

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan atas Perencanaan Laba

2.1.1 Perencanaan Laba

Perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah dipertimbangkan dengan cermat dan dijelaskan secara kuantitatif dalam hal laporan keuangan untuk jangka pendek dan jangka Panjang (Sutrismi & Mafaza, 2024). Perencanaan laba dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti biaya produksi, volume penjualan, serta harga jual produk. Dengan adanya perencanaan laba, perusahaan dapat mengantisipasi risiko kerugian dan menetapkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Perencanaan laba juga berfungsi sebagai alat pengendalian bagi manajemen, karena hasil realisasi dapat dibandingkan dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Apabila terdapat penyimpangan, manajemen dapat segera mengambil tindakan korektif.

Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan, karena laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya. (Assa et al., 2013). Perencanaan penjualan

berkaitan dengan jumlah produk yang akan dijual dan tingkat harga yang ditetapkan, sedangkan perencanaan biaya berkaitan dengan pengendalian biaya produksi maupun biaya operasional lainnya. Kedua aspek tersebut harus direncanakan secara seimbang agar perusahaan dapat memperoleh laba yang maksimal. Dengan demikian, perusahaan perlu melakukan analisis yang tepat terhadap hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba agar proses perencanaan dapat berjalan secara efektif.

Perencanaan laba juga dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menilai kinerja perusahaan. Melalui perencanaan laba, manajemen dapat mengetahui sejauh mana efektivitas kegiatan operasional yang telah dilakukan selama periode tertentu. Informasi yang dihasilkan dari perencanaan laba dapat membantu perusahaan dalam menentukan kebijakan di masa mendatang, seperti pengembangan usaha, penambahan kapasitas produksi, maupun strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan adanya perencanaan laba yang baik, perusahaan diharapkan mampu menjaga stabilitas usaha, meningkatkan daya saing, serta mencapai keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

2.1.2 Pengertian Biaya

Biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan uang, baik yang telah terjadi maupun yang kemungkinan akan terjadi di masa mendatang, dengan tujuan untuk memperoleh manfaat atau keuntungan tertentu. Dalam kegiatan

perusahaan, biaya menjadi salah satu unsur yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan proses operasional, produksi, hingga pencapaian laba perusahaan. Setiap aktivitas usaha, baik pada perusahaan dagang, jasa, maupun manufaktur, tidak terlepas dari adanya pengeluaran biaya untuk mendukung kelancaran kegiatan usaha tersebut.

Biaya dapat berupa pengeluaran untuk bahan baku, tenaga kerja, biaya operasional, biaya pemasaran, hingga biaya administrasi dan umum. Pengelolaan biaya yang baik sangat diperlukan agar perusahaan mampu menjalankan kegiatan operasional secara efektif dan efisien. Apabila biaya yang dikeluarkan terlalu besar dan tidak terkendali, maka laba perusahaan dapat menurun bahkan perusahaan dapat mengalami kerugian. Sebaliknya, jika perusahaan mampu mengendalikan dan merencanakan biaya dengan baik, maka perusahaan dapat meningkatkan keuntungan serta menjaga kelangsungan usahanya dalam jangka panjang.

Dalam analisis keuangan dan akuntansi manajemen, biaya perlu diklasifikasikan secara tepat sesuai dengan sifat dan perilakunya. Klasifikasi biaya tersebut meliputi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya *Overhead* Pabrik. pengelompokan biaya ini bertujuan untuk memudahkan perusahaan dalam melakukan perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan manajemen. Informasi mengenai biaya yang akurat dapat membantu manajemen dalam

menentukan harga jual, menghitung margin kontribusi, titik impas (Break Even Point), Margin of Safety, serta menentukan target laba yang ingin dicapai perusahaan.

2.1.3 Klasifikasi Biaya

Dalam metode *Cost Volume Profit* (CVP), biaya diklasifikasikan berdasarkan perilakunya terhadap perubahan volume kegiatan, yaitu:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tidak berubah meskipun terjadi perubahan volume produksi atau penjualan dalam batas tertentu. Dengan kata lain, biaya tetap akan tetap dikeluarkan oleh perusahaan walaupun jumlah produksi mengalami peningkatan ataupun penurunan. Biaya ini bersifat konstan dalam periode tertentu sehingga perusahaan tetap harus menanggung biaya tersebut meskipun kegiatan operasional sedang rendah atau bahkan tidak melakukan produksi sama sekali. Biaya tetap (*fixed cost*) yakni biaya yang jumlahnya tetap sama dengan kenaikan atau penurunan volume kegiatan (Sitanggang, 2023).

Biaya tetap umumnya berhubungan dengan kebutuhan operasional jangka panjang perusahaan dan tidak dipengaruhi secara langsung oleh tingkat aktivitas produksi. Oleh karena itu, biaya tetap menjadi salah satu komponen penting dalam perencanaan laba dan pengendalian biaya perusahaan. Dalam analisis *Cost Volume Profit* (CVP), biaya tetap memiliki peranan penting karena digunakan

untuk menghitung titik impas (*Break Even Point*) dan menentukan target laba perusahaan. Pemahaman mengenai biaya tetap dapat membantu manajemen dalam mengambil keputusan terkait kapasitas produksi, efisiensi operasional, serta strategi penjualan agar perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal.

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel (*Variable Costs*) merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional sesuai dengan perubahan volume produksi atau volume penjualan perusahaan. Semakin besar jumlah produksi atau penjualan yang dilakukan, maka semakin besar pula biaya variabel yang harus dikeluarkan perusahaan. Sebaliknya, apabila volume produksi atau penjualan menurun, maka biaya variabel juga akan mengalami penurunan. Biaya variabel memiliki hubungan langsung dengan aktivitas operasional perusahaan karena biaya ini muncul sebagai akibat dari proses produksi atau kegiatan penjualan yang dilakukan.

Biaya Variabel (*Variable Costs*), biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan volume produksi/penjualan (Kasus et al., 2024). Contoh biaya variabel meliputi biaya bahan baku dan upah tenaga kerja langsung. Perubahan biaya variabel biasanya terjadi secara sebanding dengan jumlah unit yang diproduksi. Namun, biaya variabel per unit pada umumnya tetap, sedangkan

total biaya variabel akan meningkat atau menurun mengikuti tingkat aktivitas perusahaan.

3. Biaya *Overhead* Pabrik (BOP)

Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) adalah seluruh biaya yang timbul selama proses produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya ini mencakup berbagai pengeluaran yang mendukung kegiatan produksi, seperti biaya bahan penolong, listrik dan air pabrik, penyusutan aset produksi, biaya perawatan mesin, serta biaya operasional lainnya yang tidak dapat dibebankan secara langsung kepada produk tertentu.

Karakteristik BOP dapat berupa biaya tetap, biaya variabel, sehingga besar kecilnya biaya yang dikeluarkan bergantung pada sifat masing-masing komponen biaya. Seiring meningkatnya aktivitas produksi, sebagian biaya overhead akan ikut mengalami kenaikan, terutama yang berkaitan dengan penggunaan mesin, peralatan, dan fasilitas produksi. Oleh karena itu, pengelolaan dan pembebanan Biaya *Overhead* Pabrik secara tepat diperlukan agar perhitungan harga pokok produksi dapat mencerminkan biaya yang sesungguhnya dan menjadi dasar yang akurat dalam pengambilan keputusan perusahaan.

2.1.4 Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses menghasilkan suatu produk. Biaya tersebut

berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan produksi, mulai dari penggunaan bahan hingga produk siap untuk dijual. Biaya produksi menjadi salah satu komponen penting dalam menentukan harga pokok produk karena besarnya biaya yang dikeluarkan akan memengaruhi biaya per unit dan laba yang diperoleh perusahaan. Secara umum, biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Ketiga unsur tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya biaya yang diperlukan perusahaan dalam menghasilkan suatu produk. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses menghasilkan produk. Biaya produksi terdiri dari beberapa unsur utama, yaitu:

1. Biaya bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh bahan yang digunakan dalam proses produksi dan dapat ditelusuri secara langsung pada produk yang dihasilkan. Bahan baku menjadi salah satu unsur utama dalam proses produksi karena digunakan sebagai bahan dasar dalam menghasilkan produk. Besarnya biaya bahan baku dipengaruhi oleh jumlah bahan yang digunakan dan harga perolehan bahan tersebut. Pengendalian penggunaan bahan baku diperlukan agar proses produksi dapat berjalan secara efisien dan mengurangi terjadinya pemborosan.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Tenaga kerja langsung berperan dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi sehingga biaya yang dikeluarkan dapat ditelusuri secara langsung pada produk yang dihasilkan. Besarnya biaya tenaga kerja langsung dapat dipengaruhi oleh jumlah tenaga kerja, waktu kerja, serta tarif atau sistem upah yang diterapkan perusahaan.

3. Biaya Produksi Lainnya

Biaya produksi lainnya merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendukung kelancaran proses produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Biaya tersebut diperlukan agar kegiatan produksi dapat berjalan dengan baik dan produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Biaya produksi lainnya dapat meliputi biaya listrik, biaya pemeliharaan mesin dan peralatan, biaya penyusutan, serta biaya lain yang berkaitan dengan kegiatan produksi. Dalam proses produksi Handle Profile, biaya-biaya tersebut perlu diperhitungkan karena turut memengaruhi besarnya biaya yang diperlukan untuk menghasilkan produk.

2.2 Analisis Cost Volume Profit (CVP)

Analisis *Cost Volume Profit* merupakan informasi keuangan yang penting bagi perusahaan yang digunakan untuk mengidentifikasi kondisi ekonomi dan bisnis, suatu divisi atau departemen dalam mengatasi masalah. analisis *Cost Volume Profit* (CVP) adalah suatu metodologi untuk memahami bagaimana perubahan pada harga, struktur biaya, dan kuantitas penjualan dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Ayu Setiyani et al., 2025).

Metode CVP digunakan sebagai alat perencanaan dan pengambilan keputusan, khususnya dalam menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba tertentu. Selain itu, analisis CVP juga membantu manajemen dalam menentukan harga jual, menghitung titik impas (Break Even Point), mengendalikan biaya operasional, serta menyusun strategi perusahaan agar dapat meningkatkan profitabilitas dan menjaga kelangsungan usaha.

2.2.1 Margin Kontribusi

Margin kontribusi adalah jumlah pendapatan yang tersisa setelah total penjualan dikurangi biaya variabel. Margin kontribusi merupakan cara untuk menguraikan tiap tiap unit produk atau jasa yang dijual oleh Perusahaan(Tungku et al., 2024). Melalui margin kontribusi, perusahaan dapat mengetahui seberapa besar kontribusi setiap produk atau jasa dalam menutupi biaya tetap serta menghasilkan laba bagi perusahaan. Semakin besar nilai margin kontribusi yang diperoleh, maka semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam mencapai

keuntungan. Margin kontribusi juga dapat dinyatakan dalam bentuk persentase, yang dikenal sebagai rasio margin kontribusi. Rasio ini mencerminkan porsi persentase dari nilai penjualan yang tersedia untuk menutupi biaya tetap sekaligus berkontribusi pada laba, dihitung melalui perbandingan antara margin kontribusi dengan nilai total penjualan.

Rumus margin kontribusi :

$$\text{Margin Kontribusi (Rp)} = \boxed{\text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}}$$

$$\text{Margin Kontribusi (Unit)} = \boxed{\text{Harga jual perunit} - \text{Biaya Variabel}}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \boxed{\phantom{\text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}}} \times 100\%$$

Sumber: Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2013).

2.2.2 Titik Impas (Break Event Point)

Analisis *Break Even Point* merupakan suatu teknik yang digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui volume penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian akan tetapi belum mendapatkan laba (Pada et al., 2024). Dengan kata lain, *Break Even Point* menunjukkan kondisi ketika total pendapatan perusahaan sama dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga perusahaan berada pada titik impas. Analisis ini sangat penting karena dapat membantu manajemen dalam menentukan batas minimum

sebelum perusahaan mengalami kerugian. Semakin tinggi nilai *Margin of Safety*, maka kondisi perusahaan dianggap semakin aman karena penjualan yang dicapai berada jauh di atas titik impas. Sebaliknya, apabila nilai *Margin of Safety* rendah, maka perusahaan memiliki risiko yang lebih besar terhadap penurunan penjualan. Oleh karena itu, analisis ini penting digunakan sebagai alat evaluasi dalam perencanaan laba dan pengambilan keputusan manajemen. Perhitungan *Margin of Safety* dilakukan dalam bentuk rasio, rupiah, dan unit untuk menunjukkan tingkat keamanan penjualan yang dimiliki perusahaan. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

MOS Rasio =

$$\text{MOS (Rp)} = \boxed{\text{Total Penjualan (Rp)} - \text{Penjualan BEP}}$$

$$\text{MOS (Unit)} = \boxed{\text{Total Penjualan (unit)} - \text{Penjualan BEP}}$$

Sumber Referensi: Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2013). *Akuntansi Manajerial* (Buku 2, Edisi 14).

2.2.4 Target Laba

Manajemen perusahaan dapat menggunakan analisis Cost Volume Profit (CVP) dalam penyusunan rencana kerja dan evaluasi kinerja. Analisis ini membantu memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba sehingga perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan usaha. Dengan adanya analisis CVP, perusahaan juga dapat memperkirakan tingkat penjualan yang harus

		Tanggung Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung)	
2.	Rina L 2018	Analisis Cost-Volume- Profit (CVP) dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Laba pada PT. Tropica Cocoprime	Hasil utama penelitian: Perubahan harga jual, biaya variabel, dan biaya tetap berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Perusahaan mampu mengetahui: Volume penjualan minimum agar tidak rugi (BEP), Batas aman penurunan penjualan (margin of safety), Penjualan yang harus dicapai untuk target laba 30%.
3.	Novia Astrid Silangen, David Paul Elia Saerang, Lady Diana Latjandu (2023)	Analisis <i>Cost Volume</i> <i>Profit</i> (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM Ayam Broiler Ibu Ramlah	BEP (unit) = 2.700 ekor ayam BEP (rupiah) = Rp 161.192.307 Contribution Margin Ratio = 13% Margin of Safety = Rp 933.807.693 Degree of Operating Leverage = 1,17 kali laba operasi
4.	Novia Astrid Silangen, David Paul Elia Saerang, Lady Diana Latjandu (2025)	Analisis <i>Cost Volume</i> <i>Profit</i> (CVP) untuk Perencanaan Laba pada PT. Hasjrat Abadi Manado	Perusahaan telah melampaui titik impas, memiliki batas aman penjualan yang sangat tinggi, dan mampu mencapai target laba. Analisis CVP efektif digunakan sebagai alat perencanaan laba pengambilan

			keputusan manajemen.
5.	Intan Ayu Setiyania, Dhira Alifah Nazahrab, Bintang Arbiawanc, Sabila Uluhiyad, Ninuk Riesmiyantiningtiase (2025).	“Implementasi Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) dalam Perencanaan Laba pada UMKM Tempe Pak Kusrandi di Tangerang”	Hasil analisis menunjukkan bahwa kenaikan biaya bahan baku menyebabkan HPP per unit meningkat, margin kontribusi menurun, dan BEP naik. Namun, UMKM tetap berada di atas titik impas karena volume penjualan masih jauh melebihi BEP serta memiliki <i>Margin of Safety</i> yang tinggi. Analisis CVP juga menunjukkan bahwa usaha relatif stabil dan dapat menjadi dasar dalam memahami struktur biaya, menentukan batas aman penjualan, serta menyusun perencanaan laba dan pengambilan keputusan.