

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Perencanaan

###### a. Pengertian Perencanaan

Hampir setiap orang ataupun organisasi memiliki perencanaan. Perencanaan dimaksudkan untuk mengkonsep keadaan yang lebih cocok dengan apa yang diinginkan serta menentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai keadaan tersebut.

Perencanaan atau *planning* adalah kegiatan awal dalam sebuah pekerjaan awal dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan itu agar mendapat hasil yang optimal.<sup>1</sup>

Perencanaan dalam perspektif bisnis syariah adalah kegiatan awal bisnis syariah dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan bisnis yang dijalankan agar mendapatkan hasil yang optimal.

Dalam manajemen pada umumnya maupun dalam manajemen bisnis syariah perencanaan itu merupakan sunatullah, sebagaimana dapat dipahami dari makna ayat Alqur'an QS. Al-Hasyar :18 yang artinya "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan."

---

<sup>1</sup> Nana Hediani Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 55

Selain dari makna ayat tersebut juga dapat dipahami dari makna hadis Nabi Muhammad SAW berikut :

إذا ارادت ان تفعل امرا فتدبر عاقبته فان كان خيرا فامض وان كان شرا فانته  
(رواه ابن المبارك)

Artinya: "Jika engkau ingin mengerjakan suatu pekerjaan, pikirkanlah akibatnya. Jika perbuatan baik, ambillah dan jika perbuatan itu jelek, tinggalkanlah." (H.R. Ibnul Mubarak)

Perencanaan yang baik harus memperhatikan keadaan masa lalu, masa kini yang sedang berjalan dan memprediksi keadaan yang akan datang berdasarkan gambaran masa kini dan masa lalu. Meskipun sudah dengan cermat kita membuat perencanaan, namun bukan mustahil kita juga menemui kendala baik dalam menyusun perencanaan maupun dalam melaksanakan rencana tersebut.

Kendala ini adalah suatu keniscayaan karena apa yang kita rencanakan tidak semua ada dalam jangkauan dan kendali kita. Inilah salah satu indikator kenisbian kemampuan manusia sebagai makhluk yang diciptakan oleh yang Maha Kuasa.

Dalam persepsi Islam jelas sekali kendala (kesulitan) itu oleh Allah SWT tidak diberikan begitu saja tetapi selalu disertai dengan kemudahan. Dan fungsi kemudahan disini sebagai reward dari Allah kepada orang yang bersungguh-sungguh berjuang menghadapi kendala (tantangan) dalam melaksanakan pekerjaannya.<sup>2</sup>

b. Pentingnya Perencanaan

Perencanaan itu penting karena:<sup>3</sup>

- 1) Memberikan arah kepada manajer dan nonmanajer
- 2) Mengurangi ketidakpastian dengan mendorong para manajer untuk melihat kedepan dengan mengantisipasi perubahan

<sup>2</sup>Ma'ruf Abdullah, manajemen bisnis syariah, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2014, hlm. 119 - 120

<sup>3</sup>Nana Hediani Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 56

- 3) Memperjelas akibat dari berbagai tindakan yang mungkin dilakukan oleh para manajer dalam rangka menanggapi perubahan
  - 4) Mengurangi kegiatan-kegiatan yang tumpang tindih dan sia-sia
  - 5) Digunakan sebagai sasaran dan standar untuk pengendalian.
- c. Syarat-Syarat Rencana yang Baik<sup>4</sup>
- 1) Rencana harus mempunyai tujuan yang jelas, objektif, rasional, dan cukup menantang untuk diperjuangkan
  - 2) Rencana harus mudah untuk dipahami dan penafsirannya hanya Satu
  - 3) Rencana harus bisa dipakai untuk bertindak ekonomis rasional
  - 4) Rencana harus menjadi dasar dan alat untuk pengendalian semua tindakan
  - 5) Rencana harus bisa dikerjakan oleh sekelompok orang
  - 6) Rencana harus menunjukkan urutan-urutan dan waktu pekerjaan
  - 7) Rencana harus fleksibel tapi tidak mengubah tujuan
  - 8) Rencana harus berkesinambungan
  - 9) Rencana harus meliputi semua tindakan yang akan dilakukan
  - 10) Rencana harus berimbang
  - 11) Dalam rencana tidak boleh ada pertentangan antar departemen, hendaknya saling mendukung untuk tercapainya tujuan perusahaan
  - 12) Rencana harus sensitif terhadap situasi, sehingga terbuka kemungkinan untuk mengubah teknik pelaksanaannya tanpa mengalami perubahan pada tujuannya
  - 13) Rencana harus ditetapkan dan diimplementasikan atas dasar analisis data, informasi, dan fakta.

---

<sup>4</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hlm. 111

#### d. Proses Perencanaan

Pada dasarnya perencanaan menyangkut dua bidang utama, yaitu :<sup>5</sup>

##### 1) Analisis faktor-faktor eksternal

Titik awal dari proses perencanaan adalah lingkungan operasi dari perusahaan itu. Sebagai bagian dari lingkungan, perusahaan itu mempertimbangkan suatu tingkat yang diharapkan dari kegiatan operasi di dalam industrinya dan kemungkinan perubahan-perubahan di dalam pasar bagi produk yang dihasilkan. Jadi, analisis faktor-faktor eksternal mempertimbangkan baik kegiatan ekonomi secara keseluruhan dan industri secara individual sebagai kerangka kerja pada periode-periode mendatang.

##### 2) Analisis faktor-faktor internal

Beberapa faktor internal merupakan faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Misalnya, jumlah kas, jenis dan jumlah persediaan barang-barang, dan aktiva-aktiva tetap beserta teknologi yang sedang dikuasai dapat diubah oleh perusahaan itu.

Faktor-faktor internal yang dapat dikendalikan :<sup>6</sup>

##### a) Permintaan pasar bagi lini produk dan jasa

Suatu perusahaan dapat menentukan, sesudah suatu evaluasi secara teliti dan hati-hati, produk-produk dan jasa-jasa apa yang akan ditawarkan di pasar.

##### b) Biaya-biaya mendatang (masa depan)

Suatu perusahaan mungkin memiliki suatu jumlah kesempatan-kesempatan untuk mengurangi biaya-biaya dari produk-produknya pada periode-periode mendatang. Pengaturan kembali rencana dan penjadwalan yang lebih baik mungkin membantu meminimumkan biaya-biaya produk dan biaya-biaya administrasi.

---

<sup>5</sup> Abdul Halim dan Sarwoko, *Manajemen Keuangan (Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan) Buku 1: Manajemen Dan Analisis Aktiva Edisi 2*, BPF, Yogyakarta, 2008, hlm. 68-70

<sup>6</sup> Ibid., hlm. 70

c) Sumber-sumber dana

Karena perusahaan merencanakan pengeluaran-pengeluaran, maka pimpinan perusahaan harus menganalisis dana-dana yang tersedia untuk membiayai kegiatan-kegiatannya. Jika dana-dana yang cukup tidak diperkirakan, maka langkah-langkah yang diambil adalah mengatur atau melokalisir uang sebagaimana yang dibutuhkan dan pada biaya-biaya yang masuk akal.

## 2. Laba

Laba atau keuntungan adalah selisih pendapatan atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu.<sup>7</sup> Laba menurut perspektif Islam adalah pertambahan pada modal pokok perdagangan atau tambahan nilai yang timbul karena barter atau ekspedisi dagang. Konsep laba dalam islam secara teoritis dan realita tidak hanya berasaskan pada logika , tetapi juga berasaskan pada nilai-nilai moral dan etika serta tetap berpedoman pada petunjuk dari Allah SWT.<sup>8</sup>

Mencari keuntungan dalam bisnis pada prinsipnya merupakan perkara jaiz (boleh) dan dibenarkan oleh syara'. Tidak ada satu nash pun yang membatasi margin keuntungan, berapapun besarnya selama tidak mengandung unsur-unsur keharaman dan kezaliman dalam praktik pencapaiannya, hal itu dibenarkan oleh syariah sekalipun mencapai margin 100% dari modal, bahkan beberapa kali lipat.<sup>9</sup>

## 3. Perencanaan Laba

a. Pengertian Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam

---

<sup>7</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2016, hlm. 195

<sup>8</sup> Ibid., hlm. 198

<sup>9</sup> Ibid., hlm. 213

bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca, kas, dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek.<sup>10</sup>

b. Menetapkan Sasaran Laba

Dalam menetapkan sasaran laba, pihak manajemen harus mempertimbangkan faktor-faktor berikut :<sup>11</sup>

- 1) Laba atau rugi yang dialami dari volume penjualan tertentu
- 2) Volume penjualan yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya yang terpakai, untuk menghasilkan laba yang memadai agar dapat membayar dividen bagi saham preferen dan saham biasa, dan untuk menahan sisa laba yang cukup guna memenuhi kebutuhan perusahaan dimasa depan
- 3) Titik impas/pulang pokok (*break even point*)
- 4) Volume penjualan yang dapat dihasilkan oleh kapasitas operasi pada saat ini
- 5) Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai sasaran laba
- 6) Hasil pengembalian (*return*) atas modal yang digunakan.

c. Manfaat Perencanaan Laba

Perencanaan laba atau penganggaran sangat bermanfaat karena :<sup>12</sup>

- 1) Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan permasalahan
- 2) Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapinya dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil suatu keputusan
- 3) Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada perencanaan laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya secara maksimum

---

<sup>10</sup>Milton F. Usry, Lawrence H. Hammer, *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Edisi 10 Jilid 1*, Erlangga, hlm. 252

<sup>11</sup> Ibid., hlm. 252

<sup>12</sup>Ibid., hlm. 253

- 4) Mendorong standar prestasi yang tinggi dengan merangsang kegairahan untuk bersaing, menanamkan hasrat untuk mencapai tujuan, dan menumbuhkan minat untuk melaksanakan kegiatan secara lebih efektif
  - 5) Berperan sebagai tolok ukur atau standar untuk mengukur hasil kegiatan dan menilai kebijaksanaan manajemen dan tingkat kecakapan dari setiap pelaksanaan.
- d. Keterbatasan Perencanaan Laba<sup>13</sup>
- 1) Peramalan atau pemikiran bukanlah ilmu pasti; dalam setiap penyusunan anggaran akan terdapat sejumlah pertimbangan tertentu
  - 2) Anggaran dapat mengikat perhatian manajer pada sasaran tertentu yang tidak selaras dengan tujuan organisasi secara keseluruhan
  - 3) Perencanaan laba memerlukan kerjasama dan peran serta dari seluruh anggota manajemen. Dasar keberhasilan perencanaan adalah ketaatan dan kegairahan pelaksana terhadap rencana laba.
  - 4) Perencanaan laba tidaklah menghapus maupun mengambil alih peran bagian administrasi
  - 5) Pelaksanaan rencana memerlukan waktu.<sup>14</sup>

#### 4. Konsep Akuntansi Islam

Konsep akuntansi Islam sesuai dengan kecenderungan manusia yang menuntut agar perusahaan juga memiliki etika dan tanggung jawab sosial. Konsep akuntansi telah ada dalam sejarah Islam yang sangat berbeda dengan konsep konvensional sekarang. Toshikabu Hayashi menerjemahkan akuntansi sebagai “*muhasabah*”. Kemudian, ia menjelaskan bahwa dalam konsep Islam terdapat pertanggungjawaban di akhirat, yaitu setiap orang akan mempertanggungjawabkan tindakannya di hadapan Allah SWT. Dan Allah SWT mempunyai akuntan (Rakib dan Atid) yang mencatat semua tindakan manusia, bukan hanya bidang

<sup>13</sup> Ibid., hlm. 253

<sup>14</sup> Milton F. Usry, Lawrence H. Hammer, *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Edisi 10 Jilid 1*, Erlangga, hlm. 252-253

ekonomi, melainkan juga bidang sosial dalam pelaksanaan hukum syariah lainnya.<sup>15</sup>

Muhammad Akram Khan merumuskan sifat akuntansi dalam Islam sebagai berikut :<sup>16</sup>

a. Penentuan laba rugi yang tepat

Walaupun penentuan laba rugi bersifat subjektif dan bergantung pada nilai, prinsip kehati-hatian harus diutamakan agar tercapai hasil yang bijaksana (atau dalam islam sesuai dengan syariat) dan konsisten sehingga dapat menjamin bahwa kepentingan semua pihak pemakai laporan dilindungi.

b. Mempromosikan dan menilai efisiensi kepemimpinan

Sistem akuntansi harus bisa memberikan standar berdasarkan hukum sejarah untuk menjamin bahwa manajemen mengikuti kebijaksanaan yang baik.

c. Ketaatan pada hukum syariah

Setiap aktivitas yang dilakukan unit ekonomi harus dinilai halal haramnya. Faktor ekonomi tidak harus menjadi alasan tunggal untuk menentukan berlanjut tidaknya suatu perusahaan.

d. Keterikatan pada keadilan

Karena tujuan syariah adalah penerapan keadilan dalam masyarakat seluruhnya, informasi akuntan harus mampu melaporkan (selanjutnya mencegah) setiap kegiatan atau keputusan yang dibuat untuk menambah ketidakadilan dalam masyarakat.

e. Melaporkan dengan baik

Peranan perusahaan dianggap pada dasarnya bertanggung jawab kepada masyarakat secara keseluruhan. Nilai sosial ekonomi Islam harus diikuti dan dianjurkan. Informasi akuntansi harus berada dalam posisi terbaik untuk melaporkan hal ini.

---

<sup>15</sup>Sarip Muslim, Akuntansi Keuangan Syariah teori dan Praktik, CV Pustaka Setia, Bandung, 2015, hlm. 29

<sup>16</sup>Ibid.,hlm. 30



f. Perubahan dalam praktik akuntansi

Peranan akuntansi yang demikian luas dalam kerangka islam memerlukan perubahan yang sesuaidan cepat dalam praktik akuntansi saat ini. Akuntansi harus mampu bekerja sama untuk menyusun saran-saran yang tepat untuk mengikuti perubahan ini.

## 5. Akuntansi Biaya

a. Pengertian Akuntansi Biaya

Ditinjau dari ativitasnya, akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya-biaya pembuatan dan penjualan barang jadi (produk) atau penyerahan jasa dengan cara-cara tertentu serta menafsirkan hasilnya. Apabila ditinjau dari fungsinya, akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang menghasilkan informasi biaya yang dapat dipakai sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen.<sup>17</sup>

b. Perilaku Biaya

1) Klasifikasi Biaya

Biaya (*cost*) tidak sama dengan beban (*expense*). Biaya adalah sumber dana yang dikorbankan atau dilepaskan untuk mencapai tujuan tertentu dimasa depan. Sedangkan beban adalah biaya yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan. Konsep klasifikasi biaya adalah penggunaan biaya yang berbeda untuk tujuan yang berbeda.<sup>18</sup>

Keberhasilan dalam merencanakan dan mengendalikan biaya tergantung pada pemahaman yang menyeluruh atas hubungan antara biaya dan aktivitas bisnis. Studi dan analisis yang hati-hati atas dampak aktivitas bisnis atau biaya umumnya akan

---

<sup>17</sup> Sofia Prima Dewi, Septian Bayu Kristanto, *Akuntansi Biaya Edisi 2*, In Media, Bogor, 2014, hlm. 1

<sup>18</sup> Ibid., hlm. 10

menghasilkan klasifikasi tiap pengeluaran sebagai biaya tetap, biaya variabel atau biaya semivariabel.<sup>19</sup>

## 2) Biaya Tetap

Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun sepanjang kapasitas normal. Meskipun beberapa jenis biaya tampak sebagai biaya tetap, semua biaya sebenarnya bersifat variabel dalam jangka panjang.

Satu jenis biaya tertentu sebaiknya diklasifikasikan sebagai biaya tetap hanya dalam rentang aktivitas yang terbatas. Rentang aktivitas yang terbatas ini sering disebut rentang yang relevan (*relevant range*). Total biaya tetap akan berubah diluar rentang aktivitas yang relevan (kapasitas normal).<sup>20</sup>

## 3) Biaya Variabel

Biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas bisnis dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas bisnis. Biaya variabel termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, beberapa perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, alat-alat kecil, pengerjaan ulang dan unit-unit yang rusak. Biaya variabel umumnya dapat didefinisikan langsung dengan aktivitas yang menimbulkan biaya.<sup>21</sup>

## 4) Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel didefinisikan sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakter-karakter dari biaya tetap maupun biaya variabel. Karakteristik biaya semivariabel adalah biaya ini meningkat atau menurun sesuai dengan peningkatan atau penurunan aktivitas bisnis namun tidak proporsional. Contoh biaya

---

<sup>19</sup> Ibid., hlm. 11

<sup>20</sup> Ibid., hlm. 11

<sup>21</sup> Ibid., hlm. 12

tersebut adalah biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, perlengkapan, pemeliharaan, beberapa tenaga kerja tidak langsung.<sup>22</sup>

#### 5) Memisahkan Biaya Tetap dengan Biaya Variabel

Dalam rangka merencanakan, menganalisis, mengendalikan atau mengevaluasi biaya pada tingkat aktivitas yang berbeda, biaya tetap dan biaya variabel harus dipisahkan. Pemisahan biaya tetap dan biaya variabel tersebut diperlukan untuk tujuan-tujuan berikut.<sup>23</sup>

- a) Perhitungan tarif biaya overhead predeterminasi dan analisis varian
- b) Penyusunan anggaran fleksibel dan analisis varian
- c) Perhitungan biaya langsung dan marjin kontribusi
- d) Analisis titik impas dan analisis biaya-volume-laba
- e) Analisis biaya deferensial dan biaya komparatif
- f) Analisis memaksimalkan laba dan meminimalisasi biaya dalam jangka pendek
- g) Analisis anggaran modal
- h) Analisis *profitabilitas* pemasaran berdasarkan daerah, produk dan pelanggan

Pada umumnya, klasifikasi dan estimasi biaya yang lebih dapat diandalkan diperoleh dengan menggunakan salah satu dari metode perhitungan berikut.<sup>24</sup>

#### a) Metode Titik Tertinggi dan Terendah (*High and Low Points*)

Dalam metode ini, pemisahan biaya semivariabel kedalam biaya tetap dan biaya variabel dihitung menggunakan dua titik yaitu titik tertinggi dan titik terendah karena keduanya mewakili kondisi dari dua tingkat aktivitas yang paling berjauhan.

<sup>22</sup> Ibid., hlm. 12

<sup>23</sup> Ibid., hlm. 13

<sup>24</sup> Ibid., hlm. 13 - 16

Langkah-langkah menghitung biaya variabel dan biaya tetap dengan menggunakan metode ini adalah sebagai berikut :

- (1) Tentukan keluaran aktivitas (*output*) yang memiliki koefisien determinasi ( $r^2$ ) paling besar (paling mendekati satu) dengan biaya semivariabel tersebut.
- (2) Tentukan titik terendah dan titik tertinggi untuk masing-masing biaya dan keluarannya.
- (3) Tentukan biaya variabel per unit dengan rumus :

$$\text{Biaya variabel} = \frac{Y_2 - Y_1}{X_2 - X_1}$$

Dimana,  $Y_2$  = total biaya tertinggi

$Y_1$  = total biaya terendah

$X_2$  = ukuran keluaran tertinggi

$X_1$  = ukuran keluaran terendah

- (4) Tentukan biaya tetap

Biaya tetap =  $Y_2$  – biaya variabel per unit dikali  $X_2$  atau

Biaya tetap =  $Y_1$  – biaya variabel per unit dikali  $X_1$

b) Metode *Scattergraph*

Dalam metode ini, biaya yang dianalisis disebut variabel *dependen* dan diplot di garis vertikal atau yang disebut sumbu y. aktivitas yang terkait disebut variabel *independen* yang diplot sepanjang garis horizontal yang disebut sumbu x. unsur variabel diperoleh dari tren yang diperlihatkan oleh kebanyakan titik data sedangkan unsur tetap digambarkan sejajar dengan garis dasar dari titik perpotongan pada sumbu y.

Langkah-langkah menghitung biaya variabel dan biaya tetap dengan menggunakan metode ini adalah sebagai berikut :

- (1) tentukan titik-titik aktivitas dengan biaya semivariabel yang dikeluarkan dimana keluaran aktivitas (*output*) yang memiliki koefisien determinasi ( $r^2$ ) paling besar (paling mendekati satu) dengan biaya semivariabel tersebut.

(2) Ambil dua titik yang dapat membelah antara titik yang tertinggi dengan titik terendah. Cari titik tengah area penyebaran titik-titik yang ada. Biaya tetap ditentukan dengan membuat garis memotong sumbu  $y$  dan titik tengah mengikuti tren kemiringan penyebaran titik-titik yang ada. Temuan biaya tetap yang memotong sumbu  $y$  dapat menunjukkan hasil yang berbeda-beda hanya perlu diwaspadai tidak boleh  $\leq y$  minimum atau tidak boleh  $\geq y$  maksimum. Selanjutnya dicari total biaya variabel dan tarif biaya variabel dengan cara :

$$\bar{y} = \text{total fixed cost} + \text{total variable cost}$$

Tarif *variable cost* = total *variable cost* dibagi dengan  $\bar{x}$

(3) Hitung biaya tetap dan biaya variabel per unit

Perhitungan biaya variabel dan biaya tetap sangat subyektif. Kelebihan metode ini adalah analisis *cost behavior* dihitung tidak hanya dengan dua titik saja tetapi menggunakan semua data. Metode ini juga memungkinkan inspeksi data secara visual untuk melihat apakah hubungan antara biaya dengan aktivitas bersifat linear dan dapat mendeteksi adanya data *abnormal*. Kekurangan metode ini adalah analisis *cost behavior* dapat menjadi bias karena garis biaya yang digambar melalui plot data hanya berdasarkan interpretasi visual.

c) Metode kuadrat terkecil (*least squares*)

Metode ini sering disebut analisis regresi. Metode ini menentukan secara matematis garis yang paling sesuai atau garis regresi linier melalui sekelompok titik, sehingga jumlah penguadratan deviasi dari setiap titik yang diplot diatas atau dibawah garis regresi akan minimum atau nol.

Langkah-langkah menghitung biaya variabel dan biaya tetap dengan menggunakan metode ini adalah sebagai berikut :

- (1) Tentukan keluaran aktivitas (*output*) yang memiliki koefisien determinasi ( $r^2$ ) paling besar (paling mendekati satu) dengan biaya semivariabel tersebut.
- (2) Menentukan biaya variabel dengan rumus :

$$\text{Biaya variabel per unit} = \frac{\sum(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sum(x_i - \bar{x})^2}$$

- (3) Tentukan biaya tetap dengan rumus :

$$\text{Biaya tetap} = Y - (\text{biaya variabel per unit dikali } \bar{x})$$

Dimana,  $x_i$  = ukuran keluaran ke- i

$y_i$  = biaya semivariabel ke-i

$\bar{x}$  = rata-rata ukuran keluaran dalam suatu range periode amatan

$\bar{y}$  = rata-rata biaya semivariabel dalam satu range periode amatan

Metode-metode diatas digunakan tidak hanya untuk mengestimasi komponen tetap dan variabel dari biaya semivariabel, tetapi juga untuk menentukan apakah suatu biaya seluruhnya tetap atau seluruhnya variabel dalam rentang aktivitas yang relevan.

Meskipun penggunaan metode perhitungan umumnya menghasilkan analisis perilaku biaya yang lebih dapat diandalkan dibandingkan penggunaan penilaian manajemen, analisis sebaiknya mengingat bahwa hasil yang diperoleh bergantung pada data historis. Jika kondisi *abnormal* atau yang tidak umum terjadi selama satu periode atau lebih dalam *database*, observasi yang mewakili *abnormalitas* sebaiknya dikeluarkan dari sampel. Estimasi biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan data historis sebaiknya disesuaikan untuk merefleksikan apa yang akan diperkirakan akan terjadi selama periode perkiraan karena perbaikan teknologi dalam teknik atau fasilitas produksi dapat mempengaruhi perilaku biaya.

## 6. *Break Even Point* (Titik Impas)

### a. Pengertian *Break Even Point*

*Break even point* (titik impas) adalah tingkat aktivitas dalam unit atau nominal, pada total pendapatan yang sama dengan total biaya. Jadi, pada BEP perusahaan tidak timbul keuntungan maupun kerugian.<sup>25</sup>

### b. Penentuan Titik Impas

Data untuk analisis titik impas tidak dapat diambil langsung dari perhitungan rugi-laba konvensional atau dengan kalkulasi biaya penuh (*full costing*). Bentuk laporan tersebut dan cara penyajian datanya tidak memungkinkan suatu analisis yang mudah dan praktis untuk perencanaan, pengambilan keputusan, dan penentuan laba.

Analisis impas dapat didasarkan pada data historis, kegiatan di masa lalu, atau penjualan dan biaya di masa mendatang. Jika terkait dengan masa mendatang, analisis harus diawali dengan penentuan estimasi biaya atau biaya standar untuk berbagai tingkat keluaran dengan bantuan anggaran fleksibel. Kemudian analisis tersebut dipecah menjadi tiga bagian utama yaitu:<sup>26</sup>

- 1) Penetapan volume dan harga jual
- 2) Penentuan biaya tetap dan variabel
- 3) Penentuan kaitan antara biaya dengan volume.

### c. Manfaat Analisa *Break Even Point* dalam Pengambilan Keputusan

Kegunaan *break even point* yang dianggarkan adalah :

- 1) Bukan untuk membantu menentukan berapa jumlah penjualan yang dapat diharapkan, melainkan untuk memberikan gambaran tentang batas jumlah penjualan minimal yang harus diusahakan agar perusahaan tidak menderita rugi. Hal itu penting karena

---

<sup>25</sup> Cecily A. Raiborn dan Michael R. Kinney, *Akuntansi Biaya: Dasar dan Perkembangan*, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hlm. 477

<sup>26</sup> Milton F. Usry, Lawrence H. Hammer, *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Edisi 10 Jilid 1*, Erlangga, hlm. 290-299

kemunduran dalam penjualan yang disebabkan oleh berbagai hal dapat saja terjadi.

2) Analisa *break even* juga dapat dipakai untuk menentukan jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh pada persyaratan tertentu.<sup>27</sup>

Kegunaan analisis impas yang dapat dimanfaatkan oleh manajemen yaitu :<sup>28</sup>

- a) Membantu pengendalian melalui anggaran (*budgetary control*)
- b) Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan. Berlaku sebagai sinyal persiapan untuk menggugah manajemen terhadap kemungkinan kesulitan dalam program penjualan
- c) Menganalisis dampak perubahan volume
- d) Menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya. Menunjukkan pengaruh yang mungkin terjadi atas laba akibat perubahan harga jual yang disertai oleh perubahan lainnya
- e) Merundingkan upah
- f) Menganalisis bauran produk. Analisis impas untuk setiap jalur produk merupakan bantuan yang sangat berharga dalam menentukan produk mana yang harus di tingkatkan dan produk mana yang harus di hapus
- g) Menilai keputusan-keputusan kapitalisasi dan ekspansi lanjutan
- h) Menganalisis marjin pengaman. Berperan sebagai cadangan marjin pengaman dan cara untuk mempengaruhinya melalui perubahan.

d. Asumsi dari Analisa *Break Even Point*

Analisa *break even* membutuhkan asumsi tertentu sebagai dasar.

Asumsi-asumsi itu adalah :<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Gunawan Adisaputro, *Anggaran Perusahaan 2 : Edisi Pertama*, BPFE, Yogyakarta, 2010, hlm. 93

<sup>28</sup> Herman Wibowo, *Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengawasan Edisi -8*, Erlangga, Jakarta, 1990, hlm. 310-311

<sup>29</sup> Gunawan Adisaputro, *Anggaran Perusahaan 2 : Edisi Pertama*, BPFE, Yogyakarta, 2010, hlm. 93



- 1) Bahwa biaya pada berbagai tingkat kegiatan dapat diperkirakan jumlahnya secara tepat
- 2) 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 biaya.
- 3) Tingkat penjualan sama dengan tingkat produksi
- 4) Harga jual produk perusahaan pada berbagai tingkat penjualan tidak mengalami perubahan
- 5) 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.

e. Kelemahan Analisis *Break Even Point*<sup>30</sup>

1) Asumsi tentang *linearity*

Pada umumnya harga jual per unit dan variabel *cost* per unit tidak berdiri sendiri, terlepas dari volume penjualan. Dengan kata lain, tingkat penjualan yang melalui titik tertentu hanya akan dicapai dengan jalan menurunkan harga jual per unit. Hal ini menyebabkan garis *revenue* tidak akan lurus, tetapi melengkung. Disamping itu, variabel *operating cost* per unit juga akan bertambah besar dengan meningkatkan volume penjualan mendekati kapasitas penuh. Hal ini bisa disebabkan menurunnya efisiensi tenaga kerja atau bertambah besarnya upah lembur.

2) Klasifikasi biaya

Kesulitan dalam mengklasifikasikan biaya karena adanya semi variabel *cost*. Biaya ini tetap sampai tingkat tertentu, kemudian berubah-ubah setelah melalui titik tersebut.

---

<sup>30</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 265 -266

## 3) Jangka waktu penggunaan

Jangka waktu penerapan terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk *advertensi* ataupun biaya lain yang cukup besar dan hasil dari pengeluaran (tambahan investasi) tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat, sedangkan *operating cost* sudah meningkat, jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisis *break even point* untuk menutup semua biaya operasi bertambah besar juga.

f. Perhitungan *Break Even Point*

1) Menghitung *break even pointsingle product* dapat digunakan rumus sebagai berikut :<sup>31</sup>

a) Perhitungan *break even point* dalam unit

$$BEP (Q) = \frac{FC}{P-VC}$$

Dimana :

P = *price* = harga jual per unit

FC = *Fixed Cost* = biaya tetap atau pengeluaran yang jumlahnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produk yang dihasilkan

VC = *Variable Cost* = biaya variabel atau biaya tidak tetap atau pengeluaran yang jumlahnya tergantung pada jumlah produk yang dihasilkan

b) Perhitungan *break even point* dalam rupiah

$$BEP = \frac{FC}{1 - \frac{TVC}{S}}$$

Dimana :

S = *sales* = jumlah produk yang dijual (volume penjualan)

FC = *Fixed Cost* = biaya tetap atau pengeluaran yang jumlahnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produk yang dihasilkan

<sup>31</sup> Eman Suherman, *Praktik Bisnis Berbasis Entrepreneurship*, Alfabeta, Bandung, 2011, hlm. 140

$TVC = Total Variable Cost$  = keseluruhan biaya variabel atau jumlah pengeluaran yang besarnya sebanding dengan jumlah produk yang dihasilkan.

## 2) Menghitung *break even point product mix*

Perhitungan ini digunakan ketika perusahaan membuat dan menjual lebih dari satu produk. Perhitungan ini menggunakan dua pendekatan yakni pendekatan unit terjual dan pendekatan rupiah.

### a) Pendekatan unit terjual

Salah satu model yang dapat digunakan adalah mengkonversi persoalan produk multipel menjadi persoalan produk tunggal. Jika hal ini dapat dilakukan, maka seluruh teknik yang biasanya diterapkan untuk produk tunggal dapat dipakai secara langsung. Kunci untuk melaksanakan teknik ini adalah mengidentifikasi bauran penjualan produk (*sales mix*).

Bauran penjualan (*sales mix*) adalah kombinasi relatif produk yang akan dijual oleh perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan merencanakan akan menjual produk A sebanyak 1.200 unit dan produk B sebanyak 800 unit, sehingga bauran penjualannya adalah 1.200 : 800 atau sama dengan 3 : 2. Setelah bauran penjualan dihitung, tahap berikutnya adalah melakukan analisis perhitungan titik impas. Langkah-langkah berikutnya yang diperlukan adalah sebagai berikut :

#### (1) Membuat tabel perhitungan paket marjin kontribusi

Produk	P	V	P - V	Mix	Paket CM
A	400.000	325.000	75.000	3	225.000
B	800.000	600.000	200.000	2	400.000
Total Paket CM					625.000

Keterangan :

P = Harga Jual Produk per Unit

V = Biaya Variabel per Unit

P-V = Marjin Kontribusi per Unit

Mix = Bauran Penjualan

Paket CM = Paket Kontribusi Marjin

- (2) Hitung titik impas gabungan dengan menggunakan data total paket marjin kontribusi

$$X\text{-impas} = (F+I)/\text{Total Paket CM}$$

- (3) Menghitung tingkat penjualan impas untuk masing-masing produk

$$\text{Per unit produk} = X\text{-impas} \times \text{Bauran Penjualan.}^{32}$$

- b) Pendekatan pendapatan penjualan (rupiah)

Pendekatan pendapatan penjualan menggunakan asumsi bauran tersebut sebagai dasar analisis biaya, volume, laba. Dengan pendekatan ini, maka kita tidak perlu menghitung paket CM, namun cukup menghitung CM ratio gabungan. Jika perusahaan ingin mengetahui berapakah pendapatan penjualan yang harus dihasilkan jika perusahaan ingin mencapai titik impas, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

- (1) Menghitung CM ratio atau  $(1 - vr)$  gabungan

$$\text{CM ratio} = \frac{\text{margin kontribusi}}{\text{penjualan}}$$

- (2) Menghitung tingkat penjualan pada titik impas<sup>33</sup>

$$R = \frac{FC}{1-vr}$$

Contoh : perusahaan menjual dua macam produk yaitu produk A dengan harga jual per unit Rp 400.000 dan produk B dengan harga jual per unit Rp 800.000. Departemen pemasaran merasa yakin bahwa untuk tahun depan mampu menjual produk A sebanyak 1.200 unit dan produk B sebanyak 800 unit. Berikut ini adalah proyeksi laporan laba-rugi yang dibuat oleh bagian akuntansi atas dasar peramalan penjualan.

<sup>32</sup>Krismiaji, *Dasar-Dasar Akuntansi Manajemen*, AMP YKPN, Yogyakarta, 2002, hlm. 211-213

<sup>33</sup>Ibid, hlm. 215

Keterangan	Produk A	Produk B	Total
Penjualan	480.000.000	640.000.000	1.120.000.000
B. Variabel	390.000.000	480.000.000	870.000.000
Contribution Margin	90.000.000	160.000.000	250.000.000
B. Tetap Langsung	30.000.000	40.000.000	70.000.000
Product Margin	60.000.000	120.000.000	180.000.000
B. Tetap Bersama			26.250.000
Laba sebelum pajak			153.750.000

Hitunglah *break even point* dalam unit dan rupiah.

(1) Menghitung *break even point* dalam unit

(a) Membuat tabel perhitungan paket margin kontribusi

Produk	P	V	P - V	Mix	Paket CM
A	400.000	325.000	75.000	3	225.000
B	800.000	600.000	200.000	2	400.000
Total Paket CM					625.000

Keterangan :

P = Harga Jual Produk per Unit

V = Biaya Variabel per Unit

P-V = Margin Kontribusi per Unit

Mix = Bauran Penjualan

Paket CM = Paket Kontribusi Margin

(b) Menghitung titik impas gabungan dengan menggunakan data total paket margin kontribusi

$$\begin{aligned}
 X\text{-impas} &= (F+I)/\text{Total Paket CM} \\
 &= (96.250.000+ 0)/(625.000) \\
 &= 154 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

(c) Menghitung tingkat penjualan impas untuk masing-masing produk

$$\begin{aligned}
 \text{Produk A} &= X\text{-impas} \times \text{Bauran Penjualan} \\
 &= 154 \times 3 \\
 &= 462 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Produk B} &= X\text{-impas} \times \text{Bauran Penjualan} \\
 &= 154 \times 2 \\
 &= 308 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai titik impas, maka perusahaan harus menjual produk A sebanyak 462 unit dan produk B sebanyak 308 unit.

(2) Menghitung break even point dalam rupiah

(a) Menghitung CM ratio atau  $(1-vr)$  gabungan

$$\begin{aligned}
 \text{CM Ratio} &= \frac{\text{margin kontribusi}}{\text{penjualan}} \\
 &= \frac{250.000.000}{1.120.000.000} \\
 &= 0,2232142857143
 \end{aligned}$$

(b) Menghitung tingkat penjualan pada titik impas

$$\begin{aligned}
 R &= \frac{F}{1-vr} \\
 &= \frac{96.250.000}{0,2232} \\
 &= \text{Rp } 431.200.000.^{34}
 \end{aligned}$$

## 7. Margin of Safety

*Margin of safety* (margin pengaman) merupakan jumlah penjualan yang direncanakan di atas titik impas.

Margin pengaman = penjualan yang direncanakan – penjualan pada titik impas

Contoh : penjualan meja TV yang direncanakan adalah sebanyak 3000 unit per tahun, karena jumlah titik impas adalah sebanyak 1500 unit, margin pengamannya adalah margin pengaman dalam unit =  $3000 - 1500 = 1500$  unit atau margin pengaman dalam satuan dolar penjualan =  $1500 \times \$75 = \$112.500.$ <sup>35</sup>

<sup>34</sup> Ibid, hlm. 213-215

<sup>35</sup> David Wijaya, *Manajemen Biaya : Penekanan Strategis Edisi 5-Buku 1*, Salemba Empat, Jakarta, 2014, hlm. 525

Marjin pengaman yang dinyatakan sebagai presentase dari penjualan disebut rasio marjin pengaman ( margin of safety ratio – M/S) dan dihitung sebagai berikut:

$$\text{rasio marjin pengaman} = \frac{\text{jumlah penjualan tertentu} - \text{penjualan impas}}{\text{jumlah penjualan tertentu}} \times 100 .^{36}$$

contoh : Webb Company menggunakan kalkulasi biaya langsung dalam menyusun perhitungan rugi-laba berikut, yang menekankan marjin yang tersedia untuk biaya tetap dan laba :

Penjualan	\$5.000.000
Dikurangi biaya variable	3.000.000
Marjin kontribusi	\$2.000.000
Dikurangi biaya tetap	1.600.000
Laba sebelum pajak	\$400.000

$$\begin{aligned} \text{Rasio marjin pengaman} &= \frac{\$5.000.000 - \$4.000.000}{\$5.000.000} \times 100 \\ &= 20\% \end{aligned}$$

Marjin pengaman berhubungan langsung dengan laba. Dengan menggunakan data yang sama, rasio marjin kontribusi sebesar 40% dan rasio marjin pengaman sebesar 20%, maka :

$$\begin{aligned} \text{Presentase laba} &= \text{rasio marjin kontribusi} \times \text{rasio marjin pengaman} \\ &= 40\% \times 20\% \\ &= 8\% \end{aligned}$$

Perhitungan ini menunjukkan bahwa dari jumlah marjin pengaman, yakni jumlah penjualan di atas titik impas, porsi rasio marjin kontribusi tersedia untuk laba. jadi, 8 persen ( 40 persen dari 20 persen) merupakan presentase laba dari total jumlah penjualan yang ditentukan.

$$\begin{aligned} \text{Bukti : laba} &= \text{jumlah marjin pengaman} \times \text{rasio marjin kontribusi} \\ &= \$1.000.000 \times 40\% \\ &= \$400.000 \end{aligned}$$

<sup>36</sup> Herman Wibowo, Op.cit., hlm. 309

$$\begin{aligned} \text{Dan Laba} &= \text{jumlah penjualan yang ditentukan} \times \text{presentase laba} \\ &= \$5.000.000 \times 8\% \\ &= \$400.000 \end{aligned}$$

Jika rasio margin kontribusi dan presentase laba diketahui < maka rasio margin pengaman adalah :

$$M/S = \frac{P}{CM} = \frac{8\%}{40\%} = 20\%$$

## B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini akan di sajikan beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian pendukung yang dimaksud adalah sebagai berikut :

NO	Tahun	Nama peneliti	Judul	Hasil penelitian
1.	2013	Selfinta B Sihombing	Analisis Biaya- Volume-Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba PT. Bangun Wenang Beverages Company	Titik impas pada tahun 2013 terjadi pada angka Rp 6.395.449.777, perhitungan perencanan laba yang dapat diperoleh secara maksimal untuk tahun 2013 sebesar Rp 12.830.678.060, berdasarkan perhitungan margin keuntungan maka presentase margin of safety penjualan sebesar 91,21%
2.	2014	Reisty mangundap, Harijanto Sabijono, Victorina Tirajoh	Break even point sebagai alat perencanaan laba jangka pendek pada Shmily Cupcake	Perusahaan dengan memperhatikan <i>margin of safety</i> dan <i>contribution margin</i> dapat memaksimalkan metode <i>break even point</i> sebagai



				metode untuk melakukan penjualan di atas titik impas dan meminimalisasi kerugian.
3.	2014	Yunita E. Baris, Jullie J. Sondakh	analisis <i>break even point</i> sebagai alat perencanaan laba produk gorengan pada usaha kecil menengah (ukm) di kawasan boulevard manado	UD Jarod, UD Hollywood, UD Pada Idi, UD Fanakey, UD Al Hilal, sudah mampu mengoptimalkan kinerjanya sehingga sudah memperoleh penjualan diatas <i>break even</i> .
4.	2014	Srivo Nindy Sorongan dan Grace B. Nangoi	Analisa titik impas sebagai dasar perencanaan laba jangka pendek produk kacang olahan pada industry kecil menengah di kawangkoan	Industri A, B, C, D, E dan F sudah mampu mengoptimalkan kinerjanya sehingga sudah memperoleh penjualan diatas titik impas. Laba kontribusi yang paling tinggi terdapat pada industry C dengan produk Kacang Gula sedangkan laba kontribusi yang paling kecil pada industry F dengan produk Kacang Belibang dan Kacang Merah.
5.	2016	Jeriko Falentino Korang, Ventje Ilat	Analisis Cost-Volume-Profit untuk Perencanaan Laba pada Pabrik Tahu "IBU SITI"	Titik Impas yang direncanakan pada tahun 2015 pabrik tahu "Ibu Siti" terjadi pada angka Rp 90.693.514 dengan penjualan

				<p>sebanyak 226.735 tahu.  <i>margin of safety</i> sebesar  86,9% dengan angka rupiah  sebesar Rp 600.652.800</p>
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Adapun persamaan dan perbedaan jurnal tersebut dengan penelitian saya adalah sebagai berikut :

1. *Break even point* sebagai alat perencanaan laba jangka pendek pada Shmily Cupcake oleh Reisty mangundap, Harijanto Sabijono, Victorina Tirajoh. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan *break even point* untuk merencanakan laba, sedangkan perbedaan terletak di objeknya, penelitian Reisty Mangundap, Harijanto Sabijono, Victorina Tijaroh melakukan penelitian pada usaha Cupcake sedangkan dipenelitian ini pada usaha konveksi jilbab.
2. Analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba produk gorengan pada usaha kecil menengah (UKM) dikawasan Boulevard Manado oleh Yunita E. Baris dan Jullie J. Sondakh. Perbedaannya adalah pada tahun penulisan dan objek perusahaan yang menjadi tempat penelitian. Persamaannya adalah analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan rumus *break even point* dan *margin of safety*.
3. Analisis volume-biaya-laba sebagai alat bantu perencanaan laba PT Bangun Wenang Beverages Company oleh selfinta B Sihombing. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Persamaannya adalah menggunakan perhitungan *break even point* dan *margin of safety*.
4. Analisa titik impas sebagai dasar perencanaan laba jangka pendek produk kacang olahan pada industri kecil menengah di kawangkoan oleh Srivo Nindy Sorongan dan Grace B. Nangoi. Perbedaannya adalah data yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah data primer sedangkan penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Persamaannya adalah sama-sama menghitung titik impas untuk merencanakan laba.

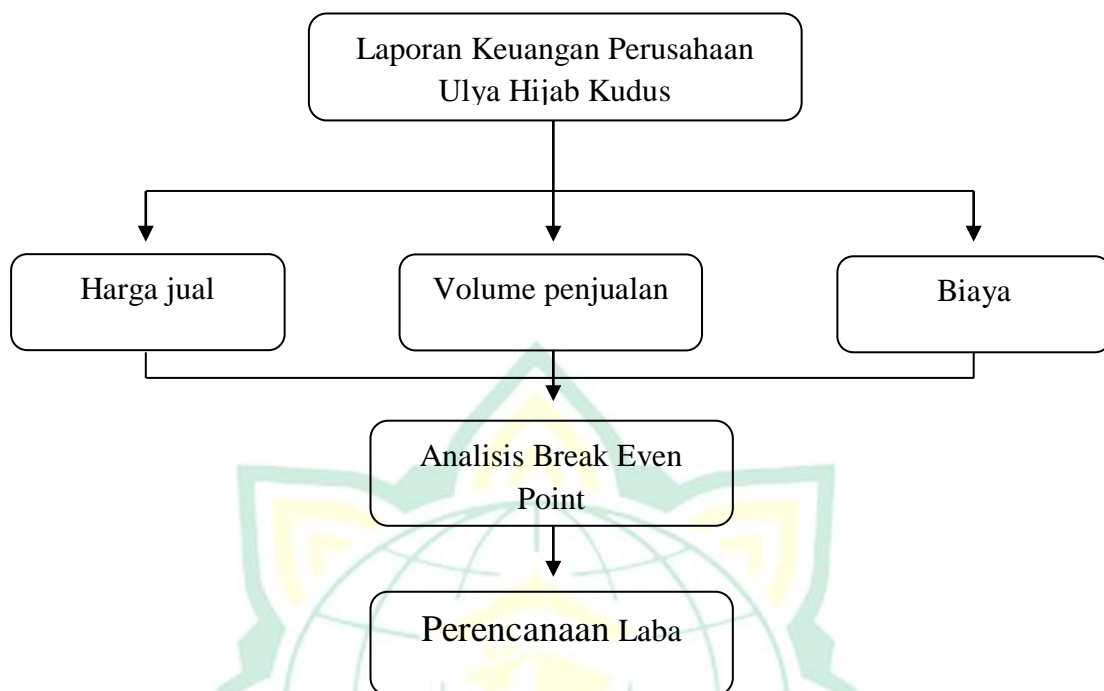
5. Analisis *cost-volume-profit* untuk perencanaan laba pada pabrik tahu “Ibu Siti” oleh Jeriko Falentino Koraag dan Ventje Ilat. Persamaannya adalah sama-sama menganalisis *break even point* dan *margin of safety*. Perbedaannya adalah data yang dipakai dalam penelitian Jeriko adalah data sekunder sedangkan pada penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder.

### C. Kerangka Berpikir

Laba yang diperoleh perusahaan menjadi ukuran sukses tidaknya manajemen dalam mengelola perusahaan. Laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga jual, biaya, dan volume penjualan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan. Sedangkan penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya.

Dari ketiga faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain sehingga di dalam perencanaan hubungan antara biaya, volume, laba memegang peranan sangat penting. Untuk memilih alternatif tindakan dan perumusan kebijakan masa yang akan datang manajemen memerlukan data untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat pada laba.

Perencanaan perusahaan dapat efektif apabila manajemen dapat memperkirakan bagaimana pengaruh faktor-faktor dalam analisis hubungan biaya, volume, laba terhadap laba perusahaan. Dengan uraian diatas maka kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir