

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian, Klasifikasi, dan Perilaku Biaya

2.1.1. Pengertian Biaya

Menurut *Usry*,

“Biaya adalah suatu nilai tukar prasyarat, pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat.”¹

Sedangkan *Niswonger Dkk* mengemukakan bahwa,

“Biaya adalah pembayaran kas atau ekuivalennya atau komitmen untuk membayar kas di masa depan dengan tujuan memperoleh pendapatan.”²

Diperjelas lagi oleh *Harnanto*,

“Biaya adalah jasa atau manfaat suatu sumber ekonomik yang telah digunakan atau dikeluarkan dalam rangka menciptakan pendapatan yang merupakan tujuan setiap unit usaha.”³

Milton F., *Usry, Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga, 1996, Hal.25
Niswonger, Warren, Reeve, Prinsip-Prinsip Akuntansi, Edisi 19 Jilid 2, Jakarta: Erlangga, 1999

Dari ketiga definisi di atas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan yang diukur dalam nilai uang, baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu dan dibebankan pada produk, serta akan ditransfer kepada pembeli sebagai konsumen untuk menanggungnya.

2.1.2. Klasifikasi biaya

Pengklasifikasian biaya diperlukan untuk mengemukakan data biaya yang dapat membantu manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk itu biaya dapat diklasifikasikan menjadi :

a. Pengklasifikasian biaya objek atas dasar pengeluaran, yaitu berupa penjelasan singkat mengenai objek suatu pengeluaran. Jika perusahaan mengeluarkan uang untuk membayar advertensi, maka pengeluaran tersebut akan digolongkan sebagai biaya advertensi. Pengeluaran uang untuk lembur karyawan digolongkan sebagai biaya lembur. Biaya untuk mengolah bahan baku untuk menjadi suatu produk dibagi menjadi golongan besar, yaitu ;

- 1) Biaya bahan baku
- 2) Biaya tenaga kerja
- 3) Biaya overhead pabrik

b. Pengklasifikasian biaya atas dasar fungsi-fungsi pokok dalam perusahaan

1) Biaya produksi

Dibagi menjadi 3 elemen, yaitu :

- a) Biaya bahan baku
- b) Biaya tenaga kerja
- c) Biaya overhead pabrik

Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja disebut juga dengan istilah *prime cost*, sedangkan biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik disebut dengan istilah *conversion cost*.

2) Biaya administrasi dan umum

Adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan-kegiatan yang tidak dapat diidentifikasi dengan aktivitas produksi maupun pemasaran. Biaya administrasi dan umum adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan penyusunan kebijaksanaan dan pengarahan perusahaan-perusahaan secara keseluruhan.

Contoh :

Biaya-biaya bagian akuntansi dan personalia, gaji direksi, sumbangan-sumbangan, gaji eksekutif, biaya telepon, dan lain-lain.

3) Biaya pemasaran

Adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam hubungannya dengan usaha untuk memperoleh pesanan dan memenuhi pesanan. Untuk memenuhi pesanan, perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya angkutan, biaya asuransi, dan biaya lain-lain agar produk sampai ke tangan pembeli. Sedangkan untuk memperoleh pesanan, perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya untuk menarik minat pembeli dengan cara mengadakan promosi penjualan.

- c. Pengklasifikasian biaya atas dasar hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dibagi menjadi 2 golongan, yaitu :

- 1) Biaya langsung

Adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai.

Contoh;

Perusahaan percetakan yang produknya terdiri dari teks, majalah, dan kartu nama, dalam hubungannya dengan produk harga pokok kertas yang dipakai merupakan biaya langsung.

- 2) Biaya tidak langsung

Adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh karena sesuatu yang dibiayai.

Contoh :

Biaya listrik, biaya penyusutan gedung, biaya pemeliharaan aktiva tetap.

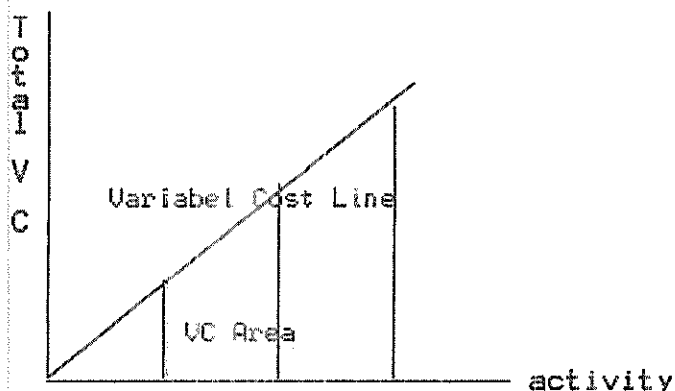
2.1.3. Perilaku Biaya

Pengklasifikasian biaya sesuai dengan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

Untuk kepentingan pengendalian biaya dan pengambilan keputusan, biaya dapat diklasifikasikan sesuai dengan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, yaitu :

1) Biaya variabel

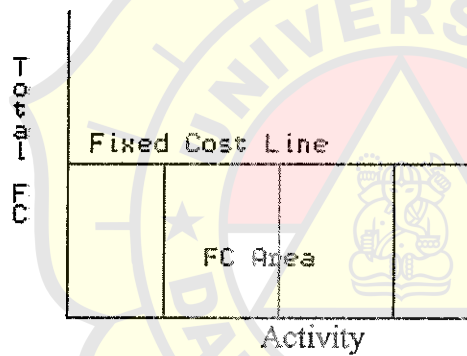
Biaya variabel adalah jenis biaya yang selalu berubah sesuai dengan perubahan volume atau jumlah penjualan. Dengan demikian biaya variabel dapat dihitung berdasarkan prosentase tertentu dari penjualan, secara grafis jenis biaya ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2-1
Variable Cost Line

2) Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak terpengaruh adanya perubahan volume kegiatan dalam batas-batas tertentu. Secara grafis biaya ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2-2
Fixed Cost Line

3) Biaya semi variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang merupakan campuran antara biaya tetap dan biaya variabel. Untuk memecah semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel dapat dihitung berdasarkan metode titik tertinggi dan terendah, dimana metode ini mengadakan perbandingan. Suatu biaya

pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dan terendah dimasa yang lalu.

Contoh :

Misalkan bahwa biaya pemeliharaan untuk PT. "X" pada semester pertama 200x :

Bulan	Jam Kerja Langsung	Biaya
Januari	6000	Rp 85.000,00
Febuari	7500	Rp 95.000,00
Maret	5000	Rp 70.000,00
April	4000	Rp 50.000,00
Mei	7000	Rp 90.000,00
Juni	8000	Rp100.000,00

Karena total biaya naik ketika tingkat aktivitas naik, maka jelas terdapat beberapa elemen biaya variabel. Untuk memisahkan elemen biaya variabel dari elemen biaya tetap perlu mengaitkan perubahan jam kerja langsung antara titik tertinggi dan titik terendah pada perubahan biaya dalam periode yang sama, adalah sebagai berikut :

	Jam Kerja Langsung	Biaya Pemeliharaan
Titik tertinggi	8000	Rp100.000,00
Titik terendah	4000	Rp 60 000,00
Selisih	4000	Rp 40.000,00

Biaya variabel = $\text{Rp } 40.000,00 : 4.000 = \text{Rp } 10,00$ per jam kerja langsung.

Perhitungan biaya tetap di dalam biaya pemeliharaan adalah sebagai berikut :

Kegiatan	Tingkat Kegiatan Tertinggi	Tingkat Terendah
Biaya pemeliharaan yang terjadi	Rp 100.000,00	Rp 60.000,00
Biaya pemeliharaan :		
Rp10 x 8000	Rp 80.000,00	
Rp10 x 4000		Rp 40.000,00
Biaya pemeliharaan tetap	Rp 20.000,00	Rp 20.000,00

Jadi biaya pemeliharaan terdiri dari :

- Biaya variabel sebesar Rp 10,00 per jam kerja langsung
- Biaya tetap sebesar Rp 20.000,00 per bulan

Jika fungsi biaya pemeliharaan tersebut dinyatakan secara matematis akan berfungsi linear sebagai berikut :

$$Y = 20.000 + 10x$$

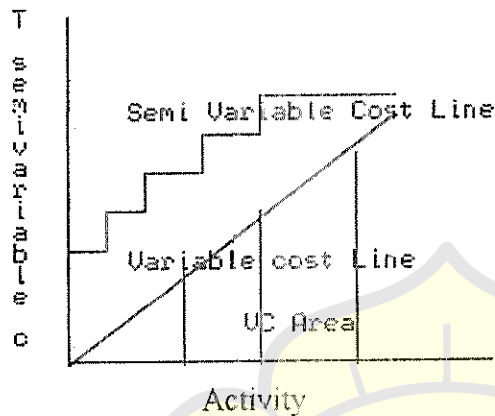
Keterangan :

Y = Biaya pemeliharaan

X = Volume kegiatan yang dinyatakan dalam jam kerja langsung

Yang tergolong dalam jenis biaya ini, mungkin akan tetap dalam *range* atau volume tertentu dan mungkin juga naik

pada level yang lebih tinggi. Bila digambarkan dalam grafik akan terlihat pada gambar 2-3.



Gambar 2-3

Semi Variable Cost

2.2 Direct Costing dan Full Costing

2.2.1. Direct Costing

Direct Costing adalah :

“ cara menghitung biaya unit dimana hanya diperhitungkan biaya-biaya variabel saja. Biaya-biaya tetap tidak diperhitungkan, karena (menurut penganut *direct costing*), biaya ini tidak merupakan fungsi dari waktu.”⁴

Sedangkan menurut Niswoner Dkk., mengemukakan bahwa:

⁴Supriyono, R.A, *Akuntansi Biaya*, Pengumpulan Biaya dan Harga Pokok, Edisi 2 Buku I, Yogyakarta, BPFE, 1992, Hal.318

“ *Direct costing* adalah hanya biaya manufaktur variabel (bahan langsung, tenaga kerja langsung, dana overhead pabrik variabel) yang dimasukkan dalam biaya produksi.”⁵

Dari kedua definisi di atas terlihat adanya pemisahan biaya-biaya antara biaya tetap dan biaya variabel sehingga menimbulkan suatu konsep dalam manajemen dimana *direct costing* membantu manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi biaya-biaya yang terjadi akibat perubahan tingkat produksi.

Laporan Laba Rugi Menurut Metode <i>Direct Costing</i>		
Hasil penjualan		xxx
Dikurangi biaya-biaya variabel :		
Biaya produksi variabel	xxx	
Biaya pemasaran variabel	xxx	
Biaya administrasi dan umum	<u>xxx</u>	<u>xxx</u>
Contribusi margin		xxx
Dikurangi biaya-biaya tetap :		
Biaya produksi tetap	xxx	
Biaya pemasaran tetap	xxx	
Biaya administrasi dan umum tetap	<u>xxx</u>	<u>xxx</u>
Laba bersih sebelum pajak		xxx

Laporan laba rugi menurut *direct costing* menitikberatkan pada

⁵ Niswonger, Loc.cit, Hal 228

penyajian biaya sesuai dengan volume kegiatan dimana biaya tetap disajikan dalam satu kelompok tersendiri yang harus ditutup dengan *contribution margin* yang diperoleh perusahaan, sebelum timbul laba bersih.

Harga pokok produk menurut metode *direct costing* terdiri dari :

Biaya bahan baku variabel	Rp xxx
Biaya tenaga kerja variabel	Rp xxx
Biaya overhead variabel	<u>Rp xxx</u>
Harga pokok produksi	Rp xxx

2.2.2. Full Costing

Menurut Samryn,

“*Full costing* adalah suatu pendekatan, dimana semua biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead diperhitungkan sebagai harga pokok produk tanpa memperhatikan perilakunya.”⁶

Biaya bahan baku	Rp xxx
Biaya tenaga kerja	Rp xxx
Biaya overhead pabrik tetap	<u>Rp xxx</u>

⁶ Samryn, *Akuntansi Manajerial, Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001

Harga pokok produksi	Rp xxx
----------------------	--------

Laporan Laba Rugi menurut <i>Full Costing</i>	
Penjualan	Rp xxx
Harga pokok penjualan(termasuk BOP tetap)	Rp xxx
Laba bruto	Rp xxx
Biaya administrasi dan umum	Rp xxx
Biaya pemasaran	<u>Rp xxx</u> <u>Rp xxx</u>
Laba bersih usaha	Rp xxx

3) Contribution Margin

Menurut Mas'ud, mengemukakan bahwa :

“*Contribution margin* adalah merupakan selisih lebih hasil penjualan terhadap seluruh biaya variabel.”⁷

Sedangkan Supriyono, mengemukakan bahwa :

“*Contribution margin* adalah pendapatan penjualan dikurangi semua biaya variabel..”⁸

Contribution margin menunjukkan jumlah yang tersedia untuk menutup semua biaya tetap. Setelah biaya tetap tertutup maka sisanya adalah laba yang diperoleh perusahaan pada periode yang bersangkutan.

Mas'ud, *Akuntansi Manajemen*, Edisi 5: Buku 1, Yogyakarta: BPFE UGM, 1996, Hal.127
Supriyono, *Loc.cit.*, Hal.169

Jika *Contribution margin* tidak cukup untuk menutup biaya tetap, maka terjadi rugi pada periode tersebut.

Contoh :

Perusahaan 'X' memproduksi satu jenis produk, yaitu alat pemanggang makanan untuk rumah tangga. Alat tersebut dijual Rp25.000,00 per buah, besarnya biaya variabel adalah Rp15.000,00 per buah, besarnya biaya total tetap Rp3.000.000,00 per tahun.

Dari data dapat menghasilkan *Contribution margin* sebesar Rp10.000,00. Jika yang terjual 200 buah produk, maka tersedia *Contribution margin* $200 \times \text{Rp}10.000,00$ sama dengan Rp2.000.000,00, sehingga *Contribution margin* yang dihasilkan tidak cukup untuk menutupi semua biaya tetap, sehingga perusahaan mengalami rugi.

Apabila perusahaan 'X' meningkatkan penjualannya menjadi 300 buah, maka perusahaan mencapai impas dan apabila perusahaan meningkatkan penjualan menjadi 400 buah, maka *Contribution margin* dapat menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba bersih.

Contribution margin merupakan data penting untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan apabila suatu produk harus dihentikan. Dalam jangka pendek, apabila hasil penjualan suatu produk melebihi biaya variabelnya, maka produk tersebut memberikan kontribusi dalam menghasilkan laba secara keseluruhan.

2.4 Break Even Point

Adalah suatu keadaan dimana jumlah penjualan sama dengan jumlah biaya atau keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi atau laba perusahaan sama dengan nol. *Break Even Point* dapat dicapai dengan persamaan atau dengan pendekatan grafik.

2.4.1. Pendekatan Persamaan

Ada dua bentuk pendekatan persamaan, yaitu :

2.4.1.1 Persamaan Biasa

Break Even Point dengan pendekatan persamaan biasa dapat dicari dengan menentukan laba sama dengan 0 (nihil), yaitu :

$$\text{Penjualan} - (\text{Biaya variabel} + \text{Biaya Tetap}) = 0$$

Atau

$$\text{Penjualan BEP} = \text{Biaya variabel} + \text{Biaya Tetap}$$

Contoh :

Seorang pengusaha keramik menjual dengan harga jual Rp250,00 per buah. Biaya variabel setiap keramik Rp150,00, sedangkan biaya tetap Rp7500,00.

Berdasarkan data tersebut di atas, perhitungan *Break Even Point* dalam penjualan keramik adalah :

Karena volume penjualan tidak diketahui, sehingga dimisalkan dengan X.

$$\text{Maka } \textit{Break Even Point} = 250 X = 150 X + \text{Rp}7.500,00$$

$$\text{Rp}7.500,00 = 250 X - 150 X$$

$$100 X = \text{Rp}7.500,00$$

$$X = \text{Rp}75,00$$

$$X = \text{Volume penjualan}$$

Jadi volume terendah yang harus dicapai setiap hari agar perusahaan tidak menderita rugi adalah 75 unit (75 buah keramik) atau $75 \times \text{Rp}250,00 = \text{Rp}18.750,00$.

Dengan penjualan sebesar Rp18.750,00 setiap hari, maka perusahaan tidak mendapat laba juga tidak mendapat rugi atau pengusaha tersebut ada dalam keadaan *Break Even Point*. Dalam penjualan sebanyak 75 unit per buah setiap hari, dengan hasil penjualan Rp18.750,00 dapat menutupi biaya variabel $75 \times \text{Rp}250,00 = \text{Rp}18.750,00$ dan biaya tetap Rp7.500,00.

2.4.1.2 Persamaan Contribution Margin

Break Even Point bisa juga dicari dengan pendekatan *marginal income (Contribution Margin)*. *Contribution Margin* sama dengan penjualan dikurangi biaya variabel.

Dalam contoh di atas *Contribution Margin* per unit :

$$\text{Rp}250,00 - \text{Rp}150,00 = \text{Rp}100,00$$

Break Even Point dalam unit :

Biaya tetap + Laba yang diinginkan

Contribution Margin

$$= \frac{7500 + 0}{100}$$

100

$$= 75 \text{ unit}$$

Break Even Point dalam rupiah :

Biaya tetap + Laba yang diinginkan

Rasio *Contribution Margin* (dalam %)

$$= \frac{Rp7500,00 + 0}{100/250}$$

100/250

$$= \frac{Rp7500,00}{0.40}$$

0.40

$$= Rp18.750,00$$

Atau :

Biaya tetap sales – Biaya variabel

Sales

Biaya tetap

1- Biaya variabel

Sales

$$\text{Break Even Point} = \frac{Rp7500,00}{1 - \frac{150}{250}}$$

1 - 150

250

$$= \underline{\text{Rp}7500,00}$$

$$0.40$$

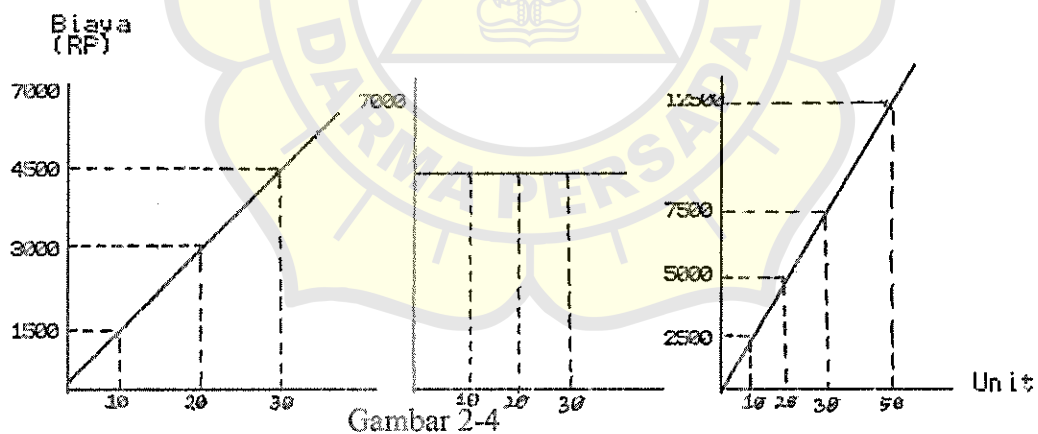
$$= \text{Rp}18.750,00$$

2.4.2 Pendekatan Grafik

Penentuan *Break Even Point* dengan pendekatan grafik dapat dilakukan melalui beberapa tahapan :

Tahap pertama

Dengan menentukan grafik biaya variabel, grafik biaya tetap, dan grafik penjualan sebagai contoh angka-angka diambil dari soal contoh di atas.



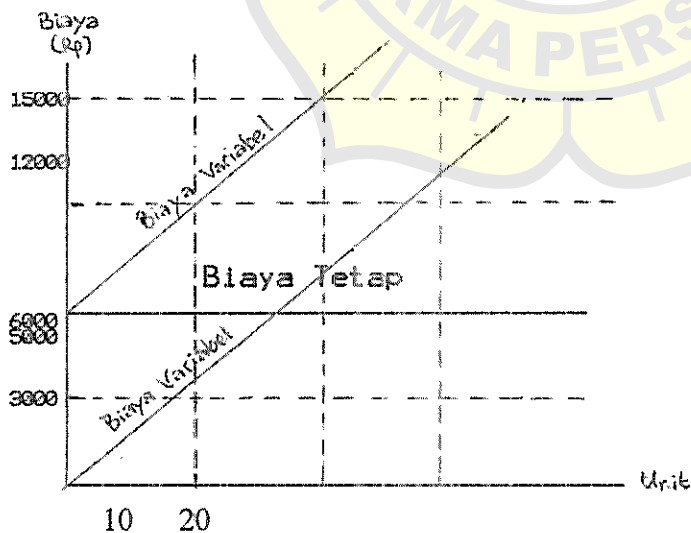
Grafik biaya variabel, biaya tetap, dan penjualan

Keterangan gambar :

- Biaya variabel naik proporsional sesuai dengan kenaikan unit.
10 unit biaya variabel Rp1.500,00, 20 unit biaya variabel Rp3.000,00, dan seterusnya.
- Biaya tetap sesuai dengan namanya, jumlahnya tetap walaupun unit penjualan berubah-ubah, yaitu Rp7.500,00.
- Penjualan sifatnya juga proporsional dengan unit yang dijual.
Untuk 10 unit penjualan Rp2.500,00 dan penjualan 20 unit, maka hasil penjualan Rp5.000,00.

Tahap kedua

Grafik biaya tetap dan biaya variabel dijadikan satu grafik, yaitu dengan menambah antara garis biaya variabel dan biaya tetap. Hal ini dapat dilakukan terhadap biaya variabel terlebih dahulu (dimulai dari 0), atau dapat pula biaya variabel dimulai setelah biaya tetap.



Gambar 2-5

Grafik biaya tetap dan biaya variabel

Keterangan gambar :

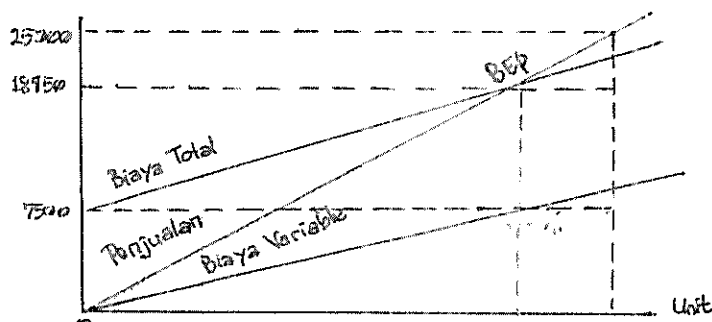
- Apabila produk yang dijual 20 unit, maka didapat biaya variabel sebesar Rp3.000,00 dan biaya tetap sebesar Rp7.500,00 atau biaya total Rp10.000,00.
- Sedangkan waktu produksi yang dijual 60 unit, maka biaya variabel menjadi Rp9.000,00 dan biaya tetap Rp7.500,00 atau biaya total naik Rp16.500,00, dan seterusnya.

Tahap Ketiga

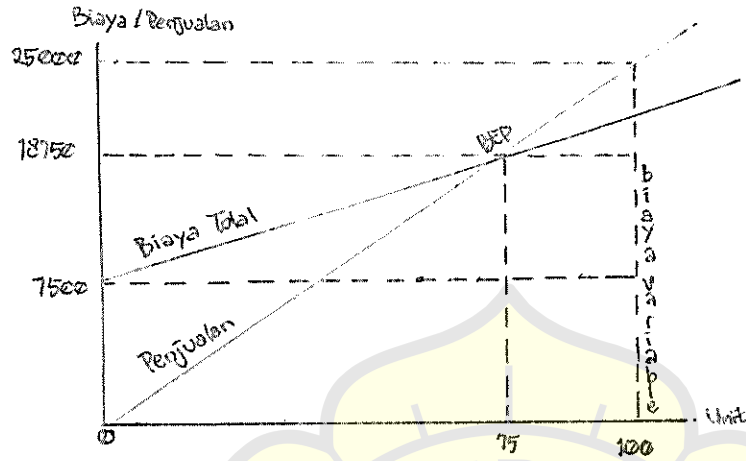
Tahap berikutnya menjadikan satu ketiga elemen *Break Even Point* tersebut, yaitu biaya variabel, biaya tetap, dan penjualan. Untuk menggambarkan grafik *Break Even Point* tahap ketiga ini dapat dibukukan dengan 2 cara, yaitu :

1. Biaya variabel dari nol dan biaya tetap dari Rp7.500,00
2. Biaya variabel atas biaya tetap (Rp7.500,00)

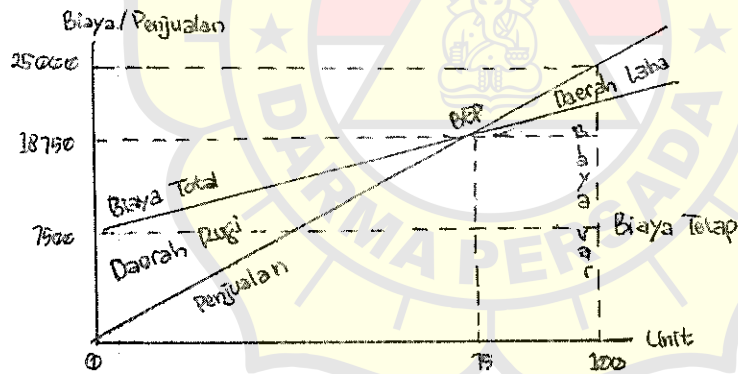
Pada tahap terakhir akan diketahui sekaligus *Break Even Point* dalam unit dan dalam rupiah. Pada waktu penjualan Rp18.750,00 terjadi *Break Even Point* atau berjumlah 75 unit.



Gambar 2-6

Grafik *Break Even Point* (cara I)

Gambar 2-7

Grafik *Break Even Point* (cara II)

Gambar 2-8

Grafik *Break Even Point* yang digambarkan secara menyeluruh

unsur-unsurnya

Keterangan gambar :

- *Break Even Point* dicapai pada penjualan Rp18.750,00 per 75 unit.
- Daerah rugi menunjukkan apabila penjualan dibawah 75 unit berarti perusahaan tersebut menderita rugi, misalnya pada penjualan 60 unit atau Rp15.000,00 perusahaan menderita kerugian sebesar :

Penjualan 60 x Rp250,00	Rp15.000,00
Biaya variabel 60 x Rp150,00	Rp 9.000,00
<i>Contribution Margin</i>	Rp 6.000,00
Biaya Tetap	(Rp 7.500,00)
Rugi	(Rp 1.500,00)

- Daerah laba menunjukkan bahwa penjualan perusahaan didaerah tersebut akan memperoleh laba, misalnya penjualan sebesar 90 unit dengan hasil penjualan Rp22.500,00dimana seluruh biaya Rp21.000,00 dan laba Rp1.500,00.

Break Even Point per unit

Pada perusahaan dimana harga jual produknya ditentukan dari biaya per unit (ditambah dengan laba per unit yang diinginkan), maka sangat penting untuk mengetahui berapa total

biaya per unit (biaya tetap ditambah biaya variabel). Karena hal ini akan mempengaruhi penentuan harga jual.

Apabila perusahaan menginginkan menyusun *Break Even Point* per unit point, maka bisa dilihat dari tingkah laku biaya per unit (biaya tetap ditambah biaya variabel), karena hal ini akan mempengaruhi penentuan harga jual.

Biaya variabel mempunyai sifat tetap per unit dan biaya tetap mempunyai sifat makin menurun dengan adanya unit yang ditambah.

Contoh :

Perusahaan X mempunyai budget penjualan sebesar 10.000 unit; harga jual per unit Rp2000,00, biaya variabel total Rp6.000.000,00 atau Rp600,00 per unit dan biaya total tetap Rp3.500.000,00.

Pada kondisi semacam ini *break even* total Rp5.000.000,00, yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Break Even Point} &= \frac{\text{Rp3.500.000,00}}{1 - \frac{600}{2000}} \\ &= \text{Rp5.000.000,00 atau 2.500 unit} \end{aligned}$$

Biaya tetap per unit pada saat unit penjualan 1.000 :

$$\frac{\text{Rp3.500.000,00}}{1.000} = \text{Rp3.500,00}$$

Biaya tetap per unit pada saat unit penjualan 2.500 :

$$\frac{\text{Rp}3.500.000,00}{2.500} = \text{Rp}1.400,00$$

2.500

Jadi *Break Even Point* per unit dicapai pada saat penjualan sebesar 2.50 unit. Pada saat itu jumlah biaya dalam unit adalah Rp2.000,00, yaitu biaya variabel per unit Rp600,00 dan biaya tetap per unit Rp1.400,00.

2.5 Biaya Volume Laba

Konsep biaya volume laba dapat dipakai manajemen untuk menghadapi berbagai kemungkinan kondisi yang dapat mempengaruhi pembuatan keputusan dan perencanaan laba melalui analisis sensitivitas, yaitu analisa terhadap perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi laba.

Faktor-faktor tersebut meliputi :

- Perubahan jumlah biaya tetap dan volume penjualan
- Perubahan biaya variabel dan volume penjualan
- Perubahan harga jual, biaya tetap, dan volume penjualan
- Perubahan biaya variabel, biaya tetap, dan volume penjualan
- Penentuan harga jual per unit pesanan khusus

Beberapa contoh penerapan konsep hubungan biaya volume laba.

Contoh tersebut didasarkan pada data perusahaan 'X' sebagai berikut:

	Per unit	Persentase
Harga jual	Rp25.000,00	100%

Biaya variabel	Rp15.000,00	60%
Laba contribution	Rp10.000,00	40%
Total biaya tetap per tahun Rp3.000.000,00		

Perubahan total biaya tetap dan volume penjualan

Contoh :

Perusahaan 'X' pada saat ini menjual 400 unit produk. Manajer penjualan perusahaan tersebut memperkirakan bahwa jika biaya advertensi ditingkatkan Rp1.000.000,00, penjualan dapat dinaikkan menjadi 520 unit produk.

Apakah rencana peningkatan advertensi tersebut diterima manajer ?

Penyelesaian :

Kenaikan laba kontribusi (520-400) Rp10.000,00	Rp1.200.000,00
Kenaikan biaya advertensi (biaya tetap)	Rp1.000.000,00
Kenaikan laba bersih	Rp 200.000,00

Atas dasar perhitungan tersebut di atas bahwa rencana menaikkan biaya advertensi akan meningkatkan laba bersih sebesar Rp200.000,00 maka rencana tersebut sebaiknya dilaksanakan.

Perubahan biaya variabel dan volume penjualan

Contoh :

Perusahaan 'X' saat ini dapat menjual 400 unit per periode manajemen memperkirakan bahwa pergantian komponen pembuat produk akan dapat mengurangi biaya variabel sebesar Rp2.500,00 menjadi Rp1.250,00 per unit.

Akan tetapi manajer penjualan memperkirakan bahwa penggantian komponen tersebut mengakibatkan volume penjualan turun 50 buah atau menjadi 350 buah. Apakah penggantian komponen tersebut akan dilaksanakan ?

Penyelesaian :

Total <i>contribution margin</i> yang diharapkan (350 x Rp1.250,00)	Rp4.375.000,00
Total kontribusi saat ini (400 x Rp10.000,00)	<u>Rp4.000.000,00</u>
Kenaikan jumlah <i>contribution margin</i>	Rp 375.000,00

Dari perhitungan tersebut di atas tampak bahwa penggantian komponen mengakibatkan kenaikan *contribution margin* Rp375.000,00 sehingga laba bersih juga anggaran biaya advertensi sebesar Rp1.500.000,00 per periode. Manajemen memperkirakan jangka kedua langkah tersebut dilaksanakan dapat meningkatkan penjualan 50% atau naik sebesar Rp375.000,00. Karena itu penggantian komponen tersebut sebaiknya dilaksanakan.

Perubahan harga jual, biaya tetap, dan volume penjualan

Contoh :

Perusahaan menjual 400 unit produk satu periode. Dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan akan menurunkan harga jual sebesar Rp2.000,00 atau *contribution margin* yang baru Rp8.000,00 dan meningkatkan menjadi 600 unit. Apakah rencana ini akan dilaksanakan ?

Penyelesaian :

<i>Contribution margin</i> yang baru (600 x Rp8.000,00)	Rp4.800.000,00
Jumlah <i>contribution margin</i> saat ini (400 x Rp10.000,00)	<u>Rp4.000.000,00</u>
Kenaikan <i>contribution margin</i>	Rp 800.000,00
Kenaikan biaya tetap	<u>Rp1.500.000,00</u>
Penurunan laba bersih	Rp 700.000,00

Karena rencana di atas mengakibatkan penurunan laba bersih sebesar Rp700.000,00, maka sebaiknya rencana tersebut tidak dilaksanakan.

Perubahan biaya variabel, biaya tetap, dan volume penjualan

Contoh :

Perusahaan menjual 400 unit. Manajer mengusulkan untuk mengubah pemberian komisi pada para agen, komisi tersebut semula jumlahnya tetap yaitu sebesar Rp600.000,00 diusulkan besarnya komisi dihitung dari jumlah produk yang dijual, yang baru tersebut diharapkan

penjualan dapat meningkat 15% atau menjadi 460 unit. Apakah usulan perubahan tersebut sebaiknya diterima ?

Penyelesaian :

Perubahan sistem pemberian komisi mengakibatkan penurunan tetap sebesar Rp600.000,00 sehingga biaya tetap yang baru adalah Rp2.400.000,00. Sebaiknya biaya variabel per unit mengalami kenaikan sebesar Rp1.500,00, sehingga menjadi Rp16.500,00 per unit, maka *contribution margin* per unit turun Rp1.500,00 menjadi Rp8.500,00.

Jika usulan dilaksanakan maka perubahannya terhadap laba perusahaan adalah sebagai berikut :

Total <i>contribution margin</i> yang diharapkan (460 x Rp8.500,00)	Rp3.910.000,00
Jumlah <i>contribution margin</i> saat ini (400 x Rp10.000,00)	<u>Rp4.000.000,00</u>
Penurunan <i>contribution margin</i>	Rp 90.000,00
Penurunan biaya tetap	<u>Rp 600.000,00</u>
Kenaikan laba bersih	Rp 510.000,00

Karena perubahan sistem komisi tersebut dapat meningkatkan laba bersih sebesar Rp510.000,00, maka sebaiknya usulan tersebut dilaksanakan.

Penentuan harga jual per unit pesanan khusus

Contoh :

Kembali ke data perusahaan 'X' semula. Perusahaan menjual 400 unit produk. Manajer penjualan menerima pesanan khusus yang berasal dari instansi pemerintah untuk membeli 150 buah produk perusahaan yang akan dibagikan kepada keluarga PKK di daerah-daerah. Instansi tersebut meminta agar dapat membeli dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga jual untuk umum. Jika pesanan tersebut diterima, jumlah biaya tetap tidak berubah. Perusahaan menginginkan laba dari pesanan tersebut hanya Rp300.000,00. Berapa harga jual produk kepada instansi tersebut ?

Penyelesaian :

Biaya variabel per unit	Rp15.000,00
Laba per unit produk yang diinginkan (Rp300.000,00 : 150)	<u>Rp 2.000,00</u>
Harga jual pesanan khusus	Rp17.000,00

Agar perusahaan memperoleh laba sebesar Rp300.000,00, maka harga jual produk yang dikenakan terhadap instansi pemerintahan tersebut adalah sebesar Rp17.000,00.

2.6 Margin of Safety

Margin of safety adalah selisih antara jumlah penjualan yang ditargetkan dengan jumlah penjualan pada keadaan *break even point*.

Apabila *Margin of safety* dijabarkan dalam persentase disebut *ratio Margin of safety*.

Margin of safety menunjukkan batas seberapa besar penjualan dapat turun, tetapi perusahaan tidak menderita rugi dan tidak memperoleh laba (*break even*).

Dari pengertian di atas dapat dibuat rumus sebagai berikut :

$$\text{Margin of safety} = \text{Budget penjualan} - \text{Penjualan pada Break even point}$$

Sedangkan *ratio Margin of safety* dapat dicari dengan rumus :

$$\frac{\text{Budget penjualan} - \text{Penjualan pada Break even point}}{\text{Budget penjualan}} \times 100\%$$

Contoh :

Diambil dari contoh *Break even point* per unit penjualan yang ditargetkan 10.000 unit @ Rp2000,00 atau Rp20.000.000,00 dengan biaya variabel Rp600,00 per unit atau Rp6.000.000,00 (pada penjualan budget), dan biaya tetap Rp3.500.000,00, serta *Break even point* Rp5.000.000,00.

Margin of safety dalam rupiah :

$$= \text{Rp}20.000.000,00 - \text{Rp}5.000.000,00$$

$$= \text{Rp}15.000.000,00$$

Ratio *Margin of safety* sebesar :

$$\frac{\text{Budget penjualan} - \text{Penjualan pada Break even point}}{\text{Budget penjualan}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} & \text{Budget penjualan} \\ = & \frac{\text{Rp20.000.000,00} - \text{Rp5.000.000,00}}{\text{Rp20.000.000,00}} \times 100\% \\ = & 75\% \end{aligned}$$

Dari data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa apabila volume yang ditargetkan tidak dapat dicapai maka penurunan penjualan yang boleh terjadi hanyalah sebesar Rp15.000.000,00 atau hanya 75% dari volume penjualan yang ditargetkan, agar perusahaan tidak menderita kerugian.

Angka *Margin of safety* ini memberikan informasi sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan tersebut boleh turun agar supaya perusahaan tidak menderita rugi. Dengan kata lain *Margin of safety* adalah tingkat keamanan dari volume penjualan.