

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Biaya

Perusahaan dalam menghadapi persaingan global, juga mereka harus memiliki informasi lengkap mengenai perusahaannya, salah satu informasi tersebut adalah biaya. Biaya merupakan pengeluaran yang digunakan untuk membuat dan menjual sebuah produk atau layanan. Biaya adalah jumlah uang yang berasal dari sumber – sumber ekonomi yang dikeluarkan/dikorbankan untuk mendapatkan sesuatu/mencapai tujuan tertentu (Harnanto, 2017).

Perusahaan menggunakan informasi yang berkaitan dengan biaya serta pendapatan penjualan barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini akan membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dan menekan pengeluaran yang tidak diperlukan juga memaksimalkan keuntungan. Ada beberapa fungsi biaya yaitu membantu dalam kelancaran kegiatan operasional perusahaan, sebagai dasar perhitungan harga pokok penjualan, tolak ukur untuk menentukan margin profit serta pedoman perencanaan pengeluaran masa depan.

2.1.1 Analisis Perilaku Biaya

Perilaku biaya adalah bagaimana suatu biaya akan bereaksi kapan saja ketika adanya perubahan di dalam aktivitas perusahaan apabila terjadi kenaikan ataupun penurunan. Agar analisis perilaku biaya yang tepat tercipta, maka dilakukan pemisahan unsur biaya melalui klasifikasi biaya. Klasifikasi biaya adalah proses

mengelompokkan dari seluruh komponen biaya sehingga lebih sistematis dan dapat menyajikan informasi yang lebih baik. Klasifikasi biaya dalam hubungannya dengan volume kegiatan menurut Agus Purwaji (2016), dibagi menjadi 3 yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Berikut penjelasan tentang biaya – biaya tersebut :

a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang totalnya tetap tanpa dipengaruhi oleh ada atau tidaknya aktivitas atau kegiatan produksi perusahaan dan sifatnya. Singkatnya, biaya tetap adalah pengeluaran perusahaan yang harus dibayar dalam kondisi apapun. Contoh biaya tetap ada :

1. Biaya gaji
2. Biaya asuransi
3. Biaya penyusutan mesin
4. Biaya sewa

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang totalnya berubah sebanding dengan adanya perubahan volume kegiatan perusahaan. Biaya variabel akan meningkat ketika pengeluarannya juga meningkat, begitu pula dengan pengeluaran menurun maka biaya variabel juga akan menurun. Contoh biaya variabel ada :

1. Biaya bahan baku langsung
2. Biaya tenaga kerja langsung
3. Biaya bahan bakar

c. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang ditetapkan untuk tingkat produksi/konsumsi tertentu, dan menjadi variabel setelah tingkat produksi terlampaui, namun apabila tidak terjadi produksi, biaya tetap masih harus dikeluarkan. Biaya semi variabel juga dikenal sebagai biaya campuran, karena terkandung biaya tetap dan biaya variabel di dalamnya. Contoh biaya semi variabel ada :

1. Biaya listrik & air
2. Biaya pemeliharaan dan perbaikan mesin
3. Biaya pengawasan

2.2 Perencanaan Laba

Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi yang dalam tujuannya untuk mencapai cita – cita perusahaan (Carter, 2009). Perencanaan laba digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan, mengambil keputusan serta penilaian kinerja manajemen perusahaan untuk masa depan. Ada beberapa faktor – faktor yang dapat mempengaruhi laba yaitu :

1. Titik impas
2. Tingkat pengembalian modal.
3. Laba/rugi yang dihasilkan dari volume penjualan tertentu
4. Volume penjualan yang dicapai dalam kapasitas operasi saat ini
5. Volume penjualan yang dibutuhkan untuk dapat menutup seluruh biaya ditambah untuk menghasilkan laba yang cukup untuk membayar

dividen juga menyediakan dana bagi kebutuhan bisnis untuk masa depan.

6. Kapasitas operasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan laba tertentu.

Faktor – faktor tersebut adalah usaha untuk memperhitungkan laba, maka dari itu laba tidak bisa dipisahkan dengan masalah penjualan. Serangkaian perencanaan laba dibutuhkan untuk memperbaiki kinerja perusahaan yang kurang baik sehingga terhindar dari hambatan – hambatan. Meningkatnya penjualan yang tinggi bukan berarti bahwa perusahaan telah menerima laba yang besar. Oleh karena itu manfaat penyusunan perencanaan laba ini sangat baik bagi perusahaan untuk mengurangi risiko kerugian yang besar. Beberapa manfaat dari perencanaan laba ada :

1. Alat komunikasi manajemen dengan perusahaan
2. Menjadi faktor pemicu manajemen untuk berpikir serta merencanakan masa depan.
3. Alat pengalokasian sumber daya dalam berbagi bidang yang ada dalam perusahaan agar dapat efektif penggunaannya
4. Menunjukkan potensi masalah sebelum akan terjadi
5. Memastikan agar setiap orang dalam perusahaan memiliki 1 tujuan yang sama
6. Menetapkan tujuan juga target sasaran perusahaan yang akan menjadi evaluasi kinerja kegiatan selanjutnya

2.3 Analisis Biaya Volume Laba

Analisis biaya volume laba (*Cost Volume Profit Analysis*) adalah alat yang dapat menyediakan informasi bagi manajemen terkait hubungan antara biaya, laba, bauran produk dan volume penjualan (Carter, 2009). Menurut Hansen *et al.*(2017), analisis biaya volume laba juga adalah alat yang dapat digunakan perusahaan untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Analisis biaya volume laba dapat menyelesaikan beberapa permasalahan, contohnya seperti berapa unit yang harus terjual agar dapat mencapai titik impas. Ada beberapa asumsi – asumsi yang ada dalam analisis biaya volume laba, menurut Hansen *et al.* (2017) yaitu :

1. Terdapat fungsi biaya dan pendapatan yang linier yang dapat ditentukan dan tetap konstan pada kisaran yang relevan.
2. Harga jual dan biaya – biaya diketahui dengan pasti.
3. Jumlah unit yang diproduksi adalah jumlah unit yang dijual (tidak ada persediaan barang jadi).
4. Bauran penjualan diketahui dengan pasti untuk situasi titik impas untuk lebih dari 1 jenis produk.

Menurut Carter (2009), bahwa dalam penggunaan analisis biaya volume laba, manajemen harus memperhatikan beberapa hal seperti :

1. Apabila biaya variabel per unit berubah, maka rasio margin kontribusi juga titik impas akan berubah.
2. Apabila harga jual berubah, maka rasio margin juga titik impas akan berubah.

3. Apabila biaya tetap berubah, maka akan mengubah titik impas tapi tidak akan mengubah rasio margin.
4. Apabila perubahan gabungan dari biaya tetap dan biaya variabel dalam arah yang sama akan terjadi perubahan yang drastis pada titik impas.

2.3.1 Break Even Point

Break Even Point (BEP) adalah suatu kondisi yang menunjukkan di mana perusahaan tidak mendapatkan laba namun juga tidak menderita rugi (Mulyadi, 2009). *BEP* menjadi alat untuk mengetahui volume kegiatan perusahaan dimana dari volume produksi tersebut, perusahaan akan ada di kondisi tidak menerima laba juga tidak menderita rugi. Analisis *BEP* biasa disebut juga dengan analisis titik impas. Analisis *BEP* mementingkan informasi terkait penjualan serta biaya yang dikeluarkan. Untuk dapat mengetahui *BEP* perlu untuk menghitung komponen – komponen yang ada di biaya tetap, biaya variabel, serta harga dari produksi. Dengan *BEP* perusahaan akan dapat mengidentifikasi tingkat penjualan yang ditargetkan sehingga tidak terjadi rugi dan untuk mengetahui langkah – langkah yang baik diambil untuk masa depan serta mengetahui sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih perusahaan. Hansen dan Mowen (2009) menyatakan bahwa titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, titik di mana laba sama dengan nol. Jadi secara singkat *BEP* sendiri terjadi karena perusahaan berada pada titik imbang dengan tidak menghasilkan laba atau yang disebut juga balik modal.

2.3.2 BEP Multi Product

Perusahaan yang memproduksi/menawarkan lebih dari 1 jenis produk baik barang/jasa, maka dalam perhitungannya menggunakan *Break Even Point Multi Product*. *BEP Multi Product* juga biasa disebut dengan *BEP Sales Mix*. Jumigan (2014) menjelaskan bahwa bagi perusahaan yang memproduksi dan menawarkan 2 jenis produk/lebih baik barang maupun jasa, dalam perhitungan titik impasnya, perusahaan harus di pandang seolah – olah hanya menghasilkan/menjual hanya 1 produk saja. Dalam hal ini, sales mix (bauran penjualan) berkaitan dengan proporsi relatif dimana produk perusahaan dijual, serta laba akan berpacu pada bauran penjualan. Laba yang lebih besar akan didapatkan dari produk yang memiliki margin tinggi dan memiliki proporsi yang relatif besar dalam total penjualan.

2.3.3 Margin Kontribusi

Margin kontribusi adalah pendapatan bersih yang berasal dari hasil penjualan pada tiap – tiap unit produk setelah diproses pengurangan biaya – biaya variabelnya. Menurut Suprijono (2012), margin kontribusi adalah pendapatan penjualan dikurangi semua biaya variabel serta menentukan jumlah yang tersedia untuk menutup semua biaya, lalu setelah biaya tetap tertutup, maka sisanya untuk menghasilkan laba pada periode yang bersangkutan, apabila tidak cukup untuk menutup, maka akan menjadi rugi. Perusahaan harus selalu melakukan kontrol untuk dapat mengendalikan biaya – biaya yang dikeluarkan perusahaan, agar biaya variabel sendiri lebih efisien dengan upaya untuk menekan biaya variabel sehingga meningkatkan margin kontribusi. Dengan melihat nilai dari margin kontribusi,

perusahaan ingin mengetahui bagaimana barang yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut berkontribusi pada keuntungan bagi perusahaan.

Margin kontribusi penting bagi perusahaan untuk membuat berbagai keputusan, seperti dengan adanya perhitungan margin kontribusi maka perusahaan akan tahu bagian mana produk yang harus difokuskan perusahaan. Dengan menyusun margin kontribusi ini penting dikarenakan menjadi paham peletakan unsur analisis *BEP* perusahaan, kemudian digunakan analisis tersebut dalam biaya keseluruhan dan perencanaan penjualan produk. Margin kontribusi juga akan membantu perusahaan untuk memahami tingkat keuntungan yang diinginkan perusahaan.

2.4 Hubungan Perencanaan Laba dan *BEP*

Perencanaan laba membantu untuk tahu keputusan apa yang harus diambil perusahaan dalam memperikarakan anggaran yang dibutuhkan sehingga juga tahu kesalahan yang mungkin muncul. Anggaran adalah masalah utama yang dibahas dalam perencanaan laba, karena anggaran meliputi seluruh biaya, harga jual yang harus ditentukan, serta berapa volume penjualan produk yang harus dicapai. Pada intinya, perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan yang dilihat melalui biaya, harga jual dan volume penjualan dan nantinya akan menghasilkan laba yang diinginkan. Melalui *BEP*, perusahaan akan mampu menggambarkan berbagai tingkat dari volume penjualan serta hubungannya dengan kemungkinan perolehan laba berdasarkan tingkat penjualan. Jadi, dengan diketahuinya biaya tetap, biaya variabel serta *margin kontribusi*, maka dapat dihitung pada penjualan

berapa perusahaan mencapai titik *BEP* dalam nilai penjualan ataupun unit penjualan.

