BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Biaya

Dalam menjalankan kegiatannya, perusahaan perlu mengeluarkan biaya-biaya untuk mendukung proses produksinya. Biaya merupakan objek yang dicatat, digolongkan, diringkas dan disajikan oleh akuntansi biaya. Proses akuntansi biaya dapat ditujukan untuk memenuhi kebutuhan baik pihak intern perusahaan maupun pihak ekstern perusahaan. Pengertian biaya menurut **Hansen** dan **Mowen (2000:32)**, yaitu:

> **"Biaya adalah nilai kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa, yang diharapkan memberikan keuntungan pada perusahaan baik saat ini maupun yang akan datang."**

Sesuai pengertian di atas biaya merupakan sesuatu yang harus dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa dengan harapan akan memberikan keuntungan pada saat ini maupun yang akan datang.

Sedangkan menurut **Bastian Bustami** dan **Nurlela (2007:4)** mendefinisikan biaya sebagai berikut:

> **"Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu."**

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh barang dan jasa, yang diharapkan akan memberikan keuntungan baik saat ini maupun yang akan datang untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.1.1 Penggolongan Biaya

Untuk menyajikan informasi biaya yang akurat dan tepat bagi manajemen dalam mengelola perusahaan, maka biaya digolongkan sesuai dengan tujuan apa informasi biaya tersebut digunakan, sehingga dalam penggolongan biaya dikenal konsep "*Different Cost for Different Purpose*".

Menurut **Bastian Bustami** dan **Nurlela (2007:9)** mendefinisikan penggolongan biaya sebagai berikut:

> **"Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting."**

Berdasarkan pengertian di atas dapat diketahui bahwa penggolongan biaya ke dalam golongan-golongan tertentu dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting bagi manajemen perusahaan.

Menurut **Mulyadi (2009:13)** menyatakan bahwa:

> **"Biaya dapat digolongkan menurut:**
> **1. Objek pengeluarannya**
> **2. Fungsi pokok dalam perusahaan**
> **3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai**
> **4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan**
> **5. Jangka waktu manfaatnya."**

Adapun penjelasan dari penggolongan biaya di atas adalah sebagai berikut:

1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut "biaya bahan bakar".

2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

a. Biaya Produksi. Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
b. Biaya Pemasaran. Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
c. Biaya Administrasi dan Umum. Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

3. 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, yaitu:

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

b. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

4. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

c. Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi:

a. Pengeluaran modal (*capital expenditure*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender).

b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

2.1.1.2 Tujuan Penggunaan Data Biaya

Manajer perusahaan menggunakan data biaya untuk pengambilan keputusan, mengevaluasi kinerja dan dalam mengendalikan operasi perusahaan. Kegiatan tersebut merupakan hal penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, perlu pemahaman lebih lanjut mengenai penggunaan biaya, apakah sudah digunakan dengan baik atau belum.

Seperti yang dikemukakan oleh **Bastian Bustami** dan **Nurlela (2007:8)**, yaitu:

> **"Data biaya dapat digunakan oleh manajer untuk tujuan perencanaan, pengawasan, penetapan harga, menentukan laba dan pengambilan keputusan."**

Adapun penjelasan dari tujuan penggunaan biaya di atas adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan

Perusahaan menggunakan data biaya untuk memilih metode atau program pencapaian tujuan yang terbaik untuk masa yang akan datang. Perusahaan juga menggunakan data biaya untuk pembuatan anggaran yang digunakan untuk memperkirakan bahan baku, tenaga kerja dan teknologi. Hal di atas tersebut dapat dilakukan dalam tahapan perencanaan. Perencanaan tersebut berorientasi ke masa yang akan datang dan dapat berbentuk perencanaan jangka pendek dan jangka panjang.

2. Pengawasan

Pengawasan diperlukan untuk membandingkan dan mengevaluasi, apakah anggaran atau program yang dibuat sudah dilaksanakan dengan benar sesuai dengan fungsi perencanaan. Tahapan ini adalah merupakan tahapan pemantauan terhadap pelaksanaan dari rencana yang sudah dibuat, baik yang berhubungan dengan pencapaian harga pokok standar digariskan pada anggaran, tetapi juga masalah-masalah penyusunan terhadap anggaran. Membandingkan anggaran dan standar dengan aktual dapat digunakan untuk pengendalian sehingga kinerja masing-masing divisi atau departemen dapat dinilai.

3. Penetapan Harga

Pertimbangan yang diperlukan dalam penetapan biaya selain permintaan dan penawaran adalah biaya. Oleh karena itu, pertimbangan yang baik seorang

manajemen dalam keputusan penetapan harga yaitu dengan memastikan pemulihan atas semua biaya dalam mencapai laba.

4. Menentukan Laba

Akuntansi biaya dimulai dari proses produksi sehingga terbentuk *output* atau produk yang dihasilkan. Pada akhirnya produk yang dihasilkan tersebut ditujukan untuk dapat menghasilkan laba. Laba yang dihasilkan dapat ditentukan dengan mengumpulkan seluruh biaya yang dikeluarkan yang kemudian akan dibandingkan dengan biaya-biaya lain. Penentuan laba tersebut tidak hanya dapat digunakan untuk keseluruhan perusahaan saja, tetapi juga dapat digunakan untuk pelaporan segmen dan lini produk.

5. Pengambilan Keputusan

Akuntansi biaya dapat digunakan untuk memilih berbagai macam alternatif dalam pengambilan keputusan. Misalnya keputusan apakah suatu perusahaan akan menghentikan atau meneruskan suatu segmen yang secara terus menerus mengalami kerugian. Membuat atau membeli suku cadang, memproses suatu lini produk untuk diproses lebih lanjut, perencanaan laba, memasuki pasar, mengembangkan suatu produk baru, membeli mesin baru. Berdasarkan informasi biaya maka perusahaan dapat mengambil keputusan baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang.

Berdasarkan kutipan di atas, dapat disimpulkan bahwa salah satu tujuan penggunaan biaya adalah untuk menentukan laba dengan mengumpulkan seluruh biaya yang dikeluarkan yang kemudian akan dibandingkan dengan biaya-biaya lain.

2.1.2 Analisis *Cost-Volume-Profit*

Analisis *cost-volume-profit* merupakan instrumen yang lazim dipakai untuk menyediakan informasi yang bermanfaat bagi manajemen untuk pengambilan keputusan. Proses analisis ini memerlukan sejumlah teknik dan prosedur pemecahan masalah dengan bertumpukan pada pemahaman terhadap pola-pola perilaku biaya perusahaan.

Menurut **Blocher, Chen** dan **Lin (2000:308)** yang diterjemahkan oleh **Susty Ambarriani** mendefinisikan bahwa:

> **"Analisis biaya volume laba merupakan metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan keputusan pemasaran mempengaruhi laba bersih, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat *output*."**

Dari pengertian di atas analisis CVP merupakan metode yang diperlukan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan, karena dengan menggunakan analisis CVP dapat diketahui apa saja yang dapat mempengaruhi laba.

Sedangkan menurut **Bastian Bustami** dan **Nurlela (2006:207)** mendefinisikan analisis *cost-volume-profit* sebagai berikut:

> **"Analisis biaya volume laba (*cost-volume-profit*) adalah suatu analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, laba dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan."**

Berdasarkan pengertian tersebut maka dengan menggunakan analisis CVP manajemen dapat mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan dan laba untuk mencapai laba yang telah direncanakan.

Menurut **Hansen dan Mowen (2000:429)** yang diterjemahkan oleh **Thomson Learning Asia** menyatakan bahwa:

> **"Analisis Biaya-volume-laba adalah alat pengambilan keputusan berjangka pendek."**

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa analisis biaya volume laba (*cost-volume-profit analysis*) merupakan alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan, khususnya jangka pendek, karena analisis ini menekankan pada keterkaitan antara biaya, volume penjualan, laba dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan.

Menurut **Bastian Bustami** dan **Nurlela (2006:207)** menyatakan bahwa:

> **"Analisis biaya volume laba dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:**
> 1. **Mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.**
> 2. **Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu.**
> 3. **Mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.**
> 4. **Mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan.**
> 5. **Menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan."**

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa analisis CVP sangat berguna untuk manajemen perusahaan dalam merencanakan labanya dan agar laba yang telah direncanakan tersebut dapat terealisasi sesuai dengan yang telah direncanakan.

Analisis biaya volume laba memiliki parameter (angka yang menggambarkan suatu keadaan) yang dibutuhkan oleh manajemen untuk

digunakan sebagai bahan pertimbangan dari berbagai usulan kegiatan dalam perencanaan laba jangka pendek. Seperti yang dikemukakan oleh **Mulyadi** (**2001:226)** sebagai berikut :

> **"Analisis biaya volume laba memiliki berbagai macam parameter yang bermanfaat untuk perencanaan laba jangka pendek diantaranya adalah Impas (*Break Even Point*), Titik Penutupan Usaha (*Shut Down Point*), *Degree of Operating Leverage*, dan *Margin of Safety*."**

Adapun penjelasan dari parameter analisis biaya volume laba di atas adalah sebagai berikut :

1. Impas (*Break Even Point*) merupakan salah satu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan dan merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasi, menafsirkan data dan distribusi untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan. Selain itu *break even point* merupakan informasi yang dapat digunakan oleh manajemen untuk memperoleh gambaran batas bawah pendapatan yang harus dicapai agar dalam tahun anggaran yang akan datang perusahaan tidak mengalami kerugian. Dapat disimpulkan bahwa *break even point* adalah suatu keadaan atau kondisi dimana perusahaan belum memperoleh laba dan tidak menderita kerugian karena saat itu penghasilan yang diterima sama dengan biaya yang telah dikeluarkan.

Metode perhitungan *break even point* dapat ditentukan dengan dua cara sebagai berikut :

a. Dengan Pendekatan Matematik

Ada dua cara perhitungan *break even point* dengan pendekatan matematik, yaitu:

1. Atas Dasar Unit

Perhitungan impas (*break even point*) atas dasar unit, maka manajemen akan mengetahui berapa unit produk yang harus terjual agar perusahaan tidak menderita rugi. Impas atas dasar unit dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$BEP = \frac{BT}{P - V}$$

Sumber : Sutrisno;2007

Dimana :
P = Harga jual per unit
V = Biaya variabel per unit
BT = Biaya tetap total selama setahun

2. Atas Dasar Rupiah

Perhitungan impas (*break even point*) atas dasar rupiah, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

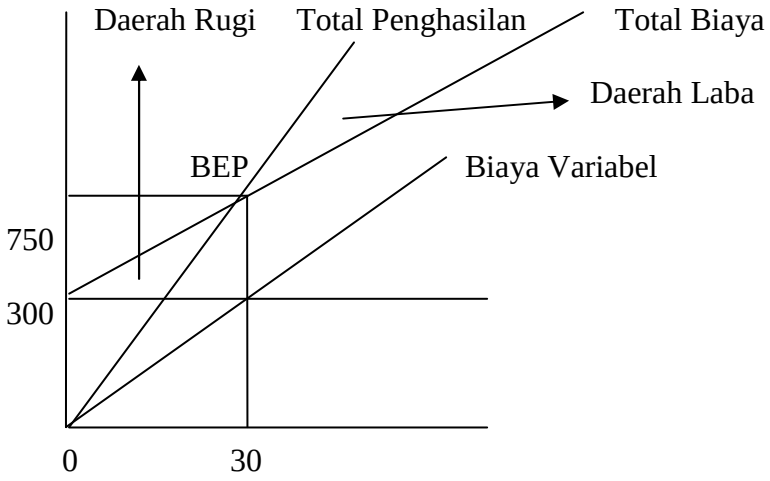
$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Anggaran Penjualan}}}$$

Sumber : Mulyadi;2001

b. Dengan Pendekatan Grafik

Salah satu pendekatan penentuan titik *break even point* adalah dengan menggambarkan unsur-unsur biaya dan penghasilan ke dalam suatu gambar grafik. Pada grafik tersebut nampak garis-garis biaya variabel, biaya tetap, total biaya, dan garis total penghasilan.

Grafik *break even point* akan nampak seperti berikut :



Sumber : Susan Irawati;2006

Gambar 2.1
***Break Even Point* Dengan Pendekatan Grafik**

2. Titik Penutupan Usaha (*Shut Down Point*) merupakan suatu titik pada *break even chart* yang menunjukkan bahwa besarnya total penjualan yang diperoleh perusahaan adalah sama besarnya dengan total biaya tunai yang dikeluarkan perusahaan. Dalam keadaan demikian perusahaan yang bersangkutan tidak lagi memperoleh kelebihan penerimaan kas, sehingga tidak mungkin untuk melanjutkan kegiatan operasinya. *Shut Down Point* memberikan informasi kepada manajemen mengenai pada pendapatan penjualan berapa, usaha perusahaan secara ekonomis tidak pantas untuk

dilanjutkan lagi. Suatu usaha tidak layak secara ekonomis untuk dilanjutkan jika pendapatan penjualannya tidak cukup untuk menutup biaya tunainya. Titik penutupan usaha (*Shut Down Point*) dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$\textbf{Shut Down Point} = \frac{\textbf{Biaya Tetap Tunai}}{\textbf{Rasio Kontribusi Margin}}$$

Sumber : Mulyadi;2001

3. *Degree of Operating Leverage* memberikan ukuran dampak perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Adanya parameter ini, manajemen akan dengan cepat mengetahui dampak setiap usulan kegiatan yang menyebabkan perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih perusahaan yang dihitung dengan rumus :

$$\textbf{Degree of Operating Leverage} = \frac{\textbf{Penjualan – Biaya Variabel}}{\textbf{EBIT}}$$

Sumber : Agus Sartono;2001

4. *Margin of Safety* adalah besarnya pengurangan maksimum jumlah produksi atau penjualan dari yang dianggarkan agar perusahaan tidak sampai menderita kerugian. *Margin of Safety* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\textbf{Margin of Safety} = \frac{\textbf{Penjualan per } \textbf{Budget} \textbf{ – Penjualan per } \textbf{Break Even}}{\textbf{Penjualan per } \textbf{Budget}} \textbf{ x 100\%}$$

Sumber : S. Munawir;2004

Dari keempat parameter di atas, penulis mengambil salah satu untuk digunakan dalam penelitian ini yaitu *Degree of Operating Leverage*, karena dapat

membantu manajemen dalam memberikan gambaran mengenai perubahan dalam volume penjualan terhadap laba, sehingga manajemen dapat merencanakan labanya dengan lebih optimal.

2.1.2.1 *Degree of Operating Leverage*

Operating Leverage dapat didefinisikan secara lebih tepat sebagai bagaimana pengaruh perubahan volume terhadap laba. Pengaruh tersebut di ukur dengan *Degree of Operating Leverage* (DOL). Menurut **Hansen** dan **Mowen (2005:297)** mendefinisikan *Degree of Operating Leverage* yaitu:

> **"*Degree of Operating Leverage* merupakan penggunaan biaya tetap untuk menciptakan perubahan persentase laba yang lebih tinggi ketika aktivitas penjualan berubah."**

Dari pengertian di atas maka DOL merupakan penggunaan biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam mendukung kegiatan operasinya agar laba lebih tinggi ketika aktivitas penjualan berubah.

Sedangkan menurut **Kamiruddin Ahmad (2007:77)** yaitu:

> **"*Degree of Operating Leverage* yaitu kemampuan perusahaan dalam menggunakan biaya operasi tetap untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan."**

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa DOL yaitu kemampuan perusahaan dalam menggunakan biaya tetap untuk menciptakan perubahan persentase laba yang lebih tinggi ketika aktivitas penjualan berubah.

Seperti yang dikemukakan oleh **Hansen** dan **Mowen (2005:297)** yaitu:

"Semakin besar tingkat *degree of operating leverage* semakin banyak perubahan aktivitas penjualan yang akan mempengaruhi laba."

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa DOL berguna bagi manajemen perusahaan untuk mengetahui dampak apa yang dimiliki oleh potensi perubahan dalam penjualan terhadap laba.

2.1.3 Perencanaan

Proses perencanaan adalah komponen yang paling penting dari keseluruhan sistem. Hal ini merupakan dasar bagi elemen lainnya karena melalui proses perencanaan ini kita dapat menentukan apa yang akan kita lakukan, bagaimana kita akan melakukannya, dan siapa yang akan mengerjakannya.

Menurut **M. Nafarin** (**2000:1)** perencanaan yaitu:

"Perencanaan (*planning*) merupakan tindakan yang dibuat berdasarkan fakta dan asumsi mengenai gambaran kegiatan yang dilakukan pada waktu yang akan datang dalam mencapai tujuan yang diinginkan."

Dari pengertian tersebut maka perencanaan harus dibuat berdasarkan fakta yang terjadi di perusahaan, agar perencanaan tersebut dapat dijadikan gambaran untuk masa yang akan datang.

Sedangkan pengertian perencanaan menurut **Hansen** dan **Mowen (2005:354)** yang diterjemahkan oleh **Ancella. A. Hermawan** mendefinisikan bahwa:

> **"Perencanaan adalah pandangan ke depan untuk melihat tindakan apa yang seharusnya dilakukan agar dapat mewujudkan tujuan-tujuan tertentu".**

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa agar suatu perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuannya, maka harus dibuat suatu perencanaan yang matang. Begitu juga dalam hal laba, dimana laba ini merupakan tujuan yang umum kenapa perusahaan itu beroperasi sehingga dalam prakteknya agar perusahaan mendapatkan laba yang optimal maka perusahaan harus melakukan perencanaan laba yang baik.

2.1.4 Laba

Laba biasanya dinyatakan dalam satuan uang. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat pada tingkat laba yang diperoleh perusahaan itu sendiri karena tujuan utama perusahaan pada dasarnya adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dan laba merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaan.

Pengertian laba menurut **Supriyono (2000:188)** yaitu:

> **"Laba adalah perubahan aktiva bersih selain dari perubahan investasi para pemilik yang dibuat dalam periode tertentu. Besarnya laba ditentukan dari proses mempertemukan secara wajar antara semua pendapatan dan semua beban yang terjadi dalam periode yang sama di dalam suatu laporan laba rugi."**

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laba merupakan perubahan aktiva bersih dan untuk mengetahui besarnya laba dapat ditentukan dengan mengurangi pendapatan dan beban.

Sedangkan pengertian laba menurut **Soemarso (2005:230)** yaitu:

"Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha."

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa laba adalah nilai lebih yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualan yang diterima setelah dikurangi dengan semua biaya yang dikeluarkan.

2.1.4.1 Jenis-Jenis Laba

Adapun laba yang dapat dibedakan dari jenis-jenis yang digolongkan dalam penetapan pengukuran laba pada suatu laporan keuangan. Menurut **Zaki Baridwan (2000:34)**, mengemukakan jenis-jenis laba sebagai berikut:

" 1. Laba kotor atas penjualan
2. Laba bersih operasi
3. Laba bersih sebelum potongan pajak
4. Laba bersih sesudah potongan pajak"

Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai jenis-jenis laba, yaitu :

1. Laba kotor atas penjualan, merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan, laba ini dinamakan laba kotor hasil penjualan bersih karena belum dikurangi dengan beban operasi lainnya untuk periode tertentu.
2. Laba bersih operasi yaitu laba kotor dikurangi dengan sejumlah biaya penjualan, biaya administrasi dan umum.

3. Laba bersih sebelum potongan pajak adalah pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan, yaitu perolehan apabila laba operasi dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya lain-lain.
4. Laba bersih sesudah potongan pajak adalah laba bersih setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dan biaya non operasi dan dikurangi dengan pajak perseroan.

Dari penjelasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa jenis-jenis laba dalam kaitannya dengan perhitungan laba rugi terdiri dari empat jenis, dan istilah laba yang digunakan dalam penelitian ini adalah laba bersih sebelum potongan pajak.

2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba terkadang bisa menjadi kendala atau keuntungan pada perusahaan dalam mendapatkan keuntungan pada suatu perusahaan.

Menurut **Mulyadi (2001:153)**, faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah sebagai berikut:

”1. Biaya

2. Harga Jual

3. Volume Penjualan dan Produksi.”

Berikut ini adalah penjelasan dari faktor-faktor yang mempengaruhi laba, yaitu:

1. Biaya

   Biaya yang timbul dari perolehan dari atau mengolah suatu produk atau jasa yang akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

2. Harga Jual

   Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3. Volume Penjualan dan Produksi

   Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

2.1.5 Perencanaan Laba

Tujuan semua perusahaan adalah memperoleh laba. Oleh karena itu, laba harus direncanakan dengan baik agar perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal. Menurut **Welsch, Hilton,** dan **Gordon** (**2000:30)** yang diterjemahkan oleh **Purwatiningsih** dan **Maudy Warouw** mengungkapkan bahwa:

> **"Rencana laba adalah gambaran keuangan dan naratif mengenai hasil yang diharapkan dari keputusan perencanaan."**

Dari pengertian di atas perencanaan laba merupakan gambaran keuangan mengenai hasil yang diharapkan, dimana perencanaan ini harus dibuat sesuai

dengan fakta yang terjadi di perusahaan agar dapat dijadikan gambaran di masa yang akan datang.

Sedangkan menurut **Carter** dan **Usry** (**2005:4)** yang diterjemahkan oleh **Krista** mengemukakan bahwa :

> **"Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan."**

Berdasarkan kutipan di atas, dapat disimpulkan bahwa laba adalah penting dalam perencanaan, karena tujuan utama dari suatu rencana adalah mendapatkan laba yang optimal.

Menurut **Welsch, Hilton,** dan **Gordon** (**2000:31)** yang diterjemahkan oleh **Purwatiningsih** dan **Maudy Warouw** mengungkapkan bahwa:

> **"Menurut jangka waktunya, perencanaan laba di suatu perusahaan ada dua jenis yaitu perencanaan laba jangka pendek dan perencanaan laba jangka panjang."**

Adapun penjelasan dari jenis perencanaan laba berdasarkan jangka waktunya adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan Laba Jangka Pendek

Perencanaan laba jangka pendek adalah suatu perencanaan yang sangat terinci dan mencakup waktu selama satu tahun, atau ke tahun yang akan datang.

2. Perencanaan Laba Jangka Panjang

Perencanaan laba jangka panjang adalah suatu perencanaan yang umum dan luas, biasanya laba mencakup periode dua atau tiga tahun ke depan.

Adapun jenis perencanaan laba yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu perencanaan laba jangka pendek, karena analisis *cost-volume-profit* merupakan teknik yang menggunakan informasi akuntansi diferensial untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek.

2.1.5.1 Manfaat Perencanaan Laba

Laba sangat penting karena merupakan tujuan utama semua perusahaan. Oleh karena itu, laba harus direncanakan dengan baik karena mempunyai banyak manfaat. Menurut **Carter** dan **Usry (2005:6)** yang diterjemahkan oleh **Krista**, mengatakan bahwa :

> **"Perencanaan laba, atau anggaran, memiliki manfaat dan keuntungan berikut ini :**
> 1. **Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atau identifikasi dan penyelesaian masalah.**
> 2. **Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.**
> 3. **Perencanaan laba meningkatkan koordinasi.**
> 4. **Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.**
> 5. **Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu."**

Berdasarkan kutipan di atas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya suatu perencanaan laba akan memberikan suatu jalan keluar yang teratur dalam pemecahan suatu masalah dalam perusahaan dan dapat memaksa pihak manajemen untuk dapat meneliti masalah yang dihadapinya sedini mungkin dan dapat menanamkan suatu kebiasaan pada perusahaan untuk mengadakan penelitian yang cermat sebelum mengambil suatu keputusan.

2.1.5.2 Keterbatasan Perencanaan Laba

Walaupun perencanaan laba memiliki banyak manfaat, tetapi perencanaan laba juga memiliki keterbatasan. Menurut **Carter** dan **Usry (2005:7)** yang diterjemahkan oleh **Krista**, mengatakan bahwa perencanaan laba juga memiliki keterbatasan dan kekurangan sebagai berikut:

> **"1. Prediksi bukanlah suatu ilmu pengetahuan pasti; ada sejumlah pertimbangan dalam estimasi manapun.**
> **2. Anggaran dapat memfokuskan perhatian manajemen pada cita-cita (seperti tingkat produksi yang tinggi atau tingkat penjualan kredit yang tinggi) yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan organisasi.**
> **3. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja sama dari semua anggota manajemen.**
> **4. Penggunaan anggaran secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsional.**
> **5. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peranan administrasi.**
> **6. Penyusunannya memakan waktu".**

Berdasarkan kutipan di atas, dapat disimpulkan bahwa keterbatasan dari perencanaan laba adalah bahwa dalam suatu anggaran itu harus didasarkan pada peramalan atau prediksi, dan peramalan tersebut bukan merupakan dari suatu ilmu pengetahuan yang pasti.

Sebaiknya dari perencanaan laba juga harus dapat memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan memerlukan kerja sama dan peran serta dari seluruh anggota staf manajemen.

Perencanaan laba juga memerlukan waktu yang tidak sedikit dalam penyusunan dan penerapannya, dan juga dibutuhkan orang-orang yang dapat bertanggung jawab dalam menentukan suatu perencanaan laba yang baik.

2.1.6 Hubungan Analisis *Cost-Volume-Profit* Dengan Perencanaan Laba Jangka Pendek

Pada saat penyusunan rencana, termasuk perencanaan laba sering kali terdapat kejadian-kejadian yang tidak diketahui yang dapat menurunkan penjualan di bawah tingkat yang diharapkan sebelumnya. Analisis CVP mampu memberikan informasi yang sangat berguna bagi perusahaan dalam perencanaan laba jangka pendek.

Mulyadi (2001:226) mengemukakan bahwa:

> **"Impas (*break even point*) dan analisis biaya-volume-laba merupakan teknik yang menggunakan informasi akuntansi diferensial untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek".**

Maka dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa salah satu cara untuk dapat melakukan perencanaan terhadap laba adalah dengan melakukan analisis CVP. Analisis CVP adalah suatu analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan.

Seperti yang dikemukakan oleh **Bastian Bustami** dan **Nurlela (2007:208)**, bahwa:

> **"Analisis biaya volume dan laba melibatkan saling hubungan antara harga jual produk, biaya variabel, biaya tetap, volume penjualan, serta bauran dari produk ini dapat diterapkan pada berbagai perusahaan dalam rangka perencanaan laba jangka pendek."**

Kegunaan dari analisis CVP adalah memberikan informasi kepada manajemen mengenai hubungan antara biaya, volume, dan laba. Seperti tentang batas bawah pendapatan yang harus dicapai dan berapa volume penjualan boleh

turun agar perusahaan tidak menderita rugi, serta produk mana yang menghasilkan laba terbesar, sehingga laba yang diperoleh perusahaan meningkat.

Menurut **Dwi Prastowo** dan **Rifka Juliaty (2002:140)** mengemukakan bahwa:

> **"Analisis biaya-volume-laba merupakan faktor kunci dalam banyak keputusan, seperti pemilihan lini produk, penentuan harga jual produk, strategi pemasaran dan pemanfaatan fasilitas produktif, bahkan di dalam perusahaan analisis ini sangat membantu para manajer. Oleh karena luasnya manfaat yang dimiliki, maka tidak dapat diragukan bahwa analisis ini merupakan alat terbaik yang dimiliki manajer untuk menemukan potensi laba perusahaan."**

Dari uraian di atas dapat disimpulkan, analisis CVP sangat penting dalam perencanaan laba khususnya laba jangka pendek, karena analisis ini merupakan alat terbaik yang dimiliki manajer untuk memberi informasi penting mengenai potensi laba perusahaan agar perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal.

Dari teori yang telah dijelaskan di atas mengenai hubungan antara analisis *cost-volume-profit* dan perencanaan laba jangka pendek dinyatakan dengan peneliti sebelumnya yaitu Priscilla Sonbait tahun 2005 dengan judul penelitian Penerapan Analisis *Cost-Volume-Profit* dalam Menetapkan Volume Penjualan Atas Target Laba CV. Timor Agung menyatakan dengan melakukan analisis *cost-volume-profit* perusahaan dapat mengetahui berapa volume penjualan yang harus dicapai untuk mendapatkan laba yang diinginkan. Untuk memudahkan pembaca dalam melihat perbedaan dan persamaan penelitian penulis dan penelitian sebelumnya, maka penulis menguraikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 2.1
Referensi yang Berkaitan Dengan Hubungan Analisis *Cost-Volume-Profit* Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek

Penulis dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Priscilla Sonbait (2005)	Penerapan Analisis *Cost-Volume-Profit* Dalam Menetapkan Volume Penjualan Atas Target Laba CV. Timor Agung	Dengan menerapkan analisis CVP maka perusahaan dapat mengetahui volume penjualan yang harus dicapai agar mendapatkan laba sesuai dengan yang telah direncanakan.	Sama-sama meneliti mengenai Analisis *Cost-Volume-Profit*.	Perbedaannya terletak pada variabel dependen yang di bahas Priscilla yaitu volume penjualan dan indikatornya yaitu *margin of safety*.

2.2 Kerangka Pemikiran

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang kegiatannya mengolah bahan baku menjadi barang jadi kemudian menjual barang jadi tersebut. Dalam mendukung proses produksinya tersebut perusahaan perlu mengeluarkan biaya-biaya untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi.

Menurut **Carter** dan **Usry (2005:29)** yang diterjemahkan oleh **Krista** mendefinisikan bahwa:

> **"Biaya merupakan nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat."**

Dengan mengeluarkan biaya, perusahaan berharap akan memperoleh manfaat yaitu laba, karena tujuan semua perusahaan adalah mendapatkan laba. Agar perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal maka laba harus direncanakan dengan baik. Salah satu alat bantu untuk merencanakan laba adalah analisis *cost-volume-profit* (CVP).

Menurut **Carter** dan **Usry (2005:308)** mendefinisikan bahwa:

> **"Analisis *cost-volume-profit* adalah metode dasar untuk menganalisis bagaimana hubungan antara tiga faktor yaitu biaya, pendapatan dan laba."**

Dengan melakukan analisis CVP maka manajemen perusahaan dapat merencanakan laba dengan baik, karena analisis CVP melibatkan saling hubungan antara biaya, harga jual, dan volume penjualan sehingga dapat diketahui labanya.

Analisis CVP memiliki parameter (angka yang menggambarkan suatu keadaan) yang dibutuhkan oleh manajemen untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan dari berbagai usulan kegiatan dalam perencanaan laba. Seperti yang dikemukakan oleh **Mulyadi** (**2001:226)** sebagai berikut:

> **"Analisis biaya volume laba memiliki berbagai macam parameter yang bermanfaat untuk perencanaan laba jangka pendek diantaranya adalah Impas (*Break Even Point*), Titik Penutupan Usaha (*Shut Down Point*), *Degree of Operating Leverage*, dan *Margin of Safety*."**

Dari keempat parameter tersebut, penulis menggunakan *Degree of Operating Leverage* (DOL), karena dapat membantu manajemen dalam memberikan gambaran mengenai perubahan dalam volume penjualan terhadap laba, sehingga manajemen dapat merencanakan labanya dengan lebih optimal.

Menurut **Weston** dan **Brigham (2005:381)** yang diterjemahkan oleh **Alfonsus Sirait** mendefinisikan DOL sebagai berikut:

> **"*Degree of Operating Leverage* merupakan pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap laba."**

Dengan DOL maka dapat membantu manajemen dalam memberikan ukuran dampak perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih pada tingkat penjualan tertentu, sehingga manajemen akan dengan cepat mengetahui dampak setiap usulan kegiatan yang menyebabkan perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih perusahaan.

Menurut **Weston** dan **Brigham (2005:381)** yang diterjemahkan oleh **Alfonsus Sirait** mengemukakan sebagai berikut:

> **"Makin tinggi *degree of operating leverage*, makin sensitif laba perusahaan tersebut terhadap perubahan volume penjualan."**

Jadi, makin tinggi DOL makin besar fluktuasi naik turunnya laba sebagai akibat dari perubahan volume penjualan. DOL yang tinggi mengisyaratkan ia dapat memperbesar laba dari kenaikan volume penjualan meskipun untuk itu harga harus diturunkan.

DOL merupakan salah satu alat yang berguna untuk merencanakan laba jangka pendek. Seperti yang dikemukakan oleh **Mulyadi (2001:228)**, yaitu:

> **"Berbagai parameter yang bermanfaat untuk perencanaan laba jangka pendek : impas (*break even point*), *margin of safety, shut-down point,* dan *degree of operating leverage*."**

Dari teori di atas dapat diketahui bahwa DOL dapat digunakan untuk membantu manajemen perusahaan dalam perencanaan laba jangka pendek yang optimal.

Perencanaan laba jangka pendek menurut **Welsch, Hilton,** dan **Gordon (2000:31)** yang diterjemahkan oleh **Purwatiningsih** dan **Maudy Warouw** mengemukakan bahwa :

> **"Perencanaan laba jangka pendek adalah perencanaan rinci dan mencakup waktu selama satu tahun, ke tahun yang akan datang".**

Penyusunan anggaran penjualan merupakan titik awal pada tahap perencanaan termasuk perencanaan laba. Berbagai anggaran lainnya biasanya bergantung kepada anggaran penjualan. Jika anggaran penjualan buruk, maka penyusunan rencana akan sia-sia. Akan tetapi pada saat penyusunan rencana, termasuk perencanaan laba sering kali terdapat kejadian-kejadian yang tidak diketahui yang dapat menurunkan penjualan di bawah tingkat yang diharapkan atau dianggarkan sebelumnya. Oleh karena itu, analisis CVP mampu memberikan informasi yang sangat berguna bagi perusahaan dalam perencanaan laba jangka pendek. Seperti yang dikemukakan oleh **Bastian Bustami** dan **Nurlela (2007:208)**, bahwa:

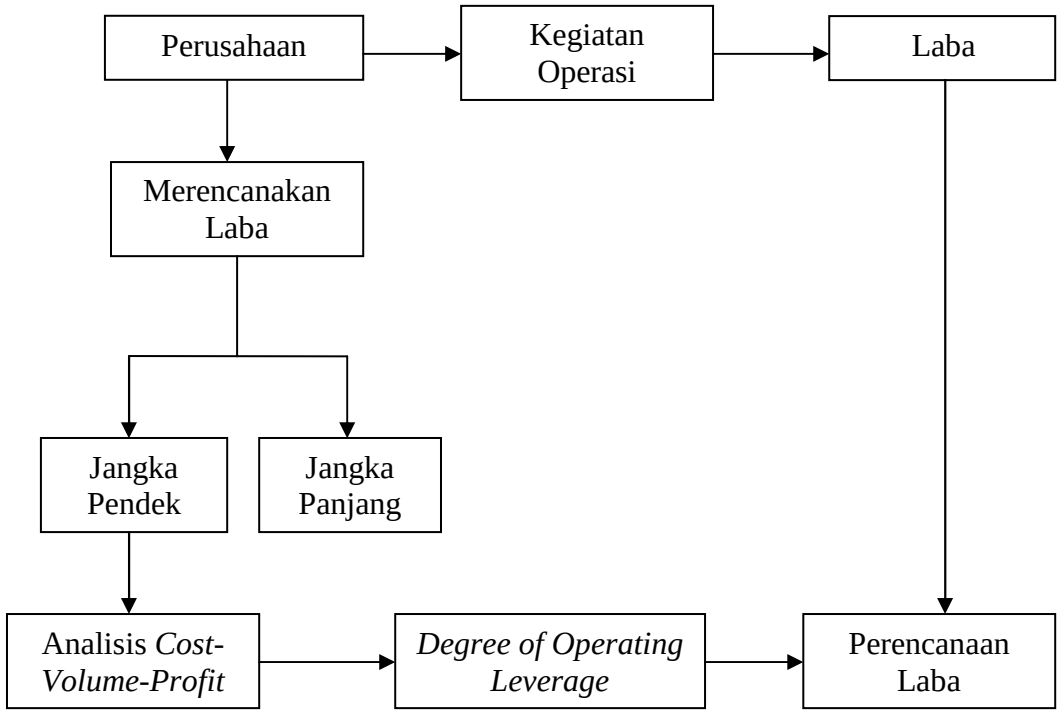
> **"Analisis biaya volume dan laba melibatkan saling hubungan antara harga jual produk, biaya variabel, biaya tetap, volume penjualan, serta bauran dari produk ini dapat diterapkan pada berbagai perusahaan dalam rangka perencanaan laba jangka pendek."**

Dengan menggunakan analisis CVP maka manajemen perusahaan mampu membuat perencanaan laba dengan efektif, artinya perencanaan laba ini sesuai

dengan kemampuan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Dengan demikian, maka perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal sehingga mampu mempertahankan keberadaannya di dunia bisnis dan dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat pada era globalisasi dewasa ini.

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat terlihat jelas bahwa salah satu kegunaan dari analisis *cost-volume-profit* adalah sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional sehingga dapat digunakan untuk perencanaan laba.

Berdasarkan uraian di atas, maka disusun suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.2
Skema Kerangka Pemikiran

Peneliti sebelumnya yaitu Suliani Tandrayuana (2003) dengan judul penelitian Penerapan *Cost-Volume-Profit* Dalam Pengambilan Keputusan Mengenai Titik Impas dan Produk yang Menguntungkan Pada PT. "X" di Jakarta menyatakan dengan menerapkan analisis CVP maka perusahaan dapat mengetahui volume penjualan yang harus terjual agar mencapai keadaan impas, dimana perusahaan tidak mendapat rugi maupun untung, sehingga perusahaan tidak menderita kerugian.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yunita Wulandari (2006) dengan judul penelitian Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada "Quality" Hotel Yogyakarta) menyatakan dengan melakukan analisis biaya-volume-laba manajemen memperoleh banyak informasi untuk dapat mencapai target laba yang telah direncanakan, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal.

Berdasarkan kesimpulan penelitian-penelitian sebelumnya bahwa analisis CVP sangat berguna dalam perencanaan laba jangka pendek maka peneliti juga mengadakan penelitian mengenai Analisis *Cost-Volume-Profit* dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek pada PT. Agronesia Divisi Industri Teknik Karet "Inkaba" Bandung. Berikut penjelasan dari penelitian sebelumnya.

Tabel 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Suliani Tandrayuana (2003)	Penerapan *Cost-Volume-Profit* Dalam Pengambilan Keputusan Mengenai Titik Impas dan Produk yang Menguntungkan Pada PT. "X" di Jakarta	Dengan menerapkan analisis CVP maka perusahaan dapat mengetahui volume penjualan yang harus terjual agar mencapai keadaan impas, dimana perusahaan tidak mendapat rugi maupun untung.	Sama-sama meneliti mengenai Analisis *Cost-Volume-Profit*.	Perbedaannya terletak pada variabel dependennya yaitu Pengambilan Keputusan Mengenai Titik Impas dan Produk yang Menguntungkan serta indikatornya yaitu *Break Even Point*.
2.	Yunita Wulandari (2006)	Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada "Quality" Hotel Yogyakarta)	Dengan melakukan analisis biaya-volume-laba manajemen memperoleh banyak informasi untuk dapat mencapai target laba yang telah direncanakan.	Sama-sama meneliti mengenai Analisis *Cost-Volume-Profit* dan Perencanaan Laba.	Perbedaannya terletak pada variabel dependen yaitu penulis lebih memfokuskan pada perencanaan laba jangka pendek serta indikatornya *Break Even Point* dan *Margin of Safety*.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan uraian pada kerangka pemikiran di atas maka penulis dapat menarik kesimpulan hipotesis yang dapat dijadikan sebagai dasar pemikiran dalam penelitian dan pengujian yang akan dilakukan, yaitu:

"Analisis *Cost-Volume-Profit* berperan dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek."