BAB II

Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, Dan Hipotesis

2.1.Kajian Pustaka

2.1.1.Anggaran

2.1.1.1.Pengertian anggaran

Menurut Wiliam K.Carter (2009;4) pengertian anggaran adalah :

> "Suatu anggaran adalah suatu rencana yang dinyatakan secara keuangan dan secara kuantitatif".

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa anggaran merupakan sebuah rencana keuangan mengenai rencana perusahaan masa depan untuk mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan.

Pengertian serupa mengenai anggaran dikemukakan oleh Mulyadi (2001;488) yaitu:

> "Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif, yang diukur dalam satuan moneter standard dan satuan ukuran yang lain, yang mencangkup jangka waktu satu tahun".

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa anggaran merupakan suatu perencanaan kerja dalam suatu perusahaan yang dapat dinyatakan secara

kuantitatif, yang dapat diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran yang lain, dan dapat dilakukan dalam jangka waktu satu tahun.

1.1.1.2. Jenis Jenis Anggaran

2.1.1.2.1.Anggaran Penerimaan

1.Anggaran penjualan

Dalam berkembangnya usaha saat ini, yaitu dengan bertabah kompleksnya tantangan yang harus dihadapi dengan besarnya risiko yang ditanggung oleh pengusaha dirasakan makin pentingnya anggaran sebagai salah satu alat bantu manajemen. Untuk itu anggaran harus disusun secara cermat dan hati-hati dengan perhitungan dan estimasi yang baik dalam menetapkan suatu anggaran khusus penjualan, kegiatan penjualan dapat diwujudkan dengan cara menyusun suatu anggaran yang merupakan proyeksi penjualan yang diharapkan pada suatu periode, tujuan bagi perusahaan adalah untuk mencapai laba perusahaan. Salah satu komponen yang paling penting dalam suatu anggaran adalah estimasi penjualan yang realistis, berdasarkan analisis berdasarkan analisis atas penjualan di masa lampau dan kondisi pasar saat ini. Tetapi, seringkali penjualan merupakan komponen yang paling sulit untuk diprediksi. Permintaan bergantung pada kekuatan yang berada diluar kendali manajemen. Dalam kebanyakan kasus, ketidakpastian ini membuat perkiraan penjualan menjadi titik penting dari proses perencanaan.(M.Munandar)

Pengertian anggaran penjualan menurut M.Munandar (2004;49) yaitu:

> "Anggaran penjualan adalah anggaran yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas), jumlah (kuantitas), harga barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat (daerah) penjualannya".

Dari definisi diatas anggaran penjualan merupakan pedoman pelaksanaan pekerjaan, sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan secara selaras dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu laba. Secara tidak langsung anggaran penjualan yang telah dibuat perusahaan adalah untuk perencanaan laba di masa yang akan datang. Dengan adanya anggaran penjualan memudahkan management dalam perincian mengenai penjualan yang akan dilakukan di masa mendatang nanti, dan mengetahui laba yang diharapkan oleh perusahaaan pada masa yang akan datang.

Menurut William K.Carter dan Milton F.Usry (2005:17) yang diterjemahkan oleh Krista,SE.,AK mengemukakan bahwa adanya hubungan antara anggaran penjualan dengan pencapaian laba adalah sbb:

> "Suatu Anggaran Penjualan yang terinci dapat menjadi alat yang efektif untuk menganalisis potensi penjualan baru. Hal itu membantu dalam mengidentifikasikan atas terjadinya penurunan atau kenaikan penjualan yang berpengaruh terhadap tercapainya laba atau rugi.

Anggaran penjualan merupakan hal yang sangat penting, karena atas dasar anggaran penjualan ini seluruh kegiatan yang ada dalam perusahaan akan disusun perencanaan dan pelaksanaanya. Dalam pelaksanaanya anggaran penjualan pada umumnya dilaksanakan dalam jangka pendek (1 tahun) dan jangka panjang (5 tahun).

Keberhasilan pencapaian anggaran perlu mendapat dukungan dari tiap pegawai yang ada di dalam perusahaan. Anggaran yang akan dilaksanakan tersebut diimplementasikan, perlu terlebih dahulu disiapkan saran-saran kerja yang perlu untuk kelancaran pelaksanaan anggaran tersebut, pencapaian anggaran mendapat dukungan dari tiap pegawai yang ada di dalam suatu perusahaan, tanpa memandang pegawai bersangkutan.

Pelaksanaan dalam penyusunan anggaran penjualan

Pelaksanaan anggaran penjualan yang dilaksanakan di PT.BCKL 2 dilaksanakannya dalam jangka pendek dan jangka panjang sesuai dengan rencana kerja yang telah disusun oleh perusahaan. Pelaksanaan dalam penyusunan anggaran adalah sebagai berikut :

1. Rencana Jangka Panjang

   Rencana Jangka Panjang merupakan rencana perusahaan yang disusun untuk :

   A.Rencana Kerja Jangka Panjang

   Adalah rencana perusahaan yang disusun di kantor pusat dan mengacu pada sasaran strategi antara lain :

   1. Meningkatkan kemampuan survival perusahaan
   2. Menyesuaikan dengan peraturan pemerintah
   3. Menyiapkan dan meningkatkan kemampuan bersaing

   B.Rencana jangka panjang disusun oleh suatu kantor yang dibentuk oleh direksi.

2. Rencana Jangka Pendek

Rencana perusahaan selama satu tahun dengan mengacu pada rencana kerja jangka panjang untuk mencapai tujuan tingkat pertumbuhan efisiensi dan keuntungan dengan cara :

a) Rencana formasi Personalia

b) Rencana produksi

c) Proyeksi portofolio

Berlaku akan banyak dimanfaatkan sebagai alat pengambilan keputusan manajemen yang penting, sebagai missal dalam penilaian performance pimpinan dalam PT.BCKL 2, hasil evaluasi antara realisasi yang telah dicapai, dengan target yang telah dianggarkan akan dipakai sebagai alat mengukur keberhasilan pimpinan kantor tersebut. Dan selanjutnya hasil evaluasi ini akan bermanfaat untuk penetapan pembayaran bonus maupun penetapan kenaikan pangkat/jabatan dari pimpinan yang bersangkutan, dan sebaiknya apabila pimpinan kantor tersebut.

Tujuan Anggaran Penjualan

1. Mengurangi ketidakpastian dimasa depan
2. Memasukkan pertimbangan / keputusan manajemen dalam proses perencanaan
3. Memberikan informasi dalam profit planing control
4. Untuk mempermudah pengendalian penjualan
5. Dapat melihat tanda-tanda lebih dini akan kehadiran peluang-peluang maupun ancaman-ancaman.

6. Dapat digunakan sebagai alat analitik yang akurat dan tepat waktu

7.Mempunyai kemampuan untuk memprediksi kinerja.

2.1.1.2.1.Anggaran Pengeluaran (Anggaran Biaya)

1.Anggaran Produksi

Menurut Gunawan Adisaputra (1996:65) pengertian anggaran produksi adalah :

> "Anggaran produksi adalah anggaran yang disusun dengan memperhatikan segala kegiatan produksi, yang diperlukan untuk menunjang anggaran penjualan yang telah disusun".

Dari pengertian diatas dapat diartikan bahwa anggaran produksi dibuat atau disusun berdasarkan seluruh kegiatan produksi yang dapat menunjang anggaran penjualan.

Setelah anggaran penjualan telah selesai disusun, kebutuhan produksi untuk periode anggaran anggaran yang akan datang dapat ditentukan dan diorganisasikan dalam bentuk anggaran produksi. Anggaran Produksi (*production budget*) adalah skedul rinci yang mengidentifikasi produk-produk atau jasa yang mesti dihasilkan atau disediakan untuk memenuhi penjualan yang dianggarkan dan kebutuhan-kebutuhan persediaan.

Anggaran produksi berurusan dengan penjadwalan operasi, penentuan volume, dan penetapan kuantitas maksimum dan minimum dari persediaan. Hal tersebut memberikan dasar untuk membuat anggaran untuk bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik. Anggaran produksi, seperti anggaran anggaran

lainnya, dapat dirinci per bulan atau per kuartalan. Dalam suatu perusahaan manufaktur, divisi yang paling banyak mencapai kemajuan dalam manajemen ilmiah adalah departemen produksi. Usaha konstan diarahkan menuju pembuatan teknik-teknik baru yang akan membawa kepada produksi yang lebih efisien.

Dalam perusahaan BCKL 2 ini terdapat bagian produksi, pemasaran, dan administrasi dan umum yang didalamnya memiliki anggaran masing-masing yang berbeda, yaitu:

1. Bagian Produksi : Biaya yang dikeluarkan pada bagian produksi ini adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang mulai dari barang mentah menjadi barang jadi yang siap untuk dijual ke pasaran. Dalam biaya produksi ini dibedakan menjadi :

   a) Biaya Bahan Baku :

      - Biaya Variabel: Kain, benang, bahan penolong (kancing, sleting).

   b) Biaya Tenaga Kerja Langsung :

      - Biaya Tetap : Biaya gaji mandor, gaji kepala bagian produksi, gaji direktur.

      - Biaya Variabel : Biaya tenaga pemasangan aksesoris pakaian, gaji operator mesin operasi, gaji tukang jahit, gaji tukang potong.

c) Biaya Overhead Pabrik :

- Biaya Tetap : depresiasi mesin dan peralatan, pajak bangunan, asuransi pabrik, gaji karyawan di luar produksi, gaji mandor, sewa mesin .
- Biaya Variabel: Amortisasi hak paten, biaya listrik air dan telepon, reparasi gedung dan peralatan pabrik, biaya bahan pembantu.

2. Bagian Pemasaran : Biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan barang yang telah siap diproduksi dan di jual terhadap konsumen.
   - Biaya Tetap : Biaya gaji karyawan yang bersangkutan, biaya iklan, biaya promosi, biaya contoh/ sampel.
   - Biaya Variabel : biaya pengemasan
3. Bagian Administrasi dan Umum : biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.
   - Biaya Tetap : Biaya gaji direksi, karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia, humas.
   - Biaya Variabel : biaya fotocopy.

2. Anggaran Biaya Distribusi

Menurut Gunawan Adisaputra (1996:66) pengertian anggaran biaya distribusi adalah:

> "Anggaran biaya distribusi merupakan anggaran yang mencangkup seluruh biaya-biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dalam hubungannya dengan kegiatan memasarkan produk".

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa anggaran biaya distribusi didalamnya mencangkup seluruh biaya-biaya untuk memasarkan barang hasil produksi yang telah selesai diproduksi perusahaan. Contohnya : biaya salesman, supervisor, ongkos pengangkutan, biaya transport, penginapan, makanan, promosi, asuransi.

3.Anggaran Biaya Umum dan Administrasi

Menurut Gunawan Adi Saputra (1996:90) definisi anggaran biaya umum dan administrasi adalah sbb :

> "Anggaran biaya umum dan administrasi adalah anggaran yang berisi semua biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk direksi dan stafnya, bagian keuangan dan administrasi".

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa anggran biaya umum dan administrasi dikeluarkan perusahaan umumnya dapat dimasukan sebagai biaya

tetap perusahaaan, yang rutin selalu dikeluarkan perusahaan dan cenderung biayanya tetap. Contoh biaya gaji direktur, biaya gaji bagian keuangan, dsb.

2.1.2. Pengertian Biaya

Biaya dalam suatu perusahaan merupakan komponen yang sangat penting dalam menunjang pelaksanaan kegiatan dalam usaha mencapai tujuan. Tujuan itu dapat tercapai apabila biaya yang dikeluarkan sebagai suatu bentuk pengorbanan oleh perusahaan yang bersangkutan telah diperhitungkan secara tepat. Dalam menentukan apakah suatu pengorbanan merupakan biaya atau tidak, maka terlebih dahulu harus dipahami pengertian tentang biaya diantaranya adalah:

Menurut Supriyono (1999:16) mengemukakan bahwa :

> "Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau yang digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (revenue) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan".

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan suatu hal yang harus dikorbankan yaitu dengan membeli kebutuhan-kebutuhan mulai dari produksi sampai dengan penjualan demi mendapatkan pendapatan.

Adapun pengertian biaya menurut Mulyadi (1999 : 8) dalam arti luas mengemukakan bahwa :

> "Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis, yang di ukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu".

Dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva yang disebut dengan istilah harga pokok, atau dalam pengertian lain biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan di dalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan.
Dari pengertian di atas, walaupun nampak ada perbedaan namun pada dasarnya memiliki persamaan yaitu biaya adalah pengorbanan ekonomis, yang di ukur dengan nilai uang untuk memperoleh barang atau jasa. Pengklasifikasian biaya atau penggolongan biaya dilakukan sesuai dengan tujuan biaya itu sendiri. Untuk tujuan yang berbeda, diperlukan cara penggolongan biaya yang berbeda pula.

Penggolongan biaya atas dasar tendensi perubahan terhadap aktivitas tertentu sangat penting dalam proses perencanaan laba. Biaya ini dikelompokan menjadi biaya tetap, biaya variable dan biaya semi variable. Untuk kepentingan analisis break event, biaya semi variable akan dianalisis lebih lanjut kedalam biaya tetap dan biaya variable.

1. Biaya tetap

Biaya Tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu.

Menurut Mulyadi (1999:507) menyatakan biaya tetap dalam hubungannya untuk perencanaan dan pengawasan biaya,biaya tetap dibedakan menjadi:

a.*Committed fixed cost*

b.*Discretionary fixed cost*

Committed fixed cots adalah biaya tetap dikeluarkan,yang tidak dapat dikurangi guna mempertahankan kemampuan perusahaaan di dalam memenuhi tujuan-

tujuan jangka panjang. Contoh : *committed cost* adalah biaya depresiasi, PBB, sewa, asuransi, dan gaji karyawan utama. Kebijakan menjadi committed cost terutama dipengaruhi oleh rencana kegiatan jangka panjang.

Discretionary fixed cost adalah 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 dengan keluaran (yang di ukur dengan volume penjualan, jasa atau produk). Contoh : *discretionary fixed cost* adalah biaya riset dan dan pengembangan, biaya iklan, biaya promosi penjualan, biaya program latihan karyawan.

2.**Biaya Variabel**

Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Untuk tujuan perencanaan dan pengawasan, biaya variable dibedakan menjadi:

a.*Engineered Variabel Cost*

Engineered Variabel Cost adalah biaya yang memiliki hubungan fisik tertentu dengan ukuran kegiatan tertentu atau biaya yang antara masukan dan keluaran mempunyai hubungan yang erat dan nyata. Contohnya : Biaya Bahan Baku

b.*Discretionary Variabel Cost*

Discretionary Variabel Cost adalah biaya-biaya yang jumlah totalnya sebanding dengan perubahan volume kegiatan sebagai akibat kebijakan/keputusan manajemen. Contohnya biaya iklan yang ditetapkan oleh manajemen.

3.**Biaya Semi Variabel**

Biaya semi variable adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variable didalamnya. Unsur biaya tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur variable merupakan bagian dari biaya semi variable yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.Biaya semi variable memiliki unsur biaya tetap dan biaya variable. Contoh biaya semi variabel adalah selling exspense, administrasi dan umum, biaya perawatan dan perbaikan.

2.1.2.1.Harga Pokok Penjualan

Harga pokok dikenal dengan nama singkatnya "HPP" adalah salah satu komponen dari laporan laba rugi, yang menjadi perhatian manajemen perusahaan dalam mengendalikan operasional perusahaan.

A. Pengertian Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual.

Manfaat harga pokok penjualan:

1. Sebagai patokan untuk menentukan harga jual.

2. Untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan. Apabila harga jual lebih

besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba, dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan diperoleh kerugian.

B. Rumus Menghitung Penjualan Bersih.

Penjualan dalam perusahaan dagang sebagai salah satu unsur dari pendapatan Perusahaan. Unsur-unsur dalam penjualan bersih terdiri dari:

1. penjualan kotor
2. retur penjualan
3. potongan penjualan;
4. penjualan bersih.

Untuk mencari penjualan besih adalah sebagai berikut:

Penjualan bersih = penjualan kotor – retur penjualan – potongan penjualan.

C. Rumus Menghitung Pembelian Bersih.

Pembelian bersih adalah sebagai salah satu unsur dalam menghitung harga pokok penjualan.

Unsur-unsur untuk menghitung pembelian bersih terdiri dari:

1. pembelian kotor;
2. biaya angkut pembelian;
3. retur pembelian dan pengurangan harga;
4. retur pembelian;
5. potongan pembelian.

Untuk menghitung pembelian bersih dapat dirumuskan sebagai berikut:

Pembelian bersih = pembelian + biaya angkut pembelian – retur pembelian – potongan pembelian.

D. Rumus Menghitung Harga Pokok Penjualan.

Untuk menghitung harga pokok penjualan terlebih dahulu harus memperhatikan Unsur-unsur dibawah ini:

1. persediaan awal barang dagangan;
2. pembelian;
3. biaya angkut pembelian;
4. retur pembelian dan pengurangan harga ;
5. potongan pembelian

Rumus harga pokok penjualan:

HPP = Persediaan awal barang dagangan + pembelian bersih – persediaan akhir

HPP = Barang yang tersedia untuk dijual – persediaan akhir

Keterangan :

Barang yang tersedia untuk dijual = Persediaan awal barang dagangan + pembelian bersih.

Pembelian bersih = Pembelian + biaya angkut pembelian – retur pembelian – potongan pembelian.

Atau

Barang yang tersedia untuk dijual = Persediaan awal + pembelian + beban angkut Pembelian – retur pembelian – potongan pembelian.

Persediaan akhir barang yang tersedia (dikuasai) pada akhir periode akuntansi.

2.1.2.2.Penjualan

Mulyadi dalam bukunya menyatakan bahwa: “Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Selain itu Hansen dan Mowen mengemukakan bahwa “Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.1.2.3.Volume Penjualan

Besar kecilnya hasil penjualan dipengaruhi oleh jumlah produk yang terjual.Makin tinggi jumlah produk yang terjual maka semakin meningkat pula penjualan yang diperoleh, begitupun sebaliknya semakin rendah jumlah produk yang terjual maka tingkat penjualan pun semakin rendah.

Menurut Sujana Ismaya mengidentifikasikan bahwa:

> "Volume penjualan adalah jumlah penjualan yang berhasil dicapai atau diinginkan oleh suatu perusahaan dalam suatu jangka waktu tertentu".

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan suatu pencapaian yang diinginkan perusahaan dalam jangka waktu tertentu atas penjualannya.

Menurut Asegaf Abdulah dalam "kamus akuntansi" mengidentifikasikan bahwa:

> "Volume penjualan adalah jumlah unit yang terjual dari unit prosuksi suatu pemindah dari pihak produksi ke pihak konsumen,dan tetap pada suatu periode tertentu".

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah yang berhasil terjual dan sampai di tangan konsumen dari unit produksi pada suatu periode tertentu.

2.1.2.4 . *Break Even Point* (BEP)

Menurut Bambang Riyanto (2001: 359) pengertian *break even point* adalah :

> "*Break Even Point* adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan."

Dari pengertian diatas *Break Even point* secara umum dapat dikatakan untuk menyajikan dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai

hubungan yang erat atas ketiga variabel berikut yaitu biaya, volume penjualan dan laba. Selanjutnya dapat memudahkan pimpinan perusahaan untuk melihat bagaimana perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi laba dengan cara penyajian yang ringkas sehingga pemimpin perusahaan dapat dibantu dalam pengambilan keputusan dalam hal ini kebijakan mengenai penetapan harga.

Adapun pengertian lain menurut Martono dan Agus Harjito (2005 : 288) adalah :

> *"Break Even Point* (BEP) adalah sangat bermanfaat untuk merencanakan laba perusahaan. Dengan mengetahui besarnya BEP maka kita dapat menentukan berapa jumlah minimal produk yang harus dijual (budget sales) dan harga jualnya (sales price). Apabila kita mengiginkan laba tertentu."

Analisis Biaya, Volume, laba atau yang lebih dikenal dengan BEP (*Break Even Point*) merupakan salah satu alat analisis yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan dalam menentukan volume produksi dan volume penjualan yang dapat menutup biaya tetap dan biaya variabel dalam suatu periode tertentu.

Break Even Point sendiri diartikan suatu keadaan usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak juga mengalami rugi. Dengan kata lain suatu usaha dapat dikatakan impas jika jumlah pendapatan yang didapat sama dengan biaya yang dikeluarkan selama produksi. Dalam perencanaan laba dengan menggunakan analisa break event merupakan *"profit planning approach"* yang mendasar pada hubungan biaya (cost) dan penghasilan penjualan (revenue). (Henik Kustantik :2009).

Menurut Supriyono, BEP dan analisis hubungan biaya volume-laba merupakan teknik perencanaan laba dalam jangka pendek atau dalam satu periode

akuntansi tertentu dengan mendasarkan analisanya pada varibialitas penghasilan penjualan maupun biaya terhadap volume kegiatan sehingga teknik-teknik tersebut akan dapat digunakan baik sebagai alat perencanaan laba dalam jangka pendek.

Dalam perencanaan laba dengan teknik BEP dan analisa hubungan biaya, volume, laba digunakan dasar anggapan sebagai berikut :

a. Harga jual produk per unit (satuan) yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai tingkat volume penjualan dalam periode yang bersangkutan, apabila anggapan tidak terpenuhi penghasilan penjualan tidak dapat digambarkan dalam garis lurus.
b. Semua biaya yang dianggarkan dapat dikelompokan ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variable yang mempunyai tingkat variabilitas terhadap produk yang diproduksi atau dijual, bukan terhadap dasar kegiatan yang lain.
c. Harga dari biaya atau masukan (misalnya harga bahan baku, upah langsung dan lain-lain) yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai kegiatan, sehingga dapat digambarkan secara garis lurus.
d. Kapasitas yang dimiliki perusahaan tidak berubah, misalnya karena adanya ekspansi, karena perubahan kapasitas yang dimiliki akan merubah pola hubungan biaya-volume-laba.
e. Tingkat efisiensi dari perusahaan tidak berubah, karena program efisiensi yang sangat berhasil atau terjadinya pemborosan yang luar biasa akan berpengaruh terhadap pola hubungan biaya-volume-laba.

f. Tingkat dan metode teknologi yang dimiliki perusahaan tidak berubah, perubahan teknologi yang dapat mengubah pola hubungan biaya-volume-laba.
g. Apabila perusahaan menjual beberapa macam produk,maka komposisi produk yang dianggarkan pada berbagai tingkatan penjualan tidak berubah, perubahan komposisi akan berakibat berubahnya porsentase batas konstitusi.

Penyimpangan harga jual, biaya, dan komposisi penjualan yang sesungguhnya dibandingkan dengan yang dianggarkan dianalisa melalui analisa selisih laba.

2.1.3.Perencanaan laba

Menurut Mulyadi (2009:4) pengertian perencanaan laba :

> "Perencanaan laba (profit planning) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan".

Dalam pengertian diatas perencanaan laba merupakan sebuah rencana perusahaan untuk mendapatkan laba yang maksimal, apa yang direncanakan perusahaan untuk masa depan dapat terealisasi.

Adapun pengetian perencanaan menurut Cuningham mengemukakan bahwa :

> "Perencanaan merupakan menyeleksi dan menghubungkan pengetahuan, fakta, imajinasi, asumsi untuk masa yang akan datang dengan tujuan memvisualisasikan dan mempormulasi hasil yang diinginkan, urutan kegiatan yang diperlukan, dan perilaku dalam batas-batas yang dapat diterima dan digunakan dalam penyelesaian".

Perencanaan dalam pengertian ini menitiberatkan kepada usaha untuk menyeleksi dan menghubungkan sesuatu dengan kepentingan masa yang akan datang serta usaha untuk mencapainya.

Salah satu fungsi manajemen adalah perencanaan atas kegiatan perusahaan. yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan tujuan perusahaan pada periode yang akan datang. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba yang optimal sesuai dengan kemampuan perusahaan, oleh karena itu untuk mencapai laba optimal tersebut perlu disusun perencanaan laba agar kemampuan yang dimiliki perusahaan dapat dikerahkan secara terkooddinasi dalam mencapai tujuan tersebut. Perencanaan laba yang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mencapai laba optimal.

Laba perusahaan merupakan selisih antara penghasilan penjualan diatas semua biaya dalam periode akuntansi tertentu, oleh karena itu perencanaan laba untuk periode akuntansi tertentu akan berhubungan dengan perencanaan atas penghasilan penjualan dan atas biaya pada periode akuntansi yang bersangkutan.

2.1.3.1. Keuntungan Perencanaan Laba

Perencanaan laba, atau penganggaran, memiliki manfaat dan keunggulan berikut :

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah. Manajemen diwajibkan untuk mempelajari semua aspek bisnis dalam mengembangkan anggaran. Hal ini memungkinkan adanya peluang untuk menilai kembali setiap segi operasi dan memeriksa kembali kebijakan program.

2. Perencanaan laba menyediakan arahan ke semua tingkatan manajemen. Hal ini membantu mengembangkan kesadaran akan laba di seluruh lapisan organisasi dan mendorong kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal ini menyediakan suatu cara untuk menyelaraskan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita. Anggaran membuat identifikasi dan eliminasi dari halangan serta ketidakseimbangan menjadi mungkin, sebelum kedua hal itu terjadi dan untuk menyalurkan usaha-usaha ke aktivitas-aktivitas yang paling menguntungkan.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen. Keahlian dan pengetahuan dari semua manajer dibutuhkan untuk mengembangkan rencana yng paling efektif. Partisipasi dari semua tingkatan membantu mengeluarkan ide-ide dan menyediakan suatu cara untuk mengkomunikasikan tujuan serta memperoleh dukungan atas rencana akhir. Manajer yang berpartisipasi belajar mengenai apa yang diharapkan, sehingga mereka mengembangkan komitmen terhadap cita-cita yang ikut mereka tetapkan.
5. Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu. Hal ini mendorong manajer untuk merencanakan dan berkinerja secara efisien.

2.1.4.1.Kaitan Anggaran dengan perencanaan laba jangka pendek

Menurut William K Carter (2009:4) mengemukakan bahwa :

> "Suatu rencana atau anggaran mencerminkan tingkat atau target laba yang berusaha untuk dicapai manajemen."

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan anggaran dapat digunakan bagi pihak manajemen dalam merencanakan laba yang diharapkan perusahaan. Anggaran dibuat pada tahun sebelumnya dan untuk direalisasikan di masa yang akan datang.

2.1.4.2. Kaitan *Break even point* dengan perencanaan laba jangka pendek

Menurut Muslieh (2003:308) mengemukakan bahwa :

> "Teknik analisis *Break Even Point* memberikan dasar hubungan antara berbagai variabel untuk menentukan aktivitas perusahaan dalam suatu proses perencanaan keuangan dalam mencapai target laba yang ditentukan."

Jadi, analisis *Break Even Point* akan memberikan dasar hubungan antara berbagai variabel untuk menentukan aktivitas perusahaan dalam suatu proses perencanaan keuangan dalam mencapai target laba yang ditentukan.

Menurut Supriyono (1998:1) mengemukakan bahwa :

> "BEP *(Break Even Point*) merupakan teknik perencanaan laba dalam jangka pendek atau dalam satu periode akuntansi tertentu dengan mendasarkan analisanya pada variabilitas pengendalian penjualan maupun biaya terhadap volume kegiatan sehingga teknik-teknik tersebut akan dapat digunakan dengan baik sebagai alat perencanaan laba jangka pendek".

2.2.Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran disusun untuk menjelaskan mengenai cara berfikir dalam melakukan penelitian. Serta kerangka pemikiran digunakan untuk menegaskan masalah yang akan diteliti oleh peneliti.

2.2.1. Karakteristik Anggaran

Anggaran harus disusun dan dihitung dengan cermat agar operasionalisasi perusahaan dapat berjalan dengan efektif. Dapat diikhtisarkan bahwa anggaran harus berupa satuan keuangan mencakup jangka waktu satu tahun, berisi komitmen, disetujui oleh pihak berwenang, dapat berubah dalam kondisi tertentu dan harus berupa hasil aktual.

2.2.1.1 Klasifikasi Anggaran

Anggaran perusahaan berfungsi sebagai alat bantu manajemen dalam pengambilan keputusan setiap kegiatan yang dilaksanakan suatu perusahaan, sehingga dalam hal ini anggaran perusahaan akan mempunyai ruang lingkup yang sangat luas. Seluruh kegiatan yang ada di perusahaan akan terkait dengan anggaran perusahaan. Oleh karena itu, anggaran perusahaan akan terdiri dari berbagai macam anggaran lainnya baik dari segi isi, bentuk maupun fungsinya. Sehubungan dengan hal di atas, maka perlu diketahui jenis anggaran apa saja yang umumnya ada dalam suatu organisasi.

Klasifikasi anggaran dapat dibedakan dengan melihat dari dasar penyusunan, cara penyusunan, jangka waktu, bidang anggaran, kemampuan penyusunan dan dari fungsinya.

2.2.1.2. Manfaat dan Keterbatasan Anggaran

Dalam suatu proses kegiatan (aktivitas) yang dilakukan perusahaan, anggaran memiliki berbagai manfaat yang dapat dirasakan baik secara langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan tersebut.

Anggaran memiliki banyak manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan dibuatnya anggaran tersebut, baik keefektivitasan maupun keefisienan dalam hal produktivitas kerja perusahaan dan sumber daya manusianya.

Walaupun anggaran mempunyai banyak manfaat dan kegunaan bagi perusahaan, anggaran juga tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan yang ada. Hal-hal yang menjadi keterbatasan anggaran diantaranya yaitu keefektivitasan dari penggunaan anggaran sangat bergantung kepada keterlibatan semua pihak dalam perusahaan tersebut. Pelaksanaan dari suatu anggaran memerlukan kerjasama dan partisipasi dari seluruh anggota manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan, karena pelaksanaan dari anggaran tidak berjalan dengan sendirinya dan penyesuaian terhadap kondisi yang terjadi hatus terus menerus dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan agar anggaran yang dibuat tidak menyimpang dari kondisi saat itu.

2.2.1.3.Anggaran Penjualan (Anggaran Penerimaan)

Anggaran penjualan merupakan anggaran yang dibuat pada suatu perusahaan yang dapat membantu manajemen dalam merinci biaya dan melihat laba yang akan dihasilkan pada periode yang akan datang.

2.2.1.4.Anggaran Biaya (anggaran Pengeluaran)

1. Anggaran Biaya Produksi

Anggaran produksi dibuat harus sesuai dengan anggaran penjualan yang telah direncanakan sebelumnya. Karena pembuatan anggaran biaya harus melihat anggaran penjualan yang dibuat seperti jumlah barang yang diproduksi dalam 1 tahun, dan harga penjualannya.

2. Anggaran Biaya Distribusi

Anggaran biaya distribusi menampilkan atau menyusun biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendistribusikan barang.

3.Anggaran Biaya Administrasi dan Umum.

Anggaran biaya administrasi dan umum merupakan pengeluaran biaya administrasi perusahaan yang dapat menunjang kegiatan operasional perusahaan. Hal ini menggambarkan bahwa jika perusahaan membagi kantor administrasi menjadi beberapa bagian, maka rencana tentang biaya administrasi dan masing-masing bagian tersebut juga harus diperinci dan dipisahkan secara jelas.

2.2.2. *Break Even Point* (BEP)

Adapun pengertian *Break Even Point* adalah sebagai berikut *:*

1. Adalah suatu cara untuk mengetahui berapa volume penjualan minimum agar suatu usaha tersebut tidak menderita rugi , tetapi juga belum tentu memperoleh laba.
2. Adalah suatu tekhnik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan (laba) atau volume kegiatan.
3. Disebut pula *cost-profit-volume analysis*, karena mempelajari hubungan antara biaya-laba-volume kegiatan.

Adapun Rumus untuk menghitung BEP (titik impas)

$$\text{Penjualan} = \frac{FC}{1 - \frac{Vc}{S}}$$

Sumber :William Carter (Akuntansi Biaya)

2.2.3.Perencanaan laba

Perencanaan adalah konstruksi dari laporan operasional terinci, merupakan proses dari menyadari kesempatan maupun ancaman eksternal, menentukan tujuan yang diinginkan, dan menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut.

Bahwa pada dasarnya anggaran itu merupakan sebuah rencana yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif pada periode tertentu yang biasanya dinyatakan dalam periode tahun.

Adapun untuk menghitung perencanaan laba adalah sebagai berikut:

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{\text{Vc}}{\text{S}}}$$

Sumber : Henry Simamora (akuntansi managemen)

Keterangan :

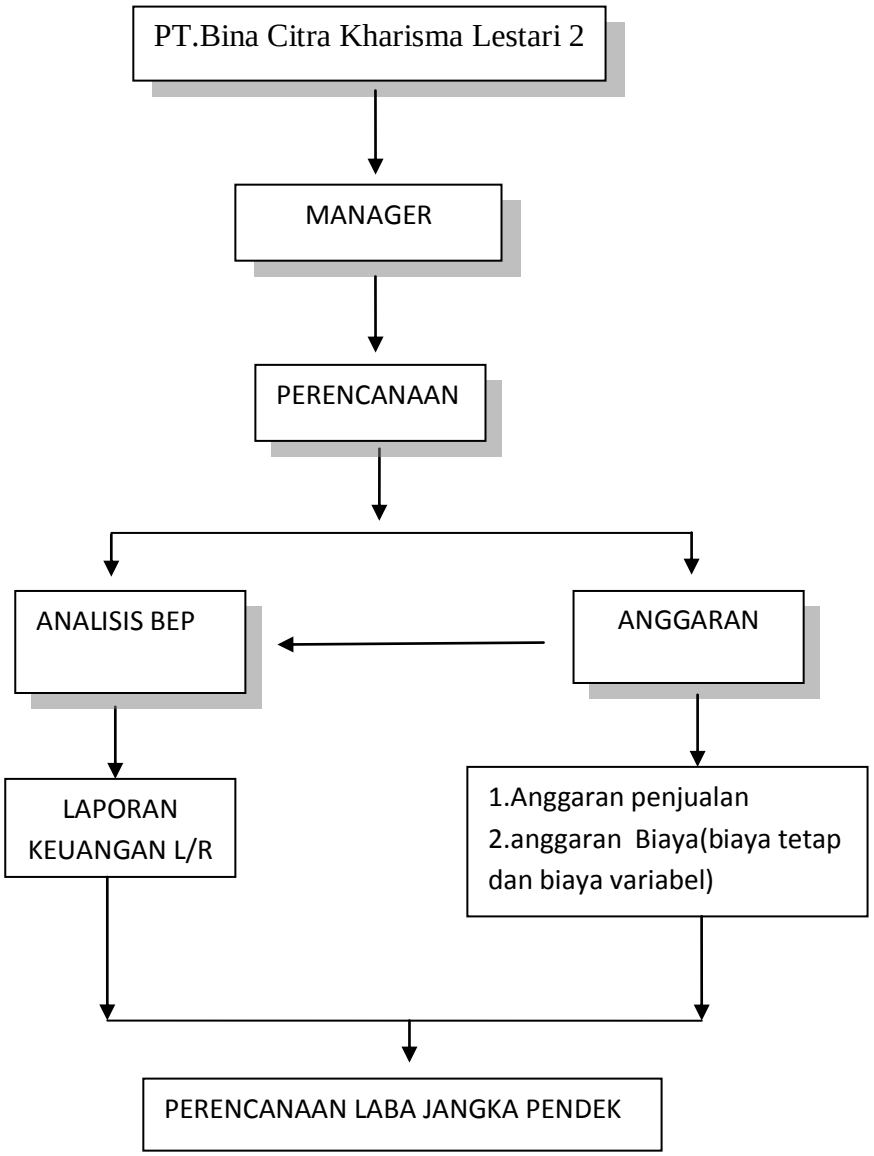
FC : (*fixed cost*) Biaya Tetap

Vc: (Vareiabel Cost) Biaya Variabel

S : Penjualan

Keuntungan : laba yang diharapkan

Selanjutnya dibawah ini secara sederhana kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

Bagan Kerangka Pemikiran

PT.BCKL 2 merupakan suatu perusahan yang memasok seluruh produknya kepada masyarakat. Produk yang dihasilkan yaitu untuk kepentingan sandang diperlukan masyarakat Indonesia umumnya setiap waktu. PT.BCKL 2 ini merupakan perusahaan manufaktur yang yang bergerak di bidang garmen.

Dalam perencanaan labanya PT.BCKL 2 menggunakan anggaran penjualan untuk mengetahui bagaimana penjualan dimasa yang akan datang dan menghitungnya menggunakan analisis *break even point* untuk mengetahui titik impas apakah perusahaan itu mangalami keuntungan atau kerugian.

2.3.Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara yang digunakan sebelum dilakukannya penelitian dalam hal pendugaannya menggunakan statistika untuk menganalisanya. Sugiyono (2008:64) menyatakan bahwa Hipotesis adalah sebagai berikut :

> "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam kalimat."

Berdasarkan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian merupakan pernyataan mengenai hubungan antara tiga variabel yang belum terbukti. Hipotesis dari penelitian ini adalah: Anggaran dan *Break Even Point* (BEP) berpengaruh perencanaan laba jangka pendek.