

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian tentang analisis *cost volume profit* sebagai alat bantu untuk menghitung target perencanaan laba yang telah dilakukan sebelumnya, berikut ini akan dijelaskan tentang beberapa penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan Pelawiten dan Ilat (2012) meneliti tentang bagaimana perhitungan analisis *cost volume profit* pada UD. Gladys Bakery pada tahun 2012. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UD. Gladys Bakery belum memiliki standart pengeluaran biaya sehingga mengakibatkan pengeluaran biaya yang besar.

Perencanaan labanya sebaiknya menggunakan perhitungan biaya tetap dan biaya variabel untuk mengetahui berapa tingkat *Break Even Point*, *Margin of Safety*, pendapatan yang terjadi dan laba yang terjadi, sehingga kedepannya perusahaan bisa menghitung target laba yang diinginkan.

Ana Puji Lestari (2015) meneliti tentang analisis *cost volume profit (cvp)* sebagai alat bantu perencanaan laba (Studi Kasus Pada Produksi MOM'S JELLY UMKM Pada SUKET SEGORO SEMARANG). Dalam penelitian ini tujuan dari penelitian pada produksi Mom's Jelly adalah menganalisis perbandingan laba tahun 2014 antara metode konvensional dengan metode CVP UMKM Padepokan Suket Segoro produksi Mom's Jelly untuk perencanaan laba tahun selanjutnya.

Hasil penelitian Ana Puji Lestari menghasilkan target laba yang diharapkan UMKM untuk tahun 2015 naik 15% dari laba tahun sebelumnya atau menjadi Rp 34.094.855. Oleh karena itu, untuk memperoleh laba yang ditargetkan, UMKM Padepokan Suket Segoro harus menghasilkan penjualan minimal sebesar Rp 103.313.5443,103 atau setara dengan menjual 82.438 unit.

Penelitian yang dilakukan oleh Eti Verawati (2014) yang berjudul "Penerapan Metode CVP (*Cost Volume Profit*) Sebagai Alat Bantu Analisis Perencanaan Laba Dalam Mencapai Target Perusahaan Pada UKM Vinito Brownis", bertujuan untuk mengetahui berapa besar volume penjualan yang harus terpenuhi agar UKM Vinito Brownis mengalami keadaan *Break Event Point* periode Mei – Oktober 2014. Mengetahui perhitungan dan seberapa besar *Margin*

of safety, *Contibution Margin* serta menganalisis besarnya laba maksimal pada UKM Vinito Brownis periode Mei – Oktober 2014.

Dengan hasil penelitian UKM Vinito Brownis belum memiliki standar dalam melakukan analisis biaya khususnya biaya produksi. Selama ini perusahaan hanya melakukan pencatatan mengenai pengeluaran tanpa memisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel.

Aning Kesuma Putri, Ika Ayu Fitriani (2015) melakukan penelitian pada CV. Tawazzun Lubuk Linggau untuk mengetahui penerapan analisis *cost volume profit* sebagai alat bantu dalam perencanaan laba. Hasil penelitian pada CV. Tawazzun Lubuk Linggau analisis CVP menjadikan perencanaan laba dan anggaran penjualan CV. Tawazzun Lubuk Linggau menjadi lebih akurat, sehingga perencanaan dan pengambilan keputusan dalam menentukan laba yang optimal.

Fena Ulfa Aulia (2017) melakukan penelitian dengan judul “Penerapan *Cost, Volume and Profit Analysis* Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Pabrik Paving Wahyu Agung”. Dengan tujuan untuk mengetahui jumlah penjualan yang harus terpenuhi agar target laba yang ditentukan dapat tercapai.

Hasil penelitian pada pabrik paving wahyu agung adalah terdapat rasio margin kontribusi sebesar 38.12%. *Break Event Point* pabrik paving wahyu agung sebesar Rp. 32.124.941,71 atau 1.647 unit/ 33 meter paving. Target laba yang ingin dicapai pada periode November 2017 sebesar 30% dari laba yang telah dicapai pada Oktober 2017 sehingga penjualan yang harus ditingkatkan sebanyak 1.829,46 unit/ 33 meter paving dari tingkat penjualan Oktober 2017 dengan *margin of safety* sebesar 21,55%.

Penelitian Muhammad Ichсандy (2018) tentang “Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan”. Memiliki tujuan untuk menganalisis biaya produksi dan volume penjualan dalam meningkatkan laba pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. Dan, untuk menganalisis penyebab terjadinya target laba tidak tercapai pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.

Dengan hasil penelitian Biaya produksi dan volume penjualan belum mampu meningkatkan laba operasi pada PT. Perkebunan Nusantara III karena adanya biaya lain yang meningkat pada dua tahun terakhir dengan jumlah yang cukup besar. Faktor-faktor yang mempengaruhi laba PT. Perkebunan Nusantara III adalah biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan operasional lain yakni meningkatnya beban operasional lain selama dua tahun terakhir, munculnya beban pajak final, dan juga meningkatnya beban keuangan selama dua tahun terakhir.

Tabel 2.1

Ringkasan Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pelawiten dan Ilat (2012)	“Analisis <i>Cost Volume Profit</i> untuk Perencanaan Laba pada UD Gladys Bakery”	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perhitungan analisis <i>cost-volume-profit</i> selama tahun 2012 pada UD. Gladys Bakery.	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deksriptif dimana metode yang digunakan untuk menganalisis jenis biaya, jumlah produk, dan laba yang didapatkan oleh UD Gladys Bakery.	Perusahaan belum memiliki standar pengeluaran biaya sehingga mengakibatkan pengeluaran biaya yang besar. Jadi, dalam perencanaan labanya sebaiknya menggunakan perhitungan biaya tetap dan biaya variabel untuk mengetahui berapa tingkat <i>Break Even Point, Margin of Safety,</i> pendapatan yang

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
					terjadi dan laba yang terjadi, sehingga kedepannya perusahaan bisa menghitung target laba yang diinginkan.
2.	ANA PUJI LESTARI (2015)	ANALISIS <i>COST-VOLUME-PROFIT (CVP)</i> SEBAGAI ALAT BANTU PERENCANAAN LABA (STUDI KASUS PADA PRODUKSI MOM'S JELLY UMKM PADEPOKAN SUKET SEGORO SEMARANG)	Tujuan penelitian pada produksi Mom's Jelly adalah Menganalisis perbandingan laba tahun 2014 antara metode konvensional dengan metode CVP UMKM Padepokan Suket Segoro produksi Mom's Jelly untuk perencanaan laba tahun selanjutnya.	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, di mana sifatnya menguraikan dan menggambarkan suatu keadaan serta melukiskan atau menjelaskan sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang ada.	Target laba yang diharapkan UMKM untuk tahun 2015 naik 15% dari laba tahun sebelumnya atau menjadi Rp 34.094.855. Oleh karena itu, untuk memperoleh laba yang ditargetkan, UMKM Padepokan Suket Segoro harus menghasilkan penjualan minimal sebesar Rp 103.313.5443,103 atau setara dengan menjual 82.438 unit.
3.	ETI VERAWATI (2014)	PENERAPAN METODE CVP (COST-	Mengetahui berapa besar volume	Metode analisis data yang dipakai dalam	UKM Vinito Brownis belum memiliki standar

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		VOLUME-PROFIT) SEBAGAI ALAT BANTU ANALISIS PERENCANAAN LABA DALAM MENCAPAI TARGET PERUSAHAAN PADA UKM VINITO BROWNIS	penjualan yang harus terpenuhi agar UKM Vinito Brownis mengalami keadaan <i>Break Event Point</i> periode Mei – Oktober 2014. Mengetahui perhitungan dan seberapa besar <i>Margin of safety</i> , <i>Contibution Margin</i> serta menganalisis besarnya laba maksimal pada UKM Vinito Brownis periode Mei – Oktober 2014.	penelitian ini yaitu metode deskriptif.	dalam melakukan analisis biaya khususnya biaya produksi. Selama ini perusahaan hanya melakukan pencatatan mengenai pengeluaran tanpa memisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel.
4.	Aning Kesuma Putri, Ika Ayu Fitriani (2015)	ANALISIS PENERAPAN COST VOLUME PROFIT DALAM PERENCANAAN LABA PADA	Mengetahui penerapan <i>Cost Volume Profit</i> dalam perencanaan laba pada	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dan teknik yang	Pada CV. Tawazzun analisis CVP menjadikan perencanaan laba dan anggaran penjualan CV.

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		CV. TAWAZZUN LUBUK LINGGAU	CV. Tawazzun	digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif karena menggunakan rumus angka.	Tawazzun menjadi lebih akurat sehingga perencanaan dan pengambilan keputusan dalam menentukan laba yang optimal.
5.	Fena Ulfa Aulia (2017)	Penerapan <i>Cost, Volume and Profit Analysis</i> Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Pabrik Paving Wahyu Agung.	Mengetahui jumlah penjualan yang harus terpenuhi agar target laba yang ditentukan dapat tercapai.	Jenis penelitian yang dilakukan peneliti ini adalah deskriptif kuantitatif yang membahas tentang perencanaan laba dengan menggunakan CVP analysis sebagai alat bantu di perusahaan pabrik paving WAHYU AGUNG.	Hasil penelitian pada pabrik paving wahyu agung adalah terdapat rasio margin kontribusi sebesar 38.12%. <i>Break Event Point</i> pabrik paving wahyu agung sebesar Rp. 32.124.941,71 atau 1.647 unit/33 meter paving. Target laba yang ingin dicapai pada periode November 2017 sebesar 30% dari laba yang telah dicapai pada Oktober 2017 sehingga penjualan yang harus ditingkatkan sebanyak

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
					1.829,46 unit/ 33 meter paving dari tingkat penjualan Oktober 2017 dengan <i>margin of safety</i> sebesar 21,55%.
6.	Muhammad Ichsandy (2018)	Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.	<p>1. Untuk menganalisis biaya produksi dan volume penjualan dalam meningkatkan laba pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.</p> <p>2. Untuk menganalisis penyebab terjadinya target laba tidak tercapai pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang biaya volume laba dan volume penjualan dalam menentukan</p>	<p>Biaya produksi dan volume penjualan belum mampu meningkatkan laba operasi pada PT. Perkebunan Nusantara III karena adanya biaya lain yang meningkat pada dua tahun terakhir dengan jumlah yang cukup besar. Faktor-faktor yang mempengaruhi laba PT. Perkebunan Nusantara III adalah biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan operasional lain yakni meningkatnya beban operasional lain</p>

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				titik pada perusahaan.	selama dua tahun terakhir, munculnya beban pajak final, dan juga meningkatnya beban keuangan selama dua tahun terakhir.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Pengertian Manajemen Keuangan mengalami perkembangan dari masa ke masa, dimulai dari pengertian yang hanya mengutamakan aktivitas memperoleh dana serta pengelolaan aktiva. Beberapa definisi manajemen keuangan antara lain sebagai berikut :

Menurut Agus Sartono (2001:6) “Manajemen Keuangan adalah manajemen dana baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana untuk pembiayaan investasi atau pembelanjaan secara efisien”.

Menurut Sutrisno (2003:3) “Manajemen Keuangan adalah sebagai semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien”.

Pengertian Manajemen Keuangan menurut Horne dan Wachowicz Jr. (2012:2) dalam bukunya yang berjudul *Fundamentals of Financial Management* yang telah di alih bahasa menjadi *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan* mengemukakan bahwa “Manajemen keuangan berkaitan dengan perolehan aset, pendanaan, dan manajemen aset dengan didasari beberapa tujuan umum”.

Menurut wikipedia Bahasa Indonesia dalam Fahmi (2011:12), Manajemen Keuangan adalah suatu kegiatan perencanaan, penganggaran,

pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan.

Menurut Sutrisno dalam Arpiani (2007:13) bahwa Manajemen Keuangan adalah sebagai semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien.

Pengertian keuangan menurut Lawrence J. Gitman (2003) dalam bukunya *Principles of Managerial Finance* menyatakan bahwa keuangan dapat didefinisikan sebagai suatu ilmu seni dan ilmu pengetahuan dari pengelolaan uang. Sesungguhnya suatu individu dan organisasi menghasilkan uang dan membelanjakan atau menginvestasikan uang. Keuangan berhubungan dengan proses, institusi, pasar dan instrument yang terlibat dalam perpindahan atau transfer uang antar individu, bisnis, pemerintah.

Berdasarkan pengertian-pengertian yang dikemukakan oleh beberapa ahli mengenai pengertian manajemen keuangan, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan aktivitas perusahaan berupa perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pencarian dan penyimpanan dana secara efisien.

2.2.2. Pengertian Perencanaan

Perencanaan adalah sebuah langkah awal apabila kita ingin mencapai sebuah tujuan, agar nantinya dapat menentukan dan mengambil keputusan dengan benar. Semakin matang sebuah rencana maka semakin besar pula kesempatan sebuah rencana akan berhasil. Perencanaan merupakan fungsi dari manajemen dalam suatu organisasi atau lembaga yang tujuannya ke arah jangka panjang atau ke masa yang akan datang.

Di dalam konteks usaha pun perencanaan merupakan sesuatu yang sangat penting, sebab tahap awal dalam melakukan kegiatan perusahaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan dan menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan nantinya adalah dengan membuat perencanaan. Perencanaan memberikan informasi untuk mengkoordinasikan pekerjaan secara akurat dan efektif. Sebuah rencana yang baik harus berdasarkan sasaran, bersifat sederhana,

mempunyai standart, fleksibel, seimbang, dan menggunakan sumber-sumber yang tersedia.

Menurut Drs. H. Malayu S. P. Hasibuan (2007) perencanaan adalah sejumlah keputusan mengenai keinginan dan berisi pedoman pelaksanaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan itu. Jadi, setiap rencana mengandung dua unsur, yaitu: “tujuan dan pedoman”.

2.2.2.1. Perencanaan Laba

Perencanaan laba (*profit planning*) sering disebut budget perencanaan (*planning budget*) atau rencana operasi (*plan operation*) adalah rencana dari manajemen yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan dibagi ke dalam dua jenis rencana (Machfoedz,1996:289).

Menurut Supriyono (2002: 331) “Perencanaan laba (*profit planning*) adalah perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. Didalamnya juga ditentukan tujuan laba yang di capai oleh perusahaan.

Dari definisi menurut para ahli di atas perencanaan laba dapat disimpulkan sebagai rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan baik dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Faktor-faktor eksternal seperti berkembangnya teknologi, faktor sosial, ekonomi, dan politik juga akan mempengaruhi perencanaan laba. Maka manajemen haruslah mengambil keputusan secara tepat ke depannya.

Perencanaan laba (*profit planing*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Rencana laba atau anggaran mencerminkan perkiraan tingkat atau target laba yang berusaha untuk dicapai oleh manajemen (Carter, 2009).

Carter dan Usry (2005) menyatakan bahwa perencanaan laba memiliki manfaat dan keuntungan sebagai berikut:

1. Menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.

2. Menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Meningkatkan koordinasi,
4. Menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.

Dengan melakukan perencanaan laba manajemen dapat menetapkan keputusan atau langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan laba agar dapat terlaksana. Selain itu perencanaan laba akan berdampak signifikan pada peningkatan koordinasi, pendekatan yang disiplin atas indentifikasi pemecahan masalah.

Perencanaan laba juga sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi, dan penilaian kinerja manajemen sebuah perusahaan. Pengertian perencanaan laba lebih singkatnya adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan implikasi keuangan yang dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas, dan modal kerja untuk jangka panjang maupun jangka pendek.

Rumus *cost volume profit* dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Menurut Garrison (2006;336-337), ada dua cara untuk melakukan analisa target laba, yaitu :

1. Persamaan *cost volume profit*. Pendekatan pertama yaitu dengan menggunakan metode persamaan. Rumusnya persamaannya sebagai berikut :

$$\text{Penjualan} = \text{Beban Variabel} + \text{Beban Tetap} + \text{Laba}$$

2. Pendekatan Margin Kontribusi. Pendekatan kedua yaitu dengan memperluas rumus margin kontribusi dengan memasukkan target laba:

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

2.2.3. Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) menurut Hongren, dkk (2008:31) adalah sebagai sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk mendapatkan bahan baku dan melakukan kegiatan produksi menimbulkan biaya, untuk menutup pengeluaran biaya-biaya tersebut perusahaan memasukkannya dalam penetapan harga jual produk.

Pengertian biaya menurut Mulyadi (2015:8) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Sedangkan pengertian biaya menurut Siregar dkk (2014:23) yaitu “*Cost* adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang atau masa yang akan datang.”

Menurut Standart Akuntansi Keuangan (SAK) tahun 2014 bahwa beban (*expenses*) merupakan penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

Harahap (2007) mendefinisikan biaya sebagai penurunan *gross* dalam *asset* atau kenaikan *gross* dalam kewajiban yang diakui dan dinilai menurut prinsip akuntansi yang diterima yang berasal dari kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan.

Secara garis besar definisi dari biaya menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah nilai pengorbanan untuk memperoleh barang ataupun jasa yang digunakan atau berguna di masa yang akan datang serta mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi yang diukur dalam satuan uang.

2.2.3.1. Pengertian Klasifikasi Biaya

Keberhasilan dalam merencanakan dan mengendalikan biaya tergantung pada pemahaman yang menyeluruh atas hubungan antara biaya dan aktivitas bisnis. Studi dan analisis yang hati-hati atas dampak aktivitas bisnis atas biaya umumnya akan menghasilkan klasifikasi biaya.

Klasifikasi biaya menurut William (2009:40) klasifikasi biaya adalah sangat penting untuk membuat ikhtisar yang berarti atas dasar klasifikasi yang paling umum digunakan didasarkan pada hubungan antara biaya dengan berikut ini:

a. Biaya dalam hubungannya dengan produk

Biaya manufaktur disebut juga biaya produksi atau biaya pabrik didefinisikan sebagai berikut:

1. Bahan baku langsung : semua bahan baku yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Misalnya kayu yang digunakan untuk membuat lemari dan minyak mentah yang digunakan untuk membuat bensin.
2. Tenaga kerja langsung : tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.
3. Overhead pabrik : adalah beban pabrik terdiri atas semua biaya manufaktur yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke output tertentu. Contohnya adalah seperti bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung, dimana bahan baku tidak langsung tidak dapat diklasifikasikan sebagai bahan baku langsung karena bahan baku tersebut tidak menjadi bagian dari produk.

b. Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi

1. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak berubah ketika aktivitas bisnis meningkat dan menurun. Contohnya: overhead pabrik memasukkan item seperti supervisi, penyusutan, sewa, asuransi properti, pajak properti, dan semuanya yang secara umum dianggap sebagai biaya tetap.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang totalnya meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas. Biaya yang termasuk dalam biaya variabel adalah biaya bahan baku langsung,

tenaga kerja langsung, beberapa perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, alat-alat kecil, pengerjaan ulang, dan unit-unit yang rusak

3. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel merupakan biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel. Contohnya biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, beberapa perlengkapan, pemeliharaan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, asuransi jiwa kelompok untuk karyawan, biaya pensiun, pajak penghasilan, biaya perjalanan dinas, dan biaya representasi.

2.2.4 Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan adalah komposisi penjualan yang merupakan kombinasi relative berbagai jenis produk, terhadap total pendapatan penjualan dalam suatu perusahaan. “Menurut Hartson Stapelton (2005:185) penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif dari segi fisik atau volume”. Sedangkan menurut Basu Swasta (2005:65) menyatakan “Volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh dari hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu.

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Menurut (Abdullah, 2016) mengatakan volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Kotler (2000) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Sedangkan menurut Kamelia (2006) volume penjualan adalah penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan melalui jumlah produk atau merk suatu perusahaan yang terjual dalam suatu jangka waktu tertentu.

Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter (Rangkuti, 2009).

2.2.5 Pengertian Laba

Laba atau pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan operasi perusahaan pada periode tertentu di bidang usaha (Suraji, 1992 : 41). Sederhananya adalah laba merupakan hasil dari keuntungan yang didapat atas penjualan setelah pengurangan biaya-biaya.

Laba dapat dinyatakan dalam persamaan berikut (Mulyadi, 1990 : 28):

$$Y = cx - bx - a$$

Dimana:

Y = Laba

x = Jumlah produk yang dijual

c = Harga jual per unit

b = Biaya variable (VC)

a = Biaya tetap (FC)

Menurut Bayu (2014), laba bersih merupakan selisih lebih pendapatan atas biaya-biaya yang terjadi dalam satu periode tertentu. Salah satu sasaran penting bagi organisasi yang berorientasi pada profit oriented adalah menghasilkan laba. Indikator dari laba yang biasanya digunakan adalah pendapatan dan biaya perusahaan yang terdapat dalam laporan laba rugi perusahaan.

L.M. Samryn (2012:429), menyatakan bahwa pengertian laba adalah sebagai berikut: “Laba merupakan sumber dana internal yang dapat diperoleh dari aktivitas normal perusahaan yang tidak membutuhkan biaya ekstra untuk penyimpanan dan penguasaannya”.

Sedangkan menurut Wild dan Subramanyam (2014:25), menyatakan bahwa pengertian laba adalah sebagai berikut: “Laba (*earnings*) atau laba bersih (*net income*) mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat”.

Menurut Harahap (2009:113) “Laba adalah kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi”. Sedangkan menurut Suwardjono (2008:464) “Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa)”.

Walaupun tidak semua dari perusahaan atau organisasi menjadikan laba sebagai tujuan utamanya, tetapi tidak dapat dipungkiri pada organisasi non-profit juga laba diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup organisasi tersebut. Untuk perusahaan yang bertujuan memaksimalkan laba, laba dapat menjamin eksistensi perusahaan baik dalam operasional maupun kemampuan untuk memberikan deviden yang memuaskan kepada para pemegang saham.

2.2.6 Pengertian Analisis *Cost Volume Profit*

Analisis *cost volume profit* adalah studi mengenai efek perubahan pada biaya dan volume profit perusahaan. Bagi perusahaan, penting untuk membuat perencanaan laba karena akan ada beberapa *critical factors* yang muncul terkait keputusan manajemen seperti *pricing*, *product mix*, dan fasilitas-fasilitas (Weygandt, Kieso, & Kimmel, 2005).

Menurut Hansen & Mowen (2005:274) ”Analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis*) merupakan suatu alat yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan”. Sedangkan menurut Garrison, dkk (2006:322) ”Analisis biaya-volume-laba adalah satu dari beberapa alat yang berguna bagi manajer dalam memberikan perintah”.

Menurut Garrison/Noreen (2006:232) analisis biaya-volume-laba adalah suatu metode analisis untuk melihat hubungan antara besarnya biaya yang dikeluarkan suatu perusahaan dan besarnya volume penjualan serta laba yang diperoleh pada suatu periode tertentu.

Jumlah produk yang dihasilkan perusahaan didalam suatu periode akan memiliki hubungan langsung dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan. Dan laba perusahaan dalam periode tersebut akan dipengaruhi oleh biaya-biaya itu tadi dan nilai penjualan produk. Biaya dan nilai penjualan produk mempengaruhi besar kecilnya

nilai laba dari sebuah perusahaan. Analisis faktor-faktor seperti perubahan biaya variabel, biaya tetap, harga jual, volume penjualan dan bauran penjualan yang akan mempengaruhi laba perusahaan ini lah yang disebut analisis *cost volume profit*.

Analisis *cost volume profit* memiliki manfaat yang sangat banyak bagi manajemen suatu perusahaan. Manfaat dari penggunaan analisis ini adalah untuk membuat kalkulasi perencanaan laba dan anggaran penjualan dari suatu perusahaan menjadi akurat. Dengan menggunakan analisis *cost volume profit* akan dapat diketahui berapa jumlah penjualan impas agar perusahaan tidak mengalami kerugian maupun untung, untuk mengetahui berapa jumlah penjualan yang harus dicapai untuk mencapai target laba tertentu.

Analisis *cost volume profit* juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang dapat membuat penurunan sebelum mengalami kerugian, serta dapat digunakan untuk menentukan kombinasi penjualan dari setiap jenis ukuran yang diproduksi untuk mencapai target laba yang telah ditetapkan.

2.2.7 Pengertian *Contribution Margin*

Contribution Margin menurut Garrison, (2006:324) adalah “jumlah yang tersisa dari pendapatan dikurangi beban variabel”. Hasil dari perhitungan tersebut digunakan untuk menutup biaya tetap, jadi apabila *contribution margin* lebih kecil daripada biaya tetap, maka bisa dipastikan bahwa perusahaan mengalami kerugian. Begitu pula sebaliknya, jika *contribution margin* yang dihasilkan jumlahnya melebihi biaya tetap, maka selisih nilai dari *contribution margin* dan biaya tetap merupakan laba perusahaan.

Menurut Prastowo (2011:178) *contribution margin* memiliki beberapa karakteristik yang sangat menarik yang akan sangat bermanfaat bagi manajer dalam rangka melihat pengaruh perubahan harga jual, biaya, dan volume aktivitas terhadap laba perusahaan.

Hansen & Mowen (2005:280) menyatakan bahwa rasio margin kontribusi (*contribution margin ratio*) adalah bagian dari setiap dolar penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba.

Contribution Margin dapat disajikan dalam bentuk total maupun dalam bentuk perhitungan perunit. Selain itu *contribution margin* juga dapat ditampilkan dalam bentuk rasio, berikut merupakan rumus rasio *contribution margin* :

$$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2.2.8 Pengertian *Break Even Point*

Suatu kondisi dimana sebuah perusahaan dalam kegiatan operasionalnya tidak mendapatkan laba dan tidak juga mengalami disebut *Break Even Point*, atau jumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sama besarnya dengan jumlah pendapatan yang diperoleh. Menurut Garrison (2006:335), *break even point* adalah tingkat penjualan dimana laba sama dengan nol, atau total penjualan sama dengan total beban atau titik dimana total margin kontribusi sama dengan total beban tetap.

Menurut Kasmir (2011:332) “Analisis titik Impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan”

Menurut Susan Irawati (2007:161) “Break even analysis merupakan teknik analisis yang mempelajari bagaimana pengaruh dari volume produksi atau volume penjualan yang berubah terhadap struktur biaya tetap dan biaya variabel serta tingkat hasil penjualan, sehingga pada akhirnya memiliki pengaruh terhadap tingkat rugi atau laba.

Dengan *break even point* perusahaan dapat merencanakan tingkat penjualan yang diinginkan agar terhindar dari kerugian dan dapat memperoleh laba yang maksimal. Informasi penjualan minimum juga dapat diketahui dari *break even point* disetiap periodenya agar tidak mengalami kerugian. Seandainya manajemen merencanakan sebuah strategi perubahan dalam harga jual, biaya, dan volume penjualan, keberhasilan atau kegagalan dari strategi itu jug dapat diketahui dari *break even point*.

Rumusan untuk menghitung BEP = titik impas

a. Atas dasar rupiah

$$BEP (Rupiah) = \frac{Biaya\ Tetap}{Margin\ Contribution\ Ratio}$$

b. Atas dasar unit

$$BEP (Unit) = \frac{Biaya\ Tetap}{Margin\ Contribution\ Ratio (Unit)}$$

2.2.9 Pengertian *Margin of Safety*

Beberapa pengertian *margin of safety* menurut para ahli-ahli ekonomi dalam literturnya :

“*Margin of safety* adalah unit yang terjual atau diharapkan terjual atau pendapatan yang dihasilkan atau diharapkan untuk yang dihasilkan melebihi volume impas” (Hansen, Mowen, 2009 : 28).

Menurut Edward, Stout, Cokins yang dialih bahasakan oleh David (2007:405-406) memberikan defisi sebagai berikut : “Margin atau batas aman (*margin of safety*) adalah jumlah penjualan (kelebihan) diatas titik impas”.

Menurut Mulyadi dalam bukunya yang berjudul “Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat dan Rekayasa” menyatakan bahwa “*Margin of safety* memberikan informasi berapa volume penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu maksimum boleh turun agar suatu usaha tidak menderita rugi”.

Menurut Garrison (2013:225), menyatakan bahwa “*Margin of Safety* adalah kelebihan dari nilai penjualan dalam dollar yang dianggarkan atau aktual diatas titik impas nilai penjualan dollar. *Margin of Safety* merupakan jumlah penjualan yang dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi”.

Dari beberapa pengertian *margin of safety* menurut para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa *margin of safety* adalah batas aman perusahaan untuk menghadapi penurunan volume penjualan. *Margin of safety* mencerminkan daya tahan perusahaan di dalam menghadapi. Semakin besar *margin of safety* maka semakin tinggi daya tahan perusahaan. Bisa dikatakan *margin of safety* adalah pelindung atau *first barrier* dari resiko kerugian yang mungkin saja bisa terjadi.

Adapun rumus perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Margin of Safety} = \text{Total Penjualan} - \text{Break Even Point}$$

Sedangkan rumus untuk bentuk persentase adalah sebagai berikut :

$$\text{Persentase MoS} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}}$$

2.2.10 Pengertian *Operating Leverage*

Blocher, dkk (2011) mengungkapkan Pengungkit Operasi (*operating leverage*) merupakan rasio margin kontribusi terhadap laba. *Operating Leverage* menggambarkan dampak perubahan biaya tetap terhadap laba operasi ketika terjadi perubahan unit yang terjual, dan tentunya margin kontribusi (Horngren, dkk, 2008).

Operating Leverage menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari biaya tetapnya. Semakin banyak laba yang dihasilkan perusahaan pada tingkat biaya tetap yang konstan, semakin tinggi *operating leveragenya*. Rumus yang biasanya digunakan untuk menghitung *operating leverage* adalah :

$$\text{Operating Leverage} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Operational Income}}$$

Operational Income sendiri adalah nilai dari penjualan total dikurangi dengan semua beban operasi kecuali bunga dan pajak. Setelah itu dapat diketahui berapa nilai dari *operating leverage*.

Operating Leverage menunjukkan tingkat kecepatan pertumbuhan pendapatan operasi bersih terhadap penjualan. Pendapatan operasi bertumbuh sesuai dengan nilai dari *operating leverage*, semisal nilai dari *operating leverage* bernilai tiga, maka dapat diartikan *operational income* perusahaan tersebut tiga kali lebih cepat dari penjualannya.

Semakin tinggi persentase biaya tetap terhadap biaya total, semakin tinggi pula *operating leverage* perusahaan. *Operating leverage* yang tinggi artinya pendapatan bersih tumbuh dengan cukup cepat. Namun, hal ini berdampak banyak uang dari perusahaan terikat pada biaya tetap seperti pada mesin-mesin produksi, properti, dan gaji. Jadi apabila ekonomi memburuk dan penjualan menurun

perusahaan akan kesulitan mengurangi biaya untuk menyelamatkan margin labanya.

Operating Leverage juga bisa digunakan sebagai alat hitung meningkatnya margin laba terhadap peningkatan penjualan. Caranya dengan mengkalikan *operating leverage* dengan peningkatan penjualan dalam bentuk persentase. Nilai tersebut adalah persentase ekspektasi peningkatan margin laba. Jadi semisal nilai *operating leverage* adalah tiga dan perusahaan ingin meningkatkan penjualan sebanyak 10%, maka ekspektasi peningkatan margin laba adalah sebesar 30%.

2.3. Kerangka Berfikir

