

## BAB II DASAR TEORI

### 2.1. Tinjauan Pustaka

#### 2.1.1. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan kegiatan pencatatan, penggolongan, dan pelaporan segala biaya yang muncul dari kegiatan produksi entitas hingga penjualan produk atau penyerahan jasa Bahri et al. (2021). Akuntansi biaya adalah suatu proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya Mulyadi (2015).

#### 2.1.2. Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi menurut Lestari Wiwik (2017). Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk mendapatkan jasa atau barang yang diharapkan akan memberi manfaat sekarang atau di masa yang akan datang dalam satuan uang menurut Siregar Baldrice et al. (2018). Tujuan perhitungan biaya produksi adalah untuk menentukan jumlah biaya dengan efisien dan efektif, untuk mengendalikan biaya yang keluar, serta untuk pengambilan keputusan.

Ada 4 unsur pokok dalam definisi biaya menurut Mulyadi (2015) yakni :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi,
2. Diukur dalam satuan uang,
3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi,
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

#### 2.1.3. Penggolongan Biaya

Ada 4 biaya yang digolongkan menurut Mulyadi (2015):

1. Objek pengeluaran
2. Fungsi pokok dalam perusahaan
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan

##### a) Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran dalam perusahaan paving blok adalah sebagai berikut : biaya bahan baku, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya gaji dan upah, dan sebagainya.

##### b) Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok yakni :

1. Biaya produksi  
Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi bahan siap untuk dijual. Contohnya : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya gaji karyawan, dan biaya *overhead* pabrik.
2. Biaya pemasaran  
Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang timbul karena adanya kegiatan pemasaran. Contohnya yakni biaya iklan, biaya promosi, biaya pengangkutan, biaya gaji.

3. Biaya administrasi dan umum  
Biaya-biaya yang timbul untuk mengatur kegiatan produksi dan pemasaran. Contohnya biaya gaji bagian akuntansi.

**c) Penggolongan biaya menurut Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai**

1. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya suatu yang dibiayai. Dapat dikatakan biaya langsung adalah biaya yang timbul ketika menghasilkan suatu produk. Biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku adalah contoh dari biaya produksi langsung, Mulyadi (2015).

2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak karena faktor produksi. Biaya tersebut tidak dapat dihubungkan secara langsung pada unit yang diproduksi. Biaya tidak langsung biasa juga disebut biaya *overhead* pabrik, contohnya yakni biaya gaji bagian pemasaran, biaya direktur, biaya administrasi pabrik dan lainnya, Mulyadi (2015).

**d) Penggolongan biaya Menurut Perilaku Biaya**

1. Biaya Variabel

Biaya *variabel* adalah biaya yang mana total biaya berubah secara proporsional terhadap perubahan kegiatan dalam rentang waktu yang relevan. Contoh biaya variabel yakni bahan langsung, tenaga kerja langsung, bahan bakar dan lain sebagainya.

2. Biaya Semi Variabel

Biaya semi *variabel* adalah biaya yang mana total biaya berubah tetapi perubahannya tidak proporsional terhadap perubahan kegiatan (volume produksi) dalam rentang yang relevan. Contoh biaya semi *variabel* yakni listrik dan telepon, pengawasan, asuransi kecelakaan dan lain sebagainya.

3. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya dimana total biaya tidak berubah terhadap perubahan kegiatan (volume produksi) dalam rentang yang relevan. Contoh biaya tetap yakni penyusutan kendaraan, asuransi, sewa gedung dan lain sebagainya.

#### **2.1.4. Penentuan Standar Biaya**

Menurut Mulyadi (2015), biaya standar adalah biaya yang dihitung di awal, yang dimana jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat satu satuan produk atau untuk membiayai kegiatan tertentu di bawah perkiraan kondisi ekonomi, efisiensi, dan faktor-faktor lain tertentu. Manfaat penerapan standar biaya adalah sebagai berikut:

1. Menghitung anggaran
2. Mengendalikan biaya dan memotivasi serta mengukur efisiensi
3. Menyederhanakan prosedur dan penetapan biaya dan mempercepat penyajian laporan biaya, membebaskan biaya ke persediaan bahan, barang dalam proses barang jadi.
4. Memberikan dasar bagi penetapan tender dan kontrak serta untuk menetapkan harga.

### 2.1.5. Penentuan Biaya Produksi

Menurut Harnanto (2017), biaya produksi adalah biaya yang dianggap melekat pada produk meliputi biaya langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi

### 2.1.6. Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2015), dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yakni biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan pemasaran dan administrasi dan umum.

Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi, terdapat dua pendekatan yakni :

1. *Full costing* (biaya penuh)
2. *Variabel costing* (biaya variabel)

### 2.1.7. Full Costing (Biaya Penuh)

*Full costing* (biaya penuh) merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>xxx</u>
Kos produksi	<u>xxx</u>

### 2.1.8. Variabel Costing

Variabel costing merupakan metode penentuan kos produksi, yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel saja. Dengan demikian kos produksi menurut variabel costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u>
Kos produksi	<u>xxx</u>

### 2.1.9. Perencanaan Laba

Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba penting dalam perencanaan karena tujuan utama dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan Nursanty et al. (2022). Perencanaan laba adalah analisis yang sistematis terhadap pendapatan dan biaya serta setiap unit dalam suatu perusahaan yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan atau laba menggunakan sumber daya yang tersedia. (Simanullang Tuti Wilna & Situmorang Aston L, n.d.)

Oleh karena itu dapat disimpulkan perencanaan laba adalah planning dari suatu manajemen perusahaan yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan yakni rencana jangka pendek dan jangka panjang dalam memajukan keberlangsungan perusahaan. Salah satu metode untuk melakukan perencanaan laba adalah *Analisis Cost Volume Profit* (CVP). CVP merupakan

alat untuk melakukan perencanaan, pengendalian serta pengambilan keputusan oleh perusahaan. *Cost Volume Profit* memberi informasi mengenai hubungan biaya, volume dan laba.

#### 2.1.10. Analisis Cost Volume Profit (CVP)

Menurut Ikatan Akuntansi Keuangan (2019), Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) atau analisis biaya volume laba, merupakan suatu analisis yang dilakukan dalam tahap perencanaan untuk menentukan berapa volume barang yang harus dijual untuk mencapai suatu tingkatan laba tertentu. Untuk melakukan analisis CVP ini semua biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan harus dibedakan menjadi biaya tetap dan variabel. Ada 6 pendekatan dalam menganalisis *cost volume profit* (cvp) yaitu :

1. Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)
2. Titik Impas (*Break even point*)
3. *Margin of Safety* (MOS)
4. *Degree Of Operating Leverage* (DOL)
5. Target Laba
6. *Shut Down Point* (SDP)

#### 2.1.11. Pendekatan Analisis Cost Volume Profit (CVP)

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

Menurut Suropto et.al. (2021) *Contribution Margin* (CM) yaitu selisih antara nilai penjualan dengan biaya variabel.

Rumus margin kontribusi :

$$CM \text{ Per Unit} = \text{Penjualan per unit} - \text{Biaya variabel per unit}$$

$$CM \text{ Rasio} = \frac{CM \text{ Per Unit}}{\text{Penjualan Per Unit}}$$

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

Menurut Muslichah & Bahri Syaiful (2021) titik impas adalah suatu kondisi dimana total biaya sama dengan total pendapatan, dengan kata lain entitas dalam kondisi tidak laba atau tidak rugi. Analisis ini penting sebagai alat perencanaan bagi entitas, karena dengan mengetahui titik impas entitas dapat mengetahui berapa jumlah unit yang harus terjual agar tidak mengalami kerugian.

Dalam praktiknya untuk menentukan titik impas dapat digunakan beberapa rumusan yaitu sebagai berikut :

##### 1) Analisis Titik Impas Dalam Unit

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{CM \text{ Per Unit}}$$

Atau

$$BEP = \frac{FC}{P - VC}$$

Dimana :

BEP = analisis titik impas (*break even point*)

FC = biaya tetap (*fixed cost*)

VC = biaya variabel persatuan (*variable costing*)

P = harga jual persatuan (*price*)

## 2) Analisis Titik Impas Dalam Rupiah

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM Per Rasio}}$$

Atau

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

Dimana :

BEP = analisis titik impas (*break even point*)

FC = biaya tetap (*fixed cost*)

VC = biaya variabel persatuan (*variable costing*)

S = jumlah penjualan (*sales volume*)

### c. **Margin of Safety (MOS)**

Menurut Muslichah & Bahri Syaiful (2021) *Margin of Safety* (MOS) adalah selisih antara penjualan actual (rencana penjualan) dengan titik impas. *Margin of Safety* memberikan gambaran pada pembuat keputusan tentang informasi penjualan actual turun sampai titik impas atau titik puncak terjadi kerugian. Dengan kata lain, agar entitas tidak menderita kerugian maka penurunan penjualan maksimum harus sebesar *margin of safety*. *Margin of safety* adalah selisih antara volume penjualan yang direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas (*break even point*).

Rumus 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 Ikatan Akuntansi Keuangan (2019) *Degree of operating leverage* mengukur besarnya proporsi biaya tetap dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan. Semakin tinggi DOL berarti semakin tinggi proporsi biaya tetap dalam perusahaan. Proporsi biaya tetap yang semakin tinggi akan menambah risiko yang

Dimana :

BEP = analisis titik impas (*break even point*)

FC = biaya tetap (*fixed cost*)

VC = biaya variabel persatuan (*variable costing*)

P = harga jual persatuan (*price*)

## 2) Analisis Titik Impas Dalam Rupiah

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM Per Rasio}}$$

Atau

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

Dimana :

BEP = analisis titik impas (*break even point*)

FC = biaya tetap (*fixed cost*)

VC = biaya variabel persatuan (*variable costing*)

S = jumlah penjualan (*sales volume*)

### c. **Margin of Safety (MOS)**

Menurut Muslichah & Bahri Syaiful (2021) *Margin of Safety* (MOS) adalah selisih antara penjualan actual (rencana penjualan) dengan titik impas. *Margin of Safety* memberikan gambaran pada pembuat keputusan tentang informasi penjualan actual turun sampai titik impas atau titik puncak terjadi kerugian. Dengan kata lain, agar entitas tidak menderita kerugian maka penurunan penjualan maksimum harus sebesar *margin of safety*. *Margin of safety* adalah selisih antara volume penjualan yang direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas (*break even point*).

Rumus 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 Ikatan Akuntansi Keuangan (2019) *Degree of operating leverage* mengukur besarnya proporsi biaya tetap dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan. Semakin tinggi DOL berarti semakin tinggi proporsi biaya tetap dalam perusahaan. Proporsi biaya tetap yang semakin tinggi akan menambah risiko yang

dihadapi perusahaan, karena semakin tinggi biaya tetap perusahaan, maka fluktuasi laba yang diperoleh perusahaan akan cenderung semakin besar.

Rumus DOL yaitu :

$$DOL = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

#### e. Target Laba

Analisis *cost-volume-profit* dapat digunakan sebagai alat untuk menghitung jumlah unit produk yang seharusnya dijual agar perusahaan memperoleh sejumlah target laba tertentu menurut Muslichah & Bahri Syaiful (2021).

Rumus Target Laba yaitu :

$$\text{Volume Penjualan (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{CM Per Unit}}$$

$$\text{Volume Penjualan (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{CM Per Rasio}}$$

#### f. Shut Down Point (SDP)

*Shut down point* atau titik penutupan usaha merupakan suatu keadaan yang menunjukkan margin kontribusi perusahaan hanya bisa digunakan untuk menutup *fixed cost* yang bersifat tunai. Jika hasil penjualan tidak dapat lagi menutupi biaya tetap tunai, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk menutup perusahaan. Tingkat penjualan yang mengharuskan penutupan usaha baik dalam unit rupiah dapat ditentukan dengan rumus berikut ini.

Rumus *Shut down point* yaitu :

$$\text{Shut down point (Rp)} = \frac{\text{Fixed Cost On Cash}}{1 - \frac{\text{Variabel cost}}{\text{Sales}}}$$

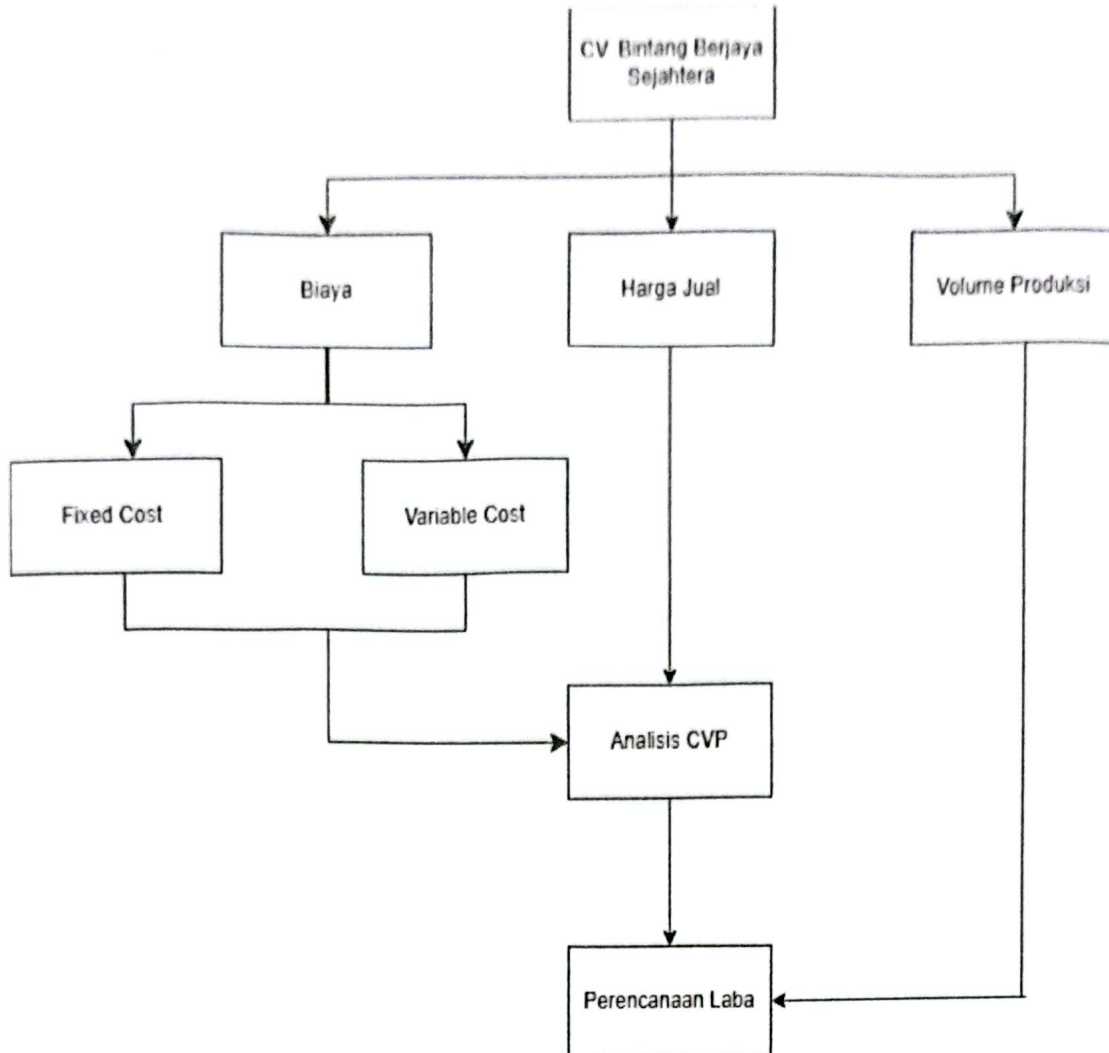
$$\text{Shut down point (Unit)} = \frac{\text{Fixed Cost On Cash}}{\text{CM Per Unit}}$$

### 2.1.12. Manfaat Analisis Cost Volume Profit

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) memberikan informasi yang sangat berguna bagi perusahaan dalam hal melakukan perencanaan laba. Analisis ini dapat memberikan informasi dalam menentukan berapa unit produk yang harus dijual untuk mencapai titik impas (*break even point*), dapat melihat pertimbangan-pertimbangan yang dihadapi perusahaan ketika terjadinya kenaikan biaya tetap dan penurunan harga jual terhadap laba, menentukan volume penjualan yang harus dicapai untuk mendapatkan laba yang diinginkan, menentukan jumlah penurunan tingkat penjualan akan tetapi tidak mengalami kerugian, dan mengetahui titik penutupan usaha terhadap produk yang tidak memberikan manfaat bagi perusahaan

## 2.2. Kerangka Berpikir

Berikut ini adalah kerangka penelitian yang dibuat oleh peneliti untuk lebih memahami permasalahan penelitian, yaitu :



**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**

Sumber: CV Bintang Berjaya Sejahtera, data diolah (2024)

### 2.3. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya yakni:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Pelawinten Atika & Ilat Ventje, n.d.)	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> Untuk Perencanaan Laba Pada UD.Gladys Bakery	Kuantitatif	Pada UD. Gladys Bakery jumlah biaya <i>variabel</i> dan biaya tetap yang tinggi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lamsihar yaitu menganalisis laba dan biaya dari beberapa produk dan dari penelitiannya didapati perusahaan tidak mencapai target laba yang diharapkan karena kurangnya pengawasan atas pengeluaran biaya. Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Vincensia karena didapati perusahaan belum memiliki standar pengeluaran biaya sehingga mengakibatkan pengeluaran biaya yang besar. Jadi, dalam perencanaan labanya sebaiknya menggunakan perhitungan biaya tetap dan biaya variabel untuk mengetahui berapa tingkat <i>Break Even Point</i> , <i>Margin of Safety</i> , pendapatan yang terjadi dan laba yang terjadi, sehingga kedepannya perusahaan bisa menghitung target laba yang diinginkan.
2.	(Assa Rina Lidia, n.d.)	Analisis Cost-Volume-Profit Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Laba	Kuantitatif dan Kualitatif Deskriptif	Apabila biaya variabel per unit naik sebesar 10% maka perusahaan akan mengalami kerugian,

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Pada PT.Tropica Cocoprima		tetapi dengan menurunkan biaya variabel per unit sebesar 10% bisa mencapai target laba pada tahun 2012 sebesar Rp 4.103.767.002,02. Jika perusahaan mempengaruhi jumlah biaya tetap dengan menurunkan ataupun menaikkan biaya tetap sebesar 10%, perusahaan tetap tidak bisa mencapai target laba pada tahun 2012 sebesar Rp 4.103.767.002,02.
3.	(Triana et al., 2020)	Penerapan Analisis CVP Sebagai Alat Perencanaan Laba UD Sukma Jaya : Efektif atau Semu	Studi Kasus	Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa analisis CVP terbukti efektif menaikkan laba perusahaan dan berguna bagi manajemen dalam mengambil keputusan. Berbagai bidang industri perusahaan dapat menggunakan analisis CVP untuk menentukan titik impas yang berguna sebagai tolak ukur penjualan telah mencapai laba atau tidak. Untuk menerapkan analisis CVP, perusahaan harus menghitung Margin kontribusi dan rasionya, titik impas (break even point), titik aman (margin of safety), dan degree of operating leverage serta

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>menganalisa perencanaan laba yang ditargetkan. Berdasarkan analisa yang dilakukan maka perusahaan akan bisa menghitung biaya, volume produk dan harga jual dan laba yang dicapai.</p>
4.	(Rosianna et al., 2019)	Analisis Cost Volume Profit Terhadap Perencanaan Laba UMKM Keripik Ibu	Kuantitatif	<p>UKM Usaha Kripik Ibu hanya melakukan pencatatan pengeluaran biaya produksi tanpa memisahkan antara biaya variabel dan biaya tetap usaha. UKM Kripik Ibu harus bisa mampu menjual produk dengan persentase tinggi. Maka hal tersebut memungkinkan usaha Kripik Ibu akan terus berjalan dengan baik dan dapat memperluas usahanya karena kemungkinan usaha mengalami kerugian sangatlah kecil. Dan sebaiknya usaha Kripik Ibu menggunakan analisis Cost Volume Profit untuk mengetahui kemungkinan - kemungkinan yang akan terjadi, dan dapat mengetahui estimasi laba/rugi usaha untuk periode selanjutnya.</p>
5.	(Sutjiawan Jeremy & Petronila Thio Anastasia, 2020)	Penerapan Metode Penjualan Dan Cost Volume Profit Dalam Perencanaan Laba (Studi Kasus Produk Ayam Geprek Koplo	Kuantitatif Deskriptif	<p>Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa analisis CVP dapat diterapkan pada perusahaan Hangry Indonesia untuk perencanaan laba.</p>

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Pada Hangry Indonesia)		Manfaat yang diperoleh adalah (a) mengetahui besarnya penjualan titik impas yaitu sebesar Rp3.946.127.482, (b) menentukan besarnya penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh target laba operasi tertentu (proyeksi penjualan), (c) mengetahui besarnya penyimpangan (penurunan) penjualan sebelum perusahaan menderita rugi (MOS), mengetahui besarnya pengaruh perubahan penjualan terhadap laba operasi yang diperoleh (DOL), (e) mengetahui besarnya SDP untuk digunakan dalam pengambilan keputusan melanjutkan usaha atau menutup usaha.

Sumber: CV Bintang Berjaya Sejahtera, data diolah (2024)