

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Biaya

1. Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) adalah pengorbanan nilai ekonomis yang dikeluarkan oleh seseorang atau perusahaan untuk mendapatkan manfaat di masa mendatang.²⁶ Biaya dalam arti luas merujuk pada pengorbanan terhadap sumber daya ekonomi yang diukur dalam bentuk uang, baik yang sudah terjadi maupun yang mungkin terjadi, dengan tujuan tertentu.²⁷ Biaya meliputi berbagai komponen seperti bahan baku, upah tenaga kerja dan biaya pemasaran yang dicatat sebagai beban dalam pembukuan akuntansi. Dalam kegiatan produksi, biaya adalah penggunaan atau pengorbanan sumber daya ekonomi yang dinilai dengan satuan uang, baik yang sudah dikeluarkan maupun yang akan dikeluarkan, guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, biaya adalah sumber daya ekonomis, seperti uang tunai atau setara kas, yang dilepaskan untuk memperoleh atau menghasilkan produk dan jasa yang memberikan manfaat baik sekarang maupun di masa mendatang.²⁸

2. Klasifikasi Biaya

Penggolongan biaya disesuaikan dengan tujuan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen, sehingga dapat berbeda-beda tergantung

²⁶ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2015), 8.

²⁷ La Sudarman dkk, *Analisis dan Estimasi Biaya* (Seleman: Penerbit Depublish, 2022), 47.

²⁸ Girsang, *Manajemen Biaya*, 15-16.

pada kebutuhan tersebut. Beberapa cara penggolongan biaya yang umum digunakan antara lain:²⁹

a. Berdasarkan Kemudahan Penelusuran ke Objek Biaya

1) Biaya Langsung

Biaya langsung merujuk pada pengeluaran yang dapat dengan jelas dihitung untuk suatu objek biaya tertentu. Dalam teori, biaya langsung meliputi biaya bahan baku yang digunakan dan biaya tenaga kerja langsung.

2) Biaya Tidak Langsung

Biaya tidak langsung adalah pengeluaran yang susah untuk dikaitkan secara langsung dengan objek biaya tertentu.

b. Berdasarkan Perilaku

1) Biaya Tetap

Biaya yang totalnya tidak berubah dalam rentang volume kegiatan tertentu. Namun, biaya tetap per unit akan berkurang jika volume kegiatan meningkat, dan sebaliknya. Contohnya gaji direktur produksi, depresiasi alat dan pemeliharaan gedung.³⁰

2) Biaya Variabel

Biaya yang keseluruhannya meningkat atau menurun secara proporsional dengan volume kegiatan, misalnya biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, bahan penolong, dan pembayaran lembur. Semakin tinggi volume produksi atau penjualan, maka

²⁹ Wiwik Lestari dan Dhyka Bagus Permana, *Akuntansi Biaya Dalam Prespektif Manajerial* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2017), 16.

³⁰ Emy Iryanie dan Monika Handayani, *Akuntansi Biaya* (Banjarmasin: Poliban Press, 2019), 5.

semakin besar pula total biaya variabel yang dikeluarkan oleh perusahaan.

3) Biaya Semivariabel

Biaya yang memiliki elemen biaya tetap dan variabel sekaligus. Total biaya semi-variabel akan menyesuaikan dengan volume kegiatan, namun perubahan tersebut tidak selalu berbanding lurus. Contohnya adalah biaya air dan limbah, perawatan mesin, listrik, dan genset.

c. Berdasarkan Fungsi

1) Biaya Produksi

Ada tiga elemen pokok biaya produksi yaitu:³¹

a) Bahan Baku

Biaya bahan baku ialah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku atau bahan utama produksi. Biaya ini berhubungan dengan pembelian bahan pokok yang digunakan dalam proses pembuatan produk hingga selesai, seperti kayu yang digunakan dalam pembuatan mebel. Biaya ini merupakan komponen utama dalam menentukan harga pokok produksi karena secara langsung mempengaruhi nilai produk yang dihasilkan.

b) Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja ialah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga karyawan dalam mengolah bahan baku

³¹ Siska Yulia Weny, "Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Pokok Penjualan Pada PT. Sejahtera Sentosa," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi* 1, no. 1 (2023), 102.

menjadi produk. Biaya tenaga kerja yang bekerja secara langsung pada proses produksi, yakni mengubah bahan baku menjadi produk akhir, seperti upah tukang kayu dan pemotong kayu dalam pembuatan perabotan.

c) Biaya Overhead

Berbagai biaya tambahan di pabrik yang bukan termasuk bahan baku maupun tenaga kerja langsung tetapi tetap diperlukan dalam proses produksi, misalnya biaya listrik dan perawatan mesin.

2) Biaya Non Produksi

Ada dua biaya non produksi yaitu:³²

a) Biaya pemasaran

Biaya yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran produk, seperti biaya iklan, promosi penjualan, pengiriman barang dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji staf departemen pemasaran, serta biaya sampel.

b) Biaya Administrasi dan Umum

Pengeluaran yang digunakan untuk mengoordinasikan dan mengawasi kegiatan produksi serta pemasaran. Total biaya pemasaran dan administrasi ini sering disebut sebagai biaya komersial.

d. Berdasarkan Konsep Variabel

Berdasarkan konsep variabel biaya menjadi dua yaitu:³³

³² Ibid, 20

1) Biaya Produk

Biaya variabel yang terjadi selama proses perolehan atau pembuatan barang. Biaya ini mencakup penggunaan bahan baku langsung, pembayaran tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang berubah sesuai aktivitas.

2) Biaya Periode

Biaya diartikan sebagai pengeluaran yang tidak ditanggung oleh perusahaan saat melakukan produksi. Pengeluaran ini tidak berhubungan langsung dengan produk yang diperjualbelikan oleh perusahaan, tetapi merupakan biaya yang timbul selama periode pembukuan. Contohnya termasuk biaya promosi, gaji Direktur Utama dan tenaga penjual, serta biaya umum dan administrasi.

e. Berdasarkan Pertanggungjawaban

1) *Controllable*

Biaya terkendali adalah biaya yang bisa secara langsung diatur dan dipengaruhi oleh manajer dalam periode tertentu, seperti biaya promosi dan komisi layanan.³⁴

2) *Uncontrollable*

Biaya tak terkendali yaitu biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh manajer karena keterbatasan wewenang dalam periode tertentu. Contohnya biaya penyusutan mesin pabrik yang tidak dapat dikendalikan oleh manajer pemasaran.

³³ Lestari dan Permana, *Akuntansi Biaya dalam Prespektif Manajerial*, 26

³⁴ Ibid, 23

B. Analisis *Cost Volume Profit (CVP)*

1. Pengertian Analisis *Cost Volume Profit (CVP)*

Cost Volume Profit (CVP) atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan Analisis Biaya Volume Laba adalah sebuah alat analisis yang digunakan dalam manajemen akuntansi memahami hubungan antara biaya, volume produksi, dan laba suatu perusahaan. Dengan kata lain, CVP membantu kita melihat bagaimana perubahan dalam volume produksi atau penjualan akan memengaruhi biaya dan laba perusahaan. Menurut Hansen dan Mowen adalah alat yang sangat bermanfaat untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Analisis ini berfokus pada hubungan antara biaya, volume penjualan, dan harga, sehingga mencakup seluruh informasi keuangan yang dimiliki perusahaan.

Rudianto mengatakan bahwa analisis CVP merupakan suatu teknik untuk mempelajari keterkaitan pengeluaran biaya perusahaan, tingkat penjualan yang ingin dicapai serta keuntungan yang ingin didapatkan. Sejalan dengan Sugiri yang menjelaskan bahwa Analisis Cost Volume profit (CVP) Merupakan teknik atau metode yang digunakan untuk pendapatan, dan laba. Analisis ini memiliki manfaat yang signifikan, khususnya dalam proses perencanaan, seperti perencanaan laba untuk periode anggaran tertentu.³⁵ Sehingga *Cost Volume Profit* adalah metode analisis

³⁵ Mega Rahmi et al., *Akuntansi Manajemen* (Banten: Sada Kurnia Pustaka, 2024), 191.

yang digunakan untuk memahami hubungan antara biaya, volume produksi atau penjualan dan laba perusahaan.

Analisis Biaya-Volume-Laba (CVP) merupakan instrumen yang sangat berguna dalam menyediakan data penting bagi manajemen guna merencanakan keuntungan, sehingga para manajer dapat memilih berbagai strategi operasional yang paling efektif dalam meningkatkan laba di masa mendatang. Analisis Biaya-Volume-Laba (CVP) juga berfungsi sebagai model yang krusial untuk perencanaan dan proses pengambilan keputusan manajerial, khususnya dalam menentukan jumlah unit yang perlu dijual agar mencapai target laba yang diharapkan. Analisis CVP membantu manajemen dalam memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba secara lebih komprehensif.

Analisis CVP menggambarkan keterkaitan antara volume penjualan dalam unit, biaya-biaya yang dikeluarkan, serta harga jual produk. Hal ini membantu manajer dalam mengevaluasi berbagai aspek pengambilan keputusan, seperti pengaruh penurunan biaya tetap terhadap keuntungan, dampak kenaikan harga jual produk pada profit, dan faktor-faktor lainnya. Selain itu, para manajer dapat memanfaatkan analisis CVP untuk melakukan evaluasi sensitivitas terhadap berbagai skenario alternatif, mengingat risiko perubahan harga jual, fluktuasi biaya tetap, variasi biaya variabel, serta perubahan tarif pajak.

Penentuan harga pokok produksi sangat penting karena menjadi dasar dalam menetapkan harga jual produk dan mengukur kinerja operasional perusahaan. Selain itu, penyesuaian harga pokok produksi juga dapat disesuaikan dengan target pasar yang hendak dicapai. Meskipun konsep harga pokok produksi relatif sederhana, kesalahan dalam penentuan harga ini dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Oleh sebab itu, semua biaya yang terkait dengan produk harus diperhitungkan secara lengkap untuk memastikan keberhasilan usaha dan keuntungan yang maksimal.³⁶

2. Margin Kontribusi (*Contribution Margin/CM*)

Laporan *Contribution Margin (CM)* merupakan konsep yang digunakan sebagai dasar perhitungan dalam analisis biaya volume laba (*cost volume profit analysis*). *Contribution margin* atau margin kontribusi adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel yang dikeluarkan perusahaan. Margin kontribusi tersebut digunakan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba. Menurut Hansen dan Mowen, rasio margin kontribusi menunjukkan bagian dari setiap rupiah penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan menciptakan laba.³⁷ Selisih antara pendapatan dan biaya variabel ini akan terlebih dahulu digunakan untuk menutup

³⁶ Sri Sutrismi dan Muttaqin Mafaza, “Analisis Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) Untuk Perencanaan Laba Sektor Perikanan (Study Kasus Pada Perikanan Kebon Gurami Desa Tanggung Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung)” 03, no. 01 (2024), 32.

³⁷ Hariyani I dan Hermelinda T, “Analisis Penyertaan Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pada PT Bank Kalsel Cabang Pelaihari,” *Jurnal Multidisiplin Raflesia* 3, no. 1 (2024), 23.

seluruh biaya tetap, dan apabila masih terdapat sisa, maka sisa tersebut merupakan laba perusahaan. Apabila margin kontribusi lebih besar dari biaya tetap, perusahaan akan memperoleh laba apabila margin kontribusi lebih kecil dari biaya tetap, perusahaan akan mengalami kerugian dan apabila margin kontribusi sama dengan biaya tetap, maka perusahaan berada pada kondisi impas (*break even point*).

Penjualan	xxx
Biaya Variabel	<u>xxx -</u>
<i>Contribution Margin (CM)</i>	xxx
Biaya tetap	<u>xxx -</u>
Laba	xxx

Margin kontribusi dapat dihitung dengan tiga bentuk sesuai kebutuhan dari manajemen untuk menentukan keputusan strategis:³⁸

a. Margin Kontribusi Per Unit

$$\text{CM Per Unit} = \text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}$$

b. Total Margin Kontribusi

$$\text{Total CM} = \text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel}$$

c. *Ratio Contribution Margin (CM Ratio)*

$$\text{CM Ratio} = \frac{\text{CM}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. Analisis Titik Impas (*Break Event Point/BEP*)

Titik awal dalam banyak perencanaan bisnis adalah penentuan titik impas atau *break even point (BEP)*. *Break even point* merupakan

³⁸ Widia Astuty et al., *Akuntansi Manajemen: Pengambilan Keputusan Berbasis Data* (Jepara: Serasi Media Teknologi, 2025), 32.

suatu kondisi di mana tingkat penjualan perusahaan berada pada posisi pendapatan yang diperoleh sama dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga perusahaan tidak memperoleh laba maupun mengalami kerugian. Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui hubungan antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya tetap, biaya variabel, serta besarnya laba atau rugi yang dihasilkan perusahaan.³⁹

Perusahaan dikatakan berada pada kondisi impas apabila hasil penjualan yang diperoleh dalam suatu periode hanya mampu menutup seluruh biaya operasional, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Pada keadaan ini, laba perusahaan bernilai nol karena pendapatan penjualan setelah dikurangi biaya variabel hanya cukup untuk menutup biaya tetap. Selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel tersebut disebut *contribution margin*, yang berfungsi sebagai penutup biaya tetap perusahaan. Sehingga analisis titik impas (*break even point*) adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menentukan jumlah produksi atau volume penjualan, baik dalam satuan unit maupun rupiah, pada kondisi perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian karena total pendapatan sama dengan total biaya.⁴⁰

Fungsi *Break Even Point (BEP)* digunakan untuk mengetahui hal-hal seperti berikut:⁴¹

³⁹ Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta Timur: Bumi Aksara, 2023), 183.

⁴⁰ Ibid, 184.

⁴¹Tim Penulis UHAMKA, *Kewirausahaan: Konsep Dan Pengembangan*, (Jogyakarta: Rajagrafindo, 2025), 78-79.

- a. Menentukan jumlah penjualan atau tingkat produksi minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Menetapkan target penjualan atau tingkat produksi yang harus dicapai untuk memperoleh laba sesuai dengan perencanaan perusahaan.
- c. Mengukur dan mengendalikan agar tingkat penjualan dan produksi tidak berada di bawah titik impas (*Break Even Point*), sehingga perusahaan dapat terhindar dari kerugian.
- d. Menganalisis pengaruh perubahan harga jual, biaya produksi, dan volume penjualan terhadap kondisi laba atau rugi perusahaan, sehingga analisis BEP dapat digunakan sebagai alat perencanaan penjualan dan tingkat produksi agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan dengan beroperasi di atas titik impas.

Berikut beberapa rumus *break even point* yang dapat digunakan dalam analisis *break even point*:

- a. Pendekatan matematis

Rumus *Break Even Point* (BEP) digunakan untuk menentukan titik impas dengan terlebih dahulu mengetahui besarnya total biaya tetap, biaya variabel baik per unit maupun total, serta total penjualan atau harga jual per unit. Berdasarkan komponen tersebut, perhitungan BEP dapat dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:⁴²

⁴² Ibid, 83.

1) *Break even point* dalam unit

$$\text{BEP} = \frac{FC}{P - VC}$$

2) *Break even point* dalam rupiah

$$\text{BEP} = \frac{FC}{P - \frac{VC}{S}}$$

Keterangan:

BEP = Titik Impas

FC = Biaya Tetap

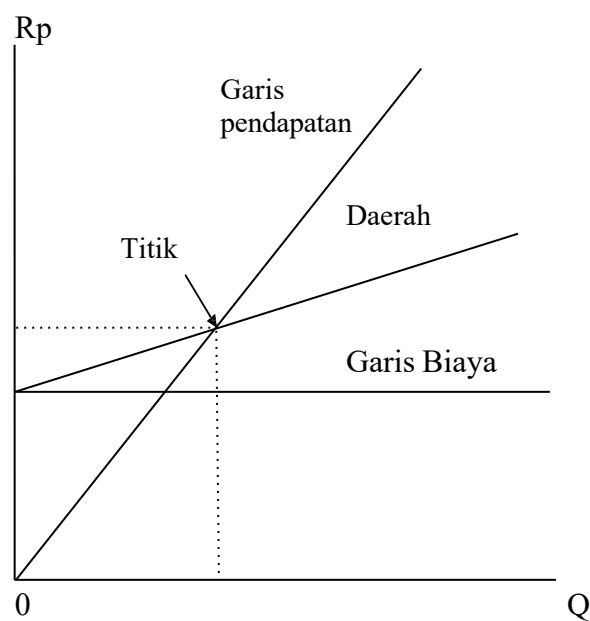
P = Harga Jual Per Unit

S = Volume Penjualan

b. Pendekatan grafik

Rumus Break Even Point (BEP) yang kedua menggunakan pendekatan grafik.⁴³

Gambar 2. 1
Grafik *Break Even Point* (BEP)



⁴³ Ibid, 83.

Pendekatan ini menggambarkan hubungan antara volume penjualan, biaya yang dikeluarkan perusahaan, serta laba atau rugi yang dihasilkan. Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya tetap, biaya variabel, serta tingkat kerugian atau keuntungan perusahaan pada berbagai tingkat penjualan. Pendekatan grafik dilakukan dengan menggambarkan unsur biaya dan pendapatan ke dalam satu grafik. Volume produksi atau penjualan (dalam unit) digambarkan pada sumbu horizontal (sumbu X), sedangkan besarnya biaya dan pendapatan penjualan digambarkan pada sumbu vertikal (sumbu Y). Dalam grafik tersebut terdapat garis biaya tetap, garis biaya total yang merupakan gabungan antara biaya tetap dan biaya variabel, serta garis pendapatan penjualan.⁴⁴

Garis biaya tetap dapat digambarkan dengan dua cara, yaitu sebagai garis horizontal yang sejajar dengan sumbu X, atau sebagai garis yang sejajar dengan garis biaya variabel. Pada cara kedua, besarnya contribution margin akan terlihat tetap pada grafik BEP. Penentuan titik impas pada grafik ditunjukkan oleh perpotongan antara garis pendapatan penjualan dan garis biaya total. Apabila titik perpotongan tersebut ditarik garis vertikal ke sumbu X, maka akan diperoleh nilai BEP dalam satuan unit. Sebaliknya, jika ditarik garis horizontal ke sumbu Y, maka akan diperoleh nilai BEP dalam satuan rupiah.⁴⁵

⁴⁴ Ibid, 84.

⁴⁵ Ibid, 86-87.

4. Batas Keamanan (*Margin Of Safety*)

Margin of Safety (MoS) atau margin keselamatan menurut Ari Purwanti merupakan konsep dalam analisis keuangan yang digunakan untuk menunjukkan tingkat keamanan perusahaan terhadap kemungkinan terjadinya kerugian. *Margin of safety* menggambarkan seberapa besar penjualan atau kinerja perusahaan masih dapat menurun sebelum mencapai kondisi titik impas. Semakin besar *margin of safety*, semakin kecil risiko perusahaan mengalami kerugian.⁴⁶

Margin of safety dihitung dengan membandingkan jumlah penjualan aktual atau yang direncanakan dengan tingkat penjualan pada titik impas (*Break Even Point*). Selisih tersebut menunjukkan batas aman penjualan yang dapat dicapai perusahaan tanpa menimbulkan kerugian. Dengan demikian, *margin of safety* berfungsi sebagai alat pengendalian bagi manajemen untuk mengantisipasi ketidakpastian di masa mendatang dan menjaga stabilitas usaha. Rumus *Margin of Safety* dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{Margin of Safety} = \text{Jumlah unit yang dijual} - \text{Titik impas}$$

Margin of safety dapat juga disajikan dalam persentase. Rumus perhitungannya sebagai berikut:

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

⁴⁶ Ari Purwanti, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: Penerbit Salemba, 2023), 54.

5. *Degree of Operating Leverage*

Operating leverage merupakan indikator yang menunjukkan seberapa besar perusahaan menggunakan biaya tetap dalam kegiatan operasionalnya. Semakin tinggi proporsi biaya tetap yang ditanggung perusahaan, maka semakin besar pula tingkat *operating leverage* yang dimiliki. Kondisi ini menyebabkan laba bersih perusahaan menjadi lebih peka terhadap perubahan volume penjualan. Tingkat penggunaan *operating leverage* tersebut dikenal sebagai *Degree of Operating Leverage* (DOL).

Degree of Operating Leverage (DOL) adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar perubahan laba operasi yang terjadi akibat perubahan volume penjualan. DOL memberikan gambaran mengenai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap biaya tetap dalam struktur biayanya. Oleh karena itu, semakin besar nilai DOL, semakin besar pula pengaruh perubahan penjualan terhadap laba operasi perusahaan.⁴⁷

$$\text{Degree of Operating Leverage} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Neto}}$$

C. **Perencanaan Laba**

Perencanaan laba merupakan proses menyusun strategi untuk mencapai target keuntungan perusahaan secara terstruktur. Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer, perencanaan laba adalah proses sistematis untuk menentukan target laba yang ingin dicapai sekaligus menetapkan langkah-langkah operasional yang harus dilakukan untuk mencapainya.

⁴⁷ Ibid, 56

Dalam proses ini, manajemen melibatkan perkiraan penjualan dan biaya di masa depan sebagai dasar penyusunan rencana keuangan yang realistis. Salah satu alat analisis yang dapat digunakan dalam proses tersebut adalah metode *Cost Volume Profit* (CVP), yang membantu manajer dalam menentukan tingkat penjualan yang dibutuhkan agar target laba tercapai, sekaligus menjadi acuan dalam menyesuaikan biaya tetap dan variabel berdasarkan proyeksi yang telah ditetapkan.⁴⁸

1. Pengertian Laba

Laba merupakan selisih lebih antara pendapatan yang diperoleh perusahaan dengan seluruh biaya atau beban yang dikeluarkan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Laba mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari aktivitas usaha yang dilakukan selama periode tertentu. Secara umum, laba juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya secara efisien untuk mencapai tujuan keuangan.

Secara etimologis, istilah laba berasal dari bahasa latin *laborem* yang berarti usaha atau kerja, yang kemudian berkembang menjadi makna hasil atau keuntungan dari suatu usaha. Dalam konteks perusahaan, laba menggambarkan hasil positif yang diperoleh dari kegiatan operasional setelah seluruh biaya yang terkait diperhitungkan. Oleh karena itu, laba menjadi indikator utama dalam

⁴⁸ Devy Septi Heryani et al., *Ekonomi Manajemen Penerapan Dalam Bisnis* (Purwokerto: Eureka Medika Aksara, 2025), 178.

menilai keberhasilan dan kinerja suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya⁴⁹

2. Tujuan Laba

Secara sederhana, ada tiga cara berbeda untuk menentukan tujuan laba dalam bisnis.⁵⁰

- a. Metode priori (prioritas pada laba), tujuan laba menjadi yang utama. Manajemen dulu menentukan berapa keuntungan yang ingin dicapai, lalu membuat rencana untuk mewujudkannya.
- b. Metode posteriori (laba sebagai hasil), tujuan laba tidak ditentukan dulu, melainkan muncul sebagai hasil dari rencana yang sudah dibuat. Jadi, laba dihitung setelah perencanaan selesai.
- c. Metode pragmantis (berdasarkan pengalaman), manajemen menggunakan standar laba yang sudah terbukti efektif dari pengalaman sebelumnya, tanpa terlalu kaku pada teori.

3. Analisis Target Laba

Untuk mencapai laba yang tinggi, baik dalam rencana maupun realisasi, manajemen dapat mengambil berbagai langkah strategis, seperti.⁵¹

- a. Menekan Biaya Produksi dan Operasional: Mengurangi biaya-biaya ini seminimal mungkin sambil mempertahankan harga jual dan volume penjualan yang sudah ada

⁴⁹ Siladjaja, *Kualitas Laba dan Manajemen Pajak: Sebuah Tinjauan Terhadap Kebijakan Deviden*, 23.

⁵⁰ Ida Ayu Nursanty, *Akuntansi Manajemen* (Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi, 2022), 93.

⁵¹ Maulana, “Perencanaan Laba Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kasa Nyamuk Bima Periode 2022”, 19.

- b. Menentukan Harga Jual yang Tepat: Mengatur harga jual berdasarkan target laba yang diinginkan
- c. Meningkatkan Volume Penjualan: Mendorong penjualan sebanyak mungkin untuk memperbesar pendapatan

Rumus biaya volume laba (*break even analysis*) dapat digunakan untuk menghitung volume penjualan yang diperlukan guna mencapai target laba. Menurut Samryn, ada dua metode untuk menganalisis target laba:⁵²

- a. Persamaan Biaya Volume Laba: Pendekatan ini menggunakan rumus persamaan sederhana

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

- b. Pendekatan Margin Kontribusi: Pendekatan ini memperluas rumus margin kontribusi dengan memasukkan target laba:

$$\text{Penjualan untuk mencapai target (Unit)} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

$$\text{Penjualan untuk mencapai target (Rp)} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}}{\text{Margin kontribusi}}$$

D. Laba dalam Prespektif Akuntansi Syariah

Dalam sistem ekonomi modern, laba umumnya dijadikan sebagai indikator utama keberhasilan suatu entitas bisnis dan dipahami sebagai selisih antara pendapatan dan biaya dalam satu periode akuntansi. Namun, dalam perspektif akuntansi syariah, konsep laba tidak hanya dimaknai secara finansial, tetapi juga harus selaras dengan nilai-nilai

⁵² Amelia Rahmawati, Dian Imanina Burhany, dan Riauli Susilawaty Hutapea, "Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Roti Sri Rejeki Patrol V Baleendah Kabupaten Bandung CVP Analysis As A Profit Planning Tools At Sri Rejeki Bread Factory Patrol V Baleendah Bandung District," *Indonesian Accounting Research Journal* 4 (2023), 51–66.

syariah Islam seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab moral.⁵³ Islam membolehkan aktivitas usaha dan pencarian keuntungan, sebagaimana firman Allah SWT:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

*“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah: 275).*⁵⁴

Ayat ini menegaskan bahwa laba diperbolehkan selama diperoleh melalui transaksi yang halal dan sesuai syariat. Berbeda dengan akuntansi konvensional yang cenderung berorientasi pada kepentingan pemilik modal, akuntansi syariah memandang laba sebagai hasil dari aktivitas usaha yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga etis dan bertanggung jawab secara sosial. Dalam Islam, laba dipandang sebagai amanah yang harus dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT dan manusia. Dalam akuntansi syariah, perolehan laba harus memenuhi dua prinsip utama, yaitu kehalalan dan keadilan. Prinsip kehalalan

⁵³ Miftahul Janna, Ryzki Mulya Adilkah, dan Masyhuri, “Konsep Laba dalam Perspektif Akuntansi Syariah: Antara Etika Nilai Keadilan,” *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 2, no. 3 (2025), 3348, <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.

⁵⁴ NU Online, “Al-Baqarah Ayat 275,” n.d., <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>, diakses pada 6 Januari 2026 pukul 14.00.

menuntut agar laba diperoleh dari kegiatan usaha yang bebas dari riba, gharar, maysir, penipuan, serta praktik yang merugikan pihak lain. Sementara itu, prinsip keadilan mengharuskan adanya perlakuan yang adil terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam aktivitas usaha.⁵⁵

Selain itu, etika Islam menjadi fondasi utama dalam pengakuan dan pelaporan laba dalam akuntansi syariah. Nilai-nilai seperti kejujuran (shiddiq), amanah, transparansi (tabligh), dan keadilan ('adl) harus tercermin dalam penyajian laporan keuangan. Rasulullah SAW bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّ وَالصِّدِّيقِ وَالشُّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada” (HR. Tirmidzi no. 1209, dinilai shahih oleh Al-Albani dalam Shahih At-Tirmidzi).⁵⁶

Hadis ini menegaskan bahwa kejujuran dan amanah dalam memperoleh serta melaporkan laba merupakan nilai utama dalam Islam. Dalam ekonomi Islam, orientasi laba tidak hanya bersifat individual atau korporatif, tetapi juga diarahkan pada kemaslahatan umat. Laba harus menjadi sarana untuk mendukung kesejahteraan sosial melalui zakat, infak, dan sedekah. Rasulullah SAW bersabda:

نِعْمَ الْمَالُ الصَّالِحُ لِلْمَرْءِ الصَّالِحِ

“Sebaik-baik harta adalah harta yang berada di tangan orang saleh” (HR. Ahmad 4/197).⁵⁷

⁵⁵ Janna, Adilkah, dan Masyhuri, “Konsep Laba dalam Perspektif Akuntansi Syariah: Antara Etika Nilai Keadilan”, 3450.

⁵⁶ Hanada, “Pedagang Jujur: Bersama Nabi, Shiddiqin, Dan Syuhada,” n.d., <https://hadana.or.id/pedagang-jujur-bersama-nabi-shiddiqin-dan-syuhada/>, diakses pada 6 Januari 2026 pukul 14.10.

⁵⁷ Muhammad Abduh Tuasikal, “Sebaik-Baik Harta, Di Tangan Orang Yang Sholih,” n.d., <https://rumaysho.com/1129-sebaik-baik-harta-di-tangan-orang-yang-sholih.html>, diakses pada 6 Januari 2026 pukul 14.20.

Dengan demikian, laba dalam kerangka akuntansi syariah tidak semata-mata dapat diukur dari dimensi kebendaan, melainkan turut mengandung muatan spiritual yang mencerminkan bentuk pertanggungjawaban seorang Muslim di hadapan Allah SWT maupun terhadap sesama. Gagasan tentang keuntungan dalam Islam sesungguhnya merupakan sintesis antara nilai-nilai ekonomi dan landasan moral, di mana setiap perolehan hasil usaha wajib tetap berada dalam batas-batas yang ditetapkan syariat, dengan senantiasa menjunjung tinggi prinsip kesetaraan, kejujuran, serta orientasi pada kepentingan bersama. Atas dasar itulah, akuntansi syariah tidak sekadar berperan sebagai instrumen pencatatan transaksi keuangan, tetapi lebih dari itu, ia merupakan manifestasi konkret dari komitmen pelaku bisnis Muslim dalam mengintegrasikan setiap gerak langkah ekonominya ke dalam bingkai maqashid al-syariah, guna mewujudkan kesejahteraan yang bersifat paripurna, baik dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat kelak.