

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Biaya**

##### **2.1.1 Pengertian biaya**

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang (Siregar, et.al 2014:113)

Sedangkan pengertian biaya (Mulyadi, 2015:8) adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada 4 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut:

1. biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. diukur dalam satuan uang
3. yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi.
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

##### **2.1.2. Penggolongan Biaya**

Penggolongan biaya sesuai dengan perilaku biaya merupakan hal yang sangat penting untuk menaksir biaya masa depan dalam pengambilan keputusan. Akuntansi manajemen akan memberikan informasi pada manajer tentang biaya mana saja yang dapat ditekan atau tidak

1) Penggolongan biaya berdasarkan perilaku biaya (Sujarweni, 2017:142) adalah sebagai berikut:

- a) Biaya tetap (*fixed cost*)  
Adalah biaya yang jumlah totalnya tidak berubah dalam kisaran tertentu meskipun volume produksi perusahaan berubah. Apabila tidak melampaui kapasitas, volume produksinya sedikit ataupun banyak biaya tetap totalnya masih sama.
- b) Biaya variabel (*variable cost*)  
Adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume produksi produk, semakin besar volume produksi semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume produksi semakin rendah jumlah total biaya variabel.
- c) Biaya semivariabel  
Adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah secara proporsional yang mempunyai hubungan dengan perubahan kuantitas barang yang diproduksi. Dalam biaya semivariabel mempunyai unsur biaya tetap dan biaya variabel

Namun, dalam perhitungan *break event point* biaya harus dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu biaya tetap dan biaya variabel sedangkan biaya semivariabel mengandung dua sifat biaya tetap dan sifat biaya variabel.

## 2) Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Dalam hubungannya dengan objek pengeluaran, biaya dapat digolongkan menjadi:

### a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membeli dan mengolah bahan baku tidak langsung. Sebagai contoh perusahaan garmen, perusahaan mengeluarkan biaya bahan baku berupa kain untuk kemudian diolah menjadi barang jadi

### b. Biaya tenaga kerja

Merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah tenaga kerja baik tenaga kerja langsung berhubungan dengan proses produksi maupun yang tidak secara langsung berhubungan dengan proses produksi.

### c. Biaya overhead pabrik

Adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendukung proses produksi. Biaya overhead ini tidak secara langsung berkaitan dengan proses produksi namun membantu kelancaran proses produksi. Beberapa contoh biaya overhead pabrik adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penyusutan peralatan, biaya listrik, dan biaya lainnya.

## 3) Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu:

### a. Biaya produksi

### b. Biaya pemasaran

### c. Biaya administrasi dan umum

4) Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan :

a. Biaya langsung

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi yang penyebab satu satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.

b. Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan suatu produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik.

**Tabel Pengelompokan Biaya**

**Tabel 2.1**

Jenis Biaya	Perilaku Biaya	
<b>Biaya Produksi:</b>		
Biaya Bahan Baku Langsung	Variabel	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Variabel	
Biaya Overhead	Variabel	Tetap
<b>Biaya Operasi:</b>		
Biaya Pemasaran	Variabel	Tetap
Biaya Administrasi & Umum		Tetap

Sumber: Siregar, Dkk (2014)

## **2.2 Break Event Point (BEP)**

### **2.2.1 Pengertian BEP**

*break event point* adalah titik dimana pendapatan sama dengan modal yang dikeluarkan, tidak terjadi kerugian atau keuntungan. Total keuntungan dan kerugian ada pada posisi 0 (nol). Hal tersebut dapat terjadi bila perusahaan dalam operasinya menggunakan biaya tetap, dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel.

Apabila penjualan hanya cukup untuk menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, maka artinya perusahaan menderita kerugian. Sebaliknya, bila penjualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap yang harus di keluarkan, maka perusahaan tersebut akan memperoleh keuntungan.

Titik impas atau *break event point* Menurut (Sujarweni,2017:139) adalah suatu kondisi dimana perusahaan dalam usahanya tidak mendapatkan untung maupun tidak menerima kerugian. Dengan kata lain, pada keadaan itu keuntungan maupun kerugian sama dengan nol. Dapat terjadi titik impas apabila perusahaan dalam operasinya menggunakan biaya tetap, dan biaya variabel.

### **2.2.2 Tujuan Analisis BEP**

Menurut (Kasmir,2017:334) Tujuan dari analisis *break event point* bagi perusahaan adalah:

- 1) Membantu perusahaan untuk memberi pemahaman ketika harga produk berubah maka nilai keuntungan pun ikut berubah.
- 2) Memberikan informasi mengenai terjadinya kerugian sehingga perusahaan mampu mengantisipasi sejak awal.
- 3) Membantu perusahaan untuk bekerja lebih efisien dan efektif seperti dari tenaga manusia ke mesin. Hal ini akan berdampak pada biaya variabel dan tetap serta mampu menekan biaya produksi.
- 4) Mengetahui sisa kapasitas produksi setelah tercapainya *break event point*.
- 5) Mengetahui prediksi laba yang akan dicapai.

Analisis *break event point* sangat berguna sebagai alat ukur untuk mengambil sebuah keputusan bagi seorang manajemen, berikut ini beberapa tujuan dari analisis *break event point* menurut para ahli:

Tujuan untuk mencari titik impas (Sujarweni,2017:122) adalah:

- a. Mencari tingkat aktivitas dimana penjualan = biaya
- b. Menunjukkan suatu sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan.
- c. Mengawasi kebijakan penentuan harga
- d. Memungkinkan perusahaan mengetahui apakah beroperasi dekat/jauh dari titik impas.

Dalam mendesain produk, diperlukan suatu pedoman yang memberikan arah bagi manajemen untuk mengambil suatu keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga. Analisis titik impas memberikan perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan.

Penggunaan titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai (kasmir,2017) yaitu

- a. Mendesain spesifikasi produk
- b. Menentukan harga jual persatuan
- c. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
- d. Memaksimalkan jumlah produksi
- e. Merencanakan laba yang diinginkan

Tujuan *break event point* tersebut merupakan sebuah sistem yang saling berhubungan satu sama lain, yang mana biaya menentukan harga jual. Penentuan harga jual sangat penting agar harga jual dapat diterima pelanggan. selain itu pertimbangan biaya yang akan dikeluarkan terkait dengan pesaing yang memiliki produk sejenis, sehingga perusahaan harus dapat mengetahui lingkungan sekitar untuk beroperasi secara dekat maupun jauh dan minimal perusahaan tersebut tidak mengalami kerugian.

### **2.2.3 Manfaat Analisis BEP**

Analisis *break event point* merupakan alat perencanaan laba jangka pendek yang sangat berguna bagi sebuah perusahaan. *break event point* atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan untuk menarik produk atau mengembangkan produk, atau untuk menutup anak perusahaan profit center atau mengembangkannya.

(Purwati dan Prawironegoro,2013) menyatakan bahwa:

Seyogyanya semua produk harus titik impasnya, terutama divisi yang profit center. Titik impas berguna untuk mengetahui kemampuan produk atau divisi untuk meraih pasar yang profitable. Disamping itu, titik impas juga sangat penting untuk mengukur manajemen dalam efisiensi biaya dan efektifitas dalam memperoleh pasar yang menguntungkan.

Berdasarkan pendapat di atas manfaat dari *break event point* adalah untuk mengetahui kemampuan produk atau divisi untuk meraih pasar yang profitable dan juga sangat penting untuk mengukur manajemen dalam efisiensi biaya dan efektifitas dalam memperoleh pangsa pasar yang menguntungkan.

#### **2.2.4 Asumsi Dasar Analisis Break Even Point**

Menurut (Karnadi&Atika,2019:4) dalam Riyanto (2014) menyatakan bahwa asumsi yang mendasari analisis Break Even Point yaitu :

1. Biaya didalam perusahaan dibagi dalam golongan biaya variabel dan golongan biaya tetap.
2. Besarnya biaya variabel secara totalitas berubah-ubah secara proporsional dengan volume penjualan.
3. Besarnya biaya tetap secara totalitas tidak berubah meskipun ada perubahan volume penjualan. Ini berarti bahwa biaya tetap perunitnya berubah-ubah karena adanya perubahan volume penjualan.
4. Harga jual per unit tidak berubah selama periode yang di analisa.
5. Perusahaan hanya memproduksi satu macam produk. Apabila diproduksi lebih dari satu macam produk, perimbangan penghasilan penjualan antara masing-masing produk adalah tetap konstan.

#### **2.2.5 Keterbatasan Analisis Break Even Point**

Menurut (Winarsi&Martono,2021:678) menyatakan bahwa terdapat keterbatasan yang harus diketahui dalam analisis break even point, adalah sebagai berikut :

1. Hubungan biaya, volume, laba diasumsikan meningkat secara linear.
2. Kurva total pendapatan diasumsikan meningkat secara linear sesuai dengan volume output.
3. Diasumsikan kombinasi antara produksi dan penjualan relative tetap.

### **2.3 Metode Perhitungan BEP**

#### **2.3.1 Metode Persamaan dan Metode Rumus**

Dalam menghitung analisis *break event point* dapat menggunakan metode persamaan ataupun metode rumus (Garrison, *et.al.*2018:224) sebagai berikut:

### 1. Metode Persamaan

Metode persamaan laba dapat digunakan untuk mengetahui volume penjualan yang dibutuhkan untuk memperoleh target laba dengan menggunakan persamaan margin kontribusi, rumusan adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba} = \text{Margin Kontribusi per unit} \times Q - \text{Beban tetap}$$

### 2. Metode Rumus

Metode rumus merupakan versi pintas dari metode persamaan. Secara umum, dalam situasi produk tunggal volume penjualan dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Unit penjualan} = \frac{\text{Target Laba} + \text{Beban Tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

#### 2.3.2 Pendekatan Matematis

Bep dapat dihitung dalam unit penjualan dan dalam nilai penjuakan (Garison, *et al* 2018:224) dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{BEP dalam unit penjualan} &= \frac{\text{Target Laba} + \text{Beban Tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}} \\ &= \frac{\$0 + \text{Beban Tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}} \\ &= \frac{\text{Beban Tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}} \end{aligned}$$

\*Margin Kontribusi per Unit = Harga Jual per unit – biaya variabel per unit

$$\begin{aligned}
 \text{BEP dalam penjualan} &= \frac{\text{Target Laba+Beban Tetap}}{\text{Rasio Margin kontribusi}} \\
 &= \frac{\$0+\text{Beban Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\
 &= \frac{\text{Beban Tetap}}{\text{Rasio Margin kontribusi}} \\
 \text{*Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}
 \end{aligned}$$

#### 2.4 *Margin of Safety* (MoS)

selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan impas merupakan angka "*Margin of Safety*". Margin aman atau batas aman (*Margin of Safety*) adalah selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan pada *break event point*.

Untuk menghitung *Margin of Safety* (Sujarweni,2017:256) adalah:

$$\text{Margin Pendapatan} = \text{Total Pendapatan} - \text{Pendapatan}$$

Jika dalam presentase , maka :

$$\text{Margin of Safety (\%)} = \frac{\text{Total Pendapatan} - \text{Pendapatan Impas}}{\text{Total Pendapatan}}$$

Menurut (Garrison,et.al 2018:225) mengatakan:

*Margin of Safety* adalah kelebihan dari nilai penjualan dalam dolar yng dianggarkan atau actual diatas titik impas nilai penjualan dalam dolar. Batas kemanan merupakan jumlah penjualan yag dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. Makin tinggi batas kemanan, makin rendah risiko untuk tidak mencapai titik impas.

Untuk menghitung *margin of safety* adalah:

$$\text{Margin of Safety} = \text{Total Penjualan yang dianggarkan} - \text{Penjualan BEP}$$

$$\text{Persentase Margin of Safety} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Penjualan yang dianggarkan}} \times 100\%$$

Berdasarkan rumus perhitungan Margin of Safety dinyatakan dalam unit, batas keamanan diperoleh dari jumlah keseluruhan penjualan dikurangi dengan penjualan impas, dengan perhitungan tersebut dapat diketahui pada tingkat berapa volume penjualan boleh diturunkan atau dinaikkan. Sedangkan rumus perhitungan Margin of Safety dinyatakan dalam persentase., persentase batas diperoleh dari margin pengaman yang telah dihitung dibagi jumlah keseluruhan penjualan dikali 100%, apabila rasio margin pengaman diperoleh semakin tinggi persentasenya maka semakin aman tingkat penjualan begitupun sebaliknya.

## **2.5 Pengertian dan Perencanaan Laba**

### **2.5.1 Perencanaan Laba**

Setiap perusahaan yang menjalankan usaha pasti mempunyai tujuan untuk memperoleh laba yang maksimal. Perusahaan sangat membutuhkan kemampuan manajemen untuk mengukur berhasil atau tidaknya perusahaan untuk mencapai laba yang diinginkan. Kegiatan pokok dalam manajemen di perencanaan perusahaan adalah memutuskan berbagai cara yang alternatif dan kebijakan yang akan dilaksanakan dan dilakukan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan melakukan penyusunan perencanaan laba agar semua sumber daya yang ada di dalam perusahaan dapat diarahkan secara sistematis dan terkendali.

Menurut (Suwardjono,2014) “Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya.” Sedangkan menurut (Harahap&Sofyan,2015) menyatakan bahwa “Laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi.”

### **2.5.2 Perencanaan Laba**

Perencanaan laba merupakan suatu bagian yang penting dalam manajemen untuk mencapai tujuan dan target dalam suatu perusahaan. Hal ini merupakan tuntutan dari para investor sehingga dapat menciptakan nilai ekonomis dan nilai tambah bagi perusahaan.

Menurut (Handoko,2016:77) pengertian perencanaan (planning) yaitu “Perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan keputusan selanjutnya apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa”. Menurut (Siregardkk,2017) perencanaan (planning) adalah “Perencanaan adalah aktivitas yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan metode yang digunakan dalam mencapai tujuan tersebut”. Proses perencanaan menghasilkan rencana jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

Perencanaan ini erat kaitannya dengan penetapan tujuan perusahaan.

Perencanaan laba dibagi menjadi dua, yaitu:

#### 1. Perencanaan Laba Jangka Pendek

Rencana jangka pendek ini disusun melalui proses sistematis, dapat terukur, dinyatakan dalam ukuran finansial, terutama fokus pada perusahaan itu sendiri dengan menganggap bahwa lingkungan eksternal seperti apa adanya, dan biasanya dipersiapkan untuk periode bulanan, triwulan, atau tahunan. Jangka waktunya kurang dari 1 tahun, dilakukan oleh manajer bawah, bersifat operasional. Dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan penting karena merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran.

#### 2. Perencanaan Laba Jangka Panjang

Rencana jangka panjang atau anggaran jangka panjang, biasanya meliputi periode dalam waktu tiga sampai lima tahun ke depan. Dalam hal ini tingkat rincian dan keterukuran rencana jangka panjang berada di antara rencana jangka pendek dan rencana strategis.