghubungkan titik $x = 0, y = y_1$, dengan titik $x = x_4$ dan $y = y_4$.
5. Pembuatan garis biaya tetap dilakukan sebagai berikut :
- Biaya tetap pada volume penjualan berapapun tidak mengalami perubahan apapun, maka garis biaya tetap ditarik dengan cara menghubungkan titik $x = 0, y = y_1$ dengan titik $x = x_4, y = y_4$.
6. Impas terletak pada titik perpotongan garis pendapatan penjualan dengan garis biaya. Apabila dari titik perpotongan tersebut (Titik Impas) ditarik garis tegak lurus ke sumbu x , akan dapat diketahui bahwa impas dicapai pada volume penjualan x_2 unit. Jika dari titik impas ditarik garis tegak lurus ke sumbu y , akan dapat diketahui bahwa impas tercapai pada penjualan y_2 rupiah.
7. Daerah sebelah kiri titik impas, yaitu bidang diantara garis total biaya dengan garis pendapatan penjualan merupakan daerah rugi, karena pendapatan penjualan lebih rendah dari total biaya. Sedangkan daerah disebelah kanan titik impas, yaitu bidang diantara garis pendapatan penjualan dengan garis total biaya merupakan daerah laba, karena pendapatan penjualan lebih tinggi dari total biaya.

Berdasarkan grafik tersebut di atas, grafik titik impas akan bergeser atau berubah apabila :

1. Perubahan dalam biaya tetap.

Perubahan ini dapat terjadi sebagai akibat bertambahnya kapasitas produksi. Perubahan biaya tetap dalam grafik dapat ditandai dengan naik atau turunnya garis total biaya, tetapi perubahan ini tidak mempengaruhi

miringnya garis tersebut. Bila biaya tetap naik, maka titik impas akan bergeser ke atas atau sebaliknya.

2. Perubahan pada biaya variabel perunit.

Perubahan ini akan menentukan bagaimana miringnya garis total biaya, naiknya biaya variabel perunit, akan menggeser titik impas ke atas.

3. Perubahan dalam harga jual perunit.

Perubahan ini akan mempengaruhi miringnya garis total pendapatan.

Naiknyaharga jual perunit pada tingkat penjualan yang sama walaupun semua biaya adalah tetap akan menggeser BEP ke bawah atau sebaliknya.

2.3 Laba

2.3.1 Pengertian Laba

Perusahaan didirikan memiliki tujuan dan sasaran untuk memperoleh laba atau keuntungan dalam jumlah tertentu, oleh karena itu keberhasilan atau kegagalan perusahaan akan diukur dengan laba yang akan diperoleh.

Menurut Wasir (1997 : 47), laba adalah “jumlah pendapatan atau *income* dikurangi biaya atau *cost*.”

Sedangkan Jay M.Smit dan K. Skosen (1997 : 119), mengatakan bahwa laba adalah “pengembalian atau *return* yang melebihi investasi.”

Al. Haryono Jusup (1998 : 24), menyatakan laba (atau rugi) adalah “selisih (atau kurang) antara pendapatan dengan biaya. Sedangkan menurut Mulyadi (2001 : 233) laba adalah sama dengan pendapatan penjualan dikurangi dengan biaya”.

Dari pengertian tersebut di atas, maka dapat diambil satu kesimpulan bahwa laba merupakan hasil dari selisih antara pendapatan dengan biaya sebagai akibat dari aktivitas perusahaan.

2.3.2 Unsur-Unsur Laba

Untuk mengetahui laba, maka harus diketahui dahulu komponen atau unsur-unsurnya. Unsur-unsur laba terdiri dari empat komponen yaitu pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian.

➤ **Pendapatan**

Adalah arus masuk atau penambahan lain atas aktiva suatu entitas atau kewajiban-kewajiban (atau kombinasi keduanya) yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, atau aktivitas-aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau operasi inti yang berkelanjutan dari suatu entitas.

➤ **Beban**

Adalah arus keluar atau pemakaian lain aktiva atau terjadinya kewajiban (atau kombinasi keduanya) yang berasal dari penyerahan atau produksi beban, jasa, atau pelaksanaan aktivitas-aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau operasi inti yang berkelanjutan dari suatu entitas.

➤ **Keuntungan**

Adalah kenaikan ekuitas (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi periferik atau insidental pada suatu entitas dari transaksi lain dan kejadian

serta situasi lain yang mempengaruhi entitas kecuali yang dihasilkan dari pendapatan atau investasi pemilik.

➤ **Kerugian**

Adalah penurunan ekuitas (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi periferal atau insidental pada suatu entitas dan dari semua transaksi lain dan kejadian serta situasi lain yang mempengaruhi entitas kecuali yang dihasilkan dari beban atau distribusi kepada pemilik.

2.3.3 Jenis Laba

Jenis-jenis laba yang ada pada suatu laporan keuangan perusahaan ada lima, yaitu sebagai berikut :

1. **Laba Kotor**

Laba kotor adalah penjualan bersih - harga pokok penjualan. Penjualan bersih adalah total penjualan kepada pelanggan selama periode bersangkutan. Sedangkan harga pokok adalah jumlah persediaan awal, pembelian bersih, dan semua biaya pembelian, pengangkutan dan penyimpangan yang berkaitan dengan perolehan barang-barang. Saldo pembelian bersih diperoleh dengan mengurangi retur dan pengurangan harga beli serta diskon pembelian dari pembelian kotor. Harga pokok penjualan kemudian dikalkulasikan dengan mengurangi persediaan akhir dari harga pokok barang yang tersedia untuk dijual.

2. Laba Operasi

Laba operasi adalah laba kotor-beban operasi. Beban operasi dilaporkan dalam dua bagian yaitu :

- a. Beban penjualan meliputi pos-pos seperti gaji dan komisi penjualan pabrik dan pajak penghasilan karyawan yang berhubungan dengannya, iklan dan pemajangan di toko, perlengkapan toko yang digunakan, penyusutan peralatan dan perabotan toko dan beban pengiriman.
- b. Beban umum dan administrasi mencakup gaji staf dan pekerja kantor serta pajak penghasilan karyawan yang berhubungan dengannya, perlengkapan kantor yang digunakan, penyusutan perabot kantor, telepon, pengirim pos, biaya izin dan biaya upah, jasa akuntansi dan hukum, sumbangan sosial dan pos-os lain yang serupa.

3. Laba dari Operasi Berlanjut Sebelum Pajak Penghasilan

Adalah laba operasi + pendapatan dan keuntungan lain – beban dari kerugian lain. Pendapat lain biasanya mencakup pos-pos yang diidentifikasi dengan aktivitas sampingan perusahaan. Contohnya sewa, bunga, deviden, investasi. Beban lain bagian ini paralel dari pendapatan lain tetapi hasilnya dapat mengurangi laba operasi contohnya beban bunga, amortisasi, diskonto obligasi dan kerugian penjualan aktiva.

4. Laba dari Operasi Berlanjut

Adalah laba dari operasi berlanjut sebelum pajak penghasilan – pajak penghasilan. Total beban pajak penghasilan untuk suatu periode dialokasikan pada berbagai komponen laba. Satu jumlah dihitung untuk laba dari operasi berlanjut,

dan perhitungan terpisah dilakukan untuk setiap pos yang tidak biasa dan luar biasa. Akan tetapi dalam prakteknya alokasi pajak penghasilan intra-periode dapat melibatkan tarif yang berbeda untuk komponen laba yang berbeda. Perbedaan ini timbul akibat tarif pajak yang berjenjang atau tarif khusus atau adanya alternatif untuk jenis keuntungan atau kerugian tertentu.

5. Laba Bersih

Adalah laba kotor ditambah atau dikurangi pos-pos biasa / luar biasa. Pos-pos luar biasa adalah kejadian dan transaksi yang sekaligus bersifat tidak biasa dan tidak sering terjadi. Jadi agar memenuhi syarat pos-pos luar biasa, suatu pos harus memiliki tingkat abnormalitas yang tinggi dan jelas tidak berkaitan dengan atau hanya berkaitan secara insidental dengan aktivitas yang umum dan biasa serta entitas bersangkutan dan menurut pekiraan yang wajar tidak akan berulang dimasa dekat. Disamping itu pos tersebut jumlahnya harus material.

Format Jenis-jenis Laba

Pendapatan Operasi Bersih	Rp. xxxx
Harga Pokok Barang dan Jasa	xxxx
Laba Kotor	xxxx
Beban Penjualan, Administrasi Umum	xxxx
Laba Operasi	xxxx
Laba Bunga	xxxx
Beban Bunga	xxxx
Laba (pengurangan) Lain-Bersih	xxxx
Laba dari Operasi Berlanjut Sebelum Pajak Penghasilan	xxxx
Pajak Penghasilan	xxxx
Laba dari Operasi Berlanjut	xxxx
Laba dari Operasi yang Dihentikan	xxxx
Laba Bersih	Rp. xxxx

2.4 Perencanaan Laba

2.4.1 Pengertian Perencanaan Laba

Agar suatu perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuannya, maka harus dibuat suatu perencanaan yang matang. Begitupula dalam hal laba, dimana laba ini merupakan tujuan yang diumumkan kenapa perusahaan itu beroperasi sehingga dalam prakteknya harus direncanakan dengan matang.

Pengertian perencanaan itu sendiri menurut Welsch, Hilton, Gordon (2000:3) adalah “suatu proses mengembangkan tujuan perusahaan dan memilih kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan di masa mendatang untuk mencapai tujuan tersebut.”

Sedangkan Mulyadi (2001 : 225) menerangkan bahwa “perencanaan pada dasarnya merupakan kegiatan membentuk masa depan sekarang.”

Apandi Nasehatun (1999 : 21) mengemukakan pengertian perencanaan sebagai berikut :

Planning (perencanaan) merupakan suatu tindakan yang melihat jauh ke depan dengan mengkoordinasikan alat produksi, jasa, tindakan dan metode prosedur yang bertujuan untuk mencapai hasil atau sasaran yang ditetapkan dengan cara yang ekonomis, efektif, dan efisien.

Pengertian perencanaan laba menurut Mas`ud MC (1986:118) adalah “rencana dari manajemen yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba.”

Sementara Welsch, Hilton, Gordon, (2000:30) mengemukakan bahwa perencanaan laba merupakan “gambaran keuangan dan naratif mengenai hasil yang diharapkan dari keputusan perencanaan.”

Sedangkan menurut Mulyadi (2001 : 488) pengertian perencanaan laba adalah sebagai berikut :

Perencanaan laba adalah penyusunan rencana operasional perusahaan yang implikasi keuangannya dinyatakan dalam laporan laba rugi jangka pendek dan jangka panjang, neraca, kas, dan modal kerja yang diproyeksikan di masa yang akan datang.”

Jadi perencanaan laba merupakan suatu proses berulang-ulang yang membantu manajemen dalam merevisi dan mengubah rencana sampai setelah satu diantaranya dapat diterima dimana perencanaan tersebut menyangkut tentang bagaimana kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan agar perusahaan dapat memperoleh laba yang diinginkan. Dengan adanya perencanaan laba maka kegiatan perusahaan dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan pengawasan terhadap kegiatan perusahaan.

Perencanaan laba di suatu perusahaan ada dua yaitu perencanaan laba jangka pendek dan perencanaan laba jangka panjang. Adapun pengertiannya menurut Welsch, Hilton, dan Gordon (2000 : 31), adalah sebagai berikut :

Perencanaan laba jangka pendek adalah perencanaan yang sangat terinci dan mencakup waktu selama satu tahun, atau ke tahun yang akan datang. Sedangkan perencanaan laba jangka panjang adalah suatu perencanaan yang umum dan luas, biasanya laba mencakup periode dua atau tiga tahun ke depan.

Jadi berdasarkan pengertian dapat disimpulkan bahwa perbedaan dari perencanaan laba jangka pendek dengan perencanaan laba jangka panjang terletak pada jangka waktunya. Dimana perencanaan laba yang jangka pendek memiliki jangka waktu satu tahun atau satu periode, sedangkan perencanaan laba jangka panjang cakupan waktunya lebih dari satu tahun atau satu periode.

2.4.2 Ciri Perencanaan Laba

Welsch, Hilton, dan Gordon (2000 : 53) mengemukakan beberapa ciri-ciri dari perencanaan laba, sebagai berikut :

1. Rencana laba didasarkan pada taksiran

Kelebihan dan kelemahan program perencanaan laba tergantung pada seberapa realistic dasar yang digunakan dalam membuat taksiran. Sebagai contoh, taksiran harus dibuat berdasarkan data yang ada dan pertimbangan yang wajar dan baik. Menaksir pendapatan dan biaya bukanlah ilmu eksak. Akan tetapi dengan teknik statistic, matematika dan teknik lain, maka akan dihasilkan taksiran yang baik apabila digabungkan dengan pertimbangan yang matang dan wajar. Karena perencanaan laba didasarkan sepenuhnya pada hasil taksiran dan pertimbangan, maka dalam menggunakan dan mengartikan hasil, diperlukan fleksibilitas.

2. Program perencanaan laba harus terus menerus disesuaikan dengan perubahan keadaan

Program anggaran yang menyeluruh tidak dapat dimulai dan dibuat sempurna dalam waktu singkat. Teknik perencanaan laba harus terus menerus disesuaikan, tidak hanya bagi perusahaan tertentu, tetapi juga bagi bagian-bagian atau departemen di dalam perusahaan.

3. Pelaksanaan perencanaan laba tidak akan terjadi secara otomatis

Perencanaan laba akan efektif hanya bila semua pihak yang bertanggung jawab melaksanakan usaha yang terus menerus dan agresif untuk mencapai tujuan. Seluruh tingkatan manajemen harus mengerti program, harus

menyadari relevansi rencana bagi pelaksanaan fungsinya, dan harus berpartisipasi dalam penerapannya dengan cara yang tepat.

4. Perencanaan laba bukan pengganti manajemen

Perencanaan laba tidak dapat menggantikan manajemen. Perencanaan laba ini merupakan system yang dapat membantu melaksanakan proses manajemen.

2.4.3 Komponen Perencanaan Laba

Dalam perencanaan laba, Welsch, Hilton, dan Gordon (2000 : 62), mengemukakan lima komponen utama yaitu :

A. Rencana Substansif

1. Tujuan umum perusahaan
2. Sasaran-sasaran khusus perusahaan
3. Strategi-strategi perusahaan
4. Instruksi perencanaan manajemen eksekutif (landasan perencanaan)

B. Rencana Keuangan

1. Strategi jangka panjang perencanaan laba
 - a. Penjualan, Harga Pokok, dan Proyek Laba
 - b. Proyek besar dan penambahan investasi modal
 - c. Arus kas dan pembiayaan
 - d. Persyaratan personel
2. Rencana laba jangka pendek (tahunan)
 - a. Perencanaan operasi :
 - (1) Rencana penjualan
 - (2) Rencana produksi (atau biaya persediaan)
 - (3) Anggaran biaya administrasi
 - (4) Anggaran biaya distribusi
 - (5) Anggaran jenis penjahatan (misalnya, penelitian dan pengembangan, promosi, pengiklanan)
 - b. Rencana posisi keuangan
Neraca yang direncanakan :
 - (1) Aktiva
 - (2) Hutang
 - (3) Modal
 - c. Rencana arus kas

C. Anggaran Biaya Variabel

D. Data Pelengkap

Misalnya, biaya volume dan analisis keuntungan, analisis rasio

E. Laporan Kinerja

Menurut Welsch, Hilton, dan Gordon (2000 : 62) dari kelima komponen perencanaan laba diatas, ada dua komponen rencana dasar dalam perusahaan yaitu rencana substantive dan rencana keuangan. Rencana substantive digambarkan oleh tujuan umum, strategi, rencana spesifik, dan program organisasi, dan dengan komitmen manajemen yang sejalan dengan pencapaian jangka panjang tujuan dan perencanaan. Rencana substantive lebih bercirikan sebagai “bagian prosa” (berisi narasi) rencana bukannya “bagian bilangan” (berisi angka) rencana. Sebaliknya rencana keuangan merupakan angka-angka hasil keuangan yang direncanakan dengan menerapkan tujuan manajemen, strategi yang direncanakan, perencanaan, dan kebijakan.

2.4.4 Perencanaan Laba Jangka Panjang

Dunia usaha semakin menyadari perlunya mengembangkan perencanaan laba jangka panjang menurut Matz Usry (1997 : 3), yang dialih bahasakan oleh Herman Wibowo, perencanaan laba jangka panjang adalah sebagai berikut :

Perencanaan laba jangka panjang adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk mengambil keputusan saat ini secara sistematis disertai dengan perkiraan yang sebaiknya mengenai keadaan dimasa yangnsng sksn datang, mengorganisasikan secara sistematis kegiatan-kegiatan ini serta menilai hasil yang dicapai dari keputusan yang diambil terhadap harapan yang diperkirakan sebelum menilai umpan balik yang diperkirakan sebelum melalui umpan balik yang terorganisir dan sistematis.

Sedangkan Welsch, Hilton, dan Gordon (2000 : 31) mengemukakan pengertian perencanaan laba jangka panjang adalah “suatu perencanaan

yang umum dan luas, biasanya laba mencakup periode dua atau tiga tahun ke depan.”

Perencanaan laba jangka panjang tidak dinyatakan dalam satuan yang pasti, serta tidak perlu dianggap sebagai suatu rencana masa depan yang akan dikoordinasikan secara keseluruhan. Dalam perencanaan laba jangka panjang, manajemen berikhtiar untuk menemukan arah jalan perusahaan yang paling mungkin. Perencanaan laba jangka panjang tidak akan menghilangkan resiko, karena mengambil suatu resiko adalah suatu yang hakiki dalam ekonomi. Suatu hasil akhir dari suatu perencanaan laba jangka panjang yang berhasil adalah kemampuan untuk menanggung resiko yang besar, yang merupakan landasan pokok mengembangkan kemampuan wirausahaan.

2.4.5 Perencanaan Laba Jangka Pendek

Rencana jangka panjang dari manajemen hanya dapat dicapai dengan keberhasilan prestasi laba jangka pendek dan ini memerlukan pertumbuhan tingkat laba yang cukup tinggi dan stabil walaupun begitu rencana jangka panjang dengan segala perhitungan laba yang diharapkan serta perkembangan haruslah dimasukkan ke dalam anggaran untuk jangka waktu yang lebih pendek, baik bagi perencanaan maupun pengendalian terhadap arah usaha yang diharapkan.

Menurut J. B. Heckert (1997 : 157), mengemukakan perencanaan laba jangka pendek adalah sebagai berikut :

Perencanaan laba jangka pendek merupakan perencanaan terperinci yang mencakup pengembangan program operasi yang bekerja untuk menjamin adanya keterbatasan kesempatan-kesempatan dari sumber daya dan lingkungan perusahaan yang terdapat pada saat sekarang.

Sedangkan Welsch, Hilton, dan Gordon (2000 : 31), mengemukakan pengertian perencanaan laba jangka pendek adalah “perencanaan yang sangat terinci dan mencakup waktu selama satu tahun, atau ke tahun yang akan datang.”

Beberapa organisasi mempergunakan anggaran berlanjut, dimana setiap kali ditambahkan satu bulan atau triwulan yang akan datang setelah satu atau triwulan dilalui, dan anggaran untuk seluruh periode yang bersangkutan diperbaiki dan dimutakhirkan sesuai dengan kebutuhan saat itu. Prosedur ini memaksa pihak manajemen untuk memperhatikan rencana jangka pendek perusahaan.

Proses perencanaan laba jangka pendek harus meliputi unsur-unsur :

1. Mencari suatu rencana atau program yang dapat diterima.
2. Mengukur pelaksanaan yang sesungguhnya terhadap rencana (dan terhadap norma standar lain yang berhubungan).
3. Memutuskan dan melaksanakan tindakan perbaikan atau koreksi.

Untuk perencanaan laba yang efisien, suatu anggaran tahunan sebaiknya diperpanjang menjadi anggaran waktu delapan belas bulan, yang dengan memperhitungkan tiga bulan terakhir tahun yang lampau, dua belas bulan jangka waktu anggaran, dan tiga bulan untuk tahun berikutnya.

Tambahan waktu enam bulan ini diperlukan untuk memberikan kemungkinan peralihan dari satu tahun ketahun berikutnya untuk mengadakan penyesuaian. Penyesuaian berdasarkan atas pengalaman bulan sebelumnya, Matz Usry (1997 : 6) yang dialih bahasakan oleh Herman Wibowo, mengemukakan :

“Periode anggaran yang efektif harus :

1. Dibagi ke dalam jangka bulanan.

2. Cukup panjang untuk menyelesaikan pembuatan dari berbagai macam produk.
3. Meliputi paling tidak keseluruhan dari satu siklus musim bagi usaha yang bersifat musiman.
4. Cukup panjang untuk memungkinkan penyediaan dana produksi sebelum timbul kebutuhan sebenarnya
5. Bertepatan waktunya dengan suatu periode akuntansi keuangan sehingga dapat dilakukan perbandingan antara hasil usaha sebenarnya dengan taksiran anggaran

Dalam menetapkan rencana jangka pendek maka selain kelayakan manajemen itu sendiri sebagai faktor utama yang harus diperhatikan ada faktor-faktor lain yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen menurut Matz Ustry (1997 : 4), yang dialih bahasakan oleh Herman Wibowo, yaitu :

1. Titik impas.
2. Laba atau rugi yang diakibatkan oleh suatu jumlah volume penjualan tertentu.
3. Volume penjualan yang dapat dihasilkan oleh kapasitas operasi pada saat itu.
4. Volume penjualan yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya yang dikeluarkan.
5. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai sasaran laba.
6. Hasil pengembalian (*return*) atas modal yang digunakan

Komponen perencanaan laba jangka pendek dibagi dua (Apandi Nasution, 1999 : 199) yaitu :

1. Perencanaan Operasional

Yang mendukung perencanaan operasional ini sebagai berikut :

- a. Rencana penjualan

Penyusunan perencanaan penjualan merupakan langkah awal dari penyusunan perencanaan laba jangka pendek. Hal ini wajar mengingat penjualan merupakan sumber utama dari pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, besarnya penjualan harus dapat diramalkan secara cermat.

Agar ramalan tersebut dapat dipertanggungjawabkan, perlu dipertimbangkan factor-faktor berikut :

- 1) Pengetahuan tentang tujuan dan kebijaksanaan umum perusahaan
- 2) Data penjualan masa silam, terutama dari tahun ke tahun terakhir
- 3) Kemungkinan perkembangan kondisi ekonomi, baik local maupun global terutama yang berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan
- 4) Pengetahuan tentang taktik dan strategi pesaing-pesaing dan perkembangan perusahaan
- 5) Pengetahuan tentang taktik dan strategi pesaing-pesaing dan perkembangan gerak gerik mereka
- 6) Kemungkinan adanya perubahan kebijaksanaan pemerintah

Berdasarkan ramalan penjualan, dapat disusun perencanaan penjualan terutama :

- 1) Besarnya penjualan yang hendak dicapai
- 2) Alokasi anggaran penjualan menurut daerah penjualan dan menurut jenis produk
- 3) Penetapan harga penjualan masing-masing produk
- 4) Macam dan besar biaya penjualan dan pemasaran untuk tiap-tiap daerah

b. Rencana produksi

Untuk menyusun rencana produksi, lebih dahulu ditetapkan kebijaksanaan tentang besarnya persediaan awal dan akhir dari produk jadi yang diharapkan untuk tiap periode anggaran. Berdasarkan rencana penjualan dan penetapan besarnya persediaan itu, dapat diperhitungkan besarnya produksi. Dalam penyusunannya rencana produksi didukung oleh perencanaan-perencanaan lainnya, yaitu :

- 1) Rencana persediaan
- 2) Rencana bahan-bahan
- 3) Rencana pembelian
- 4) Rencana upah langsung
- 5) Rencana biaya pabrik

c. Rencana biaya administrasi

Ini merupakan anggaran dari seluruh biaya dan penghapusan yang dibebankan kepada bagian administrasi, seperti bagian umum/personel, bagian pembukuan, dan bagian keuangan. Biaya-biayanya berupa gaji/upah, alat-alat tulis, listrik, telepon, audit fee, penghapusan, dan lain-lain.

d. Rencana biaya distribusi

2. Rencana Keuangan

Perencanaan ini berupa perencanaan neraca yang dapat diperinci menurut waktu, dengan pendukung-pendukung sebagai berikut :

- a. Perencanaan penerimaan dan pengeluaran kas
- b. Perencanaan piutang
- c. Perencanaan penambahan modal
- d. Perencanaan penghapusan

Perencanaan keuangan terdiri dari perencanaan uang tunai dan perencanaan neraca.

a. Perencanaan uang tunai

Tujuan utama perencanaan uang tunai :

- 1) Untuk menunjukkan keadaan uang tunai sebagai hasil dari kegiatan yang telah direncanakan, dimana terlihat adanya kekurangan atau kelebihan uang tunai
- 2) Untuk mengatur pinjaman yang diperlukan atau untuk mengusahakan penggunaan uang tunai yang mengatur agar lebih efektif
- 3) Sebagai basis terhadap kebijakan kredit penjualan
- 4) Sebagai basis pengendalian uang tunai

Perencanaan uang tunai terdiri dari penerimaan uang tunai dan pengeluaran uang tunai. Penerimaan berasal dari penjualan tunai, pembayaran piutang, kredit dari luar, pendapatan lain seperti hasil dari surat-surat berharga dan penjualan harta tetap. Sementara pengeluarannya berasal dari pembelian tunai, pembayaran utang, biaya penjualan, dan lain-lain.

b. Perencanaan Neraca

Perencanaan neraca merupakan kesimpulan dari seluruh perencanaan keuangan yang menunjukkan keadaan harta perusahaan dan kewajibannya, di dalamnya termasuk dana sendiri dari perusahaan itu pada akhir tiap periode.

Jadi berdasarkan uraian, maka sudah cukup jelas bahwa perencanaan laba terutama perencanaan laba jangka pendek memiliki hubungan yang erat dengan *financial statement* (laporan keuangan). Hubungannya yaitu sebagai berikut :

- 1) *Financial statement* sebagai alat informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan telah mengajukan data mengenai kondisi keuangan suatu

perusahaan, terutama yang berkaitan dengan masalah likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan fleksibilitas keuangan pada masa lalu, kini, dan masa datang. Sementara itu perencanaan laba sebagai fungsi perencanaan bagi manajemen juga menyajikan informasi berupa laporan bulanan sebagai *feedback* dan *review* baik yang terjadi di masa lalu, saat ini maupun masa datang. Jadi antara financial statement dan perencanaan laba terdapat korelasi (hubungan) yang saling menunjang dalam pemberian informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

- 2) Dengan *financial statement* dan perencanaan laba sebagai alat informasi, baik pihak manajemen maupun pihak yang berkepentingan lainnya telah diberikan gambaran mengenai kondisi keuangan perusahaan sehingga pihak-pihak itu dapat memberikan penilaian mengenai keadaan (keuangan) perusahaan.
- 3) *Financial statement* menggunakan sarana *balance sheet* dan *profit & loss statement* sebagai alat informasi, apa yang dilakukan oleh perencanaan laba juga berorientasi kepada financial plan yang intinya projected profit & loss statement, balance sheet dan cash flow plan.

Dalam menentukan perencanaan laba jangka pendek diperlukan berbagai parameter. Parameter yang bermanfaat untuk perencanaan laba tersebut diantaranya adalah Titik impas, *margin of safety*, *shut down point* dan *contribution margin*.

2.5 Margin of Safety, Shut Down Point, dan Degree of Operating Leverage

2.5.1 Margin of Safety

Apabila hasil penjualan pada tingkat titik impas dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan atau pada tingkat penjualan tertentu, maka akan diperoleh informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak memperoleh rugi. Hubungan atau selisih antara penjualan yang dianggarkan atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat titik impas merupakan keamanan (*margin of safety*) bagi perusahaan dalam melakukan penjualan.

Menurut Mulyadi (2001 : 254) *margin of safety* merupakan selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan. Sedangkan Bambang Riyanto (2001 : 366) mengemukakan bahwa *margin of safety* merupakan angka yang menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan atau dibudgetkan dengan penjualan pada break even.

Rumus *Margin of Safety* :

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Penjualan yang Direncanakan} - \text{Penjualan pada Break Even}}{\text{Penjualan yang Direncanakan}} \times 100\%$$

(Bambang Riyanto, 2001 : 366)

Jadi angka *margin of safety* berguna sebagai alat informasi bagi manajemen untuk menentukan seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan tersebut boleh turun agar supaya perusahaan tidak menderita kerugian atau dengan kata lain angka *margin of safety* memberikan petunjuk maksimum volume penjualan yang direncanakan, yang mengakibatkan kerugian.

Maka dapat dikatakan bahwa margin of safety menunjukkan indikasi atau gambaran kepada manajemen berapakah penurunan penjualan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga belum memperoleh laba. Suatu perusahaan yang mempunyai margin of safety yang besar adalah lebih baik bila dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai margin of safety yang rendah karena ketika makin kecil margin of safety berarti makin cepat perusahaan menderita kerugian dalam hal ada penurunan jumlah penjualan yang nyata. (Bambang Riyanto, 2001 :367)

2.5.2 Shut Down Point

Kegunaan lain dari analisis titik impas bagi manajemen adalah bantuannya dalam pengambilan keputusan, menutup usaha atau tidak (dapat memberikan informasi kapan usaha tersebut dihentikan). Untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapa suatu usaha harus dihentikan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus maupun dengan menggunakan grafik impas.

Apabila ditinjau dari sudut biaya, pengambilan keputusan untuk menutup usaha dilakukan dengan mempertimbangkan pendapatan penjualan dengan biaya tunai. Biaya tunai adalah biaya-biaya yang memerlukan pembayaran segera dengan uang kas. Biaya variabel biasanya merupakan biaya tunai tetapi biaya tetap mungkin juga termasuk ke dalam biaya tunai seperti gaji pengawas pabrik dan biaya pemeliharaan.

Suatu usaha harus dihentikan apabila pendapatan yang diperoleh tidak dapat menutup biaya tunainya. Untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapa

suatu usaha harus dihentikan dapat dilakukan dengan mencari titik perpotongan antara garis pendapatan penjualan dengan garis biaya tunai dalam grafik impas. Titik penutupan usaha (Shut Down Point) dapat pula dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$\text{Titik penutupan usaha} = \frac{\text{Biaya tetap tunai}}{\text{Contribution margin ratio}}$$

(Mulyadi, 2001 : 256)

2.5.3 Degree of Operating Leverage

Degree of Operating Leverage memberikan ukuran dampak perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Dengan parameter ini, manajemen akan dengan cepat mengetahui dampak setiap usulan kegiatan yang menyebabkan perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih perusahaan yang dihitung dengan rumus :

$$\text{Degree of operating leverage} = \frac{\text{Laba Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}} \quad (\text{Mulyadi, 2001 : 258})$$

2.6 Pengaruh Analisa Titik Impas Terhadap Perencanaan Laba Jangka Pendek Perusahaan

Seperti yang telah dibahas, suatu perusahaan dalam mempertahankan kontinuitas kegiatan operasionalnya agar perusahaan tersebut memperoleh laba yang layak, sehingga dapat terus berkembang sampai batas waktu yang tidak ditentukan (*going concern*). “Untuk menunjang tercapainya laba yang sesuai dengan yang diharapkan, maka perusahaan harus mempunyai perencanaan operasional yang baik terutama perencanaan yang berkaitan dengan perolehan

laba. Dalam menyusun perencanaan laba jangka pendek manajemen perlu mengamati faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan, yaitu total biaya, volume penjualan dan harga jual.” (Mulyadi, 2001 : 226)

Agar perencanaan laba dapat lebih mudah dicapai, maka perencanaan laba tersebut disusun ke dalam perencanaan laba jangka pendek dengan menetapkan anggaran jangka pendek sebagai pedoman yang mengarahkan operasi perusahaan agar selalu bergerak pada arah yang telah digariskan.

Menurut Munawir (2004 : 184) untuk dapat mencapai laba yang besar (dalam perencanaan maupun realisasinya) manajemen dapat melakukan berbagai langkah, antara lain :

1. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin, dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Salah satu alat bantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek adalah melalui suatu pendekatan analisis titik impas yang merupakan suatu teknik analisis yang mempelajari hubungan antara harga jual, biaya, volume penjualan dan laba, sehingga dapat dihitung dampak perubahan dari ketiga komponen tersebut terhadap laba. (Mulyadi, 1999 : 223)

Menurut Soehardi Sigit (1996 : 2) analisa titik impas ini memiliki kegunaan diantaranya :

1. Sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu.
2. Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan operasi yang sedang berjalan.
3. Sebagai bahan pertimbangan menentukan harga jual.
4. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang harus dilakukan oleh manajer.

Dari pendapat tersebut telah jelas bahwa analisa titik impas erat kaitannya dengan perencanaan laba, dimana analisa ini dapat digunakan oleh pihak manajemen dalam merencanakan kegiatan operasinya untuk mencapai laba tertentu (*profit planning*).

Berkaitan dengan pengaruh analisis titik impas dalam perencanaan laba jangka pendek perusahaan, apabila perusahaan mengharapkan suatu laba, maka harus dicapai tingkat aktivitas perusahaan lebih tinggi dari persentase kapasitas titik impas artinya bahwa untuk menetapkan laba, manajemen terlebih dahulu harus mengetahui posisi dimana perusahaan tersebut dalam kegiatan operasinya tidak memperoleh laba dan juga tidak memperoleh rugi (laba sama dengan nol). Bertolak dari posisi perusahaan dalam keadaan impas tersebut, maka selanjutnya manajemen dapat menilai dan menentukan akibat adanya perubahan-perubahan atas harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap usaha pencapaian laba yang diharapkan, sehingga dengan demikian pimpinan perusahaan dapat memperoleh informasi mengenai tingkat laba yang akan dicapai sehubungan dengan tingkat penjualan tertentu serta jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak terlanjur menderita kerugian. (Mulyadi, 2001 : 232)

Berikut ini disajikan beberapa analisis atas perubahan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi posisi titik Impas dalam hubungannya dengan penentuan laba dimasa yang akan datang :

1. Perubahan Biaya Tetap

Bambang Riyanto (2001 : 368) memberikan analisisnya terhadap perubahan biaya tetap, sebagai berikut :

“Dalam analisa BEP digunakan bahwa jumlah biaya tetap secara totalitas adalah konstan. Apabila ada perubahan besarnya jumlah biaya tetap maka BEP-nya pun akan berubah. Bertambahnya jumlah biaya tetap akan menaikkan BEP, demikian pula sebaliknya berkurangnya jumlah biaya tetap akan mengakibatkan turunnya BEP.”

Sedangkan Munawir (2004 : 201) mengemukakan analisisnya tentang perubahan biaya tetap adalah sebagai berikut : “Perubahan jumlah biaya tetap akan mengakibatkan perubahan jumlah biaya secara keseluruhan pada berbagai tingkat penjualan akan berubah pula, dengan perubahan biaya maka besarnya penjualan pada tingkat break even akan berubah pula.”

Selain itu dengan berubahnya biaya tetap, akan merubah pula laba usaha dengan jumlah yang sama, tetapi tidak mempengaruhi rasio penghasilan margin. Jadi dengan adanya perubahan biaya tetap, akan mengakibatkan perubahan secara keseluruhan pada berbagai tingkat penjualan. Apabila terjadi kenaikan biaya tetap, maka di perlukan volume penjualan yang semakin banyak karena akan semakin besar jumlah kontribution margin yang diperlukan untuk menutup biaya tetap tersebut yang secara otomatis pula akan mengakibatkan naiknya tingkat penjualan pada posisi titik impas dan sebaliknya apabila biaya tetap turun, diperlukan volume penjualan yang sedikit, karena semakin sedikit *margin contribution* yang diperlukan untuk menutup biaya tetap tersebut dan secara otomatis pula akan mengakibatkan turunnya tingkat penjualan pada posisi titik impas.

2. Perubahan Biaya Variabel

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya sebagian besar terdiri dari biaya variabel, sedangkan sisanya merupakan biaya tetap. Apabila biaya variabel yang akan dikeluarkan untuk masa yang akan datang dapat ditekan, maka penekanan biaya variabel ini dapat dilihat kontribusinya terhadap usaha peningkatan laba.

Dengan naiknya biaya variabel, maka kontribusi margin atas penjualan yang harus dilakukan untuk mencapai impas akan semakin kecil. Perubahan biaya variabel dapat saja tidak mempengaruhi volume penjualan, tetapi sebaliknya setiap perubahan volume penjualan tentu akan mempengaruhi biaya variabel. Dengan kata lain bahwa perubahan biaya variabel/unit akan mengubah rasio margin kontribusi dan titik impas.

3. Perubahan Harga Jual

Apabila perusahaan merencanakan untuk meningkatkan hasil penjualan dengan menetapkan harga jual yang baru atas produk, dimana perubahan harga jual ini hanyalah semata-mata merupakan perubahan kebijakan perusahaan. Bagaimana akibat perubahan harga jual ini terhadap faktor-faktor lain dalam hubungannya dengan analisis titik impas.

Bambang Riyanto (2001 : 367) mengemukakan analisisnya terhadap perubahan harga jual ini sebagai berikut :

“Apabila P (harga jual per unit) naik, maka ini akan mempunyai efek yang menguntungkan karena BEP-nya akan turun. Dalam gambar BEP, titik break even akan bergeser ke kiri, yang berarti untuk tercapainya BEP cukup diperlukan jumlah produk yang lebih kecil.”

Dengan adanya perubahan harga jual kemungkinan akan mengakibatkan perubahan hasil penjualan, tetapi perubahan harga jual tidak mengakibatkan biaya variabel mengalami perubahan, karena volume penjualan itu sendiri tidak berubah. Apabila terjadi kenaikan harga jual, maka ini akan mempunyai efek yang menguntungkan karena impas-nya akan turun. Dalam gambar / grafik 2, titik impas-nya akan bergeser ke kiri, yang berarti tergapainya titik impas cukup diperlukan jumlah hasil penjualan yang lebih kecil. Dengan demikian pula sebaliknya kalau harga jual per unitnya turun, maka titik impas-nya akan makin besar, ini berarti bahwa untuk mencapai titik impas diperlukan jumlah hasil penjualan yang lebih banyak.

4. Perubahan Volume Penjualan

Dalam kaitannya dengan perubahan volume penjualan, ketika volume penjualan mengalami kenaikan sudah tentu akan mempengaruhi volume biaya variabel, mengingat biaya variabel akan mengalami perubahan yang sebanding dengan volume penjualan yang dicapai. Ketika biaya variabel berubah maka akan menyebabkan perubahan pada jumlah kontribusi marjin dan titik impasnya.

Oleh karena dapat disimpulkan bahwa dengan adanya perubahan volume penjualan, maka secara tidak langsung akan mempengaruhi jumlah biaya variabel yang berdampak juga pada berubahnya jumlah kontribusi marjin dan titik impasnya.