

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya dijadikan sebagai acuan atau referensi dalam penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian saat ini digunakan sebagai dasar untuk memahami konsep dan aspek yang sedang dikaji.

Anggreini et al (2021) menganalisis pengendalian pada laba Hotel Gran Puri Manado menggunakan metode biaya relevan untuk mengevaluasi *break even point* (BEP), volume penjualan, dan *margin of safety* (MOS) selama 2016-2018. Pada 2016, penjualan mencapai Rp 11.787.950.000 dengan MOS 40,74% dan BEP Rp 6.514.000.000. Pada 2017, penjualan meningkat menjadi Rp 12.793.700.000 dengan MOS 44,48% dan BEP Rp 7.102.032.000. Tahun 2018, penjualan mencapai Rp 14.671.700.000 dengan MOS 46,28% dan BEP Rp 7.881.557.143.

Fitriani & Damayanti (2024) Penelitian pada PT. Golden Grand Mills tahun 2022 menemukan biaya tetap produksi sebesar Rp 70.909.546.693 dan biaya variabel Rp 719.407.734.555. Margin kontribusi mencapai Rp 77.177.814.770, dengan titik impas produksi sebesar 133.192 ton atau senilai Rp 824.529.612.709, mendekati volume penjualan aktual.

Perusahaan memiliki toleransi penurunan penjualan hingga 9,69% tanpa kerugian. Untuk mencapai target laba 20% pada tahun 2023, perusahaan menargetkan penjualan 144.024 ton dengan strategi pemasaran dan peningkatan daya tarik produk.

Sri Widiyanti (2014) meneliti pengendalian laba Hotel Sunari menggunakan analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) menetapkan target laba 2013 sebesar 15% dari laba tahun sebelumnya, dengan penjualan yang harus dicapai Rp 3.698.833.508 dan margin kontribusi Rp 2.379.825.445 (64,33%). Titik impas berada pada penjualan Rp 3.079.412.384. Tingkat *operating leverage* sebesar 5,69 kali menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% dalam penjualan meningkatkan laba bersih sebesar 5,69%. Hotel membutuhkan *margin of safety* Rp 619.421.124 atau 16,74% dari penjualan agar tidak mengalami kerugian. Hasil penelitian menegaskan pentingnya analisis CVP dalam strategi pengendalian laba.

Amaniyah & Hotimah (2020) meneliti analisis perilaku biaya pada Hotel Panglima Sampang tahun 2017-2018 mencatat biaya tetap sebesar Rp 253.687.515 dan biaya variabel Rp 201.141.632,4. *Margin of safety* meningkat dari 75% di 2017 menjadi 78%, namun turun menjadi 66% di 2018. Analisis BEP menunjukkan hotel mampu menutupi biaya tetap dan meraih laba, dengan laba tahun 2017 sebesar Rp 354.526.854 menurun menjadi Rp 236.173.999 di 2018. Kamar ekonomi menyumbang kontribusi tertinggi pada 2017, sedangkan kamar VVIP mendominasi pada 2018.

Rekomendasi penelitian adalah meningkatkan strategi pemasaran untuk tipe kamar dengan kontribusi rendah.

Penelitian yang dilakukan Hanafi & Eko Putra (2017) mengenai analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) pada PT. Sariguna Primatirta Tbk menunjukkan fluktuasi volume penjualan dan biaya pada periode 2017-2021. *Break even point* (BEP) tercatat Rp 478.516.509.447 pada 2017, naik menjadi Rp 556.522.406.281 di 2018, lalu turun ke Rp 525.355.800.372 di 2019, dan terus berubah setiap tahun. Meski biaya variabel meningkat, rasio *contribution margin* terus mengalami kenaikan, menunjukkan efisiensi penjualan yang membaik. Proyeksi 2022 memperkirakan perusahaan harus mencapai volume penjualan Rp 1.593.652.220.384 dengan BEP sebesar Rp 382.236.697.800 agar dapat memperoleh keuntungan.

Penelitian yang dilakukan Worotitjan & Manossoh (2016) tentang analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) pada UD. Gunung Emas Manado menunjukkan hasil positif meski laba menurun antara 2014 dan 2015. Margin kontribusi pada 2014 sebesar Rp 552.790.000 (rasio 37,40%) turun menjadi Rp 430.360.000 (rasio 36,44%) di 2015. Titik impas tercatat Rp 179.144.385,03 di 2014 dan Rp 200.329.308,45 di 2015, mengindikasikan penjualan melampaui BEP sehingga memperoleh laba. Batas keamanan tinggi, yaitu 87,88% pada 2014 dan 83,03% pada 2015, menunjukkan rendahnya risiko kerugian. Leverage operasional sebesar 1,14 di 2014 dan 1,20 di 2015, menandakan kenaikan 1% penjualan meningkatkan laba sebesar 1,14% dan 1,20%.

Syabrina (2023) menemukan kinerja keuangan Selabintana Hotel & Conference Resort mengalami fluktuasi selama 2018-2020. Pada 2018, pendapatan mencapai Rp 6.928.687.950 dengan target laba yang tercapai. Tetapi, pada 2019, meski pendapatan meningkat menjadi Rp 7.583.044.350, target laba tetap tidak tercapai. Di 2020, terjadi kerugian signifikan dengan pendapatan hanya Rp 3.336.063.150, jauh di bawah titik impas. Perusahaan belum menerapkan analisis CVP dalam perencanaan laba, menyebabkan pengeluaran tinggi dan pendapatan tidak mencukupi. Untuk mengatasi hal ini, disarankan pengurangan biaya, peningkatan efisiensi, dan strategi promosi guna meningkatkan penjualan.

Penelitian yang dilakukan Muthmainnah (2011) bertujuan untuk menganalisis perencanaan laba di Hotel Tlogo Mas Sarangan dengan target laba 10% dari total penjualan. Hasil analisis menunjukkan fluktuasi laba dari 2009 hingga 2011. Pada 2009, laba tercatat Rp 423.021.500, meningkat menjadi Rp 453.829.325 pada 2010. Tetapi, laba menurun pada 2011 menjadi Rp 425.867.200, akibat renovasi hotel yang mengurangi jumlah pengunjung. *Margin of Safety* juga mengalami penurunan dari 85% di 2009, menjadi 83% di 2010, dan 81% di 2011, menunjukkan penurunan keamanan penjualan terhadap risiko penurunan pendapatan.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Manajemen keuangan dan Pengendalian biaya**

Manajemen keuangan merupakan proses perolehan dana dari pihak luar apabila perusahaan membutuhkannya. Seiring dengan perkembangan zaman, manajer keuangan dituntut untuk mengubah pola pikir tradisional menuju pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan dan pengarahan modal secara lebih strategis. Dalam hal ini, manajer keuangan harus memperhatikan pengelolaan aktiva, alokasi dana untuk berbagai proyek dan kegiatan, evaluasi terhadap hasil masing-masing kegiatan, pembentukan dana internal, serta menjaga struktur permodalan yang rasional.

Perusahaan memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai, dan manajer keuangan menjalankan perannya guna mendukung tercapainya tujuan tersebut. Perumusan tujuan yang tegas dan jelas sangat penting, karena dapat menjadi pedoman utama sekaligus kunci keberhasilan perusahaan dalam meraih posisi yang diharapkan di masa mendatang (Wibowo, 2020)

Menurut Halim & Sarwoka (1993) Manajemen keuangan merupakan suatu proses penting dalam pengelolaan sumber daya keuangan di berbagai jenis organisasi, baik di sektor publik seperti lembaga pemerintahan dan institusi pendidikan, maupun di sektor swasta seperti rumah sakit, bank, dan perusahaan-perusahaan lainnya. Proses ini mencakup berbagai kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, hingga pengawasan terhadap seluruh aktivitas keuangan yang berlangsung dalam organisasi tersebut.

Lebih jauh lagi, manajemen keuangan tidak hanya berfungsi sebagai pengelola keuangan, tetapi juga memainkan peran strategis dalam mendukung pengambilan keputusan. Keputusan-keputusan ini disusun berdasarkan informasi akuntansi dan data keuangan lainnya, yang kemudian digunakan untuk merancang strategi keuangan yang efektif dan efisien. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat lebih mudah mengarahkan sumber dayanya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara berkelanjutan.

Tujuan utama dari sebuah perusahaan, khususnya di sektor bisnis, adalah mencapai kemakmuran yang maksimal. Menurut Sudarmo & Basri (1992) untuk mewujudkan tujuan tersebut, diperlukan peran aktif dari setiap bagian dalam organisasi. Manajer keuangan, misalnya, perlu menjabarkan tujuan umum perusahaan ke dalam bentuk sasaran yang lebih terperinci dan terukur sesuai dengan bidang keuangan. Hal serupa juga dilakukan oleh divisi lainnya. Manajer pemasaran dapat memformulasikan tujuan perusahaan menjadi strategi peningkatan penjualan atau ekspansi pasar, sementara bagian produksi dapat menurunkannya menjadi upaya menekan biaya produksi atau mempercepat proses kerja demi meningkatkan efisiensi operasional

Khusus bagi bagian Keuangan, penjabaran tujuan perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan:

a. Pendekatan Risiko Hasil

Pendekatan ini menitikberatkan pada pencapaian laba maksimal dengan tetap mempertimbangkan tingkat risiko seminimal mungkin. Artinya, setiap keputusan keuangan harus memperhatikan keseimbangan antara potensi keuntungan dan risiko yang mungkin terjadi. Untuk menciptakan keseimbangan tersebut, diperlukan pengawasan yang ketat terhadap arus dana perusahaan, serta penyesuaian terhadap dinamika lingkungan usaha yang selalu berubah. Dalam konteks ini, terdapat empat tujuan utama yang ingin dicapai melalui pendekatan ini, yaitu:

- 1) Menghasilkan laba secara maksimal
- 2) Meminimalkan risiko yang ditanggung perusahaan
- 3) Melaksanakan pengawasan ketat terhadap penggunaan dana
- 4) Menjaga fleksibilitas keuangan agar perusahaan mampu beradaptasi dengan perubahan pasar atau kondisi eksternal lainnya.

**b. Pendekatan Likuiditas Profitabilitas**

Pendekatan ini menekankan pentingnya keseimbangan antara likuiditas dan profitabilitas perusahaan. Manajemen keuangan memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa keduanya dapat berjalan secara harmonis, tidak saling mengorbankan satu sama lain. Likuiditas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menyediakan kas atau aset lancar

guna memenuhi kewajiban keuangannya tepat waktu, termasuk dana untuk kebutuhan darurat. Di sisi lain, profitabilitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, terutama untuk keberlangsungan jangka panjang. Kedua aspek ini harus dikelola secara seimbang agar perusahaan tetap sehat secara keuangan dan mampu tumbuh secara berkelanjutan.

## 2. *Forecasting* Bisnis

Peramalan (*forecasting*) adalah suatu upaya untuk memproyeksikan kondisi masa depan dengan menganalisis data dan kejadian di masa lalu. Peramalan dilakukan secara sistematis dengan menggunakan pendekatan ilmiah untuk memperkirakan kemungkinan yang akan terjadi di masa mendatang. Tujuan utama dari peramalan adalah untuk menilai perkembangan saat ini serta hubungannya dengan kondisi masa depan, sekaligus menyediakan informasi penting yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan dan mengurangi ketidakpastian.

Dalam konteks bisnis, peramalan berfungsi sebagai alat bantu bagi organisasi, perusahaan, maupun pelaku usaha dalam menyusun rencana, mengambil keputusan strategis, dan mengelola operasional secara lebih efisien. Peramalan bisnis biasanya dilakukan dengan mengandalkan data historis dan analisis tren, serta menggunakan metode yang mencakup teknik statistik, diskusi kelompok, hingga

evaluasi program secara berkala. Keberhasilan suatu peramalan tidak hanya diukur dari tingkat ketepatannya, tetapi juga dari sejauh mana proses tersebut mampu memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap data masa lalu untuk perbaikan ke depan (Herawati & Prastiti, 2024)

a. Ruang Lingkup *Forecasting* Bisnis

Menurut Sugawara & Nikaido (2014) Ruang lingkup forecasting bisnis dibedakan menjadi tiga bagian antara lain:

1) Peramalan Jangka Pendek (*Short Term*) mencakup periode mulai dari harian, musiman, hingga satu tahun. Fokusnya lebih kepada keputusan operasional yang spesifik, seperti penentuan titik pemesanan ulang barang, estimasi permintaan produk, volume penjualan, kegiatan produksi, serta pengelolaan persediaan. Karena sifatnya yang cepat tanggap terhadap perubahan, jenis peramalan ini memungkinkan manajemen untuk segera menyesuaikan strategi yang dijalankan.

2) Peramalan Jangka Menengah (*Medium Term*) mencakup periode antara satu hingga lima tahun. Jenis peramalan ini umumnya digunakan untuk merancang rencana produksi, penjualan, penganggaran, investasi, serta pengembangan produk. Meskipun ketepatannya cukup tinggi, peramalan

jangka menengah tetap menghadapi tantangan berupa meningkatnya ketidakpastian.

3) Peramalan Jangka Panjang (*Long Term*) berlaku untuk periode lima tahun atau lebih. Biasanya didasarkan pada pengalaman dan intuisi manajerial, serta digunakan untuk keputusan strategis seperti penentuan lokasi pabrik atau perencanaan peluncuran produk baru. Peramalan jangka panjang lebih berorientasi pada strategi perusahaan dan sering kali disesuaikan secara berkala guna mengikuti perkembangan lingkungan bisnis, kemajuan teknologi, serta perubahan tren pasar.

b. Pendekatan dalam *Forecasting*

Dalam buku *Forecasting* Bisnis Teori dan penerapannya, Herawati & Prastiti (2024), menjelaskan bahwa Peramalan mempunyai dua pendekatan umum dalam menghasilkan prediksi, antara lain:

1) Peramalan kuantitatif

Metode peramalan ini memanfaatkan model matematis dengan dasar data historis dan hubungan sebab-akibat antar variabel. Pendekatan ini berasumsi bahwa pola data masa lalu akan terus terjadi di masa depan. Oleh karena

itu, semakin relevan data masa lalu yang digunakan, maka semakin tinggi tingkat akurasi hasil peramalan.

Jenis peramalan ini mengandalkan data numerik yang bersifat terukur, seperti jumlah kunjungan wisatawan, jumlah pelaku UMKM, angka penjualan, produksi, permintaan, atau data lain yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi. Namun, jika pola data tidak jelas atau tidak stabil, maka tingkat akurasi hasil peramalan cenderung rendah dan tidak dapat dijadikan dasar keputusan.

Kelebihan dari pendekatan ini antara lain kemampuannya dalam mengolah data dalam jumlah besar, hasil yang konsisten dari waktu ke waktu, serta proses yang dapat direplikasi kembali.

## 2) Peramalan Kualitatif

Peramalan ini memadukan berbagai unsur seperti intuisi, opini, pengalaman individu, dan nilai-nilai dalam proses pengambilan keputusan. Metode ini biasanya diterapkan ketika data historis tidak tersedia, sulit diakses, atau sudah tidak sesuai dengan kondisi saat ini. Contohnya dapat ditemukan pada situasi seperti peluncuran produk baru, perubahan tren pasar, atau penyesuaian terhadap kebijakan baru.

c. Model *Forecasting* Bisnis

Menurut Zainul (2019) Peramalan kuantitatif dibedakan menjadi dua jenis model yaitu:

1) Model *Time Series*/ Rutun Waktu

Merupakan pendekatan peramalan yang memanfaatkan data historis yang disusun secara kronologis berdasarkan interval waktu tertentu, seperti harian, mingguan, atau bulanan. Model ini didasarkan pada asumsi bahwa pola-pola yang terjadi di masa lalu akan cenderung terulang di masa mendatang. Keakuratan model ini sangat bergantung pada kualitas data historis yang digunakan serta konsistensi waktu pengumpulan data, karena stabilitas pola waktu menjadi kunci utama dalam menghasilkan proyeksi yang andal.

2) Model Kausal

Model kausal adalah pendekatan peramalan yang didasarkan pada hubungan sebab-akibat antara variabel yang ingin diprediksi (variabel dependen) dengan satu atau lebih variabel bebas (independen) yang memengaruhinya. Artinya, perubahan pada variabel bebas diasumsikan akan berdampak langsung terhadap perubahan variabel terikat.

Model ini tidak hanya mengandalkan pola historis dari data, tetapi juga menganalisis faktor-faktor eksternal yang memiliki korelasi atau pengaruh signifikan terhadap variabel yang diramalkan.

### 3. Perencanaan Laba

Labar merupakan elemen penting dan menjadi ciri utama dalam sistem ekonomi kapitalis. Dalam sistem ini, terdapat empat faktor produksi utama yang harus terpenuhi, yaitu tanah, tenaga kerja, modal, serta organisasi atau manajemen. Masing-masing faktor produksi memiliki hak atas imbalan sesuai perannya dalam proses produksi. Tanah memperoleh imbalan berupa sewa, tenaga kerja mendapatkan upah, modal menerima bunga, dan manajemen memperoleh gaji atau kompensasi atas perannya dalam mengelola usaha (Abdul Halim, 1990)

Secara konseptual, laba dapat diartikan sebagai selisih lebih antara pendapatan dan biaya dalam suatu periode akuntansi. Harahap (2009) menyebut laba sebagai kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode, sedangkan Yusuf & Haryono (2003) mendefinisikannya laba sebagai perbedaan antara pendapatan dan beban. Sementara dalam praktik akuntansi saat ini, laba dipahami sebagai hasil dari pengurangan total pendapatan dengan total biaya selama suatu periode tertentu. Nilai laba yang dihasilkan sangat

tergantung pada tingkat akurasi dalam pengukuran pendapatan dan biaya, karena kesalahan pencatatan terhadap keduanya dapat memengaruhi validitas informasi laba sebagai indikator kinerja keuangan.

Dalam upaya mencapai laba yang optimal, diperlukan perencanaan yang matang. Perencanaan merupakan metode yang digunakan untuk memperkirakan kondisi bisnis di masa mendatang, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Perencanaan laba sendiri berfungsi sebagai dasar dalam merumuskan strategi perolehan laba dan perlu disesuaikan apabila terjadi perubahan dalam kondisi perusahaan. Istilah perencanaan laba sering kali dipandang sinonim dengan penganggaran (*budgeting*) karena keduanya sama-sama menyusun rencana dalam bentuk kuantitatif (Sulistyanto, 2008)

Menurut Marihot et al. (2005) perencanaan laba adalah rencana operasional yang disusun secara cermat, di mana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi laporan laba rugi, neraca, arus kas, dan kebutuhan modal kerja untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Sementara itu, anggaran dapat diartikan sebagai rencana yang dituangkan dalam satuan uang atau target kuantitatif lainnya.

Untuk mencapai target laba yang telah direncanakan, manajemen dapat menempuh beberapa strategi berikut:

- a. Mengupayakan agar biaya produksi dan operasional tetap minimal tanpa mengurangi harga jual maupun jumlah penjualan yang telah dicapai.
- b. Menetapkan harga jual sedemikian rupa agar sesuai dengan target laba yang diharapkan.
- c. Mengupayakan peningkatan volume penjualan secara maksimal.

#### 4. Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan salah satu cabang dari ilmu akuntansi yang memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan operasional dan pengambilan keputusan manajerial. Menurut Mulyadi (1999) akuntansi biaya adalah suatu proses sistematis yang mencakup pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian seluruh biaya yang berhubungan dengan proses produksi maupun penjualan barang atau jasa. Tidak hanya terbatas pada pencatatan, akuntansi biaya juga mencakup kegiatan analisis dan penafsiran data biaya, yang bertujuan untuk membantu manajemen dalam meningkatkan efisiensi operasional, melakukan perencanaan, serta pengendalian biaya secara lebih efektif.

Sementara Carter (2009) Mengemukakan dalam bukunya Akuntansi Biaya, pengumpulan biaya dan penentuan harga pokok menunjukkan bahwa akuntansi biaya, dalam arti luas, merupakan salah satu cabang dari ilmu akuntansi yang berfungsi sebagai alat manajemen

dalam mencatat dan memantau transaksi biaya secara sistematis. Informasi biaya yang dihasilkan kemudian disajikan dalam bentuk laporan biaya, yang tidak hanya berguna untuk menilai efisiensi operasional, tetapi juga penting dalam perencanaan, pengendalian biaya, serta penentuan harga pokok produk atau jasa secara akurat guna mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Akuntansi biaya memiliki beberapa fungsi penting dalam operasional perusahaan, antara lain:

- 1) Penentuan Harga Pokok Produk atau Jasa.

Akuntansi biaya membantu dalam menghitung secara tepat seluruh biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa, sehingga perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif dan menguntungkan.

- 2) Perencanaan dan Pengendalian Biaya

Dengan menyediakan data biaya yang akurat, akuntansi biaya memungkinkan manajemen untuk merencanakan anggaran dan mengendalikan pengeluaran, serta mengidentifikasi penyimpangan dari anggaran yang telah ditetapkan.

- 3) Evaluasi Kinerja dan Efisiensi Operasional

Informasi biaya digunakan untuk mengevaluasi efisiensi operasional perusahaan, membantu dalam mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, dan meningkatkan produktivitas.

#### 4) Pengambilan Keputusan Manajerial

Data yang disediakan oleh akuntansi biaya menjadi dasar bagi manajemen dalam membuat keputusan strategis, seperti menentukan produk yang paling menguntungkan, menilai kelayakan investasi, dan merencanakan ekspansi bisnis.

##### a. Pengertian Biaya

Menurut Melina et al. (2022) biaya adalah alokasi sumber daya berupa uang untuk memperoleh barang atau jasa, dengan tujuan mendapatkan manfaat kini atau masa depan. Pengeluaran dikategorikan sebagai biaya setelah barang atau jasa dimanfaatkan. Dalam perusahaan, biaya penting untuk mengukur kinerja keuangan, apakah menghasilkan keuntungan atau kerugian. Oleh karena itu, analisis efisiensi biaya diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara pengeluaran dan pendapatan serta memastikan keuntungan dan keberlanjutan usaha perusahaan.

Supriyono (2011) menyatakan bahwa Biaya merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk proses produksi dan memperoleh layanan yang diharapkan memberikan manfaat atau keuntungan di masa depan. Biaya dapat dipahami sebagai pengorbanan kas untuk mencapai manfaat tersebut. Dalam bisnis, biaya yang dikeluarkan memengaruhi langsung laba perusahaan. Laporan Laba/Rugi mencerminkan selisih antara pendapatan dan

biaya, sehingga penting untuk mengelola biaya dengan bijak agar mencapai hasil optimal.

Dalam bidang akuntansi, istilah “beban” dan “biaya” sering muncul, tetapi tidak semua orang memahami perbedaan antara keduanya. Biaya, atau yang dikenal sebagai *cost* merujuk pada pengeluaran atau nilai pengorbanan yang ditujukan untuk memperoleh barang atau jasa yang bermanfaat di masa depan dan memiliki nilai lebih dari satu periode akuntansi. Di sisi lain, beban, yang disebut juga sebagai *expense*, adalah biaya yang telah memberikan manfaat (Supriyono, 2011)

#### b. Klasifikasi Biaya

Informasi lainnya terkait biaya dapat diperoleh melalui pengelompokan biaya yang berbeda. Agus Purwaji (2023) mengemukakan bahwa klasifikasi biaya ditentukan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, di mana dalam akuntansi biaya, terdapat konsep bahwa “biaya berbeda untuk tujuan yang berbeda.” Ketika mengelompokkan biaya, dapat juga mempertimbangkan faktor-faktor seperti objek pengeluaran, fungsi utama perusahaan, serta hubungan biaya satu dengan yang lainnya, termasuk bagaimana biaya tersebut berhubungan dengan volume kegiatan dan durasi manfaatnya.

Adapun menurut Melina et al., (2022) biaya dapat diklasifikasikan menjadi 4, yaitu:

1) Klasifikasi biaya berdasarkan ketertelusuran

- a) Biaya langsung: Ini adalah biaya yang dapat dihubungkan langsung dengan suatu produk. Contoh dari biaya langsung mencakup biaya bahan baku yang digunakan dalam produksi serta biaya untuk tenaga kerja yang secara langsung terlibat dalam pembuatan produk tersebut.
- b) Biaya tidak langsung: Berbeda dengan biaya langsung, biaya tidak langsung tidak dapat diatribusikan secara langsung kepada produk tertentu. Biaya ini sering kali disebut biaya overhead pabrik, yang mencakup semua biaya produksi yang tidak dapat dihubungkan langsung dengan produk tertentu.

2) Klasifikasi biaya berdasarkan Perilaku

- a) Biaya variabel: Ini adalah biaya yang berfluktuasi seiring dengan perubahan volume aktivitas. Sebagai contoh, jika tingkat produksi meningkat, total biaya variabel juga akan meningkat, namun biaya variabel per unit akan tetap stabil meskipun total biaya berubah. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- b) Biaya tetap: Merupakan biaya yang totalnya tidak dipengaruhi oleh perubahan aktivitas dalam jangka waktu

tertentu. Meskipun terjadi peningkatan atau penurunan dalam aktivitas produksi, total biaya tetap akan tetap ada. Namun, biaya tetap per unit akan berubah sesuai dengan tingkat kegiatan; jika aktivitas meningkat, biaya tetap per unit akan menurun.

c) Biaya semivariabel: Biaya ini memiliki karakteristik gabungan antara biaya tetap dan variabel. Sebagian dari biaya semivariabel tergantung pada tingkat aktivitas, sedangkan sisanya tidak.

3) Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi utama perusahaan

a) Biaya Produksi: Ini adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi. Biaya produksi mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

b) Biaya Pemasaran: Biaya ini digunakan untuk kegiatan pemasaran produk atau jasa. Biaya pemasaran meliputi pengeluaran untuk iklan, promosi, dan pengiriman produk.

c) Biaya Administrasi dan Umum: Ini adalah biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan, mencakup pengelolaan, pengendalian, dan pelaksanaan fungsi perusahaan.

#### 4) Klasifikasi biaya berdasarkan Elemen Biaya Produksi

- a) Biaya Bahan Baku: Ini mencakup nilai dari bahan baku yang digunakan dalam proses produksi untuk membuat produk akhir, terdapat dua jenis bahan, yaitu bahan baku utama yang merupakan komponen utama produk dan bahan penolong yang mendukung proses produksi. Keduanya harus dipertimbangkan karena keberadaan satu tanpa yang lain dapat menghambat produksi.
- b) Biaya tenaga kerja: Biaya ini merujuk pada gaji dan upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi. Ada dua kategori tenaga kerja: tenaga kerja langsung, seperti buruh pabrik, yang terlibat langsung dalam pembuatan produk, dan tenaga kerja tidak langsung, seperti supervisor, yang mendukung tetapi tidak terlibat langsung dalam proses tersebut. Biaya tenaga kerja tidak langsung masuk dalam kategori biaya overhead pabrik.
- c) Biaya overhead pabrik: Ini mencakup semua biaya yang tidak termasuk dalam kategori biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik dapat mencakup nilai bahan penolong, gaji untuk tenaga kerja tidak langsung, serta biaya penyusutan.

#### 5. Analisis *Cost Volume Profit*

Salah satu alat penting dalam pengendalian biaya adalah analisis CVP (*cost-volume-profit*). *Cost-Volume-Profit* adalah alat yang sangat berguna untuk pengendalian (R.Hansen & Mowen, 2005). CVP menganalisis hubungan antara laba, volume, dan biaya dalam satu periode tertentu. Analisis hubungan antara variabel-variabel ini memberikan informasi kepada manajemen mengenai biaya-biaya yang terjadi serta volume yang harus dicapai untuk memenuhi target laba tertentu.

Analisis CVP digunakan untuk memecahkan masalah penting, seperti perencanaan jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas (*break-even point*), di mana pendapatan sama dengan biaya dan laba nol (Blocher et al., 2010). CVP juga membantu menghitung dampak penurunan biaya tetap terhadap titik impas serta dampak kenaikan harga jual terhadap laba. Analisis ini memungkinkan manajer melakukan analisis sensitivitas dengan menguji dampak berbagai tingkat harga jual atau biaya terhadap laba. Elemen penting dalam analisis CVP meliputi analisis *Contribution Margin*, *Break Even Point*, dan *Margin of Safety*.

#### a. Margin Kontribusi

Menurut Simamora (1999) margin kontribusi merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel, yang jumlahnya digunakan untuk menutup biaya tetap serta menghasilkan

laba operasional. Konsep ini penting karena membantu manajemen dalam menganalisis pengaruh perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan terhadap laba perusahaan.

Margin kontribusi terdiri atas dua bentuk, yaitu margin kontribusi per unit dan margin kontribusi total. Menurut Blocher (2000), margin kontribusi per unit adalah selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit. Nilai ini mencerminkan kontribusi setiap unit produk terhadap penutupan biaya tetap dan laba. Sementara itu, margin kontribusi total diperoleh dari hasil perkalian antara margin kontribusi per unit dengan jumlah unit yang terjual.

Lebih lanjut, Blocher et al. (2010) menambahkan bahwa margin kontribusi per unit juga dapat digunakan untuk mengukur peningkatan laba yang dihasilkan dari setiap tambahan unit yang berhasil dijual. Dengan demikian, analisis margin kontribusi memberikan dasar penting bagi pengambilan keputusan jangka pendek dalam aktivitas operasional perusahaan.

*b. Break Even Point*

Titik impas (*break-even point*) merupakan kondisi di mana total pendapatan yang diperoleh perusahaan sama besar dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga tidak terjadi laba maupun kerugian. Titik ini menandai pertemuan antara garis pendapatan

total dan garis biaya total, yang mencerminkan bahwa seluruh biaya telah tertutup sepenuhnya, namun belum menghasilkan keuntungan.

Menurut pendapat Simamora (1999) *Analisis Break-Even Point* (BEP) adalah suatu pendekatan untuk menentukan tingkat volume penjualan di mana total pendapatan sama dengan total biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Pada titik ini, perusahaan berada dalam posisi nol laba dan nol rugi. Dengan demikian, tujuan dari analisis BEP adalah untuk mengidentifikasi tingkat aktivitas atau penjualan minimum yang harus dicapai agar seluruh biaya operasional dapat tertutupi.

Sementara menurut R.Hansen & Mowen (2005) dalam bukunya *Managemen Accounting* mendefinisikan "*Break Even Point is the point where total revenue total cost, the point of zero profit*" Analisis *Break Even Point* merupakan bagian dari akuntansi biaya, di mana data biaya yang terjadi digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial dalam menentukan target laba pada periode tertentu. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengetahui tingkat aktivitas atau volume penjualan minimum yang diperlukan agar total pendapatan seimbang dengan total biaya tetap dan variabel. Pada kondisi ini, perusahaan belum memperoleh laba, namun juga tidak mengalami kerugian.

Data yang dibutuhkan untuk analisis titik impas tidak dapat langsung diperoleh dari laporan laba rugi yang menggunakan

metode biaya penuh, karena pengaruh perubahan aktivitas terhadap biaya tidak terlihat secara langsung. Oleh karena itu, setiap elemen biaya perlu dianalisis secara terpisah untuk mengidentifikasi mana yang termasuk biaya tetap dan mana yang merupakan biaya variabel.

Adapun manfaat analisis *Break Even Poin* menurut R.Hansen & Mowen (2005) sebagai berikut:

- 1) Digunakan sebagai acuan dalam merancang kegiatan operasional guna mencapai tingkat laba yang diinginkan
- 2) Berperan sebagai alat pengendali operasional berjalan, yaitu dengan membandingkan hasil aktual dengan angka-angka yang dihasilkan dari analisis *break-even point* atau tampilan grafiknya.
- 3) Menjadi dasar pertimbangan dalam penetapan harga jual, setelah dilakukan analisis *break-even point* dan diketahui target laba yang ingin dicapai.
- 4) Memberikan informasi penting yang dapat digunakan manajer dalam proses pengambilan keputusan strategis.

c. *Margin of Safety*

*Margin of Safety* (MoS) atau batas keamanan merupakan indikator penting dalam analisis CVP yang menunjukkan sejauh mana penjualan dapat menurun dari tingkat yang direncanakan tanpa menyebabkan perusahaan mengalami kerugian. Dengan kata lain,

margin of safety menunjukkan tingkat “pengaman” yang dimiliki perusahaan apabila terjadi penurunan penjualan.

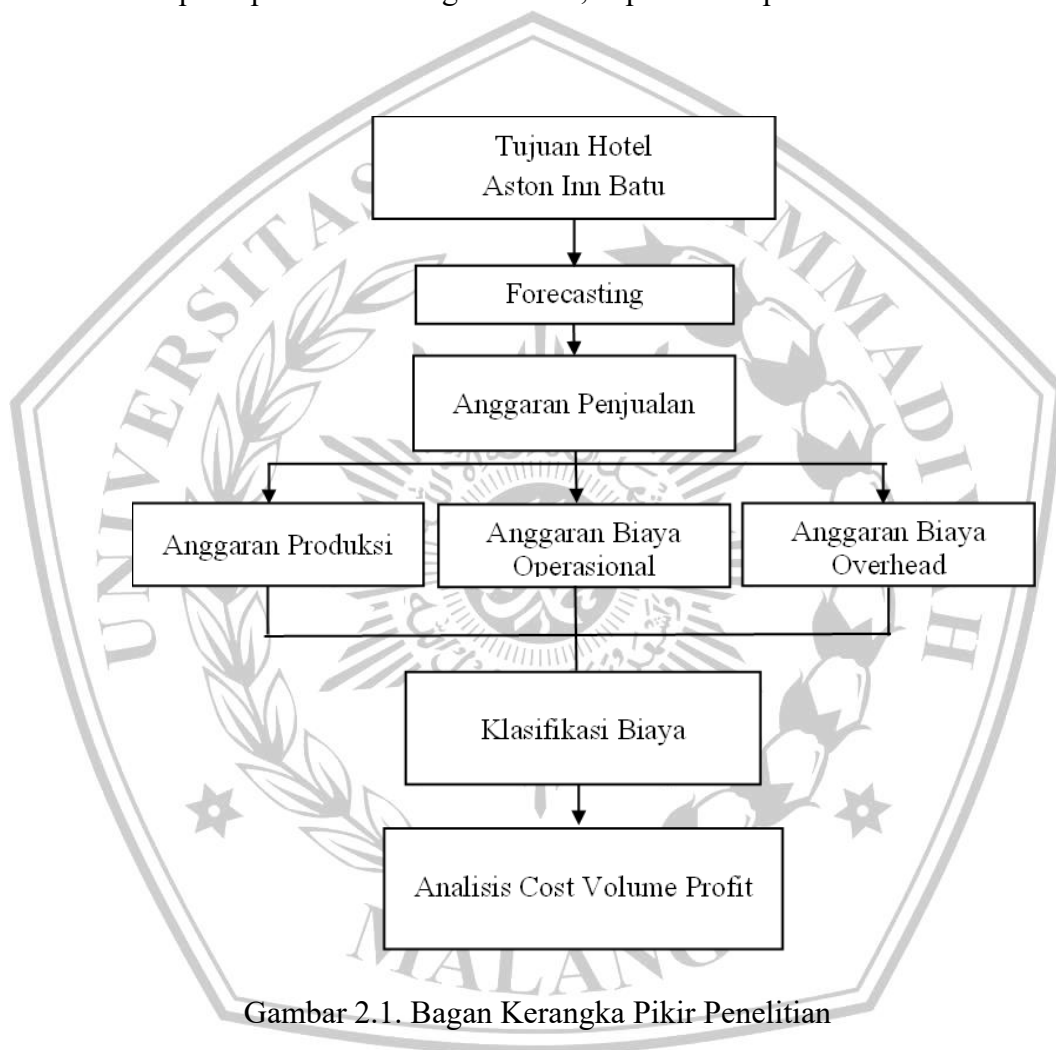
Menurut Blocher (2000) *margin of safety* digunakan untuk mengukur potensi risiko yang timbul apabila realisasi penjualan berada jauh di bawah tingkat penjualan yang direncanakan. Semakin besar *margin of safety*, semakin rendah risiko perusahaan untuk menderita kerugian akibat penurunan volume penjualan

Selaras dengan hal tersebut, R.Hansen & Mowen (2005) menyatakan bahwa *margin of safety* adalah jumlah unit yang terjual (atau diharapkan terjual), atau pendapatan yang diperoleh (atau diperkirakan diperoleh), di atas titik impas. Margin ini berfungsi sebagai ukuran kasar atas risiko kerugian. Dalam kenyataannya, sering kali terdapat kejadian-kejadian tak terduga yang tidak dapat diprediksi pada saat perencanaan, yang dapat menyebabkan penurunan penjualan. Oleh karena itu, *margin of safety* yang besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki ruang yang cukup aman terhadap kemungkinan penurunan penjualan di masa mendatang.

Sementara itu, Menurut Abdul Halim (1990), *margin of safety* dihitung sebagai selisih antara rencana penjualan (baik dalam satuan unit maupun nilai penjualan) dengan titik impas penjualan. Informasi ini sangat berguna bagi manajemen untuk menilai seberapa aman posisi perusahaan dalam menghadapi fluktuasi pasar atau ketidakpastian permintaan.

### C. Kerangka Penelitian

Dalam rangka penelitian ini, penulis bertujuan untuk menganalisis Pengendalian biaya perusahaan dengan menggunakan metode Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP), sehingga penulis merumuskan landasan konseptual penelitian sebagai berikut, dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Bagan Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir pada Gambar 2.1. Menunjukkan alur bagaimana analisis pengendalian biaya dilakukan untuk mencapai laba yang ditargetkan oleh Hotel Aston Inn Batu. Proses diawali dengan melakukan forecasting untuk memproyeksikan penjualan kamar dan layanan lainnya.

Hasilnya digunakan sebagai dasar penyusunan anggaran penjualan. Anggaran ini kemudian diturunkan ke dalam anggaran produksi, operasional, dan overhead. Seluruh biaya tersebut diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan variabel. Data ini menjadi dasar analisis menggunakan metode *Cost-Volume-Profit* (CVP) untuk menghitung *break even point* dan *margin of safety*.

