
THE INFLUENCE OF COST BEHAVIOR IN RELATION TO CHANGES IN THE VOLUME OF COMPANY ACTIVITIES

PENGARUH PERILAKU BIAYA DALAM HUBUNGANNYA DENGAN PERUBAHAN VOLUME KEGIATAN PERUSAHAAN

Agnes Irwanti¹

Fitri Ramadhani²

Rika Gusna Putri³

Linda Hetri Suriyanti⁴

¹²³Universitas Muhammadiyah Riau, Ekonomi & Bisnis, Jalan Tuanku Tambusai, Kota

Pekanbaru, Provinsi Riau.

180301144@student.umri.ac.id

ABSTRACT

This study aims to provide an explanation of changes in company volume in terms of cost behavior. The results of this research can be used by companies to determine selling prices because selling prices affect sales volumes, sales volumes affect production volumes, and production volumes affect costs. And companies must be able to calculate and classify costs as accurately as possible so that the company knows in detail how much it costs and can help management increase profits. The research method used in this research is the decriptif method in which the writer collects data from the company, observes company activities, and interviews with sections related to the problem discussed, and studies lecture notes and other references to support this research. Research conducted gives the results that so far, the company has never conducted an analysis of profits using the method of cost-volume-profit analysis. Through this research we as the authors analyze and classify costs that are grouped into variable costs and fixed costs. The results of the study are based on October, November, and December 2019 because if there are some improper costs in the way they are classified, it can affect the size of the company's profits.

Keywords : cost behavior, volumes, and the company's profits.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai perubahan volume perusahaan ditinjau dari perilaku biaya. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga jual karena harga jual mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya. Dan perusahaan harus dapat menghitung dan mengklasifikasikan biaya seakurat mungkin sehingga perusahaan mengetahui dengan detail berapa biaya yang dikeluarkan serta dapat membantu manajemen meningkatkan laba. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif di mana penulis mengumpulkan data-data dari perusahaan, mengamati kegiatan perusahaan, dan wawancara dengan bagian yang terkait dengan masalah yang dibahas, serta mempelajari catatan kuliah dan referensi lainnya untuk menunjang penelitian ini. Penelitian yang dilakukan memberi hasil bahwa selama ini, perusahaan tidak pernah melakukan analisis terhadap laba menggunakan metode analisis cost-volume-profit. Melalui penelitian ini kami sebagai penulis menganalisis dan mengklasifikasikan biaya yang dikelompokkan menjadi biaya variabel dan biaya tetap. Hasil penelitian berdasarkan pada bulan Oktober, November, dan Desember 2019 karena jika ada beberapa biaya yang tidak tepat dalam cara mengelompokkannya bisa mempengaruhi besar atau kecilnya laba perusahaan.

Keywords : Perilaku biaya, volume, dan laba perusahaan.

1. Pendahuluan

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memperoleh laba. Laba dipengaruhi oleh tiga faktor diantaranya biaya, harga jual, dan volume penjualan. Ketiga faktor tersebut tidak boleh terpisah karena mempunyai hubungan yang saling berkaitan. Selain memperkirakan pendapatan yang akan diterima perusahaan juga harus mengestimasi biaya yang akan timbul.

Yang termasuk penting dalam penentuan perilaku biaya adalah break even point atau bisa disebut juga titik impas. Break even point berkaitan dengan biaya volume laba. Dalam break even point perusahaan tidak mengalami untung ataupun rugi. Berdasarkan penelitian Albert Tessa Obos (2011) mengenai analisis biaya volume laba menyebutkan, bahwa analisis titik impas dapat memberikan gambaran pada manajemen mengenai situasi dan kondisi perusahaan sehingga dapat diambil atau ditentukan suatu kebijakan yang tepat bagi perusahaan dan kegiatan operasi perusahaan dapat dikendalikan dengan baik.

Didalam perilaku biaya, biaya dapat di klasifikasikan menjadi tiga yaitu biaya variabel, biaya tetap, dan biaya semivariabel. Biaya variabel ini merupakan biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan *output driver* aktivitas, sedangkan biaya per unitnya tetap dalam batas relevan tertentu. Batas relevan adalah batas dimana biaya per unit tersebut tidak berubah. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap dalam batas relevan tertentu tanpa dipengaruhi oleh perubahan *output driver* aktivitas, sedangkan biaya per unitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas. Semakin besar output driver aktivitas, semakin kecil biaya per unitnya, sebaliknya semakin kecil output driver aktivitas, semakin besar biaya per unitnya. Dan Biaya semivariabel adalah biaya yang totalnya berubah tetapi tidak proporsional dengan perubahan output driver aktivitas dan perubahan biaya per unit juga berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas. Biaya semivariabel harus dipilih menjadi biaya variabel dan biaya tetap (Riwayadi:2014).

CV. Fadhil Kaca biasanya tidak memisahkan biaya berdasarkan perilaku sehingga fadhil kaca mengalami kesulitan dalam pengambilan keputusan. CV. Fadhil kaca juga tidak memisahkan biaya kedalam beberapa klasifikasi biaya seperti biaya variabel, tetap dan semi variabel sehingga sulit produk menggunakan metode nilai jual yang digunakan untuk harga jual dan volume penjualan sebagai patokan untuk menentukan besarnya alokasi biaya ke dalam setiap produk.

2. Tinjauan Pustaka

PERILAKU BIAYA BERBASIS AKTIVITAS

A. PERILAKU BIAYA

Perilaku biaya mengkaji bagaimana **total biaya** dan **biaya per unit** berubah sehubungan dengan perubahan *output* (tingkat) *driver* aktivitas. Jika *output driver* aktivitas berubah, apakah total biaya dan biaya per unit juga berubah? Jika berubah, bagaimana perubahannya? Terdapat tiga variabel yang perlu diperhatikan, yaitu total biaya, biaya per unit, dan *output driver* aktivitas. Jika *output driver* aktivitas adalah jumlah unit yang dihasilkan, biaya apa sajakah yang berubah dan tidak berubah sehubungan dengan perubahan jumlah unit yang dihasilkan? Berikut tabel yang memperlihatkan hubungan antara biaya produksi dan jumlah unit yang dihasilkan.

B. KLASIFIKASI BIAYA BERDASARKAN PERILAKU

Berdasarkan perilakunya, biaya dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu biaya variabel, biaya tetap dan semivariabel.

1. Biaya Variabel (Variable Cost)

Biaya variabel adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan *output driver* aktivitas, sedangkan biaya per unitnya tetap dalam batas relevan tertentu. Batas relevan adalah batas di mana biaya per

unit tersebut tidak berubah. Biaya variabel dapat dibagi menjadi dua kategori berikut:

- a. Biaya Variabel Teknis (*engineered variable cost*)
 - b. Biaya Variabel Diskresioner (*discretionary variable cost*)
2. Biaya Tetap (Fixed Cost)
- Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap dalam batas relevan tertentu tanpa dipengaruhi oleh perubahan *output driver* aktivitas, sedangkan biaya per unitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan *output driver* aktivitas. Semakin besar *output driver* aktivitas, semakin kecil biaya per unitnya. Sebaliknya semakin kecil *output driver* aktivitas, semakin besar biaya per unitnya. Biaya tetap dapat dibagi menjadi dua, yaitu:
- a. Biaya tetap yang sudah dikomitmenkan (*committed fixed cost*)
 - b. Biaya tetap diskresioner (*discretionary fixed cost*)
3. Biaya Semivariabel (Semivariable Cost)
- Biaya semivariabel adalah biaya yang totalnya berubah, tetapi tidak proporsional dengan perubahan *output driver* aktivitas dan perubahan biaya per unit juga berubah berbanding terbalik dengan perubahan *output driver* aktivitas. Biaya semivariabel mengandung dua unsur biaya, yaitu biaya variabel dan biaya tetap.

C. PERILAKU BIAYA BERBASIS AKTIVITAS (*activity-based cost behaviour*)

Berdasarkan perilaku biaya berbasis aktivitas, perilaku biaya tidak hanya dihubungkan dengan unit *driver*, tetapi juga *non-unit driver*. Unit *driver* adalah *driver* yang digunakan untuk aktivitas tingkat unit, yaitu aktivitas yang dilakukan untuk setiap unit produk dihasilkan, seperti memakai bahan baku, merakit produk, dan sebagainya. Semakin banyak unit yang dihasilkan, semakin besar biaya aktivitas unit. *Non-unit driver* adalah *driver* yang digunakan untuk aktivitas tingkat kelompok dan aktivitas tingkat produk. Aktivitas tingkat kelompok adalah aktivitas yang dilakukan untuk setiap kelompok unit produk dihasilkan seperti mengecek secara sampel, melakukan set-up mesin, mengangkat bahan baku, membeli bahan baku, dan lain sebagainya. Semakin banyak jumlah kelompok unit produk dihasilkan, semakin besar biaya aktivitas tingkat kelompok. Aktivitas tingkat produk adalah aktivitas yang dilakukan untuk mempertahankan produk, seperti mendesain ulang produk, mengiklankan produk, mengembangkan produk, dan lain sebagainya.

Berdasarkan perilaku biaya berbasis aktivitas, perubahan biaya tergantung *driver* aktivitas yang digunakan. Biaya dapat berubah jika dihubungkan dengan *driver* aktivitas tertentu, tetapi tidak berubah jika dihubungkan dengan *driver* aktivitas lain.

D. TITIK IMPAS DALAM UNIT

Analisis biaya-volume-laba (*cost, volume, profit*) memperkirakan bagaimana perubahan biaya, volume penjualan, dan harga mempengaruhi laba perusahaan. CVP adalah alat yang sangat baik untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Bahkan, CVP adalah salah satu alat yang paling adaptif dan paling luas penerapannya yang digunakan oleh akuntan manajerial untuk membantu para manajer dalam mengambil keputusan yang lebih baik.

Perusahaan-perusahaan menggunakan analisis CVP untuk meraih tolok ukur yang penting seperti titik impas. Termasuk perusahaan yang kami teliti. **Titik impas** adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya. Perusahaan baru biasanya mengalami kerugian pada awal kegiatan operasinya dan memandang periode titik impas mereka sebagai awal yang signifikan.

Rasio Biaya Variabel untuk menghitung titik impas penjualan, total biaya variabel ditetapkan sebagai sebuah persentase penjualan bukan sebagai jumlah per unit yang terjual. **Rasio Margin Kontribusi** adalah proporsi dari setiap penjualan yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan memberikan laba. Persentase dari penjualan yang tersisa setelah biaya variabel terpenuhi adalah rasio margin kontribusi.

E. UNIT DAN PENJUALAN YANG DIBUTUHKAN UNTUK MERAH TARGET LABA

Meskipun titik impas adalah informasi yang bermanfaat dan tolok ukur yang penting bagi perusahaan yang belum lama beroperasi, tetapi sebagian besar perusahaan ingin memperoleh laba operasi yang lebih besar. Analisis CVP menyajikan cara untuk menentukan berapa banyak unit yang harus terjual atau berapa besar penjualan yang harus diperoleh untuk mendapatkan target laba tertentu.

1. Unit Yang Harus Terjual Untuk Meraih Target Laba
Persamaan yang digunakan dalam analisis titik impas kita dapat disesuaikan untuk menemukan jumlah unit yang harus terjual untuk memperoleh target laba.
2. Pendapatan Penjualan untuk Meraih Target Laba

F. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BREAK EVEN POINT

Menurut Gunawan dan Basri (2008:93) adapun faktor-faktor yang berubah kaitannya dengan perhitungan *Break Even Point* yaitu :

1. Harga Jual Produk
Adalah naik atau turunnya harga jual akan berpengaruh terhadap penghasilan dari penjualan.
2. Jumlah Unit yang Terjual
Adalah perubahan dari jumlah unit terjual akan secara langsung mempengaruhi penghasilan penjual.
3. Biaya Produksi atau Biaya Usaha
Adalah biaya keseluruhan yang harus diperhitungkan terhadap hasil penjualan.

Faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan perhitungan Titik Impas menurut Munawir (2002:201) antara lain:

1. Perubahan biaya tetap
Perubahan jumlah biaya tetap akan mengakibatkan perubahan jumlah biaya secara keseluruhan pada berbagai tingkat penjualan, dengan perubahan jumlah biaya tetap maka besarnya penjualan pada tingkat *break even point* juga akan mengalami perubahan.
2. Kenaikan biaya variable
Adanya kenaikan biaya variable maka jumlah biaya juga akan berubah, begitu pula besarnya penjualan pada tingkat *break even point*.
3. Perubahan komposisi penjualan
Apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu macam barang, maka perhitungan *break even point* dapat pula diterapkan untuk seluruh barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan tersebut. Komposisi (perbandingan) antara barang-barang tersebut harus tetap sama baik dalam komposisi produksinya maupun penjualannya (*produc mix* dan *sales mix*). Apabila komposisinya berubah maka *break even point* secara total akan berubah pula.

Table 1. Biaya Tetap Fadhil Kaca

	Okt-19	Nov-19	Des-19
Gaji Karyawan	25.780.000	24.500.000	26.300.000
Pemeliharaan Gedung	300.000	250.000	400.000
Fee Marketing	1.150.000	850.000	1.300.000
Listrik	4.500.000	4.500.000	4.500.000
Telepon	250.000	250.000	250.000
Internet	350.000	350.000	350.000
Total	32.330.000	30.700.000	33.100.000

Table 2. Biaya Variabel Fadhil kaca

Keterangan	Okt-19	Nov-19	Des-19
Upah Karyawan	9.880.000	5.400.000	6.300.000
Kaca	62.800.000	58.900.000	73.000.000
Aluminium	35.200.000	34.800.000	36.000.000
Total	107.880.000	99.100.000	115.300.000

Table 3. Persentase Penjualan

Produk	Okt-19	Nov-19	Des-19
Rak Piring			
M17B	16,4%	17.2%	16,2%
A1	17,3%	22,8%	19,4%
P8	15,8%	13.3%	14,7%
Lemari			
O6	8,1%	5,1%	8,8%
Y24	6,4%	3,1%	6,9%

Table 4. Alokasi Biaya Tetap

Produk	Okt-19	Nov-19	Des-19
Rak Piring			
M17B	5.302.120	5.280.400	5.362.200
A1	5.593.090	6.999.600	6.421.400
P8	5.108.140	4.083.100	4.865.700
Lemari			
O6	2.618.730	1.565.700	2.912.800
Y24	2.069.120	951.700	2.283.900

Table 5. Alokasi Biaya Variabel

Produk	Okt-19	Nov-19	Des-19
Rak Piring			
M17B	17.692.320	17.045.200	18.678.600
A1	18.663.240	22.594.800	22.368.200
P8	17.045.040	13.180.300	16.949.100
Lemari			

O6	8.738.280	5.054.100	10.146.400
Y24	6.904.320	3.072.100	7.955.700

3. Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu suatu kegiatan serta proses-proses yang sedang berlangsung dari fenomena. Menurut Moleong (2009:6), untuk melaksanakan penelitian deskriptif adalah dari kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran dalam penyajian laporan. Data dapat berasal dari naskah wawancara, dokumen dalam penelitian ini berupa data laporan biaya dan laporan penjualan produk serta dokumen resmi lainnya. Data yang digunakan tersebut untuk melengkapi dan memperkuat informasi yang didapatkan dari pemberi informasi.

Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian adalah penjelasan manajemen atas data yang diberikan dan sumber tertulis berupa dokumen. data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dan pencatatan dokumen yang diberikan pihak manajemen.

Instrumen Penelitian

Peneliti juga berperan serta dalam pengamatan. Sehingga peneliti itu sendiri merupakan sebagai alat yang dapat mencapainya, karena peneliti sebagai instrument maka dalam pengumpulan data peneliti mengelompokkan data yang diperoleh menjadi beberapa bagian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang terpenting dalam melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dokumentasi.

4. Hasil dan Pembahasan

CV. Fadhil Kaca merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Fadhil Kaca menyediakan keperluan rumah tangga seperti rak piring, lemari pakaian, lemari hias, dan lain-lain. Dalam pemberian pelayanan yang baik terhadap konsumen timbullah biaya-biaya selain biaya yang berhubungan dengan biaya produksi seperti biaya angkut yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan.

CV. Fadhil Kaca memisahkan biaya berdasarkan perilaku agar mempermudah dalam pengambilan keputusan. Perilaku biaya diukur berdasarkan hubungan biaya tersebut terhadap perubahan volume kegiatan perusahaan. Berdasarkan perilaku biaya, biaya dipisahkan ke dalam biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel. Pada tabel 1 dapat dilihat biaya tetap. Biaya Variabel adalah biaya yang totalnya berubah seiring dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Biaya Variabel dalam CV. Fadhil Kaca terdiri dari biaya bahan kaca dan aluminium, dapat dilihat pada tabel 2.

Biaya tetap dan biaya variabel diatas merupakan biaya total untuk semua produk, sedangkan CV. Fadhil Kaca mempunyai rak piring dan lemari sebagai produk yang mempunyai harga jual yang berbeda-beda. Kami mengalokasikan setiap biaya yaitu biaya variabel dan biaya tetap ke dalam setiap produk menggunakan metode nilai jual, yang menggunakan harga jual dan volume penjualan sebagai patokan untuk menentukan besarnya alokasi biaya ke dalam setiap produk.

Pada tabel 3 dapat dilihat persentase nilai penjualan untuk setiap produk pada bulan Oktober, November, dan Desember 2019. Cara menghitung alokasi biaya, dapat dilihat pada tabel 4 alokasi biaya tetap dan tabel 5 alokasi biaya variabel.

Alokasi biaya = % nilai penjualan x total.

Kedua tabel dalam alokasi biaya adalah jumlah biaya yang dialokasikan ke dalam setiap produk. Besarnya biaya ditentukan oleh biaya harga jual dan jumlah unit yang terjual. Berarti volume penjualan setiap produk mempengaruhi besarnya biaya.

Berikut proyeksi Laba untuk CV. Fadhil Kaca Oktober 2019 adalah :

Penjualan	= 200.000.000
Total Biaya Variabel	= (107.880.000)
Margin Kontribusi	= 92.120.000
Total Biaya Tetap	= (32.330.000)
Laba Operasi	= 59.790.000

Dari data tersebut kami akan menghitung Rasio biaya variabel dan Rasio margin kontribusi:

$$\text{Rasio biaya variabel} = \frac{\text{Total biaya variabel}}{\text{Penjualan}}$$

$$\begin{aligned} \text{Rasio biaya variabel} &= \frac{107.880.000}{200.000.000} \\ &= 0,53 / 53\% \end{aligned}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

$$\begin{aligned} \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{92.120.000}{200.000.000} \\ &= 0,46 / 46\% \end{aligned}$$

Titik Impas dalam penjualan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Penjualan} &= \frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}} \\ \text{Penjualan} &= \frac{32.330.000}{0,46} \\ &= 70.282.609 \end{aligned}$$

Margin of safety dalam penjualan :

$$200.000.000 - 70.282.609 = 129.717.391$$

5. Penutup

Kesimpulan

Dalam *Activity Based Costing* (ABC) membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel. ABC system membagi biaya dalam kategori berdasarkan unit dan non unit, artinya beberapa biaya berubah tergantung pada jumlah unit yang diproduksi, beberapa biaya lainnya tidak, dan bisa juga biaya berdasarkan nonunit berubah berkenaan dengan *cost driver*-nya. Sedangkan Analisis CVP dapat membantu manajemen untuk mengetahui beberapa hal penting yaitu, berapa jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas, dampak pengurangan Biaya Tetap terhadap titik impas, dampak kenaikan harga terhadap laba, berapa volume penjualan dan bauran produk yang dibutuhkan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta tingkat sensitivitas harga atau biaya terhadap laba.

Manfaat ABC system adalah untuk meningkatkan akurasi informasi biaya, mendesak untuk diimplementasikan pada kondisi persaingan yang semakin ketat. Sedangkan Analisis CVP

tidak hanya bermanfaat untuk organisasi yang berorientasi pada laba, tetapi juga dapat digunakan untuk organisasi yang tidak berorientasi pada laba. Organisasi perlu memahami bagaimana biaya dapat dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan untuk membantu organisasi dalam mengendalikan biaya.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, dapat ditarik kesimpulan bahwa ABC system dan analisis *cost-volume-profit* bisa berperan dalam pengambilan keputusan bagi manajemen untuk meningkatkan laba perusahaan di masa mendatang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran dari penelitian ini bagi pihak perusahaan sebaiknya perusahaan mempertimbangkan metode ABC dan CVP untuk menghitung titik impas dalam unit sehingga perusahaan dapat mencapai laba yang diharapkan. Menyadari bahwa penulis masih jauh dari kata sempurna, kedepannya penulis akan lebih fokus dan details dalam menjelaskan tentang penelitian di atas dengan sumber-sumber yang lebih banyak yang tentunya dapat dipertanggungjawabkan.

References

- Agnes, I., Ramadhani, F., & Suriyanti, L. H. (2021). Pengaruh perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. *Research Accounting Journal*, 1(2), 239–246. [Teknokrat Journal](#)
- Irwanty, A., Ramadhani, F., & Suriyanti, L. H. (2021). Pengaruh perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. *Research Accounting Journal*, 1(2), 239–246. [Teknokrat Journal](#)
- Marlina, I. (2017). Analisis perilaku biaya dan pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan developer (Studi kasus perusahaan developer di Surabaya). *Jurnal Manajemen Kinerja*, 3(1), 17–25. [Jurnal Universitas Narotama](#)
- Novak, M., & Popesko, B. (2017). Analysis of overhead cost behavior: Case study on decision-making process. *Journal of Information Systems*, 11(2), 45–56. [Journal of International Studies](#)
- Putri, N. A., Febrina, C. S., & Putri, N. F. (2021). Analisis biaya terhadap biaya campuran. *Research Accounting Journal*, 1(2), 275–282. [Teknokrat Journal](#)
- Sari, D. P., & Wulandari, R. (2020). Analisis perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 112–120.
- Siregar, H., & Nasution, A. (2019). Pengaruh perilaku biaya terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1), 45–60.
- Situmorang, R., & Simanjuntak, T. (2018). Analisis perilaku biaya dan pengaruhnya terhadap perubahan volume kegiatan perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 89–98.
- Widianti, L. E. S. (2014). Analisis cost-volume-profit (CVP) sebagai alat bantu perencanaan laba pada Hotel Sunari Singaraja tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 35–42.
- Yuliana, R., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh perilaku biaya terhadap perubahan volume kegiatan perusahaan: Studi pada perusahaan jasa. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 12(1), 25–33.