

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya

Dalam menjalankan suatu usaha memerlukan dana untuk melangsungkan kegiatan operasional. Pendanaan yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional disebut dengan biaya. Menurut Mulyadi (2015:8), “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.” Dan menurut Harnanto (2017:22), “Biaya adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber (ekonomi) yang dikorbankan (terjadi dan akan terjadi) untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu.” Sedangkan menurut Dunia F.A, dkk (2018:22), “Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan.”

Sebagai pengorbanan atas sumber-sumber ekonomi untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu, istilah biaya kadang-kadang dianggap sinonim dengan harga pokok dan beban dari sesuatu atau tujuan tertentu. Berdasarkan beberapa defenisi yang dikemukakan diatas bahwa pengertian biaya adalah suatu nilai pengorbanan yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang maupun jasa yang akan memberikan manfaat sekarang atau dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.1 Klasifikasi Biaya

Keberhasilan dalam merencanakan dan mengendalikan biaya bergantung pada pemahaman yang menyeluruh atas hubungan antara biaya dengan aktivitas bisnis. Studi dan analisis yang hati-hati atas dampak aktivitas bisnis terhadap biaya umumnya akan menghasilkan klasifikasi dari setiap pengeluaran sebagai biaya tetap, biaya variabel, atau biaya semivariabel

a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang bersifat konstan secara total untuk suatu skala kegiatan dan dalam jangka waktu tertentu. Termasuk dalam kategori biaya tetap ini adalah depresiasi bangunan, mesin dan alat pabrik, gaji/upah mandor. Karena biaya tetap selalu konstan secara total maka biaya per unitnya bervariasi secara negatif terhadap perubahan volume kegiatan semakin besar volume kegiatan semakin kecil biaya tetap per unitnya.

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dalam jumlah totalnya bervariasi secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan. Artinya, jika volume kegiatan diperbesar menjadi dua kali lipat, total biaya juga menjadi dua kali lipat dari jumlah semula. Sebagai konsekuensinya, total biaya variabel merupakan fungsi linier dari volume kegiatan, sedang biaya variabel per satuan volume kegiatan bersifat konstan. Dengan volume kegiatan dinyatakan dalam bentuk unit produk, maka termasuk dalam kategori biaya variabel antara lain adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung untuk biaya produksi dan komisi penjualan untuk biaya pemasaran.

c. Biaya Semi-variabel

Biaya semi-variabel merupakan biaya yang terdiri dari sebagian bersifat tetap dan sebagian lain bersifat variabel. Biaya pemeliharaan aktiva tetap, misalnya, biasanya terdiri dari sejumlah tertentu yang tidak dipengaruhi oleh berapa pun tingkat volume kegiatan ditambah elemen-elemen biaya variabel yang jumlahnya bervariasi dengan tingkat volume kegiatan. Pemisahan biaya semi-variabel ke dalam komponen biaya tetap dan variabel memerlukan ketelitian yang tinggi, rumit dalam pelaksanaannya.

2.2 Analisis *Cost Volume Profit* (CVP)

Keberhasilan manajemen dalam suatu perusahaan biasanya diukur dari kemampuan merencanakan dan menghasilkan laba. Kemampuan menganalisis volume laba untuk memudahkan manajemen menentukan target berapa unit yang harus terjual untuk dapat menutup biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Analisis biaya volume laba atau *Cost Volume Profit* (CVP) adalah salah satu alat analisis yang bermanfaat bagi para manajer untuk membantu menghitung antara biaya, volume, dan laba diawali dengan menentukan titik impas atau besarnya pendapatan sama dengan besarnya biaya yang dikeluarkan.

Beberapa pendapat mengenai pengertian *Cost Volume Profit* yaitu :

- a. Blocher, dkk (dalam Lestari, 2011) menjelaskan bahwa analisis biaya-volume-laba (*Cost-Volume-Profit Analysis*) merupakan suatu metode untuk menganalisis bagaimana pengaruh keputusan operasi dan pemasaran terhadap laba berdasarkan pemahaman atas hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output.

- b. Weygandt, Kieso, & Kimmel (dalam Verawati, 2005) menjelaskan analisis *Cost Volume Profit* adalah studi mengenai efek dari perubahan pada biaya dan volume pada profit perusahaan. Bagi perusahaan, penting untuk membuat perencanaan laba karena akan ada beberapa *critical factors* yang muncul terkait keputusan manajemen, seperti *pricing*, *product mix*, dan fasilitas-fasilitas.
- c. Mulyadi (dalam Winarko, S. P., & Astuti, P., 2010:223), “analisis biaya volume laba merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba, untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek”.
- d. Samryn (dalam Winarko, S. P., & Astuti, P., 2013:172) hal-hal yang menjadi yang menjadi elemen utama dalam analisis ini mencakup sebagai berikut:
1. Harga jual produk
 2. Volume penjualan atau tingkat aktivitas
 3. Biaya variabel per unit
 4. Total biaya tetap
 5. Komposisi dari kombinasi produk terjual
 6. *Cost driver* dan tarifnya

2.2.1 Analisis Titik Impas (*Break Even Point* / BEP)

Untuk menganalisis biaya volume dan laba dapat digunakan analisis *Break Even Point* (BEP), yang menghubungkan antara biaya, volume penjualan dengan keuntungan yang diharapkan. Berdasarkan BEP tersebut akan diketahui pada tingkat volume berapa perusahaan dapat memperoleh keuntungan.

Menurut Hariyani, D.S (2018:81), titik impas adalah sebuah titik atau kondisi dimana jumlah pendapatan penjualan sama dengan jumlah biaya atau

perusahaan tidak menderita rugi (laba = 0). Untuk menentukan tingkat *Break Even Point (BEP)* dapat dicari dengan menggunakan 2 metode, yaitu:

1. Metode Persamaan

$$\text{Penghasilan Operasi} = (\text{Harga Jual} \times \text{Jumlah Unit}) - (\text{Biaya Variabel per Unit} \times \text{Jumlah Unit}) - \text{Jumlah Biaya Tetap}$$

Setelah titik impas dalam unit penjualan diketahui, titik impas penjualan dalam rupiah dapat dicari dengan mengalikan tingkat unit penjualan impas dengan harga jual per unit.

2. Metode Kontribusi Unit

Margin kontribusi adalah pendapatan penjualan dikurangi biaya variabel total. Pada titik impas, jumlah margin kontribusi setara dengan beban tetap.

$$\text{Break Even Point (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

$$\text{Break Even Point (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

2.2.2 Margin Kontribusi

Margin kontribusi merupakan selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel. Margin kontribusi dihitung dengan cara mengurangkan biaya variabel, baik produksi maupun non produksi dari penjualan. Margin kontribusi digunakan untuk menutup biaya tetap dan sisanya akan menjadi laba. Carter dan Usry (dalam Verawati, 2005).

Winarko, S. P., & Astuti, P. dalam Samryn (2013:173), untuk menentukan kontribusi margin dapat digunakan rumus sebagai berikut :

Margin Kontribusi = Penjualan – Biaya Variabel

Sedangkan menurut Supriyono (dalam Silvana, 2004:531). “*Contribution Margin* adalah pendapatan penjualan dikurangi semua biaya variabel”. *Contribution Margin* tersebut menunjukkan jumlah yang tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan setelah biaya tetap tertutup maka sisanya untuk menghasilkan laba pada periode yang bersangkutan. Jika *Contribution Margin* tidak cukup untuk menutup biaya tetap maka terjadi rugi pada periode tersebut. *Contribution Margin* dapat dihitung dengan dua cara, yaitu:

$$\text{CM per unit} = \text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya Variabel per unit}$$

$$\text{CM total} = \text{Pendapatan Penjualan} - \text{Biaya Variabel total}$$

Supriyono (2004:532)

Harga jual per unit, perubahan harga jual per unit sangat berpengaruh terhadap margin kontribusi, dimana apabila harga jual per unit naik, maka margin kontribusi akan naik dan tingkat laba perusahaan akan naik pula. Sebaliknya apabila harga jual per unit turun, maka margin kontribusi juga akan turun yang berarti laba menjadi rendah. Volume penjualan, Semakin besar volume produk yang dijual maka akan memperbesar margin kontribusi yang sekaligus akan memperbesar laba. Komposisi produk yang dijual, perubahan komposisi produk yang dijual mengakibatkan berubahnya margin kontribusi secara total. Perubahan komposisi dari produk-produk yang mempunyai margin kontribusi rendah menyebabkan keuntungan total menurun, meskipun dari penjualan total meningkat. Sebaliknya perubahan komposisi dari produk-produk yang menghasilkan margin kontribusi tinggi akan meningkatkan keuntungan, walaupun penjualan total berkurang. Biaya variabel per unit, perubahan biaya variabel sangat berpengaruh terhadap margin kontribusi

karena biaya variabel merupakan instrumen penting dalam menentukan margin kontribusi. Apabila biaya variabel naik maka margin kontribusi akan turun, sebaliknya apabila biaya variabel turun maka margin kontribusi akan meningkat.

Rasio margin kontribusi adalah perbandingan antara margin kontribusi (total penghasilan dikurangi biaya variabel dengan total penghasilan/penjualan. Menurut Krismiaji dan Aryani (dalam Winarko, 2011:171), rumus rasio margin kontribusi adalah:

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

2.2.3 Margin Of Safety

Menurut Indriyani (2018), *margin of safety* adalah kelebihan dari anggaran penjualan aktual di atas penjualan titik impas. *Margin of safety* dapat digunakan untuk menentukan sejauh mana jumlah penurunan penjualan sampai titik impas atau titik dimana tidak terjadi kerugian maupun laba. Adapun rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Margin of Safety} = \text{Total Penjualan Aktual} - \text{Penjualan Titik Impas}$$

Bisa pula disajikan dalam persentase :

$$\text{Margin of Safety \%} = \frac{\text{Total Penjualan Aktual} - \text{Penjualan Titik Impas}}{\text{Total Penjualan Aktual}}$$

Menurut Aulia (2018), *margin of safety* dapat menunjukkan tingkat penurunan penjualan yang diisyaratkan sehingga sampai pada titik impas. Dengan mengetahui *margin of safety*, perusahaan dapat melakukan tindakan-tindakan strategi dan langkah-langkah operasional untuk bertahan agar penjualan tidak

mengalami abrasi sampai melebihi *margin of safety* sehingga target laba dapat tercapai.

2.3 Analisis Target Laba (Perencanaan Laba)

Analisis target laba digunakan untuk perencanaan memperoleh laba oleh manajemen dengan jumlah target unit yang akan terjual. Agar mencapai laba yang besar (dalam rencana maupun realisasi), manajemen dapat mencapainya dengan beberapa cara, misalnya :

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

Rumus biaya volume laba dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Menurut Garrison (dalam Duyo, 2006:336-337) mengemukakan bahwa ada dua cara untuk melakukan analisis target laba, yaitu:

1. Persamaan Biaya-Volume-Laba

Pendekatan pertama yaitu dengan menggunakan metode persamaan. Rumus persamaannya:

$$\text{Penjualan} = \text{Beban Variabel} + \text{Beban Tetap} + \text{Laba}$$

2. Pendekatan Margin Kontribusi

Pendekatan kedua yaitu dengan memperluas rumus margin kontribusi dengan memasukkan target laba.

$$\text{Unit penjualan untuk mencapai target} = \frac{\text{Beban Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu mengenai analisis perencanaan laba dengan penerapan metode *Cost Volume Profit (CVP)* yang dikemukakan sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
1	Kartika E, Sunarka P.S. (2019)	ANALISIS <i>COST-VOLUME-PROFIT</i> UNTUK PERENCANAAN LABA PADA UD. BUDI LUHUR DEMAK	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis biaya-volume-laba 2015-2016 di UD. Budi Luhur meningkatkan laba sementara volume penjualan menurun dan biaya tetap meningkat. Melalui analisis biaya-volume-laba ini, dapat diprediksi jumlah minimum penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba yang disepakati pada 2016. Lebih baik jika manajemen perusahaan dapat menerapkan analisis volume-laba biaya dalam profitabilitas.
2	Winarko S.P, Astuti P. (2018)	ANALISIS <i>COST-VOLUME-PROFIT</i> SEBAGAI ALAT BANTU PERENCANAAN LABA (<i>MULTI</i> PRODUK) PADA PERUSAHAAN PIA LATIEF KEDIRI	Hasil penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 diperoleh <i>break even point</i> pia basah sebesar 10.707 unit dan pia kering sebesar 6.227 unit. <i>Contribution margin</i> pada tahun 2017 sebesar Rp 1.873.010.837,- sedang secara rasio sebesar 55,2%. <i>Margin of safety</i> dari pia basah sebesar 96,21% sedangkan pia kering sebesar 96,2%. Untuk mencapai peningkatan keuntungan sebesar 5% di tahun 2018, perusahaan harus melakukan penjualan pia basah sebesar 296.072 unit dan pia kering sebesar 172.184 unit.

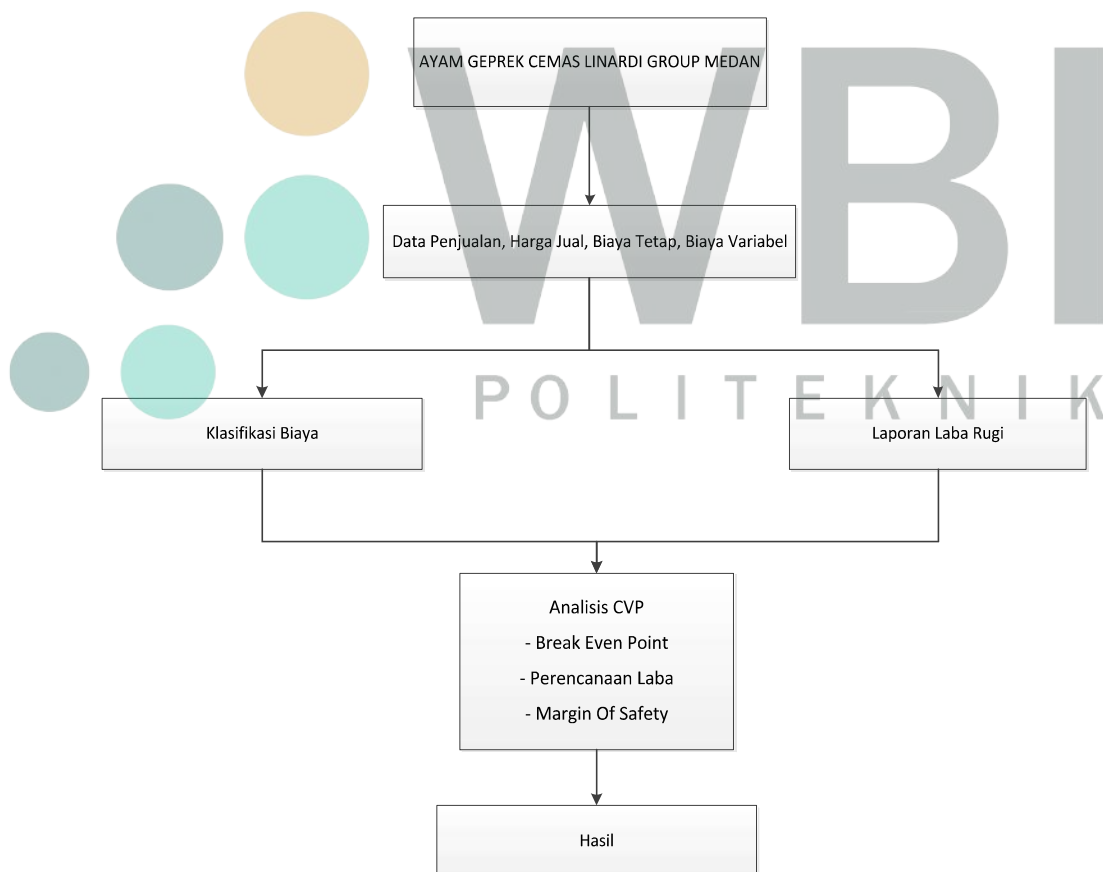
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
3	Aulia, F.U. (2018)	PENERAPAN <i>COST, VOLUME AND PROFIT ANALYSIS</i> SEBAGAI ALAT BANTU PERENCANAAN LABA PADA PABRIK PAVING WAHYU AGUNG	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat rasio margin kontribusi sebesar 38,12%. <i>Break Event Point</i> pabrik paving Wahyu Agung sebesar Rp 32.124.941,71 atau 1.647 unit/ 33 meter paving. Target laba yang ingin dicapai pada periode November 2017 sebesar 30% dari laba yang telah dicapai pada periode Oktober 2017 sehingga penjualan yang harus ditingkatkan sebanyak 1.829,46 unit/ 33 meter paving dari tingkat penjualan Oktober 2017 dengan <i>margin of safety</i> sebesar 21,55%
4	Lestari A. P. (2015)	ANALISIS <i>COST-VOLUME- PROFIT (CVP)</i> SEBAGAI ALAT BANTU PERENCANAAN LABA (STUDI KASUS PADA PRODUKSI MOM'S JELLY UMKM PADEPOKAN SUKET SEGORO SEMARANG)	Hasil penelitian ini menunjukkan analisis CVP dapat membantu UKM Padepokan Suket Segoro untuk membuat keputusan biaya tetap dan biaya variabel. Metode konvensional tidak diterapkan pada biaya tetap sehingga cenderung menghasilkan lebih banyak keuntungan. Sementara, analisis CVP telah diklasifikasikan antara biaya tetap dan biaya variabel. Rencana laba pada tahun 2015 naik 15% dari tahun sebelumnya menjadi Rp. 34.094.855. Oleh karena itu, UKM Padepokan Suket Segoro harus menjual minimal 82,438 cangkir jeli atau biayanya Rp. 103.313.543.103.
5	Verawati, Eti (2014)	PENERAPAN METODE CVP (<i>COST- VOLUME- PROFIT</i>) SEBAGAI ALAT BANTU ANALISIS PERENCANAAN LABA DALAM MENCAPAI TARGET PERUSAHAAN PADA UKM VINITO BROWNIS	Hasil penelitian ini menunjukkan perhitungan margin kontribusi UKM Vinito Brownis didapatkan angka sebesar Rp.164.772.150 dan memiliki rasio margin kontribusi sebesar 46,61 %. <i>Margin of safety</i> pada UKM Vinito Brownis adalah sebesar 76,24 %. <i>Break even point</i> atau titik impas untuk periode Mei - Oktober adalah sebesar Rp.83.969.839. Serta laba maksimal yang diperkirakan mampu diperoleh di periode Mei - Oktober 2014 yaitu sebesar Rp.182.265.995.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
6	Sakti, J. V. (2013)	PENERAPAN ANALISIS COST VOLUME PROFIT DALAM PERENCANAAN LABA (STUDI KASUS PADA UD REJO MULYO SURABAYA)	UD Rejo Mulyo belum memiliki standar dalam melakukan analisis biaya produksi. Selama ini perusahaan tersebut melakukan analisis biaya dengan cara membandingkan biaya yang dikeluarkan pada tahun berjalan dengan biaya pada tahun sebelumnya. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa analisis <i>cost volume profit</i> dapat digunakan untuk mengetahui atau membuat peramalan laba produksi. Penganalisisan <i>cost volume profit</i> tersebut dilakukan dengan menggunakan metode analisis <i>contribution margin</i> , analisis <i>break even point</i> , analisis <i>margin of safety</i> , dan analisis <i>operating leverage</i> . Dengan penggunaan alat tersebut memberikan hasil bahwa produksi plastik es UD Rejo Mulyo terbukti sangat produktif dan memberikan kontribusi laba yang cukup besar.
7	Nohandhini, P., Champaca, M. (2012)	ANALISIS PERENCANAAN LABA DENGAN PENERAPAN METODE CVP (<i>COST-VOLUME-PROFIT</i>) PADA PG RAJAWALI I UNIT PG KREBET BARU MALANG	Dengan mengklasifikasi biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel kita akan mengetahui berapa saja biaya produksi gula tahun 2011. Serta pemisahan biaya dengan menggunakan metode <i>least-square</i> . Dengan penerapan metode CVP (<i>Cost-Volume-Profit</i>) dalam perencanaan laba untuk tahun yang akan datang akan lebih stabil dan sesuai dengan target perusahaan. Oleh karena itu peneliti memberi saran kepada PG Kribet Baru Malang untuk menerapkan metode CVP (<i>Cost-Volume-Profit</i>) dalam perencanaan laba untuk tahun selanjutnya agar peningkatan laba stabil dan target yang diinginkan PG Kribet Baru Malang tercapai.
8	Wiharjo, N. (2011)	ANALISIS HUBUNGAN <i>COST-VOLUME-PROFIT (CVP)</i> UNTUK PERENCANAAN LABA PADA HOTEL LOSARI BEACH	Berdasarkan hasil perhitungan analisis <i>cost-volume-profit (CVP)</i> , menunjukkan bahwa Hotel Losari Beach Makassar telah melakukan perencanaan laba dengan baik dilihat dari tingkat laba yang dihasilkan dan tingkat <i>margin of safety</i> (penjualan minimal perusahaan agar tidak menderita kerugian) yang semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Adapun penelitian ini lebih mendekati karakteristik pada penelitian yang berjudul “Penerapan Metode CVP (*Cost-Volume-Profit*) Sebagai Alat Bantu Analisis Perencanaan Laba Dalam Mencapai Target Perusahaan Pada UKM Vinito Brownis“ karena sama-sama merujuk pada penelitian pada UKM yang bergerak di bidang kuliner, sehingga untuk metode pembahasan dan hasilnya akan mendekati cara yang sama.

2.5 Kerangka Pemikiran

Maka secara sederhana penelitian ini dapat dinyatakan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Dari gambar kerangka pemikiran diatas dapat ditunjukkan bahwa data penjualan, harga jual, biaya tetap, dan biaya variabel dari tahun sebelumnya menjadi peran penting untuk menghitung perencanaan laba di Ayam Geprek Cemas Linardi Group Medan. Dengan melakukan analisis *Cost Volume Profit (Break Even Point, Margin Kontribusi, Margin Of Safety, dan Perencanaan Laba)* maka akan memudahkan Ayam Geprek Cemas Linardi Group Medan untuk menentukan target laba yang diinginkan pada tahun berikutnya.

