

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Firdaus Dunia dkk. (2018) mendefinisikan akuntansi biaya sebagai aspek akuntansi yang terutama berkaitan dengan akumulasi dan analisis biaya untuk menentukan biaya produksi dan untuk mendukung dalam perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Mulyadi (2015) mengutarakan bahwa Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, pengklasifikasian, pengikhtisaran, penyajian dan interpretasi biaya produksi dan penjualan barang produksi atau jasa dengan cara tertentu. Menurut Tri Widyastuti (2017), akuntansi biaya digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, melaporkan dan menganalisis berbagai komponen biaya tetap dan variabel yang terkait dengan produksi, pemasaran barang dan jasa. Sedangkan, menurut Siregar dkk (2018), akuntansi biaya adalah proses mengukur, menganalisis, menghitung dan melaporkan biaya, profitabilitas, dan kinerja operasional untuk tujuan penetapan biaya. Akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai proses mengumpulkan, mengkategorikan, mengikhtisarkan, dan menyajikan informasi biaya untuk memproduksi dan menjual produk atau layanan, menyediakan layanan dengan cara tertentu, dan menafsirkan hasil dan biaya dari proses manufaktur hingga penjualan barang dan jasa pelaporan. Oleh karena itu, akuntansi biaya memiliki peranan yang sangat penting bagi manajemen perusahaan untuk membuat perencanaan, dan mengambil keputusan untuk masa yang akan datang.

#### 2.1.1 Tujuan Akuntansi Biaya

Tujuan penetapan biaya berdasarkan akuntansi merupakan sebagai alat untuk membantu manajemen dalam mengendalikan dan merencanakan biaya yang dipergunakan oleh suatu usaha untuk barang yang diproduksi secara akurat dan sempurna. Menurut Mulyadi (2015), akuntansi memiliki tiga tujuan utama.

a. Penentuan biaya produksi

Menentukan biaya produksi dengan pencatatan, mengkategorikan, dan menganalisis biaya dari pengolahan bahan baku hingga produk jadi atau memberikan layanan jasa dengan cara tertentu.

b. Pengendalian Biaya

Sebelum pengendalian biaya, perlu diidentifikasi biaya-biaya yang dipergunakan oleh perusahaan dalam unit produk manufaktur yang harus dikendalikan sepenuhnya dengan menghitung biaya yang sesuai. Setelah biaya ditentukan, akuntansi biaya bertanggung jawab untuk memantau apakah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sesuai dengan biaya yang direncanakan. Informasi tentang biaya yang dikeluarkan dianalisis. Di sinilah fungsi akuntansi biaya membantu Anda menganalisis perbedaan antara biaya yang dikeluarkan dan biaya yang diperlukan.

c. Pengambilan keputusan khusus

Akuntansi biaya bertujuan untuk memberikan informasi tentang biaya di masa yang akan datang (*future cost*) karena keputusan khusus berhubungan langsung dengan informasi tentang biaya masa depan. Informasi biaya ini dihasilkan dari proses perkiraan biaya yang dijalankan oleh administrator

### 2.1.2 Manfaat Akuntansi Biaya

Bustami dan Nurlela (2013) mendefinisikan penetapan biaya sebagai alat yang bermanfaat bagi manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan kegiatan usaha, meningkatkan kualitas, meningkatkan efektivitas, serta menghasilkan keputusan yang efisien. Dalam hal ini, akuntansi biaya dapat membantu manajemen melakukan tugasnya yaitu:

- a. Penganggaran dan pelaksanaan anggaran operasional perusahaan.
- b. Menetapkan metode dan prosedur akuntansi biaya, pengendalian biaya, alokasi biaya yang akurat, dan peningkatan kualitas yang konstan.
- c. Menentukan nilai aset untuk penetapan biaya dan penetapan harga, evaluasi barang produksi, evaluasi kinerja divisi atau departemen, inspeksi persediaan fisik.
- d. Menghitung biaya pengeluaran dan profit usaha untuk periode akuntansi, satu tahun atau kurang.
- e. Memilih sistem dan proses dari pilihan terbaik untuk meningkatkan penjualan atau mengurangi biaya.

Sedangkan Siregar dkk (2018), menggambarkan peran akuntansi biaya sebagai berikut:

- a. Akuntansi dapat membantu manajemen menyelesaikan tugas mereka.
- b. Mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis informasi terkait biaya bermanfaat dalam penganggaran, pengendalian, penetapan harga, pengambilan keuntungan, memilih alternatif dalam pengambilan keputusan, dan mengelola biaya dalam lingkungan teknologi tinggi.

Berdasarkan uraian pendapat para ahli tersebut, fungsi akuntansi biaya pada hakekatnya adalah memberikan informasi yang berkaitan dengan biaya dan pengendalian dalam perencanaan dan pelaksanaan anggaran biaya, pengendalian biaya, dan pemilihan alternatif untuk mendukung pengambilan keputusan, menganalisis tujuan usaha dapat dicapai.

## 2.2 Biaya Atau Cost

Firdaus Dunia dkk (2018) mengatakan bahwa biaya merupakan nilai pengeluaran atau pengorbanan untuk memperoleh suatu produk atau jasa yang akan digunakan masa depan. Apa pun dapat dikatakan sebagai biaya ketika barang produksi atau jasa sudah digunakan. Biaya juga dapat dikatakan sebagai salah satu hal yang pokok dalam usaha, ketika diketahui suatu usaha menghasilkan untung atau rugi dapat dilihat dari aspek pengurangan biaya dan penjualan.

Menurut Mulyadi (2015), biaya atau merupakan pengorbanan dari sumber ekonomi yang dihitung dalam satuan uang dan yang kemungkinan dikeluarkan untuk tujuan tertentu. Apabila biaya-biaya tersebut diterapkan dalam dunia usaha, maka laporan laba rugi adalah hasil perbandingan pendapatan dengan biaya yang habiskan, sehingga biaya yang dikeluarkan mempengaruhi angka laba perusahaan. Dari pendapat para ahli di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa biaya merupakan pengeluaran yang dikorbankan dalam barang produksi atau jasa. Definisi biaya di atas memiliki empat komponen utama:

- a. Biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi
- b. Biaya yang dihitung dalam satuan uang.
- c. Biaya yang terjadi atau mungkin terjadi.
- d. Dan pengeluaran untuk tujuan tertentu.

## 2.2.1 Objek biaya

Tri Widyastuti (2017) menyatakan bahwa objek biaya atau target biaya biasanya merupakan item atau aktivitas yang terakumulasi dan terukur. Penelusuran biaya ke objek biaya dilakukan dengan tujuan untuk membedakan biaya langsung dan biaya tidak langsung dalam menentukan berapa ukuran biaya yang dapat di hasilkan.

## 2.2.2 Klasifikasi Biaya

Umumnya cara mengklasifikasikan biaya menurut jenis usahanya. Biaya juga harus digolongkan agar manajemen dapat menghitung biaya produksi dan menentukan titik impas untuk penjualan produk. Menurut Mulyadi (2015), biaya diklasifikasikan menurut fungsinya.

1. Klasifikasi biaya menurut objek pengeluaran  
Dalam klasifikasi ini, biaya pengeluaran menjadi dasar untuk klasifikasi pengeluaran. Misalnya, jika subjek biayanya adalah biaya bahan baku, maka semua biaya yang terkait dengan bahan baku disebut biaya bahan baku.
2. Klasifikasi biaya menurut fungsi utama perusahaan  
Sebuah industri manufaktur memiliki tiga fungsi utama: produksi, pemasaran, dan urusan umum. Oleh karena itu, perusahaan manufaktur dapat membagi biaya menjadi tiga kategori:
  - a. Biaya produksi  
Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengelolah bahan mentah menjadi barang produksi yang dapat dijual. Tergantung pada penggunaannya, biaya produksi ini dapat berupa biaya bahan baku biaya *overhead* perusahaan, dan biaya tenaga kerja langsung, salah satu contohnya biaya penyusutan untuk mesin dan peralatan, biaya bahan baku, biaya bahan sekunder yang terkait dengan proses produksi, dll.
  - b. Biaya Pemasaran  
Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan ketika melakukan kegiatan pemasaran suatu produk. Misalnya biaya promosi penjualan, biaya iklan, biaya transportasi, dan lain-lain.
  - c. Beban umum dan administrasi  
Beban umum dan administrasi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk proses pembuatan dan pemasaran barang produksi. Misalnya, gaji karyawan, SDM, dan biaya kendaraan.
3. Klasifikasi biaya menurut perubahan aktivitas. Sehubungan dengan perubahan aktivitas, biaya dapat dikategorikan sebagai berikut:
  - a. Biaya variabel  
Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah total biaya yang berubah sebanding dengan perubahan jumlah aktivitas. Contoh biaya variabel termasuk biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku.
  - b. Biaya semi variabel  
Biaya semi variabel merupakan biaya yang tidak berubah sebanding dengan perubahan aktivitas. Biaya semivariabel mengandung komponen biaya tetap dan komponen biaya variabel.
  - c. Biaya tetap  
Biaya tetap adalah biaya yang totalnya tetap tanpa di pengaruhi oleh perubahan aktivitas dalam batas waktu tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji seorang manajer produksi.

#### 4. Klasifikasi atas dasar jangka waktu manfaatnya.

Klasifikasi biaya ini dapat dibagi menjadi dua kategori:

##### a. Investasi

Investasi adalah pengeluaran yang memberikan manfaat untuk beberapa periode akuntansi. Periode akuntansi yang memperoleh manfaat dari belanja modal didebet dengan sebagian modal berupa biaya penyusutan, amortisasi, atau likuidasi.

##### b. Beban pendapatan

Pengeluaran pendapatan adalah pengeluaran yang hanya menguntungkan periode akuntansi dimana pengeluaran itu terjadi.

### 2.3 Volume Penjualan

Mulyadi (2015), mendefinisikan volume penjualan adalah ukuran jumlah atau kuantitas barang produksi atau jasa yang terjual. Bagaimana menghasilkan volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan. Pada dasarnya volume penjualan dapat juga diartikan sebagai jumlah barang produksi atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Selain biaya, volume penjualan juga mempengaruhi penjualan, yang langsung mempengaruhi laba perusahaan. Lagi pula, ketika volume penjualan meningkat, perusahaan memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan besar, dan sebaliknya ketika volume penjualan rendah. Singkatnya, volume penjualan berpengaruh pada keuntungan atau profit usaha untuk dapat digunakan sebagai untuk menilai kinerja perusahaan.

### 2.4 Laba atau Profit

Hasanah dan Daud (2019) mendefinisikan laba atau profit sebagai perbandingan antara semua pendapatan dan semua biaya yang digunakan dalam menjalankan bisnis. Menurut Yulianto (2018), laba atau margin ini adalah selisih antara pendapatan dan pengeluaran yang harus dikorbankan untuk barang atau jasa, sehingga lebih banyak modal yang ditarik dari operasi perusahaan.

Menurut Musttainah (2019) laba dapat didefinisikan dalam dua cara. Pertama, didefinisikan dari sudut pandang ekonomi murni sebagai pertumbuhan kekayaan investor sebagai hasil dari investasi setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan. Kedua, laba dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga jual dikurangi harga pokok. Berdasarkan pembahasan di atas, dapat kita simpulkan bahwa laba merupakan faktor yang sangat penting dalam mengukur keberhasilan usaha

### 2.5 Perencanaan laba atau profit

Menurut Ponomban (2013), bahwa perencanaan laba adalah rencana kerja yang didesain dalam bentuk laporan laba rugi, dan modal kerja dalam jangka pendek dan jangka panjang. Menurut Adolph Matz dkk (2021), perencanaan laba atau disebut juga perencanaan operasional (*operational planning*) adalah rencana manajemen yang mencakup semua tahapan operasi di masa depan bertujuan mencapai target perusahaan. Ada rencana laba ada dua jenis:

##### a. Rencana laba atau keuntungan jangka pendek

Rencana keuntungan jangka pendek adalah rencana keuntungan yang mencakup jangka pendek 3 sampai 12 bulan dan tergantung pada sifat bisnis. Keuntungan perusahaan jangka pendek juga dipengaruhi oleh pendapatan atau pengembalian dari volume penjualan, biaya tetap, dan biaya variabel. Rencana hasil jangka pendek membantu membuat anggaran perusahaan

b. Rencana laba atau keuntungan jangka panjang

Perencanaan keuntungan jangka panjang adalah apa yang dibutuhkan ketika pengembangan bisnis mulai menjadi cepat dan rumit. Perencanaan laba jangka panjang juga dapat diartikan sebagai proses berkelanjutan untuk menentukan keputusan yang sistematis tentang kinerja perusahaan. Tentu saja, berbagai dampak dan konsekuensi di masa depan juga dapat diperhitungkan.

### **2.5.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perencanaan Laba**

Adolph Matz dkk (2021) dalam brahim menyebut bahwa faktor yang mempengaruhi perencanaan laba adalah sebagai berikut:

- a. Laba atau rugi atas volume penjualan.
- b. Volume penjualan yang harus dicapai untuk memenuhi semua biaya yang dikeluarkan untuk mencapai keuntungan yang wajar.
- c. BEP atau Titik impas.
- d. Serta volume penjualan yang dapat ditingkatkan dengan kapasitas operasi perusahaan.

### **2.5.2 Manfaat Perencanaan Laba**

Adolph Matz dkk (2021) mendefinisikan perencanaan laba memiliki manfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan pendekatan yang ditargetkan untuk pemecahan masalah.
- b. Menegakkan tinjauan awal masalah yang dihadapi manajemen dan menanamkan dalam organisasi kebiasaan melakukan penelitian yang cermat sebelum membuat keputusan.
- c. Menciptakan suasana organisasi yang mempromosikan perilaku yang menguntungkan, sadar biaya, dan penggunaan sumber daya secara optimal.
- d. Membentuk partisipasi dan koordinasi berbagai segmen organisasi manajemen dalam perencanaan operasional, memungkinkan organisasi secara keseluruhan untuk dipertanggungjawabkan dalam bentuk rencana komprehensif yang terintegrasi dengan keputusan akhir dan rencana yang saling berhubungan.
- e. Memberikan kemampuan untuk menilai secara sistematis semua aspek dan aspek organisasi dan secara teratur meninjau dan memngubah kebijakan dan pedoman dasar.
- f. Mengatur dan menyatukan semua upaya perusahaan dalam proses perencanaan biaya yang ditargetkan, karena ini adalah satu-satunya cara terbaik untuk mengekspresikan keamanan kegiatan manajemen.
- g. Mengatur modal ke usaha dan kegiatan yang lebih menghasilkan keuntungan.
- h. Menumbuhkan standar kinerja yang tinggi dengan meningkatkan antusiasme untuk bersaing, mendorong keinginan mencapai target, dan minat untuk menyelesaikan kegiatan dengan lebih efektif.

## 2.6 Cost Volume Profit (CVP)

Menurut Sugiono (2015), analisis *Cost Volume Profit* (CVP) merupakan sebuah metode yang dipakai untuk melihat gambaran hubungan antara biaya variabel, biaya tetap volume penjualan, dan laba atau rugi, dimana biaya menunjukkan bagaimana perubahannya, bagaimana volume penjualan mempengaruhi variabel harga, kinerja perusahaan. Menurut Siregar dkk. (2018), Analisis CVP adalah metode yang digunakan oleh manajemen dalam perencanaan dan mengambil resolusi. Selain itu analisis CVP dapat digunakan sebagai metode untuk menganalisis cara memecahkan masalah yang terkait dengan rencana penjualan, seperti total produksi yang harus dijual sehingga mencapai BEP atau titik impas.

### 2.6.1 Pendekatan Analisis *Cost Volume Profit* (CVP)

#### a. **Marjin Kontribusi (*Contribution Margin*)**

Suprito dkk (2021) mendefinisikan bahwa marjin kontribusi atau (CM) merupakan selisih antara nilai penjualan dengan biaya variabel.

Rumus marjin kontribusi:

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Total Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

#### b. ***Break even Point* (BEP)**

Menurut Mulyadi (2015) *break even point* (BEP) adalah metode untuk menentukan volume penjualan minimum bagi suatu perusahaan untuk menghindari keuntungan tanpa menimbulkan kerugian. Jadi keuntungannya nol. Siregar dkk (2018) menyatakan bahwa definisi dari titik impas atau BEP merupakan sebagai kondisi di mana jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan sama dengan biaya total perusahaan. Rencana laba yang dihasilkan dari perhitungan BEP dapat menunjukkan unit atau volume penjualan minimum yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai profit tertentu.

Ada hubungan yang kuat antara titik impas atau BEP dan perencanaan laba. Ini karena perencanaan BEP berbicara dalam biaya, harga produk, dan volume penjualan yang semuanya mengarah pada keuntungan. Dalam prakteknya, rumus untuk menentukan BEP adalah:

##### 1. Analisis Titik Impas atau BEP Dalam Unit

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

##### 2. Analisis Titik Impas Dalam Rupiah

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

**c. Titik Keamanan Margin of Safety (MOS)**

Menurut Suprito dkk (2021), titik keamanan atau *margin of safety* merupakan jumlah unit produk yang diinginkan dapat dijual di atas BEP, atau jumlah maksimum pengurangan target penjualan yang mungkin terjadi, namun perusahaan tidak akan mengalami kerugian.

Rumus *Margin Of Safety* (MOS) yaitu:

$$\text{MOS (dalam unit dan rupiah)} = \text{Penjualan} - \text{BEP}$$
$$\text{MOS rasio} = \frac{\text{MOS}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

**d. Degree of Operating Leverage (DOL)**

Menurut Sugiono (2015) *Degree of operating leverage* (DOL) adalah metode untuk menghitung berapa perubahan dari volume penjualan yang berpengaruh pada profit usaha.

Rumus DOL yaitu:

$$\text{DOL} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Laba bersih}}$$

**e. Target Laba**

Menurut Suropto dkk (2021) bahwa analisis CVP dapat diterapkan sebagai alat yang digunakan menghitung total produk yang seharusnya dijual agar perusahaan memperoleh laba yang ditargetkan.

Rumus target laba yaitu:

$$\text{Volume penjualan (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{CM per unit}}$$
$$\text{Volume Penjualan (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}}{\text{CM Rasio}}$$

#### **f. Shut down Point**

Menurut Prastowo (2015), *shut down point* atau titik pisah merupakan garis total biaya dan seluruh pendapatan. Titik penutupan perusahaan ini ada di sebelah kiri di atas titik impas, yang artinya di area kerugian atau berada di atas garis biaya total pendapatan. Sedangkan menurut Samryn L.M (2012) *shut down point* adalah perhitungan dari hasil penjualan yang mewajibkan penutupan transaksi usaha dalam rupiah dan dalam unit.

Rumus Shut down Point:

$$\text{SDP} = \frac{\text{Fixed Cost On Cash}}{1 - \frac{\text{Variable Cost}}{\text{Sales}}}$$

#### **2.6.2 Manfaat Analisis Cost Volume Profit (CVP)**

Menurut Sugiono (2015), analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) sangat bermanfaat untuk manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan. Keuntungan dari analisis CVP adalah:

- a. Mendukung perencanaan laba perusahaan.
- b. Menentukan omzet minimal yang harus didapatkan untuk mencapai laba yang ditargetkan.
- c. Untuk menganalisis apakah perusahaan berjalan dengan baik.
- d. Sebagai pengetahuan tentang penjualan perusahaan, biaya dan dampak perubahan harga jual.
- e. Menentukan harga jual untuk mencapai keuntungan tertentu.
- f. Menganalisis produk mana yang layak dalam hal produk yang perlu ditingkatkan dan produk yang perlu dihapus (lini produk).
- g. Membantu menentukan bauran produk yang dibuat dengan batasan produk untuk meningkatkan keuntungan.
- h. Membantu manajemen saat memutuskan apakah akan mengembangkan bisnis Anda (strategi pemasaran).
- i. Sangat berguna ketika pengambilan keputusan apakah akan melanjutkan bisnis atau tidak.

## 2.7 Referensi

Berikut adalah penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

<b>Nama, Tahun, Judul Penelitian</b>	<b>Tujuan Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Azis (2020) Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat dalam Perencanaan Laba (Studi kasus Pada Koperasi Serba Usaha Brosem Kota Batu).	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan analisis cost volume profit dalam perencanaan laba di KSU Brosem Kota Batu.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mencari data primer dan sekunder. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan cara mengidentifikasi Penjualan dan biaya, analisis target laba, analisis cost volume profit	Perusahaan mampu menutupi biaya tetapnya dan memperoleh laba dengan rasio margin kontribusi senilai 20%. Perusahaan berada pada titik impas atau BEP jika menjual 3.016.792.740 sedangkan margin of safety penjualan boleh turun yaitu 2.943.817.292. Dan operating leverage menunjukkan angka 2.02. Untuk mendapatkan peningkatan laba sebesar 5% atau laba sebesar 621.980.100, maka KSU Brosem harus menaikkan volume penjualan sebesar 6.089.469.485 atau menjual 246.456 kardus sari apel. Dan biaya variabel juga akan naik mengikuti peningkatan biaya produksinya, sedangkan biaya tetap diasumsikan konstan atau tidak berubah.

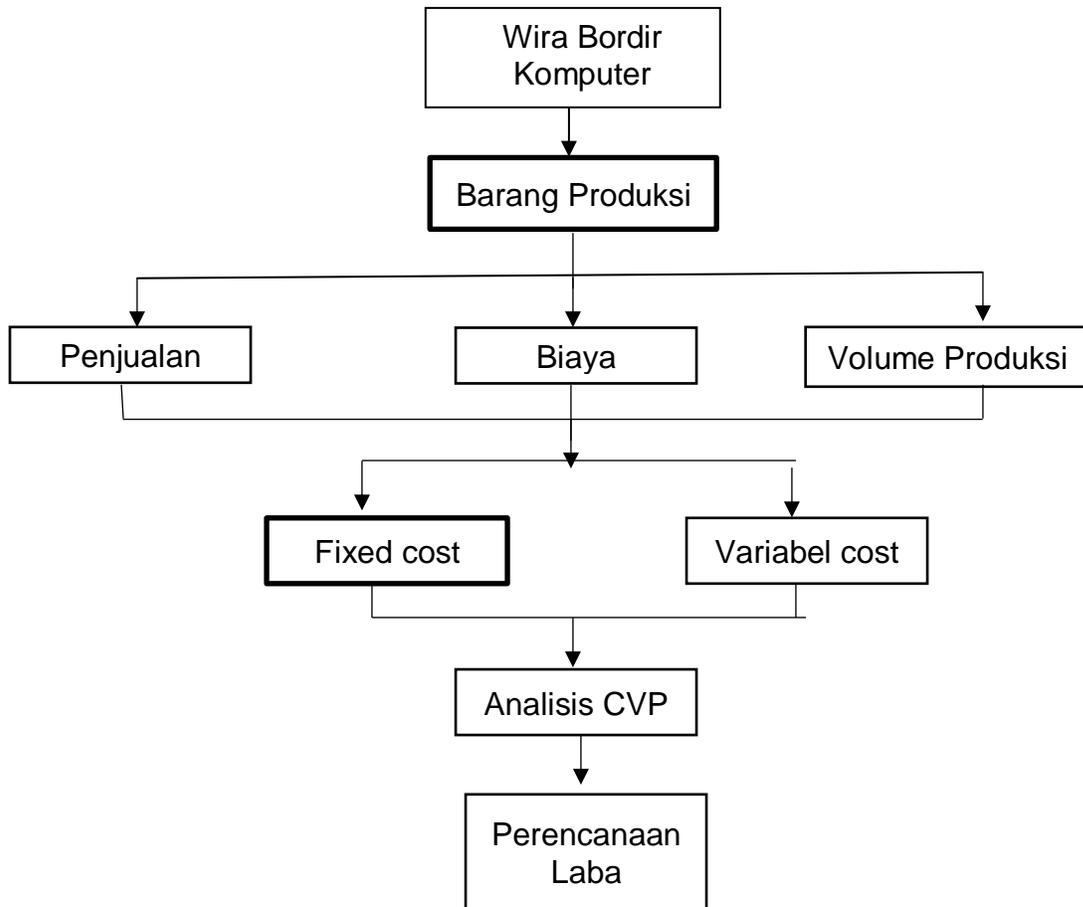
<p>Wulan Fauzana (2021) Nalisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan Dan Laba Yang Diharapkan Pada Pt. Sutra Benta Perkasa Pekanbaru.</p>	<p>tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis penerapan cost volume profit sebagai dasar perencanaan penjualan dan ekspektasi keuntungan di PT. Sutra Benta Perkasa Pekanbaru.</p>	<p>Dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif tipe data deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara dan dokumentasi atas data keuangan PT. Sutra Benta Perkasa Pekanbaru.</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan bahwa margin kontribusi dan kontribusi perhitungan rasio margin dapat menutupi biaya tetap dan memberikan kontribusi keuntungan bagi perusahaan. Perhitungan titik impas menunjukkan bahwa kondisi penjualan telah melampaui titik impas. Dalam beberapa tahun, analisis penjualan dan laba target masih belum tercapai karena kebijakan perusahaan yang belum mampu menetapkan target dan belum menggunakan analisis perhitungan. Perhitungan margin of safety menunjukkan kondisi perusahaan berada pada titik aman. Itu ukuran leverage operasi menunjukkan tingginya sensitivitas laba bersih terhadap penjualan.</p>
<p>Khaeruddin (2017) Analisis Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) Untuk Perencanaan Laba Pada CV Citra Sari di Makassar.</p>	<p>Penelitian dilakukan untuk mengetahui perencanaan laba dengan menggunakan analisis cost volume profit (cvp) pada CV Citra Sari sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.</p>	<p>Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan memakai dokumentasi, dan wawancara.</p>	<p>Perencanaan laba dengan mengarahkan manajemen untuk peningkatan volume penjualan dengan laba sebesar Rp 200.000.000,00 pada tahun 2017. Perencanaan target laba CV. Citra Sari pada tahun 2017 dengan menggunakan perhitungan analisis cost volume profit (cvp) yaitu metode analisis break even point (BEP) (Q) sebanyak 2.585 unit dan break even point Rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38 dan margin of safety sebesar 90%. Dapat diketahui bahwa perhitungan volume penjualan (Q) produk Sari Buah Markisa untuk pencapaian target laba pada tahun 2017 merupakan sebanyak 14.892 unit dan pada persaingan kompetitif dengan</p>

			perusahaan X atau sejenis lainnya dilakukan penurunan harga jual menjadi Rp 35.000,00 sehingga perusahaan CV. Citra Sari dapat melakukan penjualan pada tahun 2017 sebanyak 21.511 unit dengan laba optimal sebesar Rp 200.000.000,00.
Ulfah Setia Iswara (2018) Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Yang Diharapkan (Studi Pada Perusahaan Kopi Di Kabupaten Jember)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan analisis CVP sebagai dasar perencanaan laba yang diharapkan untuk tahun 2017.	Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti mengumpulkan informasi perusahaan kemudian melakukan analisis data	Dari penelitian menunjukkan di tahun 2016 margin kontribusi sebesar Rp 144.070.100. Penjualan minimum sebesar Rp 140.695.100 dan titik impas Rp 84.375.000. Perusahaan menetapkan laba sebesar 22% dari tahun sebelumnya. Untuk mencapai laba yang diharapkan, penjualan ditargetkan sebesar Rp 256.071.100 pada tahun 2017. Manajemen dapat menerapkan analisis CVP untuk membantu dalam merencanakan laba di tahun mendatang.
Rusmaning Tyas (2020) Penerapan Metode Cvp (Cost Volume Profit) Sebagai Alat Bantu Analisis Perencanaan Laba (Studi Kasus pada UMKM Party Scene Florist Malang Tahun 2017-2019).	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan metode CVP (Cost Volume Profit) sebagai alat bantu analisis perencanaan laba.	Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuantitatif, dimana teknik yang diambil yaitu studi dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.	Hasil analisis dalam penelitian ini memungkinkan UMKM untuk meningkatkan volume produksi sesuai dengan kapasitas UMKM, sehingga biaya tetap dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya dan akan berpengaruh positif terhadap kenaikan laba.
Dian Hafiza Triana (2020) Penerapan Analisis CVP Sebagai Alat	Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan keefektifitasan analisis CVP	Metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Jenis data yang digunakan	Pada Penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 diperoleh titik impas UD Sukma Jaya sebanyak 3.125 unit dengan titik impas penjualan sebesar

<p>Perencanaan Laba UD Sukma Jaya</p>	<p>dalam perencanaan laba dengan menentukan titik impas, margin kontribusi, dan margin of safety dari UD Sukma Jaya dengan pemisahan biaya variabel dan biaya tetap.</p>	<p>adalah data kuantitatif yang menggunakan sumber data sekunder.</p>	<p>Rp.6.249.638,3. Margin kontribusi pada tahun 2019 sebesar Rp.21.026.000 dengan rasio sebesar 86.4%. Margin of safety dari susu kedelai sebesar 74,3%. Untuk mencapai peningkatan profit sebesar 35% di tahun 2020, UD Sukma Jaya harus melakukan penjualan susu kedelai senilai 2.536 unit dengan harga jual Rp.2.500.</p>
<p>Winahyo (2021) Analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) Pada UMKM Ris One Bakery</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam melakukan perencanaan laba dengan menggunakan analisis <i>cost-volume profit</i>.</p>	<p>Metode penelitian menggunakan metode kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan cara triangulasi.</p>	<p>Hasil menunjukkan bahwa total margin kontribusi mampu menutupi biaya tetap perusahaan. Total titik impas dapat dengan mudah dicapai pada nilai yang relatif rendah dari penjualan. MOS menunjukkan nilai yang tinggi sebelum mendekati kerugian. Total DOL menunjukkan nilai optimal karena kenaikan penjualan akan diikuti kenaikan laba perusahaan. Total target laba dapat dicapai jika penjualan konsisten.</p>

## 2.8 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah dasar dari pemikiran dan rancangan dari garis besar yang digunakan oleh peneliti sebagai pedoman dalam merancang proses penelitian. Kerangka berpikir yang disajikan pada gambar dibawah berdasarkan tujuan penelitian dalam merumuskan masalah yang disajikan.



**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**