

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Akuntansi biaya

Akuntansi biaya adalah serangkaian aktivitas yang mencakup pencatatan, pengelompokan, perangkuman, dan penyajian data terkait dengan biaya yang timbul selama proses produksi dan distribusi barang atau jasa. Proses ini mengadopsi metode spesifik dan diikuti dengan analisis data yang relevan. Aktivitas ini tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga memiliki implikasi strategis karena kemampuannya dalam memberikan perspektif komprehensif mengenai komposisi biaya organisasi. Dengan tersedianya informasi yang presisi dan terstruktur, entitas bisnis dapat memfasilitasi evaluasi performa finansial dan merumuskan strategi optimalisasi yang berkesinambungan. Oleh karena itu, akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai instrumen yang tidak hanya berfungsi untuk mencatat biaya, melainkan juga berkontribusi secara strategis dalam penyediaan data esensial guna menunjang efektivitas manajemen keuangan perusahaan. Dengan menyajikan data biaya yang terstruktur dan relevan, akuntansi biaya menjadi dasar penting dalam mengevaluasi, merencanakan, serta mengambil keputusan manajerial yang berfokus pada efisiensi dan keberlanjutan operasional.³⁰

³⁰ Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ykpn, 2020), 23

2. Tujuan Akuntansi Biaya

- a. Pengendalian Biaya (*Cost Control*)
 - 1) menyediakan informasi biaya yang dibutuhkan manajemen internal untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan.
 - 2) Sifatnya fleksibel dan bisa disesuaikan dengan kebutuhan manajemen, tidak selalu harus mengikuti aturan akuntansi keuangan formal.
- b. Pengambilan Keputusan Khusus (*Special Decision Making*)
 - 1) Memberikan gambaran tentang biaya yang relevan untuk mengambil keputusan tertentu, misalnya apakah menerima atau menolak pesanan khusus, menentukan harga jual terendah yang masih menguntungkan, dan lain-lain.
 - 2) Biaya yang disajikan adalah biaya yang akan terjadi di masa depan dan hanya yang benar-benar berpengaruh langsung terhadap keputusan yang sedang dipertimbangkan.

3. Peran Akuntansi Biaya

- a. Sebagai Bagian dari Akuntansi Keuangan
 - 1) Menyediakan data biaya yang sesuai dengan prinsip dan aturan akuntansi keuangan.
 - 2) Digunakan untuk laporan keuangan yang ditujukan ke pihak luar perusahaan, seperti investor, kreditur, dan lembaga pengawas.
- b. Sebagai Bagian dari Akuntansi Manajemen

- 1) Memberikan data biaya yang dibutuhkan oleh pimpinan perusahaan untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan.
- 2) Bersifat fleksibel dan bisa disesuaikan dengan kebutuhan manajemen, tidak harus selalu mengikuti aturan akuntansi keuangan yang baku.

B. Biaya Produksi

1. Pengertian Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendanai segala aktivitas produksi, biaya produksi diharapkan bisa maksimal, akan tetapi harus dipahami secara integritas dengan hasil produksi.³¹ Menurut Mulyadi, Biaya Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.³² Menurut Bustami dan Nurlela, Biaya Produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik.³³

³¹ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, (Depok: Rajawali), 2019, hal 208.

³² Mulyadi. *Akuntansi Biaya*. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN). 2015 hal 275.

³³ Bustami & Nurlela. *Akuntansi Biaya*, (Jakarta: Mitra Wacana Media). 2015 hal. 79.

2. Indikator Biaya Produksi

Indikator biaya produksi menurut mulyadi, sebagai berikut:³⁴

- a) Biaya bahan baku adalah pengeluaran untuk bahan utama yang langsung dipakai dalam proses produksi dan menjadi bagian penting dari barang jadi.
- b) Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk pekerja yang secara langsung terlibat dalam mengubah bahan mentah menjadi produk jadi.
- c) Biaya overhead pabrik adalah semua biaya produksi selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

3. Macam-Macam Biaya Produksi

Menurut Haryanto, Biaya produksi perusahaan dapat dibedakan menjadi:³⁵

- a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*) merujuk pada pengeluaran yang konstan dan independen dari volume produksi barang atau jasa. Contoh dari biaya tetap meliputi gaji manajerial, upah karyawan tetap, biaya sewa lahan, depresiasi aset mesin, serta pembayaran bunga pinjaman bank. Biaya-biaya ini dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu:

- 1) Keseluruhan biaya yang jumlahnya tidak berubah dalam suatu periode waktu tertentu.

³⁴ Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2020), hlm. 23

³⁵ Haryanto W, *Analisis Pembebanan Biaya Overhead Terhadap Harga Jual Waroeng Ibu Noeng Di Bekasi. Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, (2018), Vol.4 No.1. 137–142

- 2) Besarnya biaya tetap yang dibebankan untuk setiap satu unit barang yang diproduksi.
- b. Biaya Variabel (*Variable Cost*) adalah pengeluaran yang bersifat dinamis dan berubah-ubah sesuai dengan kuantitas output yang dihasilkan. Beban biaya variabel cenderung meningkat seiring dengan bertambahnya volume produksi barang. Lebih lanjut, terdapat dua klasifikasi utama terkait dengan harga bensin, komponen pelengkap, upah tenaga kerja langsung, dan bahan mentah: Biaya variabel total (*total variable cost*), yang mencakup seluruh pengeluaran yang timbul selama produksi sejumlah output tertentu. Biaya variabel rata-rata (*average variable cost*), yang merupakan biaya variabel yang dialokasikan untuk setiap unit output yang dihasilkan.
- c. Biaya Total (*Total Cost*) mewakili total pengeluaran yang terkait dengan produksi seluruh keluaran, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Komponen ini dapat ditentukan dengan menjumlahkan biaya variabel total dan biaya tetap total.
- d. Biaya Rata-rata (*Average Cost*) adalah mengacu pada biaya yang dialokasikan untuk setiap unit keluaran yang dihasilkan.
- e. Biaya Marginal (*Marginal Cost*) adalah peningkatan total biaya yang timbul akibat produksi satu unit keluaran tambahan. Sebagaimana

dikemukakan oleh Mulyadi, biaya produksi dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori berdasarkan produknya:³⁶

1) Biaya Produksi Langsung

Biaya langsung didefinisikan sebagai pengeluaran yang secara jelas dapat diatribusikan pada suatu objek biaya karena keberadaannya hanya disebabkan oleh objek biaya tersebut. Kategori biaya produksi langsung mencakup biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

2) Biaya Produksi Tidak Langsung

Biaya tidak langsung merujuk pada pengeluaran yang tidak secara eksklusif terkait dengan proses produksi. Biaya ini juga dikenal sebagai biaya overhead pabrik atau biaya produksi tidak langsung, dan seringkali sulit untuk diatribusikan secara spesifik pada produk tertentu. Sebagai ilustrasi, biaya depresiasi aset peralatan dan bangunan termasuk dalam kategori biaya produksi tidak langsung.

C. Volume Penjualan

1. Pengertian Volume Penjualan

Penjualan merupakan sebuah aktivitas yang mengakibatkan arus barang keluar perusahaan sehingga perusahaan memperoleh penerimaan uang dari pelanggan dalam waktu tertentu. Untuk perusahaan manufaktur, penjualan adalah barang yang diproduksi

³⁶ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. (2015), 15.

dan dijual perusahaan tersebut. Menurut Daryanto volume penjualan adalah suatu ukuran yang menunjukkan banyak atau besarnya jumlah barang atau jasa yang berhasil terjual oleh perusahaan.

2. Pengukuran Volume Penjualan

Pengukuran volume penjualan dilakukan dengan dua cara, yaitu tercapainya target penjualan, dimana target penjualan diukur berdasarkan unit produk yang terjual dan peningkatan jumlah Keuntungan. Menurut Daryanto, Pengukuran volume penjualan adalah sebagai berikut :

Volume Penjualan = Kuantitas atau Total Penjualan

3. Indikator-Indikator Volume Penjualan

Indikator dari volume penjualan menurut Basu Swasta, yaitu:³⁷

a. Mencapai target penjualan

Target penjualan yakni jumlah penjualan dalam bentuk unit, omzet, atau laba yang ingin dicapai oleh perusahaan atau individu dalam periode tertentu. Sementara penjualan adalah interaksi antara individu yang saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Dalam rangka upaya mewujudkan penjualan yang tinggi, perusahaan harus memberikan perhatian pada bauran pemasaran

³⁷ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua* (Jakarta: Penerbit Liberty, 2016), 404.

dan menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Keberhasilan perusahaan dalam mencari keuntungan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menjual barang atau jasanya, dengan kata lain, perusahaan dapat mengalami kerugian apabila tidak dapat menjual barang atau jasanya.

b. Mendapatkan laba tertentu

Ketertarikan investor dalam menanamkan modal pada suatu perusahaan salah satunya ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, begitu pula sebaliknya, investor akan menarik dananya apabila perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang rendah.

c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Salah satu hal yang dapat menunjang pertumbuhan perusahaan sehingga bisa tetap eksis ditengah ketatnya persaingan adalah keberhasilan perusahaan dalam melakukan penjualan, sehingga terjadi kenaikan volume penjualan yang berpengaruh terhadap peningkatan laba perusahaan.

D. Laba

1. Pengertian Laba

Laba adalah selisih antara pendapatan dan biaya dalam periode tertentu. Laba dipakai sebagai dasar menghitung pajak, menentukan dividen, acuan investasi, pengambilan keputusan, serta alat prediksi. Menurut Mulyadi, laba didapat dari mempertemukan pendapatan

dalam suatu periode dengan biaya yang dikeluarkan pada periode yang sama dan berkaitan dengan pendapatan tersebut.³⁸ Sedangkan Menurut Handoko, laba adalah kelebihan harga jual di atas harga pokok secara keseluruhan, atau kelebihan pendapatan dibanding semua beban. Laba juga bisa diartikan sebagai pendapatan dikurangi biaya barang yang terjual.³⁹

Pada dasarnya, setiap perusahaan berdiri dengan tujuan utama untuk menciptakan kekayaan. Karena itu, laba usaha menjadi hal yang sangat penting yang berfungsi sebagai pendorong sekaligus penggerak semua kegiatan produktif di dalam perusahaan. Kebutuhan untuk meraih laba inilah yang menjadi alasan utama di balik setiap tindakan ekonomi perusahaan. Mulai dari menentukan jenis produk yang akan dibuat, mengumpulkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan, hingga mengelola dan mengarahkan semua sumber daya tersebut agar tujuan perusahaan bisa tercapai. Semua itu dilakukan demi meraih laba yang menjadi inti dari keberadaan dan seluruh kegiatan perusahaan.⁴⁰

2. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Laba

Menurut Mulyadi, besar kecilnya laba yang diperoleh sebuah usaha dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain:⁴¹

³⁸ Mulyadi. *Auditing*. (Jakarta: Salemba Empat, 2020). Hal. 166

³⁹ Handoko, T. H. *Manajemen Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas*. (Yogyakarta: BPFE.2018). Hal. 107

⁴⁰ Rudianto, *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2017), Hal. 94

⁴¹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. (2015), 513

- a. Biaya produksi adalah seluruh pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa, hingga produk tersebut siap dijual.
- b. Volume Penjualan adalah jumlah total produk atau jasa yang berhasil dijual oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
- c. Harga Jual adalah sejumlah uang yang ditetapkan perusahaan untuk suatu produk atau jasa, yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa tersebut.

3. Indikator- Indikator Laba

Indikator dari laba menurut Halim dan Supomo adalah sebagai berikut: ⁴²

- a. Pendapatan merupakan sumber penghasilan yang digunakan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pendapatan ini sangat penting bagi kelangsungan hidup seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan Menurut Antonio, pendapatan bisa diartikan sebagai kenaikan kotor pada aset, atau penurunan pada liabilitas, atau kombinasi dari keduanya, yang terjadi dalam periode tertentu yang tercantum dalam laporan laba rugi. ⁴³
- b. Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau yang digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan dan akan

⁴² Halim, Supomo. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BPFE. 2018

⁴³ Antonio, muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2017

di pakai sebagai pengurang penghasilan. Menurut Mulyadi, dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang di ukur dalam satuan uang yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva yang di sebut dengan istilah harga pokok atau dalam pengertian lain biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan di dalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan.⁴⁴

⁴⁴ Mulyadi. *Akuntansi Biaya Edisi kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. 2016