

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Akuntansi Manajerial

Dalam Perusahaan akuntansi manajerial sangat penting untuk menyediakan data yang diperlukan bagi manajer untuk membuat Keputusan yang tepat dan berkontribusi terhadap kemajuan Perusahaan. Menurut Maryanne M. Mowen akuntansi manajerial adalah penyediaan informasi akuntansi bagi pengguna internal Perusahaan.¹ Akuntansi Manajerial merupakan sistem akuntansi internal Perusahaan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi manajer terkait dengan operasional Perusahaan. Dalam akuntansi manajerial terdapat 3 tujuan dalam penyusunannya:

1. Menyediakan informasi terkait dengan perencanaan kegiatan organisasi

Menurut Hansen mowen perencanaan adalah aktivitas manajerial yang membahas terkait aktivitas atau kegiatan strategis untuk mencapai sebuah tujuan Perusahaan.² Perencanaan Perusahaan memerlukan tujuan atau target tertentu dan merencanakan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Sehingga dalam proses perencanaan ini seorang manager tentunya mengarah pada pencapaian dari tujuan yang ditentukan Perusahaan. Sehingga dengan adanya perencanaan sebelumnya dapat dilakukan evaluasi dan identifikasi terkait kebutuhan yang diperlukan untuk mencapai tujuan Perusahaan.

2. Menyediakan informasi terkait dengan pengendalian kegiatan organisasi

Setelah manajer membuat sebuah perencanaan, rencana tersebut harus diimplementasikan dan memastikan bahwa rencana tersebut sudah sesuai dan berjalan dengan sebagaimana mestinya. Menurut Hansen Mowen pengendalian adalah aktivitas dari manajerial untuk mengawasi atau memonitor terkait dengan implementasi rencana

¹ Maryanne M. Mowen, Don R. Hansen. . Edisi 5. (Jakarta : salemba empat. 2017) hal 4

² Don R. Hansen. . (Jakarta : Salemba Empat. 2012) Hal 8

dan melakukan perbaikan sesuai kebutuhan.³ Sehingga dalam proses pengendalian Perusahaan dapat membuat evaluasi atau memperbaiki strategi yang dilakukan dalam pengimplementasian sebuah perencanaan.

3. Menyediakan informasi terkait dengan pengambilan Keputusan yang efektif

Dalam perencanaan dan pengendalian, manajer Perusahaan harus menetapkan Keputusan dalam beberapa metode atau tujuan yang direncanakan, sehingga dalam penerapannya dapat memaksimalkan penggunaan metode yang sesuai untuk pencapaian tujuan Perusahaan.

Dalam perencanaan, pengendalian, dan pengambilan Keputusan seorang manajer Perusahaan dapat menggunakan beberapa metode analisis atau satu metode analisis yang sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Menurut Maryanne M. Mowen terdapat beberapa metode dalam akuntansi manajerial, yaitu:⁴

a) Cost Volume Profit Analyse (CVP)

Dalam penerapannya analisis menggunakan metode *Cost Volume Profit* merupakan salah satu alat untuk membuat strategi dalam pengambilan Keputusan Perusahaan. Menurut Maryanne M. Mowen analisis *Cost Volume Profit* adalah sebuah metode untuk menganalisa, mengidentifikasi, dan mengetahui perubahan biaya yang terjadi baik biaya variabel maupun tetap terhadap peningkatan atau penurunan dari volume penjualan dan perubahan harga dalam mempengaruhi laba perusahaan.⁵ Sehingga CVP merupakan metode yang tepat untuk Perusahaan dalam pengambilan sebuah Keputusan. Dalam penerapannya CVP merupakan analisis yang paling adaptif dan luas untuk digunakan oleh manajer Perusahaan dalam mengambil Keputusan yang lebih baik.

³ Ibid Hal 8

⁴ Maryanne M. Mowen, Don R. Hansen. . (Jakarta : salemba empat. 2017) hal 158

⁵ , hal 159

b) Activity Based Costing Analyse (ABC)

Activity Based Costing Analyse digunakan Perusahaan sebagai metode dalam perencanaan biaya yang dibutuhkan. Menurut Maryanne M. Mowen *Activity Based Costing Analyse* adalah pendekatan yang digunakan untuk menghitung biaya produk atau jasa, dengan fokus pada biaya yang timbul dari berbagai aktivitas yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa.⁶ Metode ini membagi biaya overhead pabrik ke dalam aktivitas – aktivitas yang dilakukan selama proses produksi, sehingga pengendalian biaya dapat dilakukan dengan lebih tepat.

Dalam penerapannya, kedua metode tersebut memiliki kriteria tertentu yang berkaitan dengan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan Keputusan dalam Perusahaan. Hal ini dikarenakan perbedaan dari tujuan dan penerapan untuk kepentingan Perusahaan. *Activity Based Costing* memiliki karakteristik dalam pengendalian biaya dalam Perusahaan, sehingga manajer dapat mengetahui biaya overhead pabrik atau biaya aktivitas lain yang dapat mempengaruhi laba Perusahaan, namun dalam penerapan dalam pengambilan Keputusan cenderung lebih kompleks dikarenakan mempertimbangkan banyak aspek sebelum pengambilan Keputusan, sehingga tidak dapat menggunakan analisis tersebut untuk pengambilan Keputusan jangka pendek. Sedangkan, *Cost Volume Profit Analyse* memiliki karakteristik kuat dari segi penerapan analisis dalam pengambilan Keputusan jangka pendek, sehingga memudahkan manajemen dalam pengambilan Keputusan secara cepat, efektif, dan menyeluruh karena dalam analisis ini mengandung seluruh informasi yang berhubungan dengan penentuan perencanaan Perusahaan.

⁶ , hal 376

B. Biaya

Dalam akuntansi manajerial, salah satu aspek penting dalam perencanaan adalah penentuan biaya produk atau jasa yang dihasilkan, sehingga menjadi fokus perhatian bagi manajer Perusahaan. Dengan demikian, manajer dapat memahami aliran biaya dan menyadari peran penting biaya sebagai salah satu elemen utama dalam proses pengambilan Keputusan. Menurut Dermawan Sjahrial, Biaya adalah kas atau setara kas yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat bagi perusahaan baik saat ini maupun dimasa depan.⁷ Bagi Perusahaan, biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat di masa depan dianggap sebagai pendapatan. Agar Perusahaan dapat terus beroperasi dengan baik, pendapatan harus lebih besar dibandingkan beban yang dikeluarkan sehingga Perusahaan dapat memperoleh keuntungan.

Menurut Maryanne M. Mowen, Biaya merupakan ukuran dari penggunaan sumber daya yang dibutuhkan untuk memperoleh keuntungan atau laba tertentu, manajer perusahaan berupaya untuk meminimalkan biaya yang digunakan dalam memperoleh keuntungan sehingga lebih efisien.⁸ Perilaku biaya merupakan istilah umum yang digunakan untuk menjelaskan apakah suatu biaya akan mengalami perubahan seiring dengan berubahnya Tingkat output. Menurut Fauziyah Husain, biaya dapat dikelompokkan menjadi berbagai macam kelompok, yaitu:⁹

a. Biaya berdasarkan fungsi organisasi

- 1) Biaya Produksi adalah biaya yang timbul sehubungan dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk setengah jadi atau produk jadi yang siap untuk dipasarkan. Biaya ini meliputi tiga komponen utama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

⁷ Prof. Dr. Dermawan Sjahrial. . (Jakarta : Mitra Wacana Media. 2012)

⁸ Maryanne M. Mowen, Don R. Hansen. . (Jakarta : salemba empat. 2017) hal 90

⁹ Fauziah Husain. . (Gorontalo : Cahaya Arsh Publisher. 2022) Hal. 10

- 2) Biaya Non Produksi adalah biaya yang tidak terkait dengan proses produksi secara langsung.

b. Biaya menurut hubungannya dengan objek biaya

- 1) Biaya langsung adalah biaya yang timbul secara langsung akibat aktivitas operasional yang berhubungan dengan produk, yang meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- 2) Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak secara langsung berhubungan dengan objek biaya tertentu, dan biasanya dikenal sebagai biaya overhead pabrik.

c. Biaya berdasarkan Tingkat output atau volume kegiatan

- 1) Biaya Tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tidak berubah meskipun terjadi perubahan dalam Tingkat output, sehingga bersifat konstan.
- 2) Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan menurun jika output menurun, dan sebaliknya akan meningkat jika output naik.
- 3) Biaya semi variabel adalah biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel sekaligus, seperti biaya telepon, air, dll.

C. Laba

1. Pengertian Laba

Menurut Soemarso S.R., laba adalah perbedaan antara pendapatan dan beban dalam suatu periode akuntansi.¹⁰ Secara operasional, laba diartikan sebagai selisih antara pendapatan yang diperoleh dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Selain itu, laba juga dapat dipahami sebagai kelebihan pendapatan dibandingkan biaya selama periode akuntansi tertentu.

¹⁰ Soemarso S.R. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. (Jakarta : Salemba Empat. 2004)

Dalam sistem akuntansi modern, laba dianggap sebagai selisih antara pendapatan yang diukur dan biaya yang dikeluarkan.¹¹

Besar kecilnya laba sebagai indikator pertumbuhan sangat bergantung pada ketepatan pengukuran pendapatan dan biaya. Laba memiliki peran penting dalam laporan keuangan karena beberapa alasan, antara lain : menjadi dasar dalam perhitungan pajak, menjadi panduan dalam pengambilan Keputusan investasi, sebagai dasar untuk memprediksi laba dan kondisi ekonomi Perusahaan di masa mendatang, sebagai ukuran efisiensi operasional Perusahaan, serta sebagai tolak ukur dalam menilai kinerja atau prestasi Perusahaan.¹²

Berdasarkan berbagai definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa laba adalah selisih antara pendapatan dan beban yang terjadi selama periode tertentu dalam sebuah Perusahaan.

a. Elemen-elemen Laba

Laba terdiri dari empat elemen utama, yaitu:

- 1) Pendapatan (revenue) merupakan arus masuk atau peningkatan aset suatu entitas, atau pelunasan kewajiban (atau gabungan keduanya) yang berasal dari penyerahan barang, pemberian jasa, atau aktivitas utama lain yang menjadi fokus utama usaha entitas tersebut.
- 2) Beban (expense) adalah arus keluar atau penggunaan aset, atau timbulnya kewajiban (atau gabungan keduanya) yang berkaitan dengan penyerahan barang, pemberian jasa, atau aktivitas utama lain yang dilakukan oleh entitas.

¹¹ Adam Maulana, “PERENCANAAN LABA PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KASA NYAMUK BIMA PERIODE 2022 BOGOR APRIL 2023 ANALISIS COST-VOLUME-PROFIT (CVP) UNTUK PERENCANAAN LABA PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KASA NYAMUK BIMA PERIODE 2022,” no. April (2023).

¹² Mohamad Rizal Nur Irawan, “PENGARUH MODAL USAHA DAN PENJUALAN TERHADAP LABA USAHA PADA PERUSAHAAN PENGGILINGAN PADI UD. SARI TANI TENGGEREJO KEDUNGPRING LAMONGAN,” *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi* I, no. 2 (2016): 75–82.

- 3) Keuntungan (gain) adalah peningkatan ekuitas (atau aset bersih) yang berasal dari transaksi tidak rutin atau insidental dalam suatu entitas, serta dari kejadian atau kondisi lain yang mempengaruhi entitas, kecuali yang berasal dari pendapatan utama atau investasi pemilik.
- 4) Kerugian (loss) adalah penurunan ekuitas (atau aset bersih) akibat transaksi tidak rutin atau insidental, serta kejadian atau kondisi lain yang mempengaruhi entitas, kecuali yang berasal dari pendapatan utama atau investasi pemilik.¹³

2. Perencanaan Laba

Menurut Ida Bagus, Perencanaan laba (*Profit Planning*) adalah tujuan atau sasaran laba perusahaan yang harus dicapai pada masa atau periode yang akan datang, sehingga perusahaan dapat melakukan perencanaan dan strategi untuk mencapai target yang telah ditentukan.¹⁴ Dalam merencanakan laba, perusahaan harus mengikuti beberapa tahap untuk memastikan target laba tercapai. Perencanaan laba juga menjadi sarana pengukuran dan evaluasi terhadap hasil aktual perusahaan terhadap rencana yang telah dibuat. Apabila realisasi tidak sesuai dengan rencana, maka perusahaan perlu melakukan tindakan perbaikan untuk menyelesaikannya. Faktor yang harus diperhatikan manajemen dalam perencanaan laba antara lain:¹⁵

- a. Laba atau rugi yang dialami berdasarkan volume penjualan tertentu.
- b. Jumlah penjualan yang perlu dicapai agar seluruh biaya yang dikeluarkan dapat tertutupi, dengan tujuan mendapatkan laba yang cukup.
- c. Titik impas atau break even point.

¹³ Khusnul Khotimah, "Implementasi Teori Konsep Laba Dan Laba Per Saham Dalam Pelaporan," no. March (2023).

¹⁴ Ida Bagus Agung Dharmanegara, . (Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu. 2010) Hal 69

¹⁵ Hani Nooryani, "Penerapan Analisis Cost Volume Profit (Cvp) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm Faraj Store Di Kabupaten Bogor," no. April (2022).

Dalam melakukan perencanaan laba, memberikan manfaat besar bagi manajemen atau pemilik usaha. Manfaat dari perencanaan laba memberikan peningkatan akurasi dan evaluasi untuk periode yang akan datang.

3. Analisis Cost, Volume, Profit (CVP)

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) membantu manajemen untuk memahami hubungan antara biaya dan pendapatan atau laba. Tujuan dari hubungan ini adalah untuk mencapai laba maksimal. Laba yang diperoleh Perusahaan dipengaruhi oleh berbagai factor, dengan biaya produksi dan volume penjualan sebagai factor paling penting. Menurut Kautsar Riza Salman analisis *Cost Volume Profit* (CVP) adalah hubungan atau keterkaitan antara volume produksi dengan biaya produksi, semakin besar volume produksi maka semakin besar biaya produksi yang dibutuhkan.¹⁶ Menurut Arfan Ikhsan analisis Cost Volume Laba adalah suatu cara terhadap pengujian hubungan diantara biaya-biaya (tetap dan variabel), volume (dalam rupiah) dan laba.¹⁷

Analisis *Cost Volume Profit* adalah suatu metode yang menjelaskan hubungan antara variabel biaya, volume (baik produksi maupun penjualan), serta laba atau rugi, termasuk seberapa besar perubahan pada biaya, volume, dan harga jual mempengaruhi keuntungan perusahaan. Analisis ini sangat penting bagi perusahaan dalam mengenali kondisi ekonomi dan bisnis, serta membantu divisi atau departemen dalam menyelesaikan masalah. Oleh karena itu, analisis *Cost Volume Profit* menjadi alat yang efektif untuk perencanaan dan pengambilan keputusan.¹⁸

¹⁶ Kautsar Riza Salman, Akuntansi Manajemen: Alat pengukuran dan pengambilan Keputusan manajerial. (Jakarta : Penerbit Indeks. 2017) Hal 154

¹⁷ Arfan Ikhsan, (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013) Hal. 142

¹⁸ MARIA ASUMTA IJU, "ANALISIS COST VOLUME PROFIT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA (STUDI PADA UMKM PABRIK SUHAD MADJI KRAMIK JUNREJO MALANG)," 2022.

Menurut Kautsar Riza Salman tujuan dari implementasi analisis *Cost Volume Profit* (CVP) meliputi:¹⁹

- 1) Bertujuan untuk membantu manajemen dalam merencanakan laba untuk periode selanjutnya, factor yang penting adalah mengetahui hubungan antara laba, biaya, dan volume penjualan.
- 2) Analisis ini bertujuan untuk menentukan dan merencanakan biaya pada beberapa perubahan contohnya pada perubahan jumlah penjualan, biaya operasional, dll.
- 3) Analisis CVP juga digunakan sebagai evaluasi kinerja Perusahaan dengan tujuan pengendalian. Hal ini dilakukan dengan melakukan review laba dan biaya serta perubahan dari volume penjualan.

Menurut Kautsar Riza Salman Terdapat beberapa asumsi dasar dalam analisis cost volume profit, yaitu :²⁰

- 1) Perilaku biaya dan pendapatan dianggap linear dalam batasan rentang aktivitas yang relevan.
- 2) Biaya dapat dibedakan secara tepat menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Jika terdapat biaya campuran, maka harus dipisahkan menjadi komponen biaya tetap dan variabel.
- 3) Satu-satunya faktor yang memengaruhi perubahan biaya adalah perubahan tingkat aktivitas.
- 4) Seluruh unit yang diproduksi dianggap terjual tanpa adanya persediaan barang jadi di akhir periode.
- 5) Analisis ini fokus pada satu jenis produk saja; jika perusahaan menjual lebih dari satu produk, maka proporsi produk yang dijual dianggap konstan.

¹⁹ Kautsar Riza Salman, Akuntansi Manajemen: Alat pengukuran dan pengambilan Keputusan manajerial. (Jakarta : Penerbit Indeks. 2017) Hal 154

²⁰ , hal 156

1) Variabel dalam CVP (cost, volume, profit) analysis

a. Biaya tetap (fixed costs)

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah, terlepas dari volume produksi atau penjualan. Ini mencakup biaya seperti sewa Gedung, gaji manajerial, dan biaya administrative. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dalam jumlah total saat volume aktivitas berubah.

b. Biaya variabel (variabel costs)

Sebaliknya, biaya variabel adalah biaya yang berubah seiring dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Contoh biaya variabel termasuk bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya distribusi.

c. Volume penjualan (sales volume)

Volume penjualan mengacu pada jumlah unit produk atau jasa yang dijual oleh Perusahaan dalam periode waktu tertentu.

d. Harga jual satuan (selling price per unit)

Harga jual satuan adalah harga yang dibebankan kepada pelanggan untuk setiap unit produk atau jasa yang dibeli. Perubahan dalam harga jual satuan dapat memiliki dampak signifikan pada pendapatan Perusahaan.

e. Kontribusi Margin (contribution margin)

Kontribusi margin adalah selisih antara harga jual per unit dan biaya variabel per unit. Ini merupakan kontribusi langsung dari setiap unit penjualan untuk menutupi biaya tetap Perusahaan dan mencapai laba.²¹

2) Elemen-elemen dan perhitungan dalam analisis CVP (cost, Volume, Profit)

a. Margin Kontribusi

²¹ M.Ak Ahmad Winarto. S.E., *Buku Ajar Akuntansi Manajemen*, ed. Efitra, 1st ed. (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

Menurut Maryanne M. Mowen margin kontribusi adalah selisih antara penjualan dan beban variabel.²² Margin kontribusi adalah jumlah dari pendapatan penjualan yang tersisa setelah seluruh beban variabel terpenuhi yang digunakan untuk berkontribusi ke beban tetap dan laba operasional. Menurut Maryanne M. Mowen rasio margin kontribusi adalah persentase dari penjualan yang tersisa setelah biaya variabel terpenuhi. Rasio margin kontribusi juga merupakan proporsi dari setiap penjualan yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan memberikan laba. Margin kontribusi dan rasio margin kontribusi dapat di hitung menggunakan rumus sebagai berikut:

a. Margin Kontribusi

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Margin Kontribusi per Unit} = \text{Harga Jual per unit} - \text{Total Biaya Variabel per Unit}$$

b. Rasio Margin Kontribusi

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi per Unit} = (\text{Margin Kontribusi per unit} / \text{Harga Jual per Unit}) \times 100$$

1) Break Even Point (BEP)

Secara umum titik impas digunakan Perusahaan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan laba atau keuntungan, penjualan dan

²² Maryanne M. Mowen, Don R. Hansen. *Dasar-dasar Akuntansi Manajerial Edisi 5.* (Jakarta : salemba empat. 2017) hal 167

produksi. Dengan hal tersebut maka Perusahaan mampu meminimalkan kerugian dan prediksi keuntungan yang diharapkan. Menurut Kasmir, Break even point (BEP) adalah analisis yang digunakan perusahaan untuk menentukan titik di mana total penjualan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan beroperasi dalam kondisi tanpa mengalami laba maupun rugi, atau dengan kata lain, laba bernilai nol.²³ Menurut Ari Purwanti, Break Event Point (BEP) atau titik impas adalah Dimana Perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian.²⁴ Sehingga Titik impas (*Break Even Point-BEP*) merupakan jumlah penjualan atau produksi di mana perusahaan berada dalam kondisi tanpa laba maupun rugi. Artinya, pendapatan total yang diperoleh sama dengan biaya total yang dikeluarkan.

Break Event Point (BEP) dapat dihitung dengan menggunakan rumus dibawah ini:

a. Break Event Point (BEP) dalam unit

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}}$$

b. Break Event Point (BEP) dalam rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

2) Margin of Safety (MoS)

²³ Kasmir, S.E., M.M. , (Jakarta: penerbit Kencana. 2015) Hal. 166-169

²⁴ Dr. Ari Purwanti. M.Ak. *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Penerbit wacana media. 2013) Hal. 243

Menurut Bambang Hariadi, margin of safety didefinisikan sebagai kelebihan biaya penjualan atau penjualan sesungguhnya diatas volume penjualan Break Event Point, hal ini juga menunjukkan seberapa banyak penjualan boleh turun sebelum Perusahaan mengalami kerugian.²⁵ Margin of safety merupakan kelebihan penjualan yang dianggarkan atau realisasi di atas titik impas, Margin of safety digunakan untuk menghitung jumlah dimana penjualan dapat menurun sebelum kerugian terjadi. Semakin tinggi nilai margin keamanan, maka semakin rendah risiko Perusahaan mengalami kerugian.

Untuk mengetahui seberapa besar margin of safety dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

a. Margin of safety

$$\text{Margin of safety} = \text{Total Penjualan} - \text{Titik Impas}$$

$$\text{Margin of safety (\%)} = \frac{\text{Margin of safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

3) Target Laba

Dalam menganalisis Titik Impas sangat bermanfaat bagi pengusaha. Karena dalam menjalankan usahanya, seorang pengusaha tentunya berupaya untuk mencapai laba operasional. Perusahaan tentunya melakukan perencanaan yang berorientasi pada pertumbuhan dan pengembangan usaha, sehingga menentukan target laba yang progresif dan sejalan dengan tujuan pengembangan perusahaan sangat penting.²⁶ Target Laba adalah tujuan Perusahaan untuk memaksimalkan laba atau keuntungan, jadi semakin besar target laba yang diharapkan oleh Perusahaan

²⁵ Drs. Bambang Hariadi. . (Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UGM. 2007)

²⁶ Islamiati Hidayah, "Financing MSME Using Analysis of IFAS and EFAS Matrix : Case Study in Honey Pumpkin Business" 8, no. 1 (2024): 44–62, <https://doi.org/10.30863/al-bayyinah.v8i1.4546>.

maka semakin banyak usaha, Upaya, dan strategi yang harus dilakukan untuk mencapai target tersebut. Sehingga perlu adanya menghitung target penjualan yang harus dicapai untuk sebuah target dari laba tertentu. Dapat di hitung dengan rumus dibawah ini:²⁷

a. Target Laba dalam Unit

Jumlah Unit Untuk Mencapai Target Laba	=	$\frac{\text{Total Biaya Tetap + Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}}$
---	---	--

b. Target laba dalam rupiah

Jumlah nilai penjualan Mencapai Target Laba	=	$\frac{\text{Total Biaya Tetap + Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$
--	---	---

D. Laba Dalam Perspektif Islam

Laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang diperoleh dari transaksi selama periode tertentu dan biaya yang berhubungan dengan pendapatan tersebut. Dalam pandangan bahasa dan ajaran Al-Qur'an, As-Sunnah, serta ulama fiqih, laba dipahami sebagai pertambahan modal pokok dalam perdagangan atau nilai tambahan yang timbul dari aktivitas barter atau perjalanan dagang. Sementara itu, dalam struktur akuntansi saat ini, laba merupakan selisih antara pendapatan dan biaya yang diukur. Secara umum, kriteria-kriteria Islam yang berperan dalam menentukan batasan laba meliputi:²⁸

a. Kelayakan dalam Penetapan Laba

Islam mendorong para pedagang untuk tidak mengambil keuntungan secara berlebihan. Ali bin Thalib r.a. berkata, “Wahai para saudagar! Ambillah (laba) yang pantas maka kamu akan selamat (berhasil) dan jangan kamu menolak laba yang kecil karena itu akan menghalangi kamu dari mendapatkan (laba) yang banyak.” Pernyataan ini menegaskan bahwa batasan laba yang ideal adalah yang pantas dan wajar, yang dapat

²⁷ Maryanne M. Mowen, Don R. Hansen. . (Jakarta : salemba empat. 2017) hal 174

²⁸ Muslich, *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*, (Yogyakarta: EKOSIA, 2015), Hal 1-32.

dicapai dengan menurunkan harga. Kondisi ini seringkali menyebabkan peningkatan jumlah barang yang diperdagangkan dan peranan uang yang semakin besar, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba.

b. Keseimbangan antara Tingkat Kesulitan dan Laba

Islam mengharapkan adanya keseimbangan antara standar laba dengan tingkat kesulitan serta risiko dalam perputaran dan perjalanan modal. Semakin tinggi tingkat kesulitan dan risiko yang dihadapi, maka semakin besar pula laba yang diharapkan oleh pedagang.

c. Masa Perputaran Modal

Peranan modal berpengaruh pada standarisasi laba yang diinginkan oleh pedagang, yaitu dengan semakin pajangnya masa perputaran dan bertambahannya tingkat resiko, maka semakin tinggi pula standar laba yang diinginkan oleh pedagang atau seorang pengusaha. Begitu juga dengan semakin berkurangnya tingkat bahaya, pedagang dan pengusaha pun akan menurunkan standarisasi labanya. Setiap standarisasi laba yang sedikit akan membantu penurunan harga, hal ini juga akan menambah peranan modal dan memperbesar laba.

d. Cara Menutupi Harga Penjualan

Dalam jual beli, diperbolehkan melakukan pembayaran secara tunai maupun kredit. Pembayaran juga bisa dilakukan sebagian secara tunai dan sisanya dengan kredit (cicilan), asalkan ada keridhoan dari kedua pihak, yakni penjual dan pembeli. Apabila harga dinaikkan karena penjual memberikan waktu pembayaran secara tempo, hal ini juga diperbolehkan karena penundaan pembayaran tersebut dianggap sebagai bagian dari harga oleh penjual.

e. Unsur-unsur Pendukung

Selain unsur-unsur yang memengaruhi standarisasi laba, seperti perubahan dari waktu ke waktu atau kondisi ekonomi, baik yang dapat diperdagangkan maupun yang tidak, unsur-unsur tersebut tetap harus sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam dan tidak boleh bertentangan dengannya. Seperti kecurangan dalam perdagangan. Hal ini telah di firmankan oleh Allah SWT dalam QS.Al-Mutaffifin (83):1-6 sebagai berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ۱ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ۲ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ۳ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ۝ ۴ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ۝ ۵ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ۝ ۶

Artinya: Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidakkah orang-orang itu yakin bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan. Pada suatu hari yang besar. (Yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Rabb semesta alam. (QS.Al-Mutaffifin (83):1-6).²⁹

Menurut Tafsir Kemenag RI maka melalui ayat diatas dapat dipahami bahwa dalam perniagaan kita boleh mengambil keuntungan, tetapi tidak dengan cara curang. Karena hal itu tidak sesuai dengan syariat dan dapat merugikan orang lain. Allah SWT pun melarang untuk perilaku seperti mengurangi timbangan atau mengurangi takaran.³⁰

²⁹ Q.S Al-Mutaffifin (83):1-6

³⁰ Kementerian Agama RI, “Tafsir Surat Al-Mutaffifin Ayat 1-6,” Qur’an Kemenag, Diakses pada 17 April 2025. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/83>