

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Akuntansi Biaya

2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Penerapan akuntansi biaya diperlukan untuk setiap perusahaan yang berorientasi dalam pencarian laba. Cabang ilmu dari akuntansi manajemen ini berperan dalam menganalisis risiko biaya terkait proses bisnis dan meminimalisir kerugian yang ditimbulkan. Mulyadi (2010:7) mendefinisikan akuntansi biaya sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk jasa dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya. Sedangkan Kurniawan et al. (2017:4) mendefinisikan akuntansi biaya adalah alat yang menghitung seluruh proses persediaan menjadi bahan jadi yang disajikan dalam bentuk harga pokok penjualan pada neraca dan laba rugi. Proses tersebut meliputi penganggaran, pengendalian *cost*, *pricing*, penentuan target profit, dan pemilihan alternatif yang sesuai".

Berdasarkan pengertian di atas, akuntansi biaya merupakan serangkaian proses atau alat analisis yang digunakan manajemen dalam aktivitas bisnis perusahaan, mulai dari penyiapan bahan baku hingga proses menjadi bahan jual atau bahan produksi perusahaan.

2.1.2 Konsep Biaya

Dalam akuntansi biaya dikenal istilah biaya dan beban. Proses pencarian laba dalam bisnis tidak lepas dari dua hal tersebut. Kurniawan et al. (2017:8) mendefinisikan biaya sebagai harga yang dibayar untuk mendapatkan sebuah manfaat yang ditandai dengan berkurangnya aset atau bertambahnya liabilitas. Contohnya pembelian mesin, biaya dalam pembelian mesin merupakan harga pembelian mesin, biaya pengangkutan mesin, biaya instalasi dan biaya asuransi, dsb. Beban dalam akuntansi biaya adalah biaya yang telah dimanfaatkan, atau berkurang nilainya dalam rangka pencarian laba. Menurut Kurniawan et al. (2017:9), beban dapat diukur sebesar penurunan aset atau kenaikan liabilitas dalam rangka menghasilkan laba.

Perlakuan biaya dan beban dapat dilihat dalam pemakaian Mesin dalam proses pengolahan kopi. Mesin yang pada awalnya dibeli dengan harga awal (diartikan sebagai biaya), setelah sekian lama pemakaian nilai harga mesin akan turun. Penurunan nilai mesin inilah yang dianggap sebagai beban (beban depresiasi).

Pada umumnya biaya terbagi menjadi biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung ialah biaya yang dapat ditelusuri langsung penggunaannya terhadap objek biaya. Menurut Kurniawan et al. (2017:10), biaya langsung dapat secara fisik diidentifikasi sebagai bagian dari suatu produk. Biaya tidak langsung merupakan biaya yang sulit untuk ditelusuri secara utuh terhadap objek biayanya.

2.1.3 Klasifikasi Biaya

Pada umumnya biaya diklasifikasikan sebagai biaya langsung dan biaya tidak langsung. Namun, dalam penggunaan lebih lanjut terkait biaya, biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan unsur produksi dan volume produksi

1) Biaya Berdasarkan Unsur Produksi

Biaya berdasarkan unsur produksi atau biasa disebut *manufacturing cost* merupakan biaya yang diperlukan untuk memproduksi suatu barang. *Manufacturing cost* ini terdiri biaya *direct material*, *direct labour*, dan *factory overhead*.

a. *Direct Material*

Direct material atau biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku yang digunakan dalam membuat suatu produk. Menurut Kurniawan et al. (2017:12), *direct material* adalah seluruh material yang membentuk finished product dan dapat ditelusuri secara eksplisit. Contoh *direct material* dalam bisnis *coffee shop* ialah biji kopi yang digunakan untuk memproduksi minuman kopi.

b. *Direct Labour*

Direct labour merupakan biaya atau upah tenaga kerja yang secara langsung terlibat dalam proses pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi. Dalam bisnis *coffee shop* contoh biaya tenaga kerja ialah gaji yang dibayarkan ke barista.

c. *Factory Overhead*

Factory overhead adalah seluruh biaya terkait produksi yang sulit untuk ditelusuri secara langsung. Biaya tersebut meliputi semua biaya selain *direct material* dan *direct labour*. Contoh biaya *Factory overhead* adalah biaya penggunaan air, listrik, serta biaya sewa gedung.

2) Biaya Berdasarkan Volume Produksi

Biaya berdasarkan volume produksi adalah biaya yang diklasifikasikan menurut pembebanannya terhadap volume produksi. Biaya berdasarkan volume produksi diklasifikasikan atas *Variable Cost*, *Fixed cost*, dan *Semivariable cost*.

a. *Variable Cost*

Menurut Kurniawan et al. (2017:12-13), *variable cost* adalah biaya yang bertambah seiring bertambahnya jumlah produksi, pertambahannya bersifat konstan dalam rentang yang relevan. Menurut Horngren et al (2015:35), *variable cost* adalah biaya yang totalnya berubah sesuai dengan proporsi tingkat aktivitas atau volume output yang diproduksi.

Bisa disimpulkan, *variable cost* merupakan biaya yang bersifat tetap sesuai dengan volume produksi, penambahan volume produksi akan membuat biaya ini bertambah sebesar penambahan volume tersebut. Namun, perubahan bersifat konstan pada rentang yang relevan. Misalnya dalam membeli *inventory*, beberapa produsen akan memberikan diskon tertentu untuk pembelian dalam jumlah tertentu sehingga mempengaruhi biaya dalam perolehan *inventory* tersebut.

b. *Fixed Cost*

Menurut Kurniawan et al. (2017:13), *fixed cost* adalah biaya yang tetap sama meskipun volume produksi ditingkatkan dalam rentang tertentu. Sedangkan menurut Carter (2006:58), biaya tetap adalah biaya yang totalnya tidak berubah walaupun aktivitas bisnis perusahaan bertambah atau berkurang.

Dari dua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *fixed cost* adalah biaya yang bersifat tetap meskipun ada perubahan volume produksi (dalam rentang yang relevan), contohnya sewa tempat dalam bisnis *coffee shop*. Berapapun total

penjualan yang didapatkan oleh manajemen, biaya yang dikeluarkan untuk sewa tempat akan tetap.

c. *Semivariable Cost*

Semivariable cost adalah cost yang mengandung unsur *fixed cost* dan *variable cost*. Contoh *semivariable cost* adalah biaya listrik. Listrik yang digunakan untuk penerangan pada umumnya bersifat tetap sedangkan listrik yang digunakan untuk mesin produksi akan berubah-ubah tergantung volume produksi.

2.2 Konsep Analisis Cost-Volume-Profit

2.2.1 Pengertian Cost-Volume-Profit

Cost-Volume-Profit (CVP) merupakan alat dalam akuntansi biaya yang berguna untuk membantu manajemen dalam menetapkan strategi bisnis. Strategi bisnis yang dimaksud antara lain penetapan target laba perusahaan dan pengambilan keputusan terkait pemerolehan laba. Kurniawan et al. (2017:148) mendefinisikan analisis CVP sebagai hubungan antara biaya, penjualan, dan laba yang telah dianalisis hubungan dan keterkaitannya sehingga manajemen dapat menentukan target penjualan serta memaksimalkan kinerja perusahaan. Selain itu, menurut Horngren et al. (2015:67), *cost volume profit analysis* memiliki tujuan untuk menguji hubungan antara pendapatan total, biaya total, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat *output*, harga jual, biaya variabel per unit, atau biaya tetap produk.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa analisis CVP merupakan metode dalam menentukan target target penjualan dengan menelusuri hubungan dari pendapatan total, biaya total, laba operasi, serta perubahannya.

Untuk menganalisis *cost-volume-profit* diperlukan beberapa asumsi dasar, yaitu: (1) Pengelompokan biaya harus bisa dipisahkan atas biaya tetap dan biaya variable; (2) Pendapatan dan biaya dipengaruhi oleh kuantitas penjualan; (3) Harga jual, *variable cost* per unit, dan total *fixed cost* telah diketahui.

Berdasarkan pengertian dan asumsi di atas, konsep CVP dapat dituliskan dengan persamaan

$$\begin{aligned} \text{Total Revenue (TR)} - \text{Total Cost} &= \text{Profit} \\ \text{TR} - \text{Total Variable Cost (TVC)} - \text{Total Fixed Cost (TFC)} &= \text{Profit} \\ (\text{Price} \times \text{Quantity}) &= (\text{Profit}) + (\text{TFC}) + (\text{Variable Cost per Unit}) \end{aligned}$$

2.2.2 Pengertian *Contribution Margin*

Pengidentifikasi *contribution margin* dapat membantu perusahaan untuk melihat berapa banyak penghasilan perusahaan yang dapat menutupi *fixed cost* aktivitas produksi. Selain itu, Horngren et al. (2015:68) menyatakan bahwa analisis CVP dimulai dengan pengidentifikasian selisih antara total pendapatan dengan total *variable cost*. Selisih antara total pendapatan dan total *variable cost* ini disebut dengan *contribution margin*.

Berdasarkan pengertian di atas, *contribution margin* dapat digambarkan melalui persamaan

$$\text{Contribution Margin (CM)} = \text{Total Revenue} - \text{Total Variable Cost}$$

Jika ditelusuri terhadap per unit produk

$$\text{CM per unit} = \text{Harga jual per unit} - \text{Variable Cost per unit}$$

Perhitungan rasio juga diperlukan untuk melihat persentase banyaknya penghasilan dalam menutupi *fixed cost*

$$\text{CMR} = \text{Contribution margin} / \text{total revenues}$$

2.2.3 Pengertian *Break Event Point*

Mulyadi (2010:230) mendefinisikan BEP sebagai keadaan ketika perusahaan tidak mengalami kerugian maupun keuntungan. Menurut Horngren et al. (2015:73), *break event point* atau titik impas adalah jumlah *output* yang terjual dimana total pendapatan sama dengan total biaya, yaitu jumlah *output* yang terjual menghasilkan 0 (nol) dari pendapatan operasional. Kurniawan et al. (2017:148) mendefinisikan BEP sebagai kondisi dimana perusahaan tidak mendapatkan profit dan sekaligus tidak menderita kerugian. Dengan kata lain total *revenues* yang diperoleh perusahaan jumlahnya sama dengan total *costs* yang dikeluarkan perusahaan.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa BEP terjadi ketika jumlah pendapatan telah menutupi biaya yang dikeluarkan. Kondisi tersebut merupakan titik impas dimana titik ini yang akan menjadi target minimal penjualan perusahaan. Analisis BEP penting untuk dilakukan agar manajemen mengetahui target penjualan produk minimal agar perusahaan tidak merugi.

BEP dapat digambarkan dalam persamaan

$$\begin{aligned} \text{TR} &= \text{TFC} + \text{TVC} \\ \text{PxQ} &= \text{TFC} + \text{VC} \times \text{Q} \\ \text{BEP} &= \text{TFC} / (\text{P} - \text{VC}) \end{aligned}$$

2.2.4 Pengertian *Margin of Safety*

Menurut Kurniawan et al. (2017:148), *margin of safety* (MoS) merupakan selisih antara total *revenue* pada saat berada di BEP dengan total *revenue* ketika

berada bukan pada titik BEP. Apriandiny (2021) menjelaskan *margin of safety* merupakan batas aman dimana perusahaan dapat mengalami penurunan dari laba target yang diinginkan.

Margin of safety memuat informasi sejauh mana penjualan dapat turun dari laba yang diproyeksikan sebelum menyentuh BEP. Melalui analisis *margin of safety* ini perusahaan dapat mengetahui, mengevaluasi, dan menetapkan strategi agar perusahaan tidak merugi.

Margin of safety dapat dihitung dengan persamaan

$$\text{MoS} = \text{TR1} - \text{TR0}$$

Keterangan :

TR1 : *Revenue* perusahaan pada kondisi tertentu

TR0 : *Revenue* perusahaan pada kondisi BEP

Berdasarkan kumpulan teori di atas, perusahaan dapat menentukan target laba yang diinginkan melalui persamaan

$$\text{Total Revenues} = \text{Profit target} + \text{Total Fixed Cost} + \text{Variable Cost}$$

Jika perusahaan memiliki produk bauran, manajemen dapat menggunakan persamaan

$$\begin{aligned} \text{Total revenues} = \\ (\text{profit target}) + (\text{total fixed cost}) + (\text{varabiale cost per unit x *} \\ \text{quantity x} + \text{Variable cost per unit y * quantity y}) \end{aligned}$$

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama ialah penelitian oleh Gerald (2021) dengan judul penelitian “Analisis Implementasi Metode *Activity Based Costing* pada Harga Pokok Produksi

Minuman Kopi pada Hidea *Coffee Shop* Batam”. Penelitian ini membahas tentang perbandingan harga pokok produksi yang ditetapkan manajemen *coffee shop* dan harga pokok produksi jika menerapkan *activity based costing*. Dengan simpulan adanya distorsi biaya yaitu biaya yang dibebankan berdasarkan metode tradisional dan ketetapan manajemen terlalu rendah, sehingga data biaya yang dihasilkan menjadi kurang andal untuk dimanfaatkan manajemen.

Penelitian kedua yang menjadi referensi dalam karya tulis ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Dian (2021) dengan judul penelitian “Perencanaan Volume Penjualan dan Laba Usaha pada UMKM Tahu Bulat Pakdhe dengan menggunakan *Cost Volume Profit Analysis*”. Dengan simpulan target laba Rp38.000.000,00. (sesuai yang direncanakan manajemen) nilai total *margin of safety* ialah Rp174.826.000,00. Jika UMKM Tahu Bulat Pakdhe mengalami penurunan penjualan berdasarkan target laba melebihi dari nilai *margin of safety* maka total penjualan dapat menyentuh titik dibawah titik *break event point* dan menyebabkan kerugian.