

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Akuntansi Biaya**

Dalam mengubah bahan baku menjadi barang jadi, perusahaan perlu menggunakan akuntansi biaya dalam kegiatan bisnisnya. Hal itu dilakukan agar perusahaan mampu menggunakan sumber daya yang dimilikinya dengan efektif dan efisien, sesuai dengan pengertian akuntansi biaya itu sendiri yaitu proses mengukur, menganalisis, dan melaporkan informasi keuangan ataupun non-keuangan yang terkait dengan biaya untuk memperoleh atau menggunakan sumber daya dalam suatu perusahaan (Horngren et al., 2018:22). Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat Carter (2009:1-8), yang mana dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan agar meningkatkan kualitas dan efisiensi juga dalam pengambilan keputusan diperlukan perhitungan biaya.

Akuntansi biaya juga dapat diartikan perhitungan biaya persediaan, lalu biaya tersebut disajikan dalam sebuah neraca dan laporan laba rugi, yang mana dalam laporan laba rugi terdapat harga pokok penjualan (*cost of goods sold*) yang merupakan cerminan dari sebuah akuntansi biaya (Kurniawan et al., 2017:4). Nurdin et al. (2022:3) juga berpendapat bahwa akuntansi biaya adalah suatu pencatatan yang menjadi laporan keuangan, yang mana laporan keuangan tersebut

akan diberikan kepada pihak akuntansi manajemen lalu laporan keuangan tersebut dapat dijadikan acuan bagi manajemen dalam mengambil suatu keputusan untuk mengalokasikan biaya dengan baik.

## **2.2 Konsep Biaya**

### **2.2.1 Pengertian Biaya**

Biaya menurut Carter (2009:2-1), merupakan harga pertukaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk mengamankan keuntungan. Sejalan dengan hal tersebut Horngren et al. (2018:49) juga berpendapat bahwa biaya adalah sumber daya yang dikorbankan demi mencapai tujuan tertentu. Adapun menurut Kurniawan et al. (2017:8), biaya merupakan harga yang dibayar atau pengorbanan untuk mendapatkan manfaat yang ditandai dengan aset yang berkurang (misalnya kas) atau kewajiban yang bertambah (misalnya hutang dagang).

Secara lengkap biaya dapat diartikan nilai pengeluaran atau pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang akan berguna di masa depan atau yang akan bermanfaat lebih dari satu periode akuntansi (Dunia & Abdulah, 2012:4). Dari pendapat para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa biaya adalah pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan suatu manfaat atau keuntungan yang mana pengorbanan tersebut tentunya dapat diukur dalam suatu satuan.

Biaya merupakan salah satu komponen terpenting dalam proses bisnis. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mengontrol biaya saat proses produksinya akan memberikan kekuatan pada perusahaan tersebut di pasar (*cost leadership*). Karena jika suatu perusahaan mampu mengoptimalkan pengeluaran terhadap biaya-biaya produksinya seefektif dan seefisien mungkin maka perusahaan tersebut akan

mempunyai biaya produksi paling kecil sehingga dapat membuat harga suatu produk lebih murah dari pesaing-pesaingnya di pasar.

Menurut Callahan et al. (2011:74), biaya memiliki empat tujuan penting, yaitu:

1. Digunakan untuk merencanakan kegiatan dan anggaran di masa mendatang.
2. Digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam *decision making* di suatu perusahaan.
3. Digunakan untuk mencari tahu apakah ada perbedaan antara biaya yang dianggarkan dengan biaya yang terjadi secara aktual (*varians*).
4. Digunakan untuk menghitung pendapatan dari bisnis dan proyek perusahaan.

### **2.2.2 Perbedaan Biaya dengan Beban**

Pengeluaran adalah arus keluar barang atau jasa yang dapat diukur yang diimbangi dengan pendapatan, baik untuk menentukan keuntungan atau sebagai penurunan kekayaan bersih sebagai akibat dari penggunaan jasa ekonomis dalam menghasilkan pendapatan dan memungut pajak oleh instansi pemerintah. Dalam akuntansi kita mengenal istilah “*matching cost against revenue*” yang artinya menandingkan *revenue* dengan *cost* yang digunakan untuk menghasilkan *revenue* tersebut pada suatu periode. *Cost* yang ditandingkan dengan *revenue* tersebutlah yang disebut *expense* atau beban.

Sebagai contoh jika suatu perusahaan membeli persediaan maka pengorbanan untuk mendapatkan persediaan tersebut disebut biaya bukan beban karena pengorbanan tersebut tidak diimbangi dengan adanya *revenue*. Setelah perusahaan mendapat *revenue* saat menjual barang jadi (yang didapat dari proses pengolahan persediaan) barulah perusahaan mencatat beban yang berupa COGS (*cost of goods*

*sold*). Sehingga secara garis besar dapat kita simpulkan bahwa beban merupakan biaya yang telah ditandingkan atau diimbangi dengan adanya *revenue* yang dihasilkan.

### 2.2.3 Klasifikasi Biaya

Dalam proses bisnis terdapat banyak sekali jenis biaya yang mana masing-masing biaya tersebut memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda-beda. Oleh karena itu, dilakukanlah klasifikasi atas biaya-biaya tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan akurasi dari laporan keuangan suatu perusahaan. Dengan dilakukannya klasifikasi terhadap biaya-biaya tersebut dengan benar maka diharapkan perusahaan mampu menetapkan harga produk, memperkirakan besaran beban dan pendapatan dengan lebih akurat sehingga perusahaan mampu membuat perencanaan laba yang terukur dan realistis. Menurut Carter (2009:2-9), Secara umum klasifikasi biaya dapat dikelompokkan berdasarkan hubungan biaya tersebut dengan aspek-aspek tertentu, yaitu:

#### 1. Biaya-biaya yang berhubungan dengan produk

Klasifikasi yang pertama dilakukan dengan menghubungkan biaya dengan berbagai fase dalam operasi bisnis. Dalam perusahaan manufaktur, ada dua elemen utama penyusun *operation cost*, *manufacturing cost* dan beban komersial.

##### a) *Manufacturing Cost*

*Manufacturing cost* merupakan total penjumlahan dari tiga elemen biaya yaitu, bahan baku langsung (*direct materials*), tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan *factory overhead*. Gabungan dari bahan baku langsung dengan tenaga kerja langsung disebut sebagai *prime cost* yaitu jumlah biaya langsung

yang dikerluarkan dalam pembuatan suatu produk. Sedangkan gabungan dari tenaga kerja langsung dengan *factory overhead* disebut *conversion cost* yaitu jumlah biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku langsung menjadi barang jadi.

Bahan baku langsung, merupakan bahan baku (*raw material*) yang langsung digunakan dalam proses produksi perusahaan. Bahan baku langsung merupakan bahan yang paling banyak digunakan dalam proses produksi dan merupakan bahan yang membentuk secara langsung suatu produk. Contoh di Warung Bakso Barokah bahan baku dalam proses produksinya adalah daging sapi cincang. Tenaga kerja langsung, merupakan biaya tenaga kerja dalam mengubah bahan baku menjadi barang jadi dan bisa ditelusuri secara langsung ke suatu produk.

*Factory overhead*, merupakan semua biaya dalam *manufacturing cost* yang tidak bisa ditelusuri secara langsung ke suatu produk. Secara umum *factory overhead* meliputi semua biaya dalam proses produksi selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Contohnya adalah bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung.

#### b) Beban Komersial

Beban komersial terdiri atas dua kelompok yang luas yaitu beban pemasaran dan beban administratif. Beban pemasaran yaitu beban yang dimulai setelah selesainya proses produksi hingga barang tersebut laku terjual. Sedangkan beban administratif yaitu beban-beban yang dikeluarkan untuk mengatur dan mengontrol organisasi.

## 2. Biaya-biaya yang berhubungan dengan volume produksi

Berdasarkan volume produksinya biaya dibagi menjadi tiga kelompok yaitu biaya variabel atau biaya yang jumlahnya berubah seiring dengan berubahnya volume produksi, biaya tetap yaitu biaya yang jumlahnya tetap walaupun volume produksinya berubah dalam suatu *relevant range* dan biaya semivariabel yaitu biaya yang memiliki sifat variabel dan tetap. Contoh dari biaya variabel yaitu beban listrik karena jika listrik itu dipakai untuk pencahayaan suatu tempat maka biayanya akan tetap tetapi jika listrik tersebut dipakai untuk menjalankan suatu peralatan maka biayanya berubah sesuai dengan seberapa lama dan seberapa keras mesin tersebut dijalankan.

## 3. Biaya-biaya yang berhubungan dengan departemen

Dalam suatu pabrik secara umum ada dua departemen yaitu departemen produksi dan departemen jasa. Departemen produksi merupakan departemen yang melakukan proses produksi atau mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Sedangkan departemen jasa merupakan departemen yang bertugas untuk memberikan jasa untuk departemen lain yang biayanya biasanya termasuk ke dalam *factory overhead*. Lalu ada juga istilah *direct departmental cost* dan *indirect departmental cost*. Sesuai dengan namanya *direct departmental cost* merupakan biaya yang dapat ditelusuri langsung ke suatu departemen sedangkan *indirect departmental cost* tidak dapat ditelusuri. Terakhir ada *common cost* dan *joint cost*. *Common cost* merupakan biaya layanan atau fasilitas yang dibebankan pada lebih dari satu kegiatan sedangkan *joint cost* merupakan biaya suatu kegiatan yang dibebankan pada lebih dari satu jenis produk.

#### 4. Biaya-biaya yang berhubungan dengan periode akuntansi

Berdasarkan periode akuntansinya ada dua kelompok biaya yaitu *capital expenditure* dan *revenue expenditure*. *Capital expenditure* adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Sedangkan *revenue expenditure* merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat hanya pada satu periode akuntansi.

#### 5. Biaya-biaya yang berhubungan dengan suatu keputusan, tindakan atau evaluasi

Terkait dengan suatu keputusan, tindakan dan evaluasi terdapat biaya diferensial, *opportunity cost* dan *sunk cost*. Biaya diferensial merupakan biaya perbedaan biaya antara dua atau lebih dari satu keputusan perusahaan. *Opportunity cost* merupakan hilangnya suatu manfaat akibat dari memilih alternatif lain sedangkan *sunk cost* adalah biaya yang sudah terjadi sehingga tidak relevan lagi dalam pengambilan keputusan.

### **2.3 Pengertian *Cost Volume Profit Analysis***

Profit merupakan inti dari sebuah bisnis. Di tingkatan manapun sebuah bisnis memiliki tujuan utama untuk memaksimalkan profit. Karena dengan adanya profit suatu perusahaan dapat membiayai kegiatan operasinya. Oleh karena itu, penting bagi sebuah bisnis untuk melakukan perencanaan labanya. Perencanaan laba dapat dihitung dengan menghubungkannya dengan biaya yang dikeluarkan dan volume produksinya. Menurut Shim et al. (2012:219), *cost volume profit analysis* menjelaskan bagaimana profit dan biaya berubah seiring dengan berubahnya. Lebih tepatnya, *cost volume profit analysis* menunjukkan efek dari perubahan beberapa

faktor seperti biaya tetap, biaya variabel, harga jual dan volume penjualan terhadap profit.

Menurut Kurniawan et al. (2017:148), Ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi dalam *cost volume profit analysis*, yaitu:

1. Seluruh biaya, baik biaya manufaktur maupun biaya nonmanufaktur harus dapat dipisahkan terlebih dahulu kedalam kelompok biaya tetap dan biaya variabel;
2. Perubahan atas *revenues* dan perubahan atas *costs* hanya dipengaruhi oleh faktor kuantitas unit yang terjual;
3. *Revenues* dan *costs* apabila digambarkan dalam suatu garis, maka akan memenuhi fungsi persamaan garis lurus; dan
4. Harga jual barang (*selling price*), *variable cost* perunit dan total *fixed cost* sudah diketahui.

## **2.4 Terminologi dalam Cost Volume Profit Analysis**

### **2.4.1 Contribution Margin**

Menurut Garrison (2006:1), *contribution margin* adalah jumlah yang tersisa dari dikurangkannya *sales* terhadap total biaya variabel yang mana jumlah ini merupakan jumlah yang akan menutupi biaya tetap dan nantinya menjadi laba. Berdasarkan pengertian di atas maka *contribution margin* dapat diformulasikan sebagai berikut.

$$\mathbf{CM = TR - TVC}$$

Keterangan:

CM : *Contribution margin*

TR : Total *revenue*

TVC : Total *variable cost*

Jika harga lebih besar dari biaya variabel ditambah biaya tetap yang dapat dihindari, keuntungan akan lebih besar dengan produk daripada tanpa produk. Oleh karena itu, produk tersebut tidak boleh dihentikan penjualan maupun produksinya karena masih memberi keuntungan (Vercio, 2017). Setelah mengetahui apa itu *contribution margin* maka selanjutnya kita akan mengenal terminologi baru yaitu *contribution margin per unit*. *Contribution margin per unit* merupakan salah satu alat perhitungan yang berguna untuk menentukan *contribution margin* dan laba operasi atau *operation income*. *Contribution margin per unit* dapat diformulasikan sebagai berikut.

$$\text{CMU} = \text{P} - \text{VCU}$$

Keterangan:

CMU : *Contribution margin per unit*

P : Harga jual

VCU : *Variable cost per unit*

#### **2.4.2 Break Even Point**

Dalam *cost volume profit analysis* ada dua titik saat kita melakukan analisis yaitu pada kondisi normal (ada profit) dan kondisi *break even point*. *Break even point* merupakan titik dimana suatu perusahaan tidak mengalami kerugian ataupun keuntungan atau dengan kata lain total *revenue*-nya sama dengan total biayanya. Ada beberapa manfaat dari *break even point* yaitu sebagai berikut.

1. Menghitung Biaya Total Produksi

Hal ini dikarenakan saat kita menganalisis BEP maka kita harus menghitung terlebih dahulu semua biaya yang dikeluarkan selama memproduksi suatu barang baik itu biaya variabel maupun biaya tetap. Oleh karena itu, saat kita menganalisis BEP kita otomatis akan mengetahui biaya total produksi.

## 2. Sebagai Dasar Perhitungan Laba

Karena untuk menentukan harga jual suatu produk maka kita harus mengetahui BEP-nya. Setelah itu, baru ditambahkan dengan profit yang kita inginkan per produknya.

## 3. Estimasi Waktu Balik Modal

Untuk mengetahui kapan kerugian, para pebisnis harus mengetahui banyaknya produk harus terjual sekaligus dalam suatu periode. Bila kamu tidak menghitung BEP, estimasi jumlah produk terjual tidak akan bisa dihitung, sehingga waktu penjualan produk tidak dapat diperkirakan. Estimasi jumlah produk terjual dalam analisis *break even* disebut dengan *break even number of unit* yang dapat dihitung menggunakan formula sebagai berikut.

$$\textit{Break even number of unit} = \text{FC} / \text{CMU}$$

Keterangan:

FC : *Fixed cost*

CMU : *Contribution margin per unit*

Setelah mengetahui berapa produk yang harus terjual untuk terhindar dari kerugian maka jumlah tersebut dapat kita bandingkan dengan penjualan aktualnya sehingga kita dapat menghitung perkiraan waktu balik modalnya. Selain *break even number of unit* ada juga *break even revenues* yaitu *revenue* yang harus

dihasilkan untuk mencapai titik *break even*. *Break even revenues* diformulasikan sebagai berikut.

$$\textit{Break even revenues} = \textit{break even number of unit} \times \textit{selling price}$$

### 2.4.3 *Margin of Safety*

Agar suatu usaha terhindar dari kerugian maka perlu dilakukan perhitungan *margin of safety*. Jika suatu saat penjualan suatu perusahaan turun akibat beberapa alasan seperti buruknya strategi marketing atau kompetitor memiliki produk lebih baik, *margin of safety* menjawab pertanyaan seberapa besarkah penjualan dapat turun sebelum akhirnya perusahaan mengalami kerugian (Horngren et al., 2018:100). Oleh karena itu, setelah kita menghitung *break even revenues* dan *break even number of unit* maka seorang pemilik atau pengurus usaha perlu untuk menghitung *margin of safety*-nya. *Margin of safety* diformulasikan sebagai berikut.

$$\textit{Margin of Safety} = \textit{Budgeted or Actual Revenues} - \textit{Break Even Revenues}$$

$$\textit{Margin of Safety (in unit)} = \textit{Budgeted or Actual Sales (in unit)} - \textit{Break}$$

$$\textit{Even Number of unit}$$