

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Akuntansi Biaya

2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan salah satu ilmu akuntansi yang berfokus pada penentuan dan pengendalian biaya, baik biaya produksi ataupun biaya pemasaran. Akuntansi biaya digunakan untuk membantu kebutuhan pihak eksternal seperti kreditor, investor, pemerintah, masyarakat, ataupun stakeholder lain yang membutuhkan dan pihak internal atau untuk kebutuhan manajemen perusahaan. Akuntansi biaya dapat digunakan di setiap lini kegiatan yaitu: usaha manufaktur, rumah sakit, kereta api dan penerbangan, jasa konsultan, perusahaan asuransi, instansi pemerintah, dan di berbagai lini kegiatan lainnya. Dalam pengelolaan perusahaan, akuntansi biaya merupakan bagian penting dari ilmu akuntansi dan telah berkembang menjadi *tools of management*, yang berfungsi menyediakan informasi biaya bagi kepentingan manajemen agar dapat menjalankan fungsinya dengan baik (Firdaus A. Dunia, 2019, 4).

2.1.2 Peranan Akuntansi Biaya

Peran akuntansi biaya dalam dunia usaha sangatlah besar terutama untuk para manajemen perusahaan, karena dengan mengetahui ilmu akuntansi biaya

diharapkan perusahaan dapat memperoleh laba yang maksimal. Akuntansi biaya juga dibutuhkan dalam hal pengambilan keputusan yang lebih baik pada pihak internal perusahaan. Akuntansi biaya juga dapat digunakan dalam proses penentuan harga pokok penjualan dengan cara menetapkan metode dan prosedur dalam perhitungan biaya, pengendalian, serta pembebanan biaya yang akurat.

Menurut Emy Iryanie (2019, 1), peran akuntansi biaya pada beberapa lini kegiatan adalah sebagai berikut:

- a. Merancang anggaran operasional dan non-operasional perusahaan
- b. Sebagai alat dalam pengendalian biaya dan perencanaan laba usaha
- c. Untuk menganalisis adanya ketidakefisienan biaya yang dikeluarkan perusahaan
- d. Mengetahui jumlah persediaan fisik dan penentuan biaya bagi setiap produk atau jasa yang dihasilkan
- e. Sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja perusahaan

2.2 Konsep Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Biaya atau *cost* adalah pengorbanan (harga) yang dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat. Pengorbanan yang dikeluarkan ditandai dengan berkurangnya aset seperti kas atau bertambahnya utang. Apabila suatu barang diperoleh dari pihak lain, maka biaya barang tersebut adalah jumlah nominal yang dibayarkan beserta biaya-biaya lainnya untuk membuat barang tersebut siap digunakan.

Sebagai contoh, suatu instansi kantor kementerian keuangan membeli laptop seharga Rp7.000.000,00 sudah termasuk biaya asuransi selama 2 tahun secara tunai.

Berarti aset kantor akan bertambah dan kas akan berkurang sebesar Rp7.000.000,00. Dalam hal ini, kantor tidak mengalami kerugian meskipun kas berkurang karena hal tersebut juga diimbangi dengan bertambahnya manfaat yang didapatkan oleh kantor.

Pada umumnya biaya dan beban di anggap sama, padahal dua hal tersebut jelas berbeda. Biaya digunakan untuk mendapatkan suatu produk guna mendapatkan suatu manfaat, sedangkan beban merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan atau *revenue*.

Sebagai contoh, suatu perusahaan membeli *inventory* sebesar Rp500.000,00. Artinya biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan *inventory* disebut sebagai *cost*, kemudian di akhir bulan seluruh *inventory* terjual habis dan pada saat itulah *cost* tersebut berubah menjadi *expense* sebesar Rp500.000,00 atau dikenal sebagai Harga Pokok Penjualan (HPP) atau *Cost of Goods Sold* (COGS).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya atau *cost* merupakan sumber daya yang dapat dikorbankan, dapat diukur dengan satuan uang, dan sebagai sarana untuk mendapatkan suatu manfaat atau kepuasan. Sedangkan beban merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan *revenue*.

2.2.2 Hubungan antara Biaya dengan Produk

Hubungan antara biaya dengan produk terdiri dari biaya bahan baku langsung (*direct material*), biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan biaya *overhead* pabrik. Biaya tersebut berhubungan langsung dengan proses produksi di suatu perusahaan.

1) Biaya Bahan Baku Langsung (*Direct Material*)

Bahan baku langsung atau *direct material* adalah bahan utama dalam pembuatan suatu produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Material yang nilainya dianggap kecil, sulit ditelusuri, atau tidak menjadi bagian dari produk akhir tidak akan dimasukkan ke dalam kategori ini. Sebagai contoh dalam pembuatan sebuah almari, bahan baku utamanya adalah balok kayu. Bahan lain seperti paku dan lem merupakan bahan baku penolong atau bahan baku tidak langsung (*overhead*).

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor*)

Direct labor merupakan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi sampai menghasilkan suatu produk jadi dan dapat dibebankan secara langsung pada produk utama. Jika seorang pekerja memproses beragam pengolahan produk dan tidak dapat menentukan alokasi waktu untuk setiap produk, serta upah pekerja dianggap terlalu kecil dibandingkan dengan total biaya produk jadi, biaya ini tidak dapat diklasifikasikan sebagai biaya tenaga kerja langsung.

3) Biaya Overhead Pabrik (*Factory Overhead*)

Factory Overhead (FOH) adalah biaya produksi yang tidak dapat ditelaah secara langsung, baik dari segi bahan baku maupun tenaga kerja. FOH terdiri dari biaya bahan baku tidak langsung (*indirect material*) dan biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*).

Indirect material adalah bahan baku yang digunakan untuk membuat suatu produk namun tidak menjadi bagian dari produk akhir. Material ini nilainya relatif kecil dan sulit ditelusuri secara langsung. Contohnya lem, paku, ampelas, sekrup, dan kawat pengait.

Indirect labor adalah tenaga kerja yang tidak terlibat langsung dalam pembuatan suatu produk dan sulit ditelusuri sebagai bagian dari biaya produk. Contohnya yaitu supervisor, pekerja bagian pemeliharaan, dan pekerja bagian gudang.

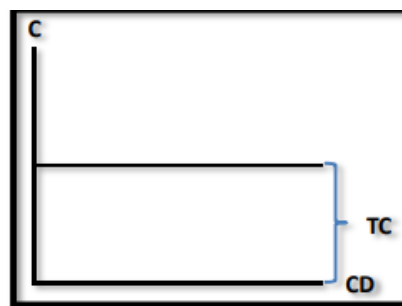
2.2.3 Hubungan antara Biaya dengan Volume produksi

Biaya dalam produksi cenderung akan naik jika volume produksinya naik, dan sebaliknya. Tetapi ada juga yang relatif konstan, tidak berpengaruh apakah volume produksinya tetap, naik, ataupun turun. Berdasarkan hubungan biaya dengan volume produksi, maka perilaku biaya diklasifikasikan menjadi 3 bagian:

1) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap yaitu biaya produksi yang bersifat sama di setiap periode meskipun volume produksi berfluktuasi dalam rentang yang relevan, sehingga semakin tinggi volume produksi, *fixed cost*-nya akan semakin rendah. Ketika volume produksi melebihi kapasitas mesin, maka mesin baru perlu ditambahkan dan area yang relevan perlu dipersempit. Contoh *fixed cost* yaitu biaya asuransi, biaya depresiasi, sewa, gaji manajer, gaji supervisor, pajak, dan amortisasi paten.

Gambar II.1 Grafik Biaya Tetap



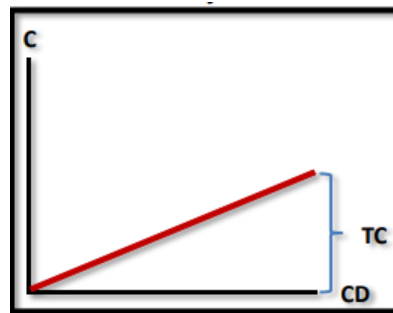
Sumber: Kurniawan *et al.* (2017)

2) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel merupakan biaya produksi yang akan berubah seiring dengan berubahnya jumlah produksi, semakin meningkatnya volume produksi maka

variable cost-nya juga meningkat, dan sebaliknya. Biaya variabel biasanya mencakup biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (Carter, 2009, 69). Beberapa biaya *overhead* yang biasanya dikategorikan sebagai biaya variabel antara lain bahan bakar, upah lembur, perlengkapan, royalti, biaya komunikasi, biaya listrik untuk produksi, dll.

Gambar II.2 Grafik Biaya Variabel

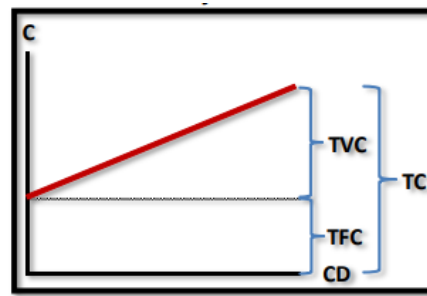


Sumber: Kurniawan *et al.* (2017)

3) Biaya Campuran (*Semivariable Cost*)

Semivariable cost merupakan perpaduan atas biaya variabel dan biaya tetap. Maksudnya adalah sebagian biaya akan berubah seiring dengan perubahan volume produksi, dan sebagian biaya lainnya akan tetap tanpa memperhatikan perubahan volume produksi. Sebagai contoh, listrik yang digunakan sebagai pencahayaan merupakan biaya tetap tanpa memperhatikan tingkat aktivitas produksi, dan ada juga listrik yang hanya digunakan pada saat proses produksi dilakukan sehingga termasuk biaya variabel. Contoh biaya semivariabel antara lain: biaya inspeksi, jasa departemen penggajian, jasa departemen personalia, jasa departemen biaya, pemeliharaan dan perbaikan mesin pabrik, pajak penghasilan, generator, dll.

Gambar II.3 Grafik Biaya Semivariabel

Sumber: Kurniawan *et al.* (2017)

2.3 Konsep Cost Volume Profit

2.3.1 Pengertian Cost Volume Profit

Cost Volume Profit (CVP) atau analisis biaya, volume, laba merupakan alat yang dapat digunakan oleh seorang manajemen dalam melakukan analisis mengenai hubungan antara *cost*, *volume*, dan *profit*. *Cost* adalah biaya yang dikeluarkan atau dikorbankan untuk memperoleh suatu manfaat, mencakup biaya produksi dan biaya non-produksi. *Volume* merupakan kuantitas barang yang terjual. Sedangkan *profit* merupakan keuntungan usaha yang didapatkan. Perhitungan CVP dapat dilihat pada Gambar II.4

Gambar II.4 Persamaan *Cost Volume Profit*

$TC = TVC + TFC$	Keterangan: TC: <i>Total Cost</i> (Total Biaya) TVC: <i>Total Variable Cost</i> (Total Biaya Variabel) TFC: <i>Total Fixed Cost</i> (Total Biaya Tetap)
$TR = Qs \times SP$	Keterangan: TR: <i>Total Revenue</i> (Total Pendapatan) Qs: <i>Quantity Sold</i> (Kuantitas Terjual) SP: <i>Selling Price</i> (Harga Jual)
$\pi = TR - TC$	Keterangan: π : <i>Profit</i> (Laba Usaha) TR: <i>Total Revenue</i> (Total Pendapatan) TC: <i>Total Cost</i> (Total Biaya)

Sumber: Kurniawan *et al.* (2017)

2.3.2 Manfaat *Cost Volume Profit* (CVP)

Manfaat dari melakukan analisis CVP adalah untuk melakukan perencanaan laba yang baik sehingga tujuan dari bisnis itu sendiri terpenuhi yaitu memaksimalkan laba usaha. Karena inti dari suatu bisnis adalah menghasilkan profit yang sebesar-besarnya guna keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Perencanaan laba tersebut dilakukan oleh pihak internal yaitu seorang manajemen atas *cost of product* dan *quantity sold*-nya. Manajemen perlu menghitung proyeksi laba di masa mendatang karena penting untuk menyelaraskan antara usaha dengan hasil yang ingin diperoleh. Manajemen dapat menghitung omzet yang didapat, volume yang dapat dijual, harga yang dipatok agar laba bisa terpenuhi, sehingga proyeksi laba sangat penting dilakukan.

2.3.3 Asumsi Dasar yang digunakan pada *Cost Volume Profit Analysis*

Dalam melakukan perhitungan biaya, volume, laba dengan menggunakan CVP, maka perusahaan harus memenuhi beberapa asumsi dasar, antara lain:

- a. Semua biaya yang masuk pada *income statement* harus dapat dipilah dan dipisahkan menjadi biaya yang bersifat variabel dan tetap (*fixed*)
- b. Semua biaya yang dianalisis memenuhi sifat dan karakteristik variabel dan tetap (*fixed*)
- c. Perubahan pendapatan (*revenue*) dan biaya (*cost*) hanya dipengaruhi oleh kuantitas unit yang terjual (Q_s)
- d. *Revenue* dan *cost* jika digambarkan akan membentuk sebuah fungsi persamaan garis lurus yaitu: $y = mx + c$, dimana y merupakan *revenue*, m adalah biaya variabelnya, c adalah biaya tetapnya, dan x merupakan unit yang terjual.

2.3.4 Analisis *Contribution Margin* (CM)

Menurut Kurniawan *et al.* (2017, 148), *contribution margin* didapatkan dari selisih antara total penjualan dengan total *variable cost* atau *contribution margin* sama dengan *total fixed cost* ditambah profit. *Contribution margin* ini digunakan untuk mengetahui seberapa banyak pendapatan yang dapat menutupi biaya tetap perusahaan sehingga nantinya akan dihasilkan laba. Perhitungan *contribution margin* berguna untuk memperkecil risiko kerugian dari suatu usaha bisnis. Dalam perhitungannya *contribution margin* terdiri dari *Contribution Margin Unit* (CMU) dan *Contribution Margin Ratio* (CMR). Perhitungan CMU digunakan untuk menghitung *contribution margin* per satuan unit produk yang terjual sedangkan CMR digunakan untuk mengetahui berapa kontribusi pendapatan yang dipakai sebagai penutup biaya tetap dan menghasilkan laba.

Contribution margin dapat dihitung menggunakan persamaan sebagai berikut:

	Keterangan:
$CM = TR - TVC$	CM: <i>Contribution Margin</i>
$CM = TFC + \pi$	TR: <i>Total Revenue</i> (Total Pendapatan)
$CMU = \frac{CM}{Qs}$	TVC: <i>Total Variable Cost</i> (Total Biaya Variabel)
$CMR = \frac{CM}{TR}$	TFC: <i>Total Fixed Cost</i> (Total Biaya Tetap)
	π : Profit (Laba Usaha)
	Qs: <i>Quantity Sold</i> (Kuantitas Terjual)

2.3.5 Analisis *Break Event Point* (BEP)

Break Event Point (BEP) adalah keadaan ketika perusahaan menandingkan biaya operasional yang dikeluarkan dengan total *revenue* yang didapatkan dan

perhitungannya menghasilkan laba Rp0,00. Menurut Nurhidayati *et al.* (2021, 39), BEP digunakan untuk mengetahui volume penjualan yang harus dipenuhi perusahaan agar seluruh biaya operasionalnya dapat tertutupi.

Dari pengertian analisis BEP di atas dapat kita ketahui bahwa terdapat tiga kondisi, antara lain:

- Ketika kondisi perusahaan berada di bawah BEP, berarti perusahaan menderita *loss* (rugi)
- Ketika kondisi perusahaan tepat sejajar atau sama dengan BEP, artinya perusahaan impas atau tidak mengalami kerugian dan tidak juga untung
- Ketika kondisi dimana perusahaan berada di atas BEP maka perusahaan mendapatkan keuntungan

Perhitungan BEP dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

$Q \text{ (BEP)} = \frac{TFC}{CMU}$ $TR \text{ (BEP)} = \frac{TFC}{CMR}$	Keterangan: Q (BEP): Kuantitas terjual saat BEP TR (BEP): Total Pendapatan saat BEP TFC: <i>Total Fixed Cost</i> (Total Biaya Tetap) CMU: <i>Contribution Margin Unit</i> (Kontribusi Margin per Unit) CMR: <i>Contribution Margin Ratio</i> (Rasio Kontribusi Margin)
--	--

2.3.6 Analisis *Margin of Safety* (MoS)

Margin of Safety (MoS) merupakan selisih antara *total revenue* pada kondisi tertentu dengan *total revenue* ketika dalam keadaan BEP. Perhitungan *Margin of*

Safety ini penting dilakukan karena berguna untuk memberikan informasi kepada perusahaan mengenai sejauh apa penurunan penjualan yang masih dapat di toleransi sebelum menyentuh titik BEP. Laba penjualan yang jatuh di bawah titik BEP akan memberikan sinyal adanya kerugian, sehingga keadaan tersebut menjadi perhatian khusus bagi perusahaan untuk mengendalikan biaya dengan menetapkan strategi bagi perusahaan agar bisa mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dan tidak berada di bawah titik BEP.

Perhitungan *margin of safety* dapat menggunakan persamaan berikut:

$\text{MoS} = \text{TR1} - \text{TR0}$	Keterangan: MoS: <i>Margin of Safety</i> TR1: <i>Total Revenue</i> kondisi tertentu TR0: <i>Total Revenue</i> kondisi BEP
--	---