

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Setiap perusahaan baik yang bergerak dalam bidang jasa maupun industri akan selalu berhadapan dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh jasa atau memproduksi barang. Biaya merupakan hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam menentukan harga pokok produksi. Biaya berpengaruh secara langsung terhadap tingkat keuntungan perusahaan karena dalam setiap aktivitas usaha tidak terlepas dari pengorbanan yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan usaha sesuai harapan.

Biaya adalah pengorbanan secara ekonomis berupa kas yang digunakan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat dan keuntungan pada saat ini atau pada masa yang akan datang.

Biaya (cost) berbeda dengan beban (expense) akan tetapi sering diartikan sama. Biaya (cost) adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dan jasa di dalam suatu perusahaan. Biaya akan berubah menjadi beban jika nilai dari barang atau jasa sudah diterima atau habis nilainya. Sedangkan beban (expense) adalah pengorbanan yang diperlukan atau dikeluarkan untuk merealisasikan hasil, beban ini dikaitkan dengan penghasilan. Dalam hal ini ada beberapa definisi biaya menurut beberapa para ahli :

Menurut Mulyadi (2018), “Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut yaitu biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu, sedangkan pengertian biaya dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva”.

Menurut Lestari dan Permana (2017), “Biaya (cost) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi.

Ekuivalen kas adalah sumber non kas yang dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan”.

Menurut Hansen dan Mowen (2017), “Biaya (cost) adalah jumlah kas atau setara kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang dan/atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan saat ini atau di masa depan bagi perusahaan.”.

Menurut Siregar (2018), “Biaya (*expense*) adalah barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan.”

Berdasarkan hasil uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan yang biasanya berupa kas untuk memperoleh manfaat dalam satu periode akuntansi. Biaya berpengaruh secara langsung terhadap tingkat keuntungan perusahaan karena dalam setiap aktivitas usaha tidak terlepas dari pengorbanan yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan usaha.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi Biaya Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan atas elemen-elemen yang termasuk ke dalam biaya secara sistematis ke dalam kelompok-kelompok tertentu yang lebih ringkas sehingga dapat mempermudah pihak manajemen dalam menganalisis data-data produksi yang akan dilaporkan suatu program kerja yang lebih terpadu dan dapat diandalkan. Berikut klasifikasi biaya menurut ahli:

Menurut Mulyadi (2018) berdasarkan perilaku biaya tersebut maka biaya dapat digolongkan menjadi tiga yaitu :

1. Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
2. Biaya Semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan,
3. Biaya Tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.

Menurut Siregar (2018), “Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas. Contohnya biaya

bahan baku langsung, perlengkapan kantor, bahan penolong dan biaya tenaga kerja langsung. Apabila tingkat produksi bertambah, jumlah biaya variabel bertambah. Apabila tingkat produksi menurun, jumlah variabel menurun. Namun, biaya variabel per unit tidak berubah walaupun jumlah biaya berubah sesuai dengan perubahan aktivitas”. Sedangkan biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran waktu tertentu. Contohnya yaitu biaya sewa peralatan pabrik, asuransi, dan sewa gedung”.

Berdasarkan hasil uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa untuk mempermudah melakukan perencanaan sebaiknya dilakukan pengklasifikasian biaya ke biaya variabel, biaya semivariabel dan biaya tetap, untuk tujuan suatu biaya bagi manajemen, tergantung pada tujuan yang ingin dicapai manajemen yang bersangkutan.

2.2 Break Even Point

2.2.1 Pengertian Break Even Point

Suatu perusahaan dikatakan dalam keadaan impas apabila setelah disusun laporan perhitungan laba rugi untuk periode tertentu sama besarnya dengan keseluruhan biaya yang telah dikeluarkan sehingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau menderita kerugian. Maka artinya jumlah tersebut akan sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikeluarkan. Dalam hal ini ada beberapa definisi break even point menurut beberapa para ahli :

Menurut Septiana (2018), “Analisis break even point merupakan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan, dan volume aktivitas”.

Menurut Kasmir (2019), “Analisis titik impas merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan”.

Menurut Lestari dan Pernama (2017), “*Break even point* merupakan titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya atau titik dimana laba sama dengan nol atau *break even*”.

Menurut Sugiono (2016), “Analisis titik impas adalah suatu kondisi ketika perusahaan tidak mengalami laba dan kerugian yang artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi itu dapat ditutupi dari pendapatan perusahaan”.

Menurut Salman dan Farid (2017), “Berpendapat bahwa BEP atau titik impas merupakan titik keseimbangan (*point of balance*) yang tidak menghasilkan keuntungan atau kerugian. Dalam bidang ekonomi dan bisnis, BEP adalah titik di mana biaya atau beban dan pendapatan adalah sama. Tidak ada kerugian atau keuntungan bersih yang dihasilkan”.

Menurut Herjanto (2015), “Analisis Break Even Point adalah suatu analisis yang bertujuan menemukan satu titik dalam kurva biaya-pendapatan yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan. Dimana titik tersebut disebut titik Break Even Point. Dengan diketahui titik impas, sebuah analisis dapat mengetahui berapa volume perusahaan mencapai titik impasnya sehingga apabila penjualan melebihi titik impas tersebut maka perusahaan mendapatkan untung”.

Menurut Krismiaji dan Aryani (2019), “Titik impas adalah sebuah titik atau kondisi dimana jumlah pendapatan penjualan sama dengan jumlah biaya. Dengan demikian pada titik ini perusahaan tidak memperoleh laba, namun juga tidak menderita rugi”.

Menurut Putri (2021), “BEP adalah suatu keadaan dimana sebuah perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian dari kegiatan operasional karena hasil penjualan yang diperoleh perusahaan sama besarnya dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan”.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli diatas dapat dikatakan bahwa analisis titik impas adalah suatu cara yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian. Selain itu, untuk melakukan perhitungan break even point dapat dilihat bahwa syarat yang harus dipenuhi yaitu harus terdapat biaya yang dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

2.2.2 Tujuan Analisis *Break Even Point* (BEP)

Menurut Kasmir (2019), penggunaan titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, 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 dalam mendesain produk, yang diperlukan suatu pedoman yang memberikan arah bagi manajemen

- f. untuk mengambil suatu keputusan yang berhubungan dengan biaya dan harga.

Menurut Lestari dan Permana (2017), tujuan untuk mencari titik impas adalah :

- a. Mencari tingkat aktivitas dimana penjualan sama dengan 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.

Tujuan break event point tersebut merupakan sebuah sistem yang saling berkaitan satu sama lain dimana biaya menentukan harga jual. Penentuan harga jual persatuan sangat penting agar harga jual dapat diterima pelanggan. Disamping pertimbangan biaya yang akan dikeluarkan, harga jual juga terkait dengan pihak pesaing yang memiliki produk sejenis, sehingga perusahaan harus dapat melihat lingkungan sekitar untuk beroperasi dari dekat ataupun jauh dan minimal tidak mengalami kerugian.

2.2.3 Manfaat Break Even Point

Menurut Herispon (2018) Menyatakan bahwa aplikasi dari analisis Break Even Point hanya akan terwujud apabila memenuhi kondisi tertentu yaitu : adanya output(penjualan), adanya biaya tetap dan biaya variabel, yang betitik tolak dari konsep pemisahan biaya. Setelah memenuhi ketiga kondisi tersebut analisis break even point dapat dilakukan sehingga dapat memberikan manfaat dan kegunaan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Secara Umum
Dapat memberikan informasi kepada pimpinan, bagaimana pola hubungan antara volume penjualan, biaya dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada level penjualan tertentu.
- b. Secara Khusus
Memudahkan pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan tentang:
 - 1) Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
 - 2) Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.

- 3) Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
- 4) Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- 5) Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang akan diperoleh.

2.2.4 Kelemahan Break Even Point (BEP)

Sekalipun Analisa *Break Even Point (BEP)* ini banyak digunakan oleh perusahaan, tetapi tidak dapat dilupakan bahwa analisa ini mempunyai beberapa kelemahan. Menurut Harahap (2015) kelemahan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Asumsi yang menyebutkan harga jual konstan padahal kenyataannya harga ini kadang-kadang harus berubah sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Untuk menutupi kelemahan itu, maka harus dibuat analisis sensitivitas untuk harga jual yang berbeda.
2. Asumsi terhadap *cost* penggolongan biaya tetap dan biaya variabel juga mengandung kelemahan. Dalam keadaan tertentu untuk memenuhi volume penjualan biaya tetap tidak bisa tidak harus berubah karena pembelian mesin-mesin atau peralatan lainnya. Demikian juga perhitungan biaya variabel per unit juga akan dapat di pengaruhi perubahan ini.
3. Jenis barang yang dijual tidak selalu satu jenis.
4. Biaya tetap juga tidak selalu tetap pada berbagai kapasitas.
5. Biaya variabel juga tidak selalu sejajar dengan perubahan volume.

Kelemahan dari analisa *Break Even Point (BEP)* yang lain adalah bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual. Jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualannya (*sales mix*) akan tetap konstan. Jika dilihat di jaman sekarang ini bahwa perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya mereka menciptakan banyak produk, jadi sangat sulit dan ada satu asumsi lagi yaitu harga jual persatuan barang tidak akan berubah berapapun, jumlah satuan barang yang dijual, atau tidak ada perubahan harga secara umum.

Analisa *Break Even Point (BEP)* jangka waktu penerapannya terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk *advertensi* ataupun biaya lainnya yang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut (tambahan investasi) tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan *operating cost*

sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa *Break Even Point (BEP)* agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga.

2.2.5 Metode Perhitungan Break Even Point

Menurut Herjanto (2015), rumus Break Even Point dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut :

a. Perhitungan Break Even Point (BEP) untuk Multiproduk

Rumus BEP untuk produk tunggal tidak dapat langsung digunakan untuk multiproduk karena biaya variabel dan harga jual setiap jenis produk berbeda. Rumus titik peluang pokok untuk multiproduk menurut Herjanto (2015), sebagai berikut :

1. Dalam Rupiah :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{F}{1 - \frac{TVC}{TR}}$$

Dimana:

- TVC : Biaya Variabel
 TR : Total Pendapatan
 F : Biaya Tetap per Periode

2. Dalam Unit :

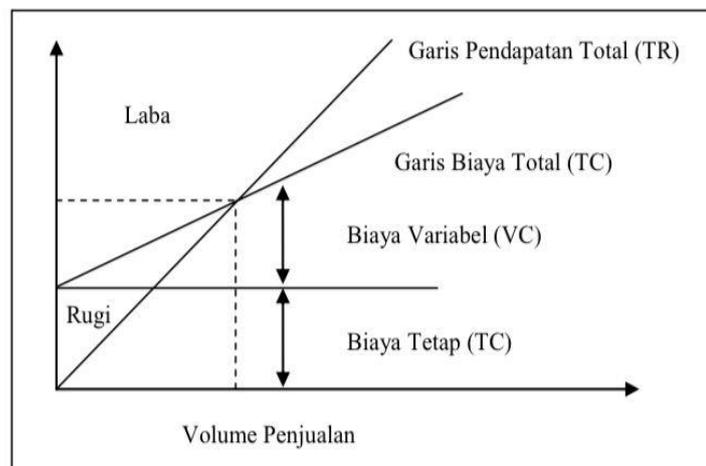
$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{BEP (Rp)}}{P}$$

Dimana :

- P : Harga jual

b. Break Even Point (BEP) dengan Pendekatan Grafis

Analisis pulang pokok (Break Even Point) dengan pendekatan grafik dapat digambarkan dengan menggunakan grafik dimana garis pendapatan berpotongan dengan garis biaya pada titik pulang pokok BEP. Berikut grafik Break Even Point menurut Herjanto (2015) dapat dilihat pada gambar 2.1



Gambar 2.1 Grafik Break Even Point

Keterangan :

- Grafik diatas menggambarkan sebuah garis yang menunjukkan perpotongan antara Garis Biaya Total (TC) dengan Garis Pendapatan Total (TR).
- Garis TC merupakan garis total biaya dari penjumlahan biaya variabel (VC) dan biaya tetap (FC) yang dikeluarkan untuk proses produksi.
- Garis TR merupakan total penjualan yang diperoleh dari hasil perkalian antara harga jual produk dengan jumlah tingkat penjualan.
- Garis TR dan TC tersebut akan menentukan laba atau rugi dari suatu penjualan perusahaan. Pada daerah didalam garis putus-putus merupakan daerah kerugian, yaitu nilai TC lebih besar dari nilai TR. Sementara untuk daerah luar garis putus-putus merupakan daerah laba, yaitu apabila nilai TR lebih besar dari nilai TC.

2.3 Marjin Keamanan (*Margin Of Safety*)

Dalam analisis break even point, diperlukan pemahaman mengenai batas aman (*Margin of Safety*). Apabila hasil penjualan pada break even point dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan oleh perusahaan, maka akan diperoleh informasi mengenai berapa volume penjualan yang direncanakan aman bagi perusahaan agar tidak menderita kerugian. Diperoleh informasi mengenai berapa volume penjualan yang direncanakan aman bagi perusahaan agar tidak menderita kerugian. Dalam hal ini ada beberapa definisi *Margin of Safety* menurut beberapa para ahli :

Menurut Hansen dan Mowen (2017), “Margin pengaman (*margin of safety*) adalah unit yang terjual atau diharapkan terjual atau pendapatan yang dihasilkan atau diharapkan untuk dihasilkan yang melebihi volume impas.”

Menurut Sugiono (2016), “Batas aman merupakan angka yang menunjukkan selisih antara penjualan yang ditargetkan atau diproyeksikan dan tingkat penjualan pada kondisi titik impas, dengan kata lain menggambarkan batas yang diijinkan boleh turun dari penjualan yang ditargetkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Jadi, apabila ternyata penurunan penjualan melebihi batas amannya, perusahaan akan menderita kerugian.

Menurut Salman dan Farid (2017), “*Margin of safety* adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan atas volume penjualan impas. Dengan marjin ini, perusahaan dapat menentukan seberapa banyak penjualan boleh diturunkan agar tidak menderita kerugian.

Rumus perhitungan *Margin of Safety* menurut Salman dan Farid (2017) adalah sebagai berikut:

1. Dinyatakan dalam unit :

$$\text{Margin of Safety (MOS)} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan BEP}$$

2. Dinyatakan dalam presentase :

$$\text{Presentase Margin of Safety} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan}} 100\%$$

2.4 Perencanaan Laba

2.4.1 Pengertian Perencanaan

Kemampuan manajemen dalam melihat peluang dan kesempatan yang akan terjadi dimasa yang akan datang pada umumnya dijadikan ukuran berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan. Oleh karena itu, tugas manajemen diharapkan bisa merencanakan masa depan perusahaan dengan sebaik mungkin. Dalam hal ini ada beberapa definisi perencanaan menurut beberapa para ahli :

Menurut Salman dan Farid (2017), “Perencanaan sebagai formulasi terinci kegiatan untuk mencapai tujuan akhir tertentu. Perencanaan mensyaratkan penetapan tujuan dan identifikasi metode untuk mencapai tujuan tersebut. Proses perencanaan harus melibatkan semua elemen yang ada di perusahaan mulai manajemen tingkat atas sampai level bawah.”

Menurut Kholmi (2019), perencanaan merupakan proses pemilihan atau penetapan tujuan-tujuan organisasi yang realistis dan penentuan strategi, kebijakan, program, prosedur, metode, sistem anggaran, dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sebagai contoh, suatu perusahaan bertujuan menaikkan profit dengan meningkatkan efisiensi biaya”.

Berdasarkan hasil uraian di atas, Maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan adalah proses menetapkan tujuan, pemilihan apa yang akan dilakukan dan spesifikasi bagaimana mencapai tujuan tersebut.

2.4.2 Pengertian Laba

Mendapatkan laba sebesar-besarnya tentu menjadi tujuan utama dibentuknya suatu usaha. Laba dapat dijadikan acuan untuk menilai berhasil atau tidaknya pihak manajemen dalam mengelola perusahaan tersebut. Selain itu, laba yang diperoleh akan berpengaruh untuk kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Menurut Kristianti (2021), “laba merupakan selisih yang bernilai positif antara pendapatan dan beban yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan maupun non operasional perusahaan selama satu periode tertentu”.

Berdasarkan hasil uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa laba berasal dari perbedaan antara pendapatan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan pada periode tertentu.

2.4.3 Perencanaan Laba

Perencanaan laba suatu rancangan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh laba, perencanaan laba memuat langkah-langkah yang akan dilakukan perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan. Dalam hal ini ada beberapa definisi perencanaan laba menurut beberapa para ahli :

Menurut Khaeruddin (2017), “Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba sangat penting dalam perencanaan karena tujuan utama dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan. Suatu anggaran adalah suatu rencana yang dinyatakan dalam istilah-istilah keuangan dan kuantitatif. Suatu rencana laba dari suatu perusahaan terdiri atas anggaran operasi dan laporan keuangan dianggarkan yang terperinci”.

Menurut Hapsari dan Enno (2017), “Langkah pertama yang dilakukan dalam perencanaan laba yaitu menjalankan suatu usaha dalam mengambil sebuah keputusan. Agar keputusan yang kita ambil sesuai dengan yang diharapkan, maka kita perlu merencanakan perencanaan tersebut sesuai dengan tujuan dan sasaran yang dicapai oleh perusahaan”.

Menurut Salman (2016), Perhitungan target laba dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

1. Dalam Unit :

$$\text{Dalam Unit} = \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Laba yang diinginkan}}{\text{Harga} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

2. Dalam Rupiah :

$$\text{Dalam Rupiah} = \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Laba yang diinginkan}}{\text{CM\%}}$$

Menurut Ismar (2017), tugas dan tanggung jawab seorang akuntan harus bergeser ke analisis strategis untuk keberhasilan perusahaan, perencanaan laba atau penganggaran memiliki manfaat bagi perusahaan, yaitu:

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi antar sesama manajer.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama setiap tingkatan manajemen.
5. Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

Berdasarkan hasil uraian di atas, Maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah suatu usaha dalam mengambil sebuah keputusan guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan