

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. LANDASAN TEORI

2.1.1. PENGERTIAN AKUNTANSI MANAJEMEN

Halim (2008 : 4) mendefinisikan akuntansi manajemen merupakan suatu kegiatan (proses) yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen.

Hongren et al. (2008 : 8) mendefinisikan bahwa definisi akuntansi manajemen sebagai suatu proses identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisa dan penyiapan, penafsiran dan komunikasi tentang informasi yang membantu masing – masing eksekutif untuk memuhi tujuan suatu organisasi.

Simamora (2012:13) mendefinisikan Akuntansi Manajemen sebagai proses pengidentifikasian, pengukuran, penghimpunan, penganalisisan, penyusunan, penafsiran, dan pengkomunikasian informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi, dan mengendalikan kegiatan usaha di dalam sebuah organisasi, serta untuk memastikan penggunaan dan akuntabilitas sumber daya yang tepat.

Blocher, *et al.* (2011:5), mendefinisikan Akuntansi Manajemen (*management accounting*) merupakan suatu profesi yang melibatkan kemitraan dalam pengambilan keputusan

manajemen, menyusun perencanaan dan sistem manajemen kinerja, serta menyediakan keahlian dalam pelaporan keuangan dan pengendalian untuk membantu manajemen dalam memformulasikan dan mengimplementasikan suatu strategi organisasi.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen adalah suatu proses untuk menyusun perencanaan dan sistem manajemen kinerja dalam suatu organisasi, serta untuk membantu manajemen dalam memformulasikan dan mengimplementasikan suatu strategi organisasi.

2.1.2. PENGERTIAN BIAYA

Biaya menurut Hansen dan Mowen (2009:47) merupakan kas atau nilai setara dengan kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan dapat memberi manfaat saat ini maupun di masa depan bagi suatu organisasi. Biaya dikatakan sebagai setara kas karena sumber non kas dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan.

Biaya (*cost*) menurut Horngren, dkk (2008:31) merupakan sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepasakan (*forgone*) demi mencapai tujuan tertentu. Suatu biaya (seperti bahan langsung atau iklan) umumnya diukur dalam jumlah uang yang harus dibayarkan dalam rangka memperoleh barang atau jasa.

Biaya menurut Mulyadi (2005:8) merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang di ukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada 3 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut di atas :

- a. Diukur dalam satuan uang
- b. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi
- c. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

Dari pengertian tersebut di atas dapat di simpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan ekonomis yang kita lakukan demi mencapai suatu tujuan yang telah di rencanakan.

2.1.3.KLASIFIKASI BIAYA

Biaya menurut Carter dan Usry (2009:3) umumnya akan menghasilkan klasifikasi dari setiap pengeluaran sebagai biaya tetap, biaya variabel, atau biaya semivariabel.

a. Biaya Tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap yaitu biaya yang secara total tidak berubah ketika aktivitas bisnis meningkat ataupun menurun. Contohnya: overhead pabrik memasukkan item seperti supervisi, penyusutan, sewa, asuransi properti, pajak properti, dan semuanya yang secara umum dianggap sebagai biaya tetap.

b. Biaya Variabel (*variabel cost*)

Biaya variabel yaitu biaya yang totalnya meningkat secara proporsional ketika terjadi peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional ketika terjadi penurunan dalam aktivitas. Yang termasuk dalam biaya variabel yaitu biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, beberapa perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, alat-alat kecil, pengerjaan ulang, dan unit-unit yang rusak.

c. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel yaitu biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel. Contohnya biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, beberapa perlengkapan, pemeliharaan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, asuransi jiwa kelompok untuk karyawan, biaya pensiun, pajak penghasilan, biaya perjalanan dinas, dan biaya representasi.

2.1.4. PENGERTIAN *VOLUME* PENJUALAN

Mulyadi (2005:239) mendefinisikan bahwa *volume* penjualan suatu ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang dan jasa yang terjual.

Halim dan Supomo (2005:49) mendefinisikan *Volume* penjualan berpengaruh terhadap *volume* produk atau jasa tersebut.

Volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. Dengan demikian, *Volume* penjualan atau produksi merupakan bagian yang mempengaruhi perolehan laba perusahaan. Dan menurut Philip Kotler (2004:68) volume penjualan merupakan barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu yang di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

Berdasarkan pengertian *volume* penjualan di atas dapat disimpulkan *volume* penjualan dapat diartikan sebagai komposisi penjualan yang merupakan kombinasi relatif berbagai jenis produk, terhadap total pendapatan penjualan dalam suatu perusahaan. Manajemen harus berusaha agar mencapai kombinasi atau komposisi penjualan yang dapat menghasilkan jumlah laba yang maksimal.

2.1.5. PENGERTIAN LABA

Menurut Harahap (2008:113) laba merupakan kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi.

Menurut Soemarso (2004:227) laba merupakan selisih antara pendapatan dan pengeluaran atau suatu kelebihan pendapatan yang di terima oleh perusahaan sesudah di kurangi pengorbanan yang di keluarkan , yang merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.

Menurut Salvatore (2005:15) membedakan antara laba bisnis dan laba ekonomi. Laba bisnis (*bussiness profit*) mengacu pada penerimaan perusahaan di kurangi biaya eksplisit atau biaya akuntansi perusahaan. Biaya eksplisit merupakan biaya yang benar-benar di keluarkan dari kantong perusahaan untuk membeli atau menyewa *input* yang di butuhkan dalam produksi. Sedangkan laba ekonomi merupakan penerimaan perusahaan di kurangi oleh biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya implisit mengacu pada nilai input yang di miliki perusahaan dan di pergunakan untuk proses produksinya sendiri.

Berdasarkan pengertian laba tersebut di atas dapat di simpulkan bahwa laba adalah selisih antara pendapatan dan biaya yang telah di keluarkan, yang merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.

2.2. ANALISIS BIAYA-VOLUME-LABA

2.2.1. PENGERTIAN ANALISIS BIAYA-VOLUME-LABA

Mulyadi (2001:260) mengemukakan bahwa analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) lebih menitik beratkan pada seberapa besar perubahan-perubahan biaya, volume, dan harga jual memberi dampak terhadap laba perusahaan. Pada perusahaan-perusahaan yang mencari keuntungan, biasanya mempelajari kaitan-kaitan tentang pendapatan, pengeluaran, dan

keuntungan bersih. Selanjutnya analisis ini dapat diterapkan pada kelompok produk, saluran distribusi, metode penjualan tertentu, dan juga untuk penentuan laba. Salah satu hubungan diantara biaya, volume dan laba yaitu margin kontribusi. Margin kontribusi yaitu kelebihan pendapatan penjualan terhadap biaya variabel. Konsep margin kontribusi sangat penting dalam perencanaan bisnis karena konsep tersebut memberikan masukan mengenai laba potensial perusahaan.

Niswonger *et al* (2001:231) menyatakan akuntan memakai berbagai pendekatan untuk mendeskripsikan hubungan antara biaya, penjualan (*volume*), dan laba operasi. Pendekatan matematis adalah salah satu pendekatan yang paling sering digunakan dalam praktek. Pendekatan matematis pada analisis biaya-volume-laba umumnya menggunakan persamaan (1) untuk menentukan unit penjualan yang diperlukan untuk mencapai titik impas pada suatu operasi atau (2) menentukan unit penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba atau laba yang diinginkan.

Garrison dkk, (2006:322) mengemukakan analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit- CVP*) merupakan satu dari beberapa alat yang sangat berguna bagi manajer dalam memberikan perintah. Alat ini membantu mereka untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume, dan laba

dalam organisasi dengan memfokuskan pada interaksi antar lima elemen:

1. Harga produk merupakan harga yang ditetapkan di dalam suatu periode tertentu secara konstan.
2. Volume atau tingkat aktivitas merupakan besarnya produk yang dihasilkan dan direncanakan akan dijual di dalam suatu periode tertentu.
3. Biaya variabel per unit merupakan besarnya biaya produk yang dibebankan secara langsung pada setiap unit barang yang diproduksi.
4. Total biaya tetap merupakan keseluruhan biaya periodik di dalam suatu periode tertentu.
5. Bauran produk yang dijual merupakan proporsi volume relatif produk-produk perusahaan yang akan dijual.

Berdasarkan pengertian analisis biaya-volume-laba di atas maka dapat disimpulkan bahwa analisis biaya-volume-laba merupakan suatu alat untuk menghitung hubungan antara biaya, volume penjualan serta laba yang direncanakan untuk suatu perusahaan.

2.2.2. Asumsi-asumsi Analisis Biaya-Volume-Laba

Analisis biaya volume laba mudah di gunakan dan murah biayanya namun hal itu mengandung kelemahan karena asumsi-asumsi berikut menurut Armila (2006:180)

- a. Bagan impas pada dasarnya merupakan analisis statik, umumnya perubahan-perubahan hanya dapat di perhatikan dengan menggambarkan bagan baru atau sejumlah bagan lainnya.
- b. Dalam rentang waktu yang relevan di rumuskan besarnya biaya tetap dan variabel untuk periode dan tingkat produksi tertentu. Rentang yang relevan umumnya merupakan rentang kegiatan yang dapat di nyatakan dengan berbagai ukuran penjualan dan beban seperti jam kerja atau jam mesin, jumlah unit yang di produksi dan nilai jual produksi. Untuk kegiatan di luar rentang yang relevan besarnya biaya tetap dan variabel akan berubah.
- c. Semua biaya dapat di klasifikasikan menjadi biaya tetap atau variabel atau dapat di bagi ke daam komponen tetap dan variabel.
- d. Biaya variabel per unit tetap sama dan terdapat hubungan langsung di antara biaya dan volume.
- e. Volume merupakan satu-satunya faktor penting yang mempengaruhi perilaku biaya.

- f. Harga jual per unit dan kondisi pasar lainnya tidak berubah.
- g. Total biaya tetap di asumsikan konstan untuk rentang yang relevan.
- h. Perubahan persediaan tidak begitu berarti sehingga tidak mempengaruhi analisis.
- i. tidak ada perbaikan efisiensi dalam periode bersangkutan dan kebijakan serta teknik manajerial tidak berpengaruh terhadap biaya.
- j. Teknologi produk di asumsikan tidak berubah.
- k. Jika analisis melebihi dari satu produk, Maka di asumsikan bahwa ada bauran penjualan yang tidak berubah. Bauran penjualan (*Sales mix*) menunjukkan kombinasi atau perbandingan jumlah produk yang di jual perusahaan.

2.3. Analisis Peramalan (*Time Series*)

Salah satu alat untuk perencanaan keuangan untuk meramalkan biaya adalah analisis *time series forecasting* (*tren*). Harahap (1998:344) menyatakan *time series forecasting* menggambarkan prestasi lalu secara berseri kemudian dari kecendrungan garis itu dapat di lihat angka masa depan sebagai angka ramalan.

Nafarin (2004:31) menyatakan bahwa ramalan penjualan (*sales forecast*) merupakan suatu proses kegiatan memperkirakan produk yang akan di jual pada waktu yang akan datang dalam keadaan tertentu dan di buat berdasarkan data yang pernah terjadi dan mungkin akan terjadi.

Analisis ini menggunakan beberapa metode statistika. Analisis peramalan tidak hanya meramalkan penjualan pada tahun mendatang saja, namun juga meramalkan harga jual, serta biaya tetap dan biaya variabel. Menurut Hasan, (2001:200) Metode peramalan yang dapat di gunakan adalah *trend linear* atau tren garis lurus. Trend linear merupakan trend yang variabel x- nya berpangkat paling tinggi satu.

$$Y = a + bX$$

Penjelasan:

Y = data berkala atau nilai tren untuk periode tertentu

X = periode waktu (hari, minggu, bulan, tahun)

a = konstanta, nilai y jika x=0

b = koefisien x

Hasan (2001:200) mengemukakan dalam bukunya *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskripti)*. Metode yang dapat di gunakan yaitu:

- a. *Analisis Time Series Least Square* untuk meramalkan biaya tetap dan biaya variabel.

$$Y = a + bX$$

Penjelasan:

Y= Variabel yang di cari trendnya

X = Variabel waktu (Tahun)

a = Nilai Konstanta

b = Parameter

Di mana:

$$a = \frac{\sum Y}{n}, b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Penjelasan:

a = Nilai Konstanta

n= Jumlah tahun

b = Parameter

X= Variabel waktu (Tahun)

Y= Jumlah produksi

b. *Analisis Time Series Least Square* untuk meramalkan kuantitas penjualan.

$$Y = a + bX$$

Penjelasan

Y = Variabel yang di cari trendnya

X = Variabel waktu (Tahun)

a = Nilai Konstanta

b = Parameter

Di mana:

$$a = \frac{\sum Y}{n}, b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Penjelasan:

a = Nilai Konstanta

n = Jumlah tahun

b = Parameter

X= Variabel waktu (Tahun)

Y= Jumlah produksi

c. *Analisis Time Series least Square* untuk meramalkan harga jual.

$$Y = a + bX$$

Penjelasan:

Y = Variabel yang di cari trendnya

X = Variabel waktu (Tahun)

a = Nilai Konstanta

b = Parameter

Di mana:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Penjelasan:

a = Nilai Konstanta

n= Jumlah tahun

b = Parameter

X= Variabel waktu (Tahun)

Y= Jumlah Produksi

2.4. Perencanaan laba

Supriono (2004:218) mengemukakan perencanaan laba merupakan rencana kerja yang dapat di perhitungkan dengan cermat di mana implikasi keuangan di nyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas, modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek.

Ahmad (2007:54) mengemukakan perencanaan laba pada dasarnya adalah perencanaan yang harus di lakukan perusahaan untuk mencapai laba dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba atau analisis impas (*break event point analysis*) dan di gunakan untuk menghadapi perubahan yang mungkin terjadi atas harga jual satuan, biaya tetap, biaya variabel atau perubahan volume penjualan dan komposisi produk yang di jual. Perencanaan laba ini menggunakan analisis biaya-volume-laba. Perencanaan laba akan memudahkan tugas manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien.

Machfoedz (1996: 289) Mengemukakan perencanaan laba (*profit planning*) sering disebut budget perencanaan (*planning budget*) atau rencana operasi (*plan operation*) merupakan rencana dari manajemen yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan di bagi ke dalam dua jenis rencana yaitu rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang.

Berdasarkan pengertian perencanaan laba di atas maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba pada dasarnya merupakan perencanaan yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai laba dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba atau analisis impas (*break event point analysis*) dan digunakan untuk menghadapi perubahan yang mungkin terjadi atas harga jual satuan, biaya tetap, biaya variabel atau perubahan volume penjualan dan komposisi produk yang di jual. Perencanaan laba ini menggunakan analisis biaya-volume-laba. Perencanaan laba akan memudahkan tugas manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien.

2.5. Analisis *Break Even Point* (Titik Impas)

Break Event Point adalah suatu keadaan di mana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak mendapatkan laba dan tidak mengalami rugi (Munawir, 2004:184)

Break Even Point merupakan kondisi perusahaan tidak laba dan tidak rugi, dengan mengetahui *Break Even Point* dimana perusahaan akan meningkatkan penjualan diatas *break even point* untuk mendapatkan laba dan menghindari penjualan dibawah *Break Even Point* karena akan menderita rugi. (Armila,2006;183)

Break Even Point merupakan posisi dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. BEP atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan untuk menarik produk atau mengembangkan produk, atau untuk menutup anak

perusahaan yang profit center atau mengembangkannya.(Darsono dan Ari 2013:243)

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan oleh para ahli tersebut dapat di simpulkan bahwa **Break Even Point** merupakan suatu cara yang mempelajari hubungan keseimbangan antara biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan suatu tingkat penjualan sama dengan penghasilan.

Untuk menentukan tingkat *break even point* (BEP) menurut Darsono dan Ari (2013:243) dapat di cari dengan rumus:

$$BEP = \frac{\text{Fixed Cost}}{1 - \frac{\text{Variabel cost}}{\text{Sales}}}$$

$$BEP = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin per unit}}$$

$$BEP = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

Keterangan:

FC= Biaya tetap

VC= Biaya Variabel

S = Total Penjualan

CM per unit = Margin Kontribusi per unit

CM Ratio = Margin Kontribusi Ratio

2.5.1. Asumsi-asumsi analisis *break even point* (BEP)

Analisis break even point membutuhkan asumsi tertentu sebagai dasarnya.

Asumsi-asumsi itu menurut Adisaputro (2007:95) adalah:

- a. Bahwa biaya pada berbagai tingkat kegiatan dapat diperkirakan jumlahnya secara tepat. Dengan demikian perubahan tingkat produksi dapat dijabarkan menjadi perubahan tingkat biaya.
- b. Biaya yang diperkirakan itu dapat dipisahkan mana yang bersifat variabel dan mana yang merupakan beban tetap. Analisa *break even* hanya dapat dihitung bilamana sebagian biaya merupakan beban tetap.
- c. Tingkat penjualan sama dengan tingkat produksi, artinya apa yang diproduksi dianggap terjual habis. Dengan demikian tingkat persediaan barang jadi tidak mengalami perubahan, atau perusahaan sama sekali tidak menyediakan stock barang jadi.
- d. Harga jual produk perusahaan pada berbagai tingkat penjualan tidak mengalami perubahan.
- e. Efisiensi perusahaan pada berbagai tingkat kegiatan juga tidak berubah.
- f. Perusahaan dianggap seakan-akan hanya menjual satu macam produk akhir. Bilamana dalam kenyataannya produk yang dibuat lebih dari satu macam, maka sales mix dipertahankan tetap sama.

2.6. *Contribution Margin* (Margin Kontribusi)

Menurut Garrison dkk, (2006:328) *Contribution Margin* adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan dikurangi biaya variable yang merupakan jumlah yang akan menutupi biaya tetap dan kemudian nantinya akan menjadi laba. Sedangkan menurut Armila (2006:180) dalam menggunakan analisis biayavolume-laba, konsep yang digunakan sebagai dasar perhitungan yaitu laporan *Contribution Margin (CM)*. *Contribution Margin (CM)* adalah selisih antara penjualan dengan biaya variabel pada tingkat kegiatan tertentu. Selisih tersebut dapat digunakan untuk menutup biaya tetap secara keseluruhan dan sisanyamerupakan laba. Jika $CM > \text{biaya tetap}$ maka perusahaan akan mendapat laba; jika $CM < \text{biaya tetap}$ maka akan rugi dan jika $CM = \text{biaya tetap}$ maka perusahandalam keadaan posisi impas (tidak laba dan tidak rugi).

Menurut Bustami dan Nurlela (2009:134), *Contribution margin* mempunyai kaitan yang erat sekali dengan analisis biaya-volume-laba, yang mana analisis biaya-volume-laba ini berkaitan dengan titik impas. *Contribution margin* yang rendah akan mengakibatkan *break even point* yang tinggi sedangkan *contribution margin* yang tinggi akan mengakibatkan *break even point* yang rendah. Tinggi rendahnya *break even point* yang dicapainya berpengaruh pada laba yang diterima oleh perusahaan yaitu sampai padatingkat batas keselamatan.

Contribution Margin (CM) merupakan jumlah yang tersedia dari penjualan dikurangi dengan biaya variable. Jumlah tersebut akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan laba untuk periode tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat di simpulkan bahwa *Contribution Margin* merupakan selisih antara penjualan dengan biaya variabel pada tingkat kegiatan tertentu. Selisih tersebut dapat digunakan untuk menutup biaya tetap secara keseluruhan dan sisanya merupakan laba.

Untuk menentukan Margin Kontribusi menurut Garrison dkk (2006:324) dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Pendapatan penjualan} - \text{Total biaya variabel}$$

Untuk menentukan Rasio Margin Kontribusi menurut Garrison dkk (2006:328) dapat di hitung dengan rumus:

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

2.7. *Margin Of Safety (Batas Keamanan)*

Menurut Garrison dkk (2006:338), *margin of safety* merupakan kelebihan dari penjualan yang di anggarkan (aktual)di atas titik impas volume penjualan. Margin keamanan menjelaskan jumlah di mana

penjualan dapat menurun sebelum mulai terjadi kerugian. Semakin tinggi margin keamanan, semakin rendah untuk tidak balik modal

Menurut Armila (2006:189), *margin of safety* dalam hubungannya dengan analisis *break even* adalah untuk menentukan seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Jadi *margin of safety* adalah selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan impas. Misalnya angka *margin of safety* diketahui 50% maka jika jumlah penjualan yang terjadi berkurang atau menyimpang lebih dari 50% (dari penjualan yang direncanakan) maka perusahaan akan menderita kerugian.

Sedangkan menurut Bustami dan Nurlela (2009:210) batas keamanan (*margin of safety*) yaitu hasil penjualan pada tingkat titik impas dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan atau pada tingkat tertentu, maka akan di dapat informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak menderita kerugian. Hubungan atau selisih antara penjualan di anggarkan atau tingkat penjumlahan tertentu dengan penjualan titikimpas disebut dengan batas keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan. Jadi batas keamanan adalah seberapa jauh penjualan perusahaan tersebut boleh turun sehingga tidak mengalami kerugian.

Analisis *margin of safety* menunjukkan berapa banyak penjualan yang boleh turun dari jumlah penjualan tertentu dimana perusahaan belum menderita rugi atau dalam keadaan *Break Even*. Dengan kata lain

angka *margin of safety* memberikan petunjuk jumlah maksimum penurunan angka volume penjualan yang direncanakan yang tidak mengakibatkan kerugian. *margin of safety* merupakan elemen untuk mengukur keamanan perusahaan.

Berdasarkan pengertian *Margin of Safety* di atas maka penulis menyimpulkan bahwa *Margin of Safety* adalah kelebihan dari penjualan yang di anggarkan (aktual) di atas titik impas volume penjualan. *margin of safety* menunjukkan berapa banyak penjualan yang boleh turun dari jumlah penjualan tertentu dimana perusahaan belum menderita rugi atau dalam keadaan *Break Even*.

Untuk menentukan *Margin of safety* atau batas keamanan menurut Garrison dkk (2006:338) dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Margin Keamanan} = \text{Total Penjualan yang di anggarkan} - \text{Penjualan titik impas}$$

Margin keamanan juga dapat di sajikan dalam bentuk persentase. Prosentase ini dicari dengan membagi margin keamanan dalam rupiah dengan total penjualan, seperti dalam rumus berikut :

$$\text{Persentase Margin Keamanan} = \frac{\text{Margin Keamanan dalam Rupiah}}{\text{Total penjualan yang di anggarkan (Aktual)}}$$

2.8. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Hasil
1	Selfinta B Sihombing (2013)	Independent: Baya-Volume-Laba Dependent: Perencanaan Laba	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan atas data PT. Bangun Wenang <i>Beverages</i> dapat disimpulkan titik impas untuk tahun 2013 terjadi pada angka Rp 6.395.449.777,-. Berdasarkan perhitungan perencanaan laba diketahui bahwa laba yang dapat diperoleh secara maksimal untuk tahun 2013 sebesar Rp. 12.830.678.060,-.Berdasarkan perhitungan Margin Keuntungan maka presentase <i>margin of safety</i> penjualan sebesar 91,21%.
2	Ricky Budiman Samahati (2013)	Independent: Biaya-Volume-Laba Dependent: Break Even Point	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2011 dan 2012 Hotel Sedona tidak mengalami kerugian dan laba pada tahun 2011 lebih besar dari laba tahun 2012. Dengan mengasumsikan 10% pada biaya-biaya variabel dan 10% pada volume operasional, maka perencanaan laba dan pendapatan ditahun 2013 lebih banyak dibandingkan pada tahun 2011 dan 2012. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat keamanan (<i>margin of safety</i>) pada hotel Sedona masih dalam keadaan aman baik tahun 2011, 2012, dan perencanaan 2013
3	Ressa Ismail (2013)	Independent: Analisis Biaya-Volume-Laba	Hasil penelitian yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut. Pada Tahun 2010, Volume penjualan sebesar 13.298 ton dan harga jual sebesar RP.5.500.000, hasil penjualan sebesar

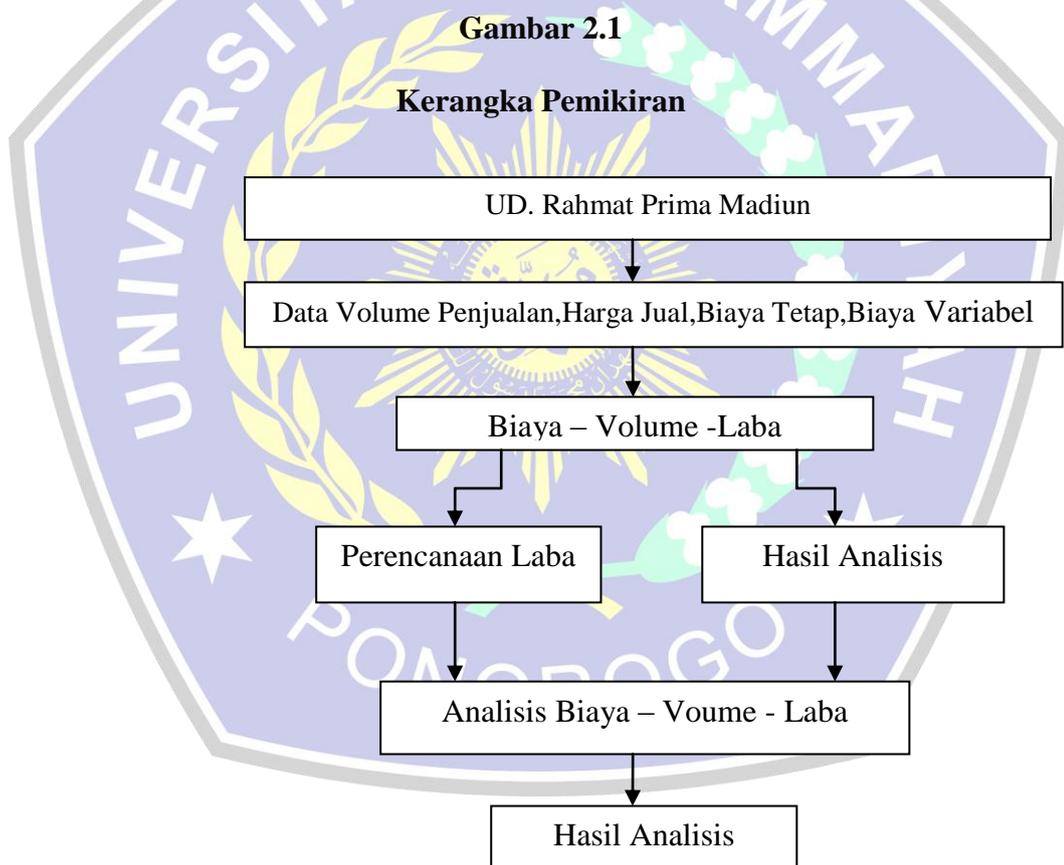
		<p>Dbependent:</p> <p>Penentuan Laba</p>	<p>RP.73.139.744.874, jumlah biaya sebesar Rp.62.594.626.846 dan laba/rugi sebesar Rp.10.545.118.010. Pada tahun 2011 volume penjualan sebesar 13.039 ton, harga jual Rp.6.285.000, hasil penjualan Rp.81.952.402.297, jumlah biaya sebesar Rp.76.565.270.760 dan laba/rugi sebesar Rp 5.387.131.537. Pada tahun 2012 volume penjualan 12.743 ton, harga jual sebesar Rp.7.500.000, hasil penjualan Rp.95.576.490.014, jumlah biaya sebesar Rp.84.483.382.791 dan laba/rugi sebesar Rp.11.093.107.223 OL tahun 2010 sebesar 1,553 % , 2011 sebesar 2,037 % dan 2012 adalah 1,582 %.</p>
4	Atika Pelawiten, Vente Ilat,(2014)	<p>Independent:</p> <p>Cost Volume Profit</p> <p>Dependent:</p> <p>Perencanaan Laba</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan analisis <i>cost volume profit</i> dapat membantu UD. Gladys Bakery untuk membuat keputusan pengeluaran biaya tetap dan biaya variabel. Untuk menganalisis <i>cost-volume-profit</i> dapat menggunakan analisa <i>break even point</i>, analisa <i>contribution margin</i> dan <i>contribution margin ratio</i>, analisa <i>margin of safety</i>, dan <i>operating leverage</i> serta analisa perencanaan laba. Dengan analisa tersebut kita dapat menghitung jumlah biaya, produk, dan laba yang dicapai. Penulis menyarankan agar manajemen perusahaan harus lebih meningkatkan penjualan dan menggunakan analisa <i>cost-volume-profit</i> untuk memperkirakan biaya yang akan dikeluarkan, produk yang akan dijual, dan laba yang diharapkan selama satu periode.</p>
5	Reginaldo Rosario	<p>Independent:</p> <p>Analisis Biaya-</p>	<p>Hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan analisis biaya volume dan laba dapat menghasilkan informasi</p>

(2013)	Volume-Laba Dependent:Titik Impas, Margin Pengaman	yang bermanfaat bagi manajemen dalam perencanaan volume penjualan kamar dalam Rupiah dan laba jangka pendek
--------	---	---

Sumber:Selfinta B Sihombing (2013), Ricky B Samahati (2013), Ressa Ismail (2013), Atika Pelawiten, Ventje Ilat (2014), Reginaldo Rosario (2013).

2.9. Kerangka Pemikiran

Secara sederhana Kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



Berdasarkan gambar dari kerangka pemikiran di atas dapat di terangkan bahwa biaya, volume penjualan dan harga produk tahun sebelumnya memegang peranan penting untuk menghitung laba yang di

rencanakan, menghitung besarnya penjualan pada tingkat laba yang di rencanakan. Beberapa langkah atau faktor (biaya-biaya, Volume penjualan, harga jual produk, laba) mempunyai hubungan yang erat atau bahkan saling berkaitan satu sama lainnya. Jika kegiatan penjualan mengalami kenaikan, Maka perusahaan akan mengalami keuntungan. tetapi jika tingkat penjualan adalah tetap, maka perusahaan di katakan masih memiliki laba atau tidak mengalami kerugian, dengan kata lain keuntungan dan kerugian sama dengan nol. Untuk merencanakan laba atau menyusun perencanaan laba, *break even point*, Margin Kontribusi dan *margin of safety* perlu di lakukan analisis di antaranya analisis biaya-volume-laba.

