

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian kepustakaan

2.1.1 Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan salah satu cabang ilmu akuntansi yang memiliki beberapa peranan penting bagi manajemen diantaranya untuk merencanakan anggaran, mengendalikan biaya, menetapkan harga, menentukan laba, dan memilih berbagai alternatif yang relevan. Hal tersebut akan membantu manajemen untuk meningkatkan serta mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan yang secara tidak langsung akan berdampak pada penerimaan pendapatan atas laba dari penjualan yang lebih menguntungkan.

Menurut Kurniawan dkk (2017:4) Akuntansi Biaya adalah:

“Secara tradisional, akuntansi biaya dapat dikatakan sebagai perhitungan biaya persediaan, yang selanjutnya harus disajikan dalam sebuah neraca dan laporan laba rugi, dimana cerminan sebuah akuntansi biaya terlihat pada perhitungan harga pokok penjualan (*cost of goods sold*)”.

Menurut Carter (2006:11) Akuntansi Biaya adalah:

“Melengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas-aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas dan efisien, serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun strategis”.

Menurut Mulyadi (2015:7) Akuntansi Biaya adalah:

“Proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya.”

Menurut Sujarweni (2015:2) Akuntansi Biaya adalah:

“Informasi tentang biaya produksi untuk kepentingan kegiatan manajemen perusahaan industri, yang meliputi bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, penyimpanan, dan penjualan produk jadi”.

Dari pemaparan pengertian akuntansi biaya menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan alat bagi manajemen perusahaan dalam rangka menghasilkan laba pendapatan dari penjualan produknya melalui perencanaan anggaran untuk memproduksi barang atau jasa hingga menentukan profit yang diinginkan setelah mempertimbangkan biaya-biaya yang telah dibebankan untuk menghasilkan barang atau jasa. Informasi tersebut berguna untuk pengambilan keputusan bagi pihak manajemen dan luar perusahaan terutama dalam mengalokasikan sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan agar usahanya mampu menghasilkan laba yang diinginkan melalui pemberian modal yang telah dilakukan.

2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Sujardi (2013:2) tujuan akuntansi biaya adalah sebagai berikut:

1. Merencanakan laba perusahaan melalui *budget*.
2. Mengendalikan biaya melalui *responsibility accounting*.
3. Membantu perhitungan laba di setiap periode, penilaian persediaan akhir.
4. Membantu dalam penetapan harga jual dan kebijakan harga.
5. Memberikan data biaya yang relevan untuk proses analisis pada pengambilan keputusan.

Menurut Kurniawan dkk (2017:4) akuntansi biaya membantu manajemen dalam hal:

1. Perencanaan dan penganggaran operasional.
2. Pengendalian aktivitas, pengurangan pengeluaran biaya, dan peningkatan kualitas melalui suatu metode biaya.
3. Pengawasan jumlah persediaan fisik dan penentuan biaya setiap produk untuk menentukan harga jual serta evaluasi kinerja/kualitas suatu produk/departemen/divisi.
4. Penentuan biaya dan laba atas proses produksi perusahaan dalam satu periode akuntansi, termasuk dalam penentuan biaya persediaan dan harga pokok penjualan.
5. Memilih antara dua alternatif yang dapat menyebabkan terjadinya pendapatan maupun biaya.

Menurut Mulyadi (2015:7) akuntansi biaya memiliki tiga peranan penting antara lain:

1. Penentuan biaya produksi;
2. Pengendalian biaya; dan
3. Pengambilan keputusan khusus.

2.1.3 Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan alat untuk menghitung laba-rugi, neraca kas, dan modal kerja yang hendak dicapai baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang yang sudah direncanakan dengan implikasi keuangan. Perencanaan laba berguna bagi pihak manajemen sebagai dasar untuk mengambil keputusan investasi dan

menilai kemampuan manajemen (Koraag dan Ilat, 2016). Perencanaan laba adalah hal yang penting dan menjadi kunci bagi manajemen suatu perusahaan (Hendra, 2009).

Kemudian dijelaskan lebih lanjut Oleh Rachmina dan Sari (2017) bahwa dalam perencanaan laba jangka pendek memiliki empat parameter, antara lain:

1. Margin Kontribusi (*Contribution Margin*, yang selanjutnya disingkat menjadi CM)
2. Titik Impas (*Break Even Poin*, yang selanjutnya disingkat menjadi BEP)
3. Margin Pengaman Penjualan (*Margin of Safety*, yang selanjutnya disingkat menjadi MOS)
4. Titik Penutupan Usaha (*Shut Down Point*, yang selanjutnya disingkat menjadi SDP)
5. *Operating Leverage* atau *Degree Operating Leverage*

Menurut Garison.dkk (2014) dengan melakukan perencanaan laba perusahaan akan memperoleh beberapa antara lain:

1. Sebagai alat komunikasi antara manajemen dengan seluruh anggota organisasi di perusahaan.
2. Sebagai jawaban atas berbagai masalah yang bersifat darurat, hal ini dikarenakan manajemen telah memikirkan berbagai strategi dalam menyusun anggaran untuk masa depan.
3. Sumber daya pada berbagai bidang di perusahaan akan terserap secara efektif karena pengalokasian anggaran yang tepat.

4. Anggaran dapat mengungkap adanya potensi masalah yang akan dihadapi di masa depan.
5. Aktivitas di perusahaan akan lebih terkoordinir dan lebih terarah. Penganggaran juga memastikan bahwa setiap orang di perusahaan menuju tujuan yang sama dalam memperoleh laba.
6. Tolak ukur atas kinerja perusahaan dalam satu tahun terakhir atau lebih.

Dapat kita simpulkan bahwa perencanaan laba adalah rencana kerja suatu perusahaan di masa depan yang dijelaskan dengan beberapa perhitungan matematis. Dengan dilakukannya perencanaan laba yang baik, perusahaan dapat mengevaluasi kinerja juga dapat menentukan langkah yang harus diambil untuk kegiatan usahanya di masa yang akan datang.

2.1.4 Klasifikasi Biaya

Biaya menurut Siregar dkk (2016) adalah sumber daya ekonomi yang kita korbankan untuk memperoleh barang atau jasa dalam rangka untuk mendatangkan manfaat di masa sekarang atau yang akan datang yang besarnya diukur dalam satuan uang. Dalam definisi tersebut biaya memiliki empat unsur pokok, antara lain:

1. Pengorbanan nilai ekonomi.
2. Diukur dengan satuan uang.
3. Peristiwanya sudah terjadi maupun yang akan terjadi
4. Mempunyai tujuan untuk mendapat manfaat di masa kini atau di masa depan.

Kurniawan dkk (2017) membagi biaya yang terkait dengan volume produksi menjadi tiga, antara lain:

1. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang akan bertambah seiring dengan bertambahnya volume produksi dalam rentang yang relevan. Sehingga apabila volume produksi berubah dalam rentang yang relevan maka *variable cost* per unit akan konstan. Biaya variabel terdiri dari *direct material*, *direct labor*, dan *factory overhead* yang terdapat pada *supplies* dan bahan bakar.

2. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap meskipun volume produksi mengalami perubahan dalam rentang yang relevan. Biaya tetap per unit akan semakin kecil apabila volume produksinya semakin banyak, dan akan menanggung biaya per unit yang lebih besar apabila volume produksinya sedikit. *Factory overhead* merupakan biaya tetap yang terdiri dari gaji manajer produksi dan supervisor, depresiasi, pemeliharaan pabrik dan uang sewa, dll.

3. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel adalah irisan dari biaya variabel dan biaya tetap, contohnya adalah listrik. Listrik dapat menjadi biaya tetap apabila berfungsi untuk penerangan pabrik, namun jumlahnya bisa berubah apabila digunakan untuk mesin yang konsumsi dayanya mengikuti tingkat produksi. Untuk itu diperlukan metode pemisahan biaya untuk menganalisis biaya semivariabel.

Menurut Rudianto (2006) biaya dalam perusahaan manufaktur dapat dikelompokkan menjadi:

Tabel II-1. Pengelompokkan Biaya dalam Perusahaan Manufaktur

Jenis biaya	Perilaku biaya	
Biaya Produksi:		
-Biaya bahan baku langsung	variabel	
-Biaya tenaga kerja langsung	variabel	
-Biaya <i>overhead</i>	variabel	tetap
Biaya Operasi:		
-Biaya pemasaran	variabel	tetap
-Biaya administrasi dan umum		tetap

Sumber: Rudianto, 2006

Pengklasifikasian biaya dilakukan untuk membantu memudahkan manajemen dalam menganalisis data-data terkait produksi barang yang nantinya akan diolah untuk menghasilkan sebuah rencana kerja sebagai dasar mengambil keputusan.

2.1.5 *Cost-Volume-Profit Analysis*

Cost-volume-profit analysis adalah metode analisis biaya, kuantitas unit yang terjual, dan laba dengan cara memanipulasi salah satu variabelnya untuk mendapatkan nilai variabel yang diinginkan. CVP membantu manajer untuk menentukan besaran biaya untuk mencapai target laba yang diinginkan (Kurniawan dkk, 2017).

Pendapat lain dari Garison (2014), *cost-volume-profit* adalah suatu alat untuk memberikan perintah dari manajer melalui informasi yang diberikan oleh alat tersebut berupa hubungan biaya, volume, dan laba dalam perusahaan dengan

berfokus pada lima elemen yaitu harga pokok; volume atau tingkat aktivitas; biaya variabel perunit; total biaya tetap; dan kuantitas produk yang dijual.

Menurut Hongren *et al* (2015) *cost-volume-profit* adalah:

“...analysis to study behavior of and relationship among these elements as change as occur in the number of unit sold, the selling price, the variable cost per unit, or the fixed cost of product.”

Dapat kita simpulkan bahwa *cost-volume-profit analysis* adalah salah satu ilmu di dalam akuntansi biaya yang mempelajari perilaku biaya dan hubungannya satu sama lain untuk menghasilkan laba yang diinginkan. *Cost-volume-profit* akan memudahkan manajer menentukan perencanaan laba di periode yang akan mendatang.

2.1.6 Formula Perhitungan Titik-Impas (*Break Even Poin*)

Menurut Bustami dan Nurlela (2007), *Break Even Poin* adalah teknik analisis yang digunakan oleh manajer untuk mengetahui berapakah volume penjualan dan volume produksi yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian dan juga tidak memperoleh laba.

Perlu diketahui bahwa dalam menghitung BEP harus memperhatikan asumsi-asumsi yang ada. Halim dan Supomo (2001) mengatakan bahwa setidaknya terdapat lima asumsi yang digunakan dalam analisis BEP, antara lain:

1. Produk memiliki harga jual yang tetap.
2. Produk yang dihasilkan berada pada kapasitas yang cenderung konstan.
3. Biaya yang menempel pada produk dapat ditelusur biaya tetap dan biaya variabelnya.

4. Saldo persediaan awal dan akhir tidak akan mempengaruhi.
5. Apabila terdapat lebih dari satu produk yang dihasilkan, maka komposisi penjualannya tidak akan berubah.

Menurut Halim dan Supomo (2001), terdapat dua pendekatan untuk menghitung *break even poin* antara lain:

1. *Break even point* atas dasar unit.

$$BEP = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

2. *Break even point* atas dasar rupiah

$$BEP = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}}$$

Dari penjelasan di atas dapat kita simpulkan bahwa dengan analisis *break even point* manajer akan dengan mudah menentukan berapa tingkat penjualan yang diharapkan sehingga perusahaan terhindar dari kerugian. Hal ini dikarenakan *break even point* menghubungkan antara biaya, volume, dan laba. Namun perlu diketahui bahwa analisis tersebut akan berlaku jika asumsi-asumsi yang telah dijelaskan oleh Halim dan Supomo terpenuhi. Jika salah satu asumsi berubah maka akan mempengaruhi hasil perhitungan BEP dan akan berakibat pada laba yang diperoleh perusahaan.

2.1.7 Formula Perhitungan Target Laba (*Target Operating Income*)

Target operating income adalah formula yang digunakan oleh manajemen untuk menentukan berapakah volume penjualan yang hendak dilakukan untuk menghasilkan laba yang telah direncanakan atau diinginkan (*target operating income*). Menurut Hongren dan Rajan (2015) *target operating income* adalah

penentuan jumlah yang harus diproduksi oleh suatu perusahaan untuk mendapatkan laba operasi yang diinginkan dan mampu menutup biaya tetap dengan margin kontribusinya. Hongren memformulasikan *target operating income* sebagai berikut:

$$(SP \times Q) - (VCU \times Q) - FC = OI$$

Dimana:

SP = *Sales price*

Q = *Quantity*

VCU = *Variable cost per unit*

FC = *Fix cost*

OI = *Operating income*

atau

$$\frac{FC + TOI}{CMU} = Q$$

Dimana:

FC = *Fix cost*

TOI = *Target operating income*

CMU = *Contribution margin per unit*

Q = Quantity

CMU atau *contribution margin per unit* adalah hasil dari penjualan pendapatan dikurangi dengan biaya variabelnya. Margin kontribusi dapat digunakan untuk menutup seluruh biaya tetap dan menghasilkan laba bagi perusahaan (Garison, 2014).

Target operating income juga dapat diformulasikan dengan menentukan berapakah penjualan yang harus dicapai dalam satuan uang. Hilton dan Platt (2014) menyatakan rumus *target operating income* menjadi seperti berikut ini:

$$\frac{\text{Fixed expense} + \text{Target profit}}{\text{Contribution margin ratio}} = \text{Dollar sales required to earn target profit}$$

Contribution margin ratio adalah hasil pembagian dari *contribution margin* dengan penjualan (Garison, 2014).

Dapat disimpulkan bahwa dalam menghitung *target operating income* terdapat dua sudut pandang, yaitu penjualan dalam satuan unit dan penjualan dalam satuan uang. Meskipun demikian keduanya akan menghasilkan target laba yang diinginkan oleh manajemen dengan nilai yang sama.

2.1.8 Formula Perhitungan *Margin of Safety*

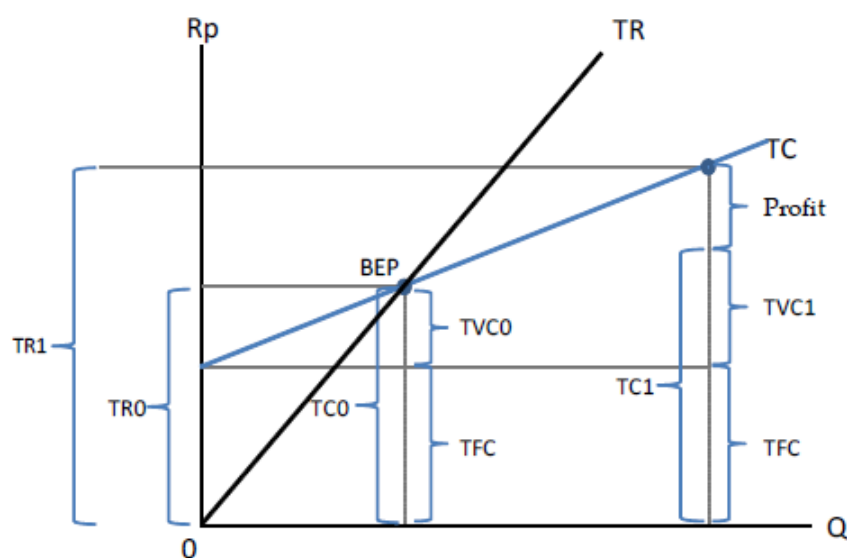
Implementasi perencanaan laba yang dilakukan perusahaan tidak selalu seperti yang diharapkan. Perubahan yang terjadi di luar kendali perusahaan seperti perubahan tingkat permintaan pasar dapat mempengaruhi perolehan laba. Untuk itu manajemen perlu mengantisipasi hal tersebut dengan cara menganalisis berapakah batas aman untuk penjualan atau biasa disebut *margin of safety*.

Menurut Riyanto (2001), *margin of safety* adalah:

“*Margin of safety* merupakan angka yang menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan atau dibudgetkan (*budgeted sales*) dengan penjualan pada *break even*. Dengan demikian maka, *margin of safety* adalah juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut perusahaan akan menderita kerugian.”

Pendapat lain dari Garison (2014), *margin of safety* merupakan selisih antara penjualan yang telah dianggarkan dengan penjualan pada *break even point*. *Margin of safety* memberikan informasi batas penjualan yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar tidak menderita kerugian. Artinya, apabila terjadi penurunan penjualan nilainya tidak boleh melebihi batas aman atau *margin of safety* yang sudah ditetapkan.

Tabel II-2 Ilustrasi *Cost Volume Profit Analysis*



Sumber : Kurniawan dkk (2007)

Berdasarkan grafik diatas formulasi *margin of safety* dapat kita artikan sebagai *total revenue* ketika berada di BEP, dengan *total revenue* saat berada di luar titik

BEP. Sehingga menurut Kurniawan dkk (2017) *margin of safety* dapat dirumuskan seperti berikut ini:

$$MoS = TR1 - TR0$$

Sedangkan menurut Hongren dan Rajan (2015) dalam menghitung *Margin of Safety* diformulasikan menjadi dua yaitu dalam rupiah dan dalam unit.

$$MoS(in\ dollars) = Budgeted\ (or\ actual)\ revenue - Break\ even\ revenue$$

$$MoS\ (in\ unit) = Budgeted(or\ actual)sales\ quantity - Break\ even\ quantity$$

Jumlah batas aman atau *margin of safety* baik dalam satuan unit atau satuan uang akan membantu manajemen untuk mengetahui berapakah batas maksimal penurunan penjualan agar tidak lebih rendah dari *break even point*. Sehingga *margin of safety* menjadi rambu bagi manajemen agar perusahaan terhindar dari kerugian.

2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan karya tulis ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Budiwibowo (2012), penelitian yang dilakukan oleh beliau berfokus pada analisis perencanaan laba menggunakan *cost-volume-profit* (CVP) kemudian membandingkannya dengan perubahan fluktuasi kenaikan laba. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa analisis CVP mampu membantu perusahaan untuk terhindar dari kerugian akibat adanya penurunan penjualan.

Penelitian lain terkait perencanaan laba juga dilakukan oleh Sihombing (2013) dengan PT Bangun Wenang *Beverages Company* sebagai objek penelitiannya dengan batasan waktu satu tahun periode akuntansi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa analisis perencanaan laba akan lebih baik apabila menggunakan perhitungan

biaya tetap dan variabel untuk mengetahui *break even point*, *margin of safety*, dan pendapatan laba yang terjadi.

Assa (2013) dalam penelitiannya dengan judul *Analisis Cost-Volume-Profit (CVP)* dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Laba pada PT. Tropica Cocoprima menyatakan bahwa analisis CVP membantu manajemen dalam pengambilan keputusan dengan memperkirakan dampak perubahan dari biaya, volume, dan harga jual terhadap laba.

Malombeke (2013) melakukan penelitian pada Hollan *Bakery* Manado dengan fokus studi pada *break even point analysis*. Penelitian tersebut menyatakan bahwa perencanaan laba yang telah dilakukan oleh Hollan *Bakery* telah dilaksanakan dengan baik sehingga mampu memperoleh keuntungan yang cukup signifikan dari hasil penjualannya.