

ANALISIS *COST-VOLUME-PROFIT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA JANGKA PENDEK PADA CV. MENTARI DEMPO INDAH PANGKALPINANG

(Studi Kasus Pada CV. Mentari Dempo Indah, Pangkalpinang)

Saparida Satriani
Marheni
Lona Miranda

Accounting Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract- The author's purpose in conducting this study was to find out how the influence of the Volume of Sales that must be met in order to CV. Mentari Dempo Indah survived in terms of Break Event Point, calculating and analysis of the Margin Safety, the Contribution of Margin, Profit Targets which can be obtained by calculating Operating Leverage year fiscal of 2009-2013. The data used are primary data and secondary data.

Cost Analysis analysis results-Volume-Profit Contribution Margin shows the calculation fiscal year of 2009 is Rp544.891.146,- and CMR 36%, in 2010 to Rp604.205.492,- and CMR 36%, in 2011 to Rp685.316.892,- and CMR 39%, year 2012 Rp591.726.003,- and CMR 32%, in 2013 to Rp695.180.072,- and CMR 37%. Break Even Point in 2009 amounted to Rp1.218.057.805,56, in 2010 Rp1.368.026.836,11, in 2011 Rp1.284.557.907,69, in 2012 Rp1.581.844.165,62, and in 2013 amounted to Rp1.517.071.627,03.

Calculation analysis of 2010 profit target of Rp1.544.803.442 results obtained to a minimum profit of previous years, the year 2011 amounting to Rp1.562.499.583, Rp1.844.703.216 in 2012, and in 2013 amounted to Rp1.715.580.565. Margin of Safety Mentari Dempo Indah, c.v, in year 2009 amounted to 19,90%, in 2010 19,40%, in 2011 amounted to 26,48%, in 2012 13,33% and 19,00% in 2013. Operating Leverage calculations indicate if the company raised profit 1% in 2009-2013, it will obtain the percentage increase in earnings in 2009 amounted to 8,56%, in 2010 amounted to 9,82%, in 2011 amounted to 8,15%, in 2012 amounted to 8,06%, and in 2013 amounted to 8,57%.

Keywords— Analysis of cost-volume-profit (CVP), the achievement of a profit.

I. PENDAHULUAN

Laba merupakan tujuan umum perusahaan dalam kegiatan operasionalnya, karena laba menjadi salah satu indikator dalam mengukur kinerja perusahaan. Laba sering dijadikan sebagai alat ukur keberhasilan suatu perusahaan. Dengan banyaknya laba yang diperoleh suatu perusahaan, maka perusahaan akan mampu untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, bahkan perusahaan akan mampu mengembangkan diri menjadi suatu usaha yang lebih besar, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Erina Purnamasari:2013).

Untuk memperoleh laba yang maksimal, perusahaan perlu membuat suatu perencanaan yang tepat dan cermat dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Perencanaan laba merupakan pengungkapan keuangan dan naratif akan hasil yang diharapkan dari keputusan perencanaan, dimana dengan jelas dapat ditetapkan sasaran dalam bentuk waktu yang diperkirakan dan hasil keuangan yang diharapkan (Hafid Maydanny:2014).

Eti Verawati (2014) mengatakan bahwa analisis *Cost-Volume-Profit* merupakan bagian terpenting dalam perencanaan laba karena alat tersebut diperlukan untuk membantu manajer dalam membuat kalkulasi perencanaan laba dan membuat anggaran penjualan perusahaan menjadi akurat sehingga perencanaan dan pengambilan keputusan dalam menentukan laba dapat optimal. Oleh karena itu, dalam perencanaan laba jangka pendek hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting. Hal itu dikarenakan dalam pemilihan alternative tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang manajemen memerlukan informasi biaya, volume, dan laba untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat terhadap laba yang akan datang.

L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:174) mengatakan hubungan analisis *Cost-Volume-Profit* dalam perencanaan laba dapat digunakan untuk menghitung titik impas, target laba, margin keamanan (*margin of safety*), komposisi biaya untuk memaksimalkan margin kontribusi, struktur biaya atau *leverage* operasi.

Dahlia HB (2011) menjelaskan analisis margin kontribusi digunakan untuk mengetahui jumlah yang tersedia untuk menutupi beban tetap yang kemudian menjadi laba untuk periode tersebut. Analisis *leverage* operasi (*operating leverage*) digunakan untuk mengukur seberapa sensitif laba bersih terhadap perubahan dalam penjualan. Jika *operating leverage* tinggi, maka peningkatan persentase yang kecil dalam penjualan dapat menghasilkan peningkatan laba bersih dalam persentase yang jauh lebih besar. Analisis titik impas (*break even point*) digunakan untuk mengetahui keadaan

perusahaan dimana jumlah total pendapatan besarnya sama dengan jumlah total biaya atau pengeluaran. Dengan kata lain, *break even point* menunjukkan keadaan dimana perusahaan dalam keadaan tidak rugi maupun untung. Analisis margin keamanan (*margin of safety*) untuk menghitung jumlah dimana penjualan dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. Semakin tinggi *margin of safety* maka semakin rendah risiko untuk tidak balik modal. Analisis target laba digunakan untuk menentukan berapa volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Analisis *Cost-Volume-Profit* memiliki beberapa kelebihan yang diantaranya adalah dapat memberikan berbagai informasi yang bermanfaat untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian laba yang diharapkan (Albert Hartanto:2004).

Dari penjelasan di atas, penulis tertarik untuk meneliti tentang metode analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai alat perencanaan laba dengan judul “**Analisis Cost-Volume-Profit Sebagai alat perencanaan Laba Jangka Pendek Pada CV. Mentari Dempo Indah, Pangkalpinang**”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Akuntansi

Secara umum, akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu proses indentifikasi, pengukuran, dan pengomuni-kasian informasi ekonomi yang mengha-silkan informasi yang berguna bagi pembuatan kebijakan dan keputusan oleh pemakainya (L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:4). Menurut Arif Rahman (2013:3), akuntansi dapat dijabarkan sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan dan analisis data keuangan suatu organisasi.

B. Pengertian Biaya

Dalam ilmu akuntansi, antara biaya (*cost*) dengan beban (*expense*) dibedakan pengertiannya karena dalam semua pembahasan akuntansi kedua istilah tersebut memang berbeda. L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:172) mengatakan istilah biaya umumnya digunakan untuk pengorbanan manfaat ekonomis untuk memperoleh jasa yang tidak dikapitalisasi nilainya. Menurut Kamaruddin Ahmad (2013:34) yang dimaksud dengan biaya dan beban adalah “pengeluaran yang diukur dalam moneter yang telah dikeluarkan atau potensial akan dikeluarkan untuk memperoleh dan mencapai tujuan tertentu. Sebaliknya beban adalah pengeluaran yang telah digunakan untuk menghasilkan prestasi”. Biaya (*cost*) dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat di masa depan. Ketika biaya telah dihabiskan dalam proses menghasilkan pendapatan, biaya tersebut dinyatakan kedaluwarsa (*expire*). Biaya (*cost*) yang telah kedaluwarsa disebut beban (*expenses*). Setiap periode, beban akan dikurangkan dari pendapatan dalam laporan laba rugi untuk menentukan laba periode tersebut. Agar perusahaan tetap berjalan, pendapatan harus selalu melebihi beban dan laba yang dihasilkan harus cukup besar untuk memuaskan pemilik perusahaan.

C. Pengelompokan Biaya

1. Penggolongan Biaya dalam Laporan Laba Rugi Konvensional

Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:27) dalam pelaporan laba rugi untuk kepentingan publik, biaya dapat

dikelompokkan menurut bagian organisasi di mana biaya itu terjadi. Dalam pengelompokan ini dikenal biaya-biaya sebagai berikut:

1. Harga pokok penjualan pabrik/ produksi. Kelompok biaya ini digunakan untuk menunjukkan atau menyajikan nilai perolehan termasuk biaya produksi barang atau jasa yang sudah laku terjual. Dalam perusahaan industry manufaktur komponennya terdiri dari biaya-biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.
2. Biaya penjualan – departemen pemasaran. Biaya ini digunakan untuk menunjukkan pengorbanan manfaat ekonomis yang dimaksudkan untuk memperkuat produk mendapatkan penjualan atau pendapatan sampai dengan penyerahan barang atau jasa kepada pelanggan.
3. Biaya administrasi dan umum kantor : SDM, keuangan, top manajemen. Biaya ini digunakan untuk menyajikan pengorbanan manfaat ekonomis yang dilakukan atau terjadi dalam perusahaan untuk men-jalankan aktivitas organisasi selain untuk produksi dan pemasaran. Biaya ini berhubungan dengan aktivitas untuk mempertahankan kelangsungan keberadaan organisasi.

2. Pengelompokan Biaya Dilihat dari Saat Pembebanannya Terhadap Pendapatan

Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:30), dilihat dari saat pembebanannya terhadap pendapatan atau pengakuannya sebagai beban, biaya dapat dikelompokkan sebagai harga pokok produk dan biaya periodik. Biaya-biaya periodik terdiri dari biaya yang secara langsung dibebankan pada laporan laba rugi sebagai beban dalam periode terjadinya. Termasuk dalam kelompok biaya ini, yaitu biaya-biaya pemasaran atau penjualan, dan biayabiaya adminstrasi dan umum. Dalam penyajian laporan laba rugi dengan pendekatan variabel costing semua biaya tetap diperlakukan sebagai biaya periodik.

Harga pokok produk meliputi semua biaya yang terjadi dalam rangka pembelian atau pembuatan produk. Dalam pendekatan *full costing* harga pokok produk akan sama jumlah dan komponennya dengan biaya pabrik. Termasuk dalam kelompok biaya ini, yaitu biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik seperti diuraikan di atas. Dalam pendekatan *variable costing*, harga pokok produk hanya terdiri dari biaya-biaya produksi variabel saja.

Sebelum produknya terjual, nilai biaya produksi yang diserap dalam proses produksi akan tetap mengendap sebagai elemen aktiva dan dalam laporan keuangan disajikan sebagai akun persediaan dalam neraca. Sementara biaya periodik akan segera diakui sebagai beban pada periode berjalan karena begitu biayanya diserap dalam kegiatan bisnis, biaya tersebut dianggap tidak akan memberikan manfaat lagi pada masa yang akan datang.

3. Pengelompokan Biaya dalam Hubungannya dengan Objek yang dibiayai

Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:38), dalam hubungannya dengan objek yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Biaya langsung Biaya langsung adalah suatu biaya yang dapat dengan mudah ditelusuri hubungannya dengan objek

biaya tertentu. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dapat dikategorikan sebagai biaya langsung.

2. Biaya tidak langsung Biaya tidak langsung meliputi biaya-biaya yang tidak dapat dengan mudah ditelusuri hubungannya dengan objek yang dibiayai. Biaya tidak langsung juga sering terdiri dari biaya bersama seperti *overhead* pabrik. Biaya untuk tenaga kerja dapat berupa waktu menganggur, lembur, atau tunjangan pegawai. Biaya waktu menganggur, biaya lembur, biaya tunjangan dapat dikelompokkan sebagai biaya tenaga kerja langsung atau biaya tenaga kerja tidak langsung tergantung dari hubungannya dengan objek yang dibiayai.

D. Klasifikasi Biaya untuk Pengambilan Keputusan

Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:39), karena keputusan selalu berorientasi ke depan dan terutama beberapa keputusan khusus membutuhkan analisis diferensial maka dalam prosesnya dikenal konsep biaya dan pendapatan sebagai berikut:

1. Biaya diferensial yaitu selisih atau perbedaan biaya antara dua alternatif. Apabila selisih ini berkenaan dengan pendapatan maka dikenal sebagai pendapatan diferensial. Pendapatan diferensial, yaitu selisih atau perbedaan pendapatan antara dua alternatif yang dipertimbangkan dalam keputusan.
2. Biaya kesempatan yaitu potensi keuntungan atau penghematan biaya yang hilang karena suatu alternative dipilih dari alternatif yang lain.
3. Biaya tambahan yaitu biaya yang akan terjadi karena adanya proses lebih lanjut atau kegiatan tambahan. Suatu biaya tambahan biasanya akan menjadi biaya relevan bila terjadi di antara pilihan alternatif.
4. Biaya-biaya yang dapat dikendalikan. Biaya ini meliputi biaya-biaya tenggelam dan biaya tetap lainnya. Sebaliknya, biaya variabel yang terjadi pada masa yang akan datang cenderung terkendali karena dapat terjadi atau tidaknya biaya ini ditentukan oleh keputusan manajemen. Biaya ekspansi pabrik yang diputuskan oleh manajemen puncak misalnya, biaya tidak terkendalikan bagi manajer pabrik sebagai manajer yang lebih rendah levelnya.

E. Klasifikasi Perilaku Biaya

Menurut perilakunya, biaya dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Biaya tetap

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah suatu biaya yang konstan dalam total tanpa mempertimbangkan perubahan-perubahan tingkat aktivitas dalam suatu kisaran relevan tertentu (L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M., 2012:47). Dr. Kasmir (2013:339) menyatakan biaya tetap adalah "biaya yang secara total tidak mengalami perubahan, walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batasan waktu)". Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M.(2012:47), Biaya tetap selanjutnya dapat dikelompokkan menjadi:

a. *Committed fixed cost*

Committed fixed cost meliputi biaya-biaya tetap yang berhubungan dengan investasi dalam fasilitas, peralatan, dan struktur dasar organisasi sebuah perusahaan. Biaya-biaya ini sulit ditelusuri hubungannya dengan volume output, seperti unit produksi.

b. *Discretionary fixed cost*

Discretionary fixed cost atau dikenal juga sebagai *managed fixed cost* meliputi biaya-biaya tetap yang timbul dari keputusan tahunan manajemen untuk membelanjai bidang-bidang biaya tetap tertentu seperti iklan dan penelitian. Sebagai *discretionary fixed cost*, biaya ini akan hilang jika kebijakan yang bersangkutan juga ditiadakan. Demikian juga fluktuasinya akan dipengaruhi oleh kebijakan manajemen. Biaya ini bisa melekat pada volume kegiatan dan/atau perubahan lingkup organisasi. Menurut Kamaruddin Ahmad (2013:87), biaya tetap mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Biaya total yang tidak berubah atau tidak dipengaruhi oleh periode yang ditentukan atau kegiatan tertentu.
2. Biaya per unitnya berbanding terbalik dengan perubahan volume, pada volume rendah *fixed cost* unitnya tinggi, sebaliknya pada volume yang tinggi *fixed cost* per unitnya rendah.

2. Biaya Variabel

L.M. Samryn, S.Ak., M.M., (2012:36) mengatakan bahwa biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlahnya berubah secara proporsional dengan perubahan tingkat aktivitas. Biaya ini disebut variabel karena jumlahnya akan berubah secara proporsional jika terjadi perubahan volume aktivitas. Sedangkan Dr. Kasmir (2013:339) mengatakan biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Artinya, asumsi kita biaya variabel berubah-ubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, upah buruh langsung, dan komisi penjualan biaya variabel lainnya.

Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:47), biaya variabel dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. *Engineered variable cost Engineered variable cost* atau *true variable cost*, yaitu biaya yang memiliki spesifikasi hubungan fisik yang eksplisit dengan pelaksanaan suatu aktivitas. Biaya ini timbul dalam rangka aktivitas operasi normal perusahaan, contohnya adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang berubah volumenya karena proses pembuatan produk.

b. *Discretionary variable cost Discretionary variable cost* atau *step variable cost*, yaitu semacam biaya kebijakan yang memiliki pola grafis variabel, tetapi bukan karena alasan yang sama seperti bahan langsung atau tenaga kerja langsung.

Menurut Kamaruddin Ahmad (2013:89), biaya variabel mempunyai pola sebagai berikut:

1. Total biaya variabel berubah proporsional dengan perubahan volume /kapasitas, makin besar kapasitas yang digunakan semakin besar pula total biaya variabel, demikian pula sebaliknya.
2. Per unit biaya berubah (variabel) konstan/ tetap. Misalnya biaya bahan langsung, contoh di muka biaya pemakaian bahan langsung, bensin, olie yang dihitung dan tergantung kilometer yang ditempuh.

3. Biaya Semivariabel

Mixed Cost atau *semivariable cost*, adalah biaya yang di dalamnya terdiri dari elemen-elemen biaya tetap dan biaya variabel (L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M., 2012:48). Biaya ini umumnya terdapat dalam komponen biaya tidak langsung.

Dalam keadaan tertentu, jumlah biaya semivariabel akan menjadi lebih tinggi dalam satu tingkat aktivitas, akan tetapi dalam keadaan lain bisa terjadi biayanya akan lebih rendah pada tingkat aktivitas yang sama. Menurut Kamaruddin Ahmad (2013:100), sifat dari biaya semi variabel seperti disebut di bawah ini:

1. Totalnya berubah mengikuti perubahan volume, tetapi perubahannya tidak proporsional.
2. Per unitnya juga berubah, tetapi terbalik dengan perubahan volume dan tidak sebanding. Contoh: biaya telepon, pemeliharaan mesin, biaya listrik, dan sebagainya.

F. Metode Pemisahan Biaya

Agar tidak menyesatkan dalam pengambilan keputusan, maka biayabiaya semivariabel harus terlebih dahulu dipisahkan unsur biaya tetap dari unsure biaya variabelnya. Apabila pemisahan ini tidak dilakukan, maka alternatif keputusan yang dihasilkan juga kurang memuaskan akurasiya terutama bila jumlah biaya semivariabel ini cukup signifikan dibanding total biaya secara keseluruhan. Menurut Dr. Kasmir (2013:338), dalam mengadakan pemisahan biaya semi variabel dipergunakan 2 (dua) pendekatan, yaitu:

1. *Analytical approach* (pendekatan analitis)

Pendekatan analitis, yaitu kita harus meneliti setiap jenis dan unsure biaya yang terkandung satu per satu dari biaya yang ada beserta sifatsifat biaya tersebut.

2. *historical approach* (pendekatan historis).

Dalam pendekatan historis, yang harus dilakukan adalah memisahkan biaya tetap dan variabel berdasarkan angka-angka dan data biaya masa lampau. Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:48), pemisahan unsur biaya tetap dan biaya variabel dari biaya semivariabel dapat dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Titik Tertinggi dan Terendah

Metode titik tertinggi dan terendah adalah suatu metode pemisahan biaya campuran ke dalam elemen-elemen biaya tetap dan biaya variabelnya dengan mendasarkan analisis pada selisih biaya antara tingkat aktivitas tertinggi dan yang terendah. Metode ini antara lain sangat berguna dalam membantu memberikan gambaran sederhana dalam pengujian secara cepat atas penaksiran perubahan biaya. Namun, hasil perhitungan dengan menggunakan metode ini tidak sebaik metode lain karena dalam analisisnya hanya digunakan dua data yang tertinggi dan yang terendah saja. Konsekuensinya, semakin banyak data yang harus dianalisis, maka hasil perhitungan dengan metode ini semakin tidak mewakili, tentunya bila terdapat data dengan fluktuasi yang tajam dari waktu ke waktu.

2. Metode Biaya Berjaga

Metode biaya berjaga praktis digunakan untuk menaksir biaya tetap dan biaya variabel bila sebuah perusahaan menutup kegiatannya untuk sementara. Metode ini disebut biaya berjaga karena dimaksudkan untuk menghitung cadangan dana yang harus disiapkan untuk berjagajaga selama tenggang waktu tanpa kegiatan normal.

3. Metode Diagram Pencar

Metode diagram pencar yaitu suatu metode pemisahan biaya campuran ke dalam elemen-elemen biaya tetap dan variabelnya dengan menggunakan grafik. Dengan menggunakan metode ini sebuah garis regresi ditarik di antara pencaran titik-titik yang diplot secara sederhana berdasarkan

pengamatan visual.

4. Analisis Regresi Kuadrat terkecil

Pada umumnya analisis regresi dimulai dari asumsi bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel terikat dan variabel bebasnya. Asumsi ini juga dapat diterapkan dalam analisis hubungan perilaku biaya dengan faktor yang menyebabkan terjadinya biaya yang bersangkutan. Analisis regresi juga membuat asumsi tentang sifat dan distribusi "error term" dalam estimasi hubungan antara biaya *overhead* dan jam mesin. Atas dasar asumsi tersebut, maka dianggap bahwa fluktuasi biaya sebagai variabel terikat (y) akan ditentukan secara linier oleh perubahan volume aktivitas (x) sebagai variabel bebasnya. Analisis regresi kuadrat terkecil, yaitu suatu metode yang dapat digunakan dalam pemisahan biaya campuran ke dalam elemen-elemen biaya tetap dan variabelnya dengan mencocokkan suatu kuadrat garis yang meminimumkan jumlah kesalahan. Metode regresi kuadrat terkecil untuk mengestimasi suatu hubungan linier didasarkan pada persamaan untuk sebuah garis lurus $y = a + bx$. Hasil perhitungan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil memiliki akurasi yang lebih tinggi karena menggunakan semua data volume aktivitas dan data biaya yang tersedia sebagai dasar analisisnya.

G. Analisis Cost-Volume-Profit

1. Pengertian Analisis Cost-Volume-Profit

Friska M. Sipayung (2008) menjelaskan bahwa analisis *Cost-Volume-Profit* suatu alat yang sangat berguna bagi manajemen untuk menjalankan fungsinya. Alat ini dapat membantu memahami hubungan antar biaya, volume, laba organisasi dengan memfokuskan hubungan 5 elemen yaitu harga produk, volume atau tingkat aktivitas, biaya variabel, total biaya tetap dan bauran produk yang dijual.

Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:172), penggunaan analisis *Cost-Volume-Profit* dalam sebuah organisasi bisnis didasarkan pada asumsi-asumsi bahwa:

1. Harga jual adalah konstan. Harga produk atau jasa tidak berubah ketika volume berubah.
2. Biaya bersifat linier dalam setiap kisaran relevan dan dapat dibagi secara akurat ke dalam elemenelemen biaya variabel dan biaya tetap. Metode pembagian ini untuk biaya semivariabel.
3. Dalam perusahaan yang menghasilkan dan menjual banyak produk bauran penjualannya konstan.
4. Dalam perusahaan pabrikan tingkat persediaan tidak berubah dalam pengertian bahwa selisih tingkat persediaan akhir periode tidak signifikan.

2. Manfaat dan Keterbatasan Analisis Cost-Volume-profit

L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:172) mengatakan bahwa pemahaman mengenai aplikasi konsep biaya, volume, dan laba dapat digunakan oleh manajemen sebagai dasar untuk merencanakan komposisi tingkat biaya, volume, dan laba yang menguntungkan. Sebagai komponen yang saling berhubungan komposisinya harus berada pada titik yang optimal. Batasan-batasan dari analisis *Cost-Volume-Profit* adalah sebagai berikut:

1. Konsep tentang *variabel cost* dapat diterima, karena itu biaya harus realistis diklasifikasikan sebagai variabel dan tetap.
2. *Range* yang relevan pada semua tahap analisis harus ditentukan.

3. Harga jual per unit tidak berubah jika terjadi perubahan volume.
4. Harga dijual satu jenis produk (*single* produk).
5. Kombinasi produk (*product mix*), *sales* mixnya harus tetap atau jika analisis digunakan untuk berbagai produk atau konstan.
6. Kebijaksanaan manajemen terhadap operasi perusahaan tidak berubah secara material dalam jangka pendek.
7. Tingkat harga umum stabil dalam jangka pendek.
8. Sinkronisasi antara penjualan dan produksi, yang berarti tingkat inventori harus konstan atau kosong (nol).
9. Efisiensi dan produktivitas tidak mengalami perubahan-perubahan, khususnya dalam jangka pendek.

3. Dasar Analisis Cost-Volume-Profit

Pengetahuan dasar yang sangat menentukan dalam analisis Cost-Volume-Profit adalah pemahaman tentang penyusunan laporan laba rugi dengan menggunakan pendekatan variable costing. Pendekatan ini menghasilkan suatu model laporan laba rugi dimana biaya diklasifikasikan menurut perilakunya. Agar lebih informatif, maka sebaiknya laporan laba rugi diuraikan dalam bentuk laporan penjualan secara total dan penjualan per unit (L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M., 2012:173).

4. Margin Kontribusi

Margin Kontribusi merupakan hasil pengurangan biaya variabel dari penjualan. Margin kontribusi menunjukkan jumlah yang tersedia menutup biaya variabel dan beban tetap yang kelebihan merupakan laba. (Amin Wijaya Tunggal AK, CPA, MBA, 2014:262). Kamaruddin Ahmad (2013:58) mengatakan keputusan-keputusan atau masalah-masalah yang dapat diselesaikan dengan memperhatikan *Contribution Margin*, antara lain sebagai berikut:

1. Menutup atau meneruskan segmen atau bagian tertentu. Dengan melihat CM saja dapat diambil keputusan pertama, CM yang positif akan menguntungkan perusahaan secara keseluruhan, jika biaya tetapnya tanggungan bersama.
2. Jika alternatif penutupan suatu segmen atau bagian itu dilakukan dan dilakukan alternatif lain, maka keputusannya pun hanya membandingkan CM saja.
3. Dalam analisis *joint cost* dengan *joint product*, keputusannya hanya membandingkan harga jual baru dikurangi harga jual lama dengan CM (yaitu biaya proses lanjutan) sudah diambil keputusan.
4. Tidak memerlukan perhitungan-perhitungan yang rumit dan lebih efisien terutama dalam analisis titik impas.

5. Analisis Titik Impas (Break Even Point)

Dalam rangka memproduksi atau menghasilkan suatu produk, baik barang maupun jasa, perusahaan terkadang perlu terlebih dulu merencanakan berapa besar laba yang ingin diperoleh. Agar perolehan laba mudah ditentukan, salah satu caranya adalah perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu titik impasnya.

Dr. Kasmir (2013:333) berpendapat bahwa analisis titik impas adalah: "Suatu keadaan di mana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Artinya, dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Lebih lanjut analisis ini digunakan untuk menentukan berapa unit yang harus dijual agar kita memperoleh keuntungan, baik dalam volume penjualan dalam unit maupun dalam rupiah".

6. Tujuan dan Kelemahan Analisis Titik Impas

Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat Untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan, dan produksi. Menurut Dr. Kasmir (2013:335), adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penggunaan analisis titik impas, yaitu:

1. Mendesain spesifikasi produk. Analisis titik impas memberikan perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan.
2. Menentukan harga jual per satuan. Di samping pertimbangan biaya yang akan dikeluarkan, harga jual juga terkait dengan pihak pesaing yang memiliki produk yang sejenis.
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian. Maksudnya adalah agar perusahaan mampu menentukan batas jumlah produksi dalam kondisi tidak rugi dan tidak laba dari kapasitas produksi yang dimilikinya.
4. Memaksimalkan jumlah produksi. Maksudnya adalah agar jangan sampai ada kapasitas produksi yang menganggur. Kemudian perusahaan juga mampu menjaga agar berproduksi secara efisien.
5. Merencanakan laba yang diinginkan. Besarnya laba dapat kita ukur dari batas minimal produk atau dari total rupiah yang diproduksi. Kemudian mampu merencanakan atau menentukan jumlah keuntungan setiap unit produksi yang dijual. Analisis titik impas juga memiliki beberapa kelemahan yang pasti ada dan tidak dapat dihindari. Berikut beberapa kelemahan analisis titik impas menurut Dr. Kasmir (2013:336) yaitu:
 1. Perlu asumsi Analisis titik impas membutuhkan banyak asumsi, terutama mengenai hubungan antara biaya dengan pendapatan. Padahal terkadang asumsi yang digunakan sudah tidak sesuai dengan realita yang terjadi ke depan.
 2. Bersifat statis Analisis ini hanya digunakan pada titik tertentu, bukan pada suatu periode tertentu.
 3. Tidak digunakan untuk mengambil keputusan akhir Analisis titik impas hanya baik digunakan jika ada penentuan kegiatan lanjutan yang dapat dilakukan.
 4. Tidak menyediakan pengujian aliran kas yang baik Jika aliran kas telah ditentukan melebihi aliran kas yang harus dikeluarkan, proyek dapat diterima dan hal-hal lainnya dianggap sama.
 5. Hubungan penjualan dan biaya Hubungan penjualan dan biaya adalah dalam hal biaya, jika penjualan dilakukan dalam kapasitas penuh, tetapi memerlukan tambahan penjualan, akan ada tambahan biaya tenaga kerja atau upah yang mengakibatkan naiknya biaya variabel dan jika diperlukan tambahan peralatan atau pabrik. Maka, biaya tetap juga akan meningkat.
 6. Kurang mempertimbangkan risiko yang terjadi selama masa penjualan Selama masa penjualan begitu banyak risiko yang mungkin dihadapi, misalnya kenaikan harga bahan baku, yang akan berpengaruh terhadap harga jual dan pada akhirnya akan berpengaruh kepada jumlah penjualan secara keseluruhan, baik unit maupun rupiah.
 7. Pengukuran kemungkinan penjualan Jika hendak membuat grafik pulang pokok yang didasarkan kepada harga penjualan yang konstan, untuk melihat kemungkinan laba pada berbagai tingkat harga harus dibuatkan semua seri grafik untuk tiap tingkat harga.

7. Metode Penghitungan Titik Impas

www.stie-ibek.ac.id

Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak.,M.M., (2012:175), titik impas selanjutnya dapat dihitung dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode persamaan
2. Metode Kontribusi
3. Metode Grafik

8. Analisis Target laba

Menurut L.M. Samryn, S.E.,Ak.,M.M. (2012:79), dalam perhitungan titik impas target laba sama dengan nol, sedangkan dalam analisis target laba jumlah yang diperhitungkan dalam formulanya disesuaikan dengan jumlah laba yang diinginkan, biasanya lebih besar dari nol. Dalam tujuan untuk mencapai laba yang besar (dalam rencana maupun realisasinya), manajemen dapat menempuh berbagai langkah, misalnya:

1. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang diinginkan.
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

9. Margin Keamanan (*Margin of Safety*)

Margin Keamanan (*Margin of safety*) merupakan total penjualan dikurangi penjualan pada titik impas, yang dinyatakan dalam dolar atau persentase penjualan (Amin Wijaja Tunggal AK, CPA, MBA, 2014:553).

L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M., (2012:181), mengemukakan bahwa margin keamanan (*margin of safety*) adalah “kelebihan penjualan yang dianggarkan atau realisasi di atas titik impas”. Hasil perhitungan titik keamanan menunjukkan jumlah sampai seberapa besar penjualan dapat turun sehingga sampai pada titik impas. Perhitungannya dapat dinyatakan dalam unit, satuan uang, dan persentase.

10. Leverage Operasi

Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012:182), *leverage* operasi adalah “suatu ukuran kemampuan manajemen memanfaatkan biaya tetap dalam suatu organisasi agar mencapai tingkat laba tertentu”. *Leverage* operasi merupakan suatu ukuran tentang seberapa sensitif laba bersih terhadap perubahan dalam penjualan. Model ini dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang berapa besarnya kenaikan laba jika terjadi kenaikan penjualan dalam jumlah persentase tertentu.

H. Perencanaan Laba

1. Pengertian Perencanaan Laba

Agustina (2011) menjelaskan perencanaan laba sama halnya dengan perencanaan kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implementasi keuangannya dalam bentuk proyeksi perhitungan laba-rugi, neraca, kas, dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. Keuntungan dari perencanaan laba menurut Amin Wijaja Tunggal AK, CPA, MBA, (2014:182) antara lain sebagai berikut:

- a) Prakiraan penjualan dan program perencanaan penjualan
- b) Menganggarkan program untuk mengendalikan semua biaya, baik biaya produksi maupun non produksi.
- c) Merencanakan dan membuat program tambahan terhadap atau pengurangan dari modal kerja dan investasi pabrik.
- d) Penelaahan terhadap semua faktor yang berpengaruh terhadap pengembalian atas investasi, baik dari sudut jangka pendek satu tahun maupun periode waktu yang lebih lama.

Fungsi perencanaan laba harus tidak mencakup ruang lingkup financial saja, akan tetapi harus juga mengungkapkan metode dan program yang akan digunakan untuk mencapai sasaran.

2. Prosedur Penetapan Sasaran Laba

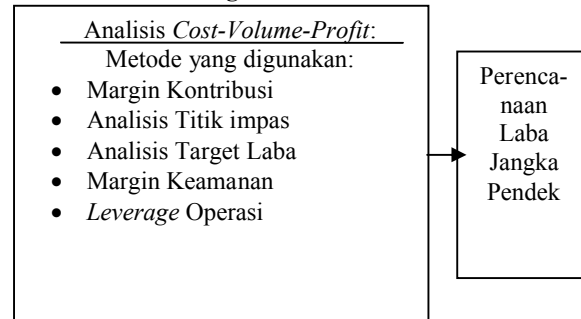
Menurut Amin Wijaja Tunggal AK, CPA, MBA, (2014:182), ada tiga prosedur yang dapat diikuti oleh manajemen perusahaan Dalam menetapkan sasaran laba antara lain sebagai berikut:

1. *A priori*. Manajemen menentukan tingkat pengembalian tertentu yang akan dicapai dalam jangka panjang dan kemudian membuat rencana untuk mencapai tingkat tersebut.
2. *A posteriori*. Manajemen membuat rencana dan kemudian menetapkan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh rencana tersebut.
3. *Pregmatic*. Manajemen menggunakan suatu standar target keuntungan yang telah diuji secara empiris dan didukung oleh pengalaman.

I. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan sintesis atau ekstrapolasi dari tinjauan teori yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntutan untuk memecahkan masalah penelitian. (Fiska M. Sipayung:2008). Laporan laba/rugi dibutuhkan dalam analisis *Cost-Volume Profit* karena dalam laporan tersebut terdapat tiga faktor dasar yang dibutuhkan untuk pengolahan data agar dapat dibuat sebuah perencanaan laba yaitu faktor harga jual, volume penjualan dan biaya produksi.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Keterangan: —> Variabel yang diteliti.

III. METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan tentang analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai alat perencanaan laba jangka pendek. Dalam pembuatan skripsi ini waktu penelitian yang penulis lakukan selama 4 bulan yaitu sejak tanggal 12 Februari 2015 sampai dengan 29 Mei 2015. Sedangkan tempat penelitian dilakukan pada CV. Mentari Dempo Indah di Jl. Tegal No. 85 Rt/Rw Kec. Bukit Intan05/02, Pasir Putih, Pangkalpinang.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono:2004).

Sedangkan menurut Uma (2005:15), variabel merupakan semua yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa saja berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Berdasarkan data-data yang penulis peroleh dari CV. Mentari Dempo Indah Pangkalpinang, maka variabel yang penulis teliti dalam pembuatan skripsi ini adalah variabel independent (X) yaitu harga jual, volume penjualan, biaya variabel, dan biaya tetap dalam menentukan variabel dependent (Y) yaitu perencanaan laba jangka pendek. Variabel operasional di atas akan menggunakan data dari tahun 2009 sampai dengan 2013.

3. Metode Penentuan Sampel

Agustina Pradita Marhaeni (2011) mengatakan, sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan populasi sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penentuan sampel dengan cara simple random sampling karena sampel dalam populasi jumlahnya relatif sedikit.

4. Metode Pengumpulan Data

Faktor-faktor yang menentukan keberhasilan suatu penelitian salah satunya dengan menggunakan metode pengumpulan data yang tepat, jadi data penelitian yang diharapkan bisa didapatkan dengan menggunakan metode atau tehnik tertentu (Hafid Maydanny:2014).

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan mempelajari berbagai literatur, buku, referensi, dokumen, dan sebagainya yang berkaitan dengan objek pembahasan sebagai bahan analisis.

2. Penelitian Langsung (*Field Research*)

Penelitian langsung adalah suatu metode dengan melakukan peninjauan ke objek yang diteliti, guna memperoleh data yang diperlukan yaitu Data Primer (Hafid Maydanny:2014). Data primer ini dapat diperoleh dengan cara:

1. Pengamatan (observasi)

Mengadakan pengamatan secara langsung yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

2. Wawancara (*interview*)

Mengadakan wawancara secara langsung dengan pimpinan dan karyawan yang terlibat dalam objek penelitian.

3. Dokumentasi

Melihat dan mempelajari data-data berupa laporan keuangan, catatan perusahaan maupun data akuntansi perusahaan yang ada relevansinya dengan data yang dibutuhkan.

5. Metode Analisis Data

Hafid Maydanny (2014) mengatakan metode analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif yaitu menyajikan rangkuman data atau nilai yang dihitung

berdasarkan data yang tersedia atau data yang dikumpulkan. Setelah data diteliti dan dianalisis dalam bentuk angka-angka atau perhitungan, selanjutnya akan dilakukan penjumlahan dan prosentase yang kemudian akan disimpulkan.

Tahap-tahap analisis data yang akan dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Analisis pemisahan biaya semivariabel ke dalam komponen-komponen tetap dan variabel. Metode pemisahan biaya yang digunakan yaitu metode biaya berjaga. Metode ini menggunakan cara penghitungan, pada saat atau perusahaan ditutup sementara, dan biaya yang dikeluarkan pada saat ditutup sementara itu disebut biaya tetap (*fixed cost*). Rumus penghitungan biaya variabel:

$$\frac{\text{Total biaya rata-rata} - \text{Biaya Tetap}}{\text{Jam kerja rata-rata}}$$

6. Analisis Cost-Volume-Profit

1. Metode Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Erina Purnamasari (2013) menjelaskan, untuk menghitung margin kontribusi perhitungannya dapat di hitung dengan menggunakan rumus:

Margin kontribusi dalam unit = **Penjualan – Biaya variabel per unit**

Sedangkan untuk menyatakan persentase dari pendapatan penjualan dengan menggunakan rasio margin kontribusi (*Contribution Margin Ratio*) adalah:

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

2. Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M., (2012:175), titik impas selanjutnya dapat dihitung dengan menggunakan metode sebagai berikut:

Metode persamaan. Titik impas pada metode ini dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Penjualan} - \text{Biaya variabel} - \text{Biaya tetap} = \text{Laba, dan/atau} \\ \text{Penjualan} = \text{Biaya variabel} + \text{Biaya tetap} + \text{Laba}$$

Namun apabila data tidak tersedia untuk menggunakan rumus tersebut, maka titik impas dalam rupiah dapat dihitung dengan prosedur sebagai berikut:

$$\text{Rasio penjualan} = \text{Rasio margin kontribusi} + \text{Biaya tetap} + \text{Laba}$$

Metode Margin Kontribusi. Metode ini merupakan penyingkatan dari formula metode persamaan dalam menghitung titik impas. Rumusnya yaitu sebagai berikut:

Impas dalam unit :

$$\text{(Biaya tetap / margin kontribusi dalam unit)}$$

Impas dalam Rp :

$$\text{(Biaya tetap / Rasio margin kontribusi)}$$

3. Analisis Target Laba

Rumus *Cost-Volume-Profit* dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba menurut L.M. Samryn, S.E., Ak., M.M. (2012; 179), yaitu:

1. Metode Persamaan

Menghitung target penjualan dalam unit:

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya variabel} + \text{Biaya tetap} + \text{Laba}$$

Menghitung target penjualan dalam rupiah:

$$\text{Rasio penjualan} = \text{Rasio margin kontribusi} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

2. Metode Margin Kontribusi

Penjualan dalam unit = $(\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}) / \text{Margin Kontribusi per unit Penjualan dalam Rupiah} = (\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}) / \text{Rasio Margin Kontribusi}$.

4. Margin Keamanan (*Margin of Safety*)

Eti verawati (2014) mengatakan bahwa *Margin of safety* yang besar menunjukkan bahwa kondisi perusahaan tidak dalam bahaya, dan sebaliknya jika *Margin of Safety* kecil mendekati nol persen menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi bahaya yaitu akan mengalami titik impas. Jika *margin of safety* negatif berarti perusahaan mengalami bahaya yaitu mengalami kerugian. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

Margin of Safety (dalam rupiah)

$$= \text{Total penjualan} - \text{Penjualan titik impas}$$

Margin Of Safety Ratio

$$\frac{\text{Margin Of Safety (dalam rupiah)}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

Margin Of Safety (dalam unit)

$$= \frac{\text{Margin Of Safety (dalam rupiah)}}{\text{Harga per Unit}}$$

5. Leverage Operasi

Analisis *leverage* operasi diguna-kan untuk mengetahui sejauh mana laba perusahaan dapat berubah jika terdapat peningkatan ataupun penurunan penjualan.

Rumus dalam tingkat *leverage* operasi dapat dihitung dengan menggunakan formula:

Tingkat *leverage* operasi

$$= \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

Dengan pendekatan tingkat *leverage* operasi tersebut, selanjutnya manajemen dapat membuat proyeksi peningkatan laba dengan menggunakan formula:

% Kenaikan Laba Bersih

$$= \text{Tingkat leverage operasi} \times \% \text{ Kenaikan penjualan}$$

III. PEMBAHASAN

1. Penyajian Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis dari tanggal 12 Februari 2015 sampai dengan 29 Mei 2015 tentang analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai alat perencanaan laba jangka pendek, maka pada bagian ini penulis akan membahas atau menganalisis perencanaan laba CV. Mentari Dempo Indah dengan menggunakan metode analisis *Cost-Volume-Profit*. Dalam analisis ini hal yang dijadikan dasar perhitungan adalah harga jual, volume penjualan dan biaya operasional.

1. Harga Jual dan Volume Penjualan

Data dideskripsikan pada tahun 2009 harga galon yang ditetapkan di CV. Mentari Dempo Indah adalah sebesar Rp7.500 dengan penjualan sebanyak 202.800 unit dan total volume penjualan sebesar Rp1.521.000.000. Pada tahun 2010 harga jual Rp8.000 dengan penjualan sebanyak 212.160 unit dan total volume penjualan sebesar Rp1.697.280.000, penjualan mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 11,59%. Pada tahun 2011 harga jual Rp8.000 dengan penjualan sebanyak 218.400 unit dan total volume penjualan sebesar Rp1.747.200.000,-. penjualan mengalami kenaikan sebesar 2,94% dari tahun sebelumnya meskipun persentase kenaikan tidak sebesar tahun sebelumnya. Pada tahun 2012 harga jual Rp6.500 dengan penjualan sebanyak 280.800 unit dan total volume penjualan sebesar Rp1.825.200.000, penjualan mengalami kenaikan sebesar 4,46% dari tahun sebelumnya meskipun harga jual mengalami penurunan disebabkan karena faktor persaingan. Tahun 2013 harga jual sebesar Rp6.000 dengan penjualan sebanyak 312.000 unit dan total volume penjualan sebesar Rp1.872.000.000, penjualan mengalami kenaikan sebesar 2,56% dari tahun sebelumnya meskipun harga jual kembali mengalami penurunan disebabkan karena faktor persaingan.

2. Penyajian Data Laba Perusahaan

Penjualan perusahaan tahun 2009-2013 berada dalam kondisi laba, meskipun jumlah laba yang diperoleh mengalami sedikit penurunan pada tahun 2010 dan 2012. Pada tahun 2009-2013 persentase laba pada CV. Mentari Dempo Indah mengalami peningkatan meskipun pada tahun 2010 dan 2012 persentase laba mengalami penurunan.

Persentase tingkat laba CV. Mentari Dempo Indah yaitu pada tahun 2009 sebesar Rp63.639.578. Pada tahun 2010 laba yang diperoleh sebesar Rp61.522.266. jumlah ini cenderung menurun sebesar Rp2.117.312 atau sekitar -3,33% dari tahun sebelumnya disebabkan karena tingkat biaya yang dikeluarkan sangat banyak terutama untuk biaya variabel pabrik. Tahun 2011 laba yang diperoleh perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp84.114.896 atau persentasenya meningkat sekitar 36,72% dari tahun sebelumnya.

Tahun 2012 laba yang diperoleh CV. Mentari Dempo Indah sebesar Rp73.448.307. laba yang diperoleh cenderung menurun dari tahun sebelumnya yaitu sekitar -12,68%. Meskipun laba yang diperoleh turun, tetapi perusahaan tetap berada dalam kondisi laba karena jumlah penjualan perusahaan yang terus meningkat. Tahun 2013 laba yang diperoleh perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp81.159.368 atau persentasenya sekitar 10,50% dari tahun sebelumnya. Walaupun disini terlihat bahwa biaya yang dikeluarkan lebih banyak dari tahun-tahun sebelumnya, namun penjualannya lebih banyak sehingga laba yang diperoleh juga meningkat.

3. Klasifikasi Biaya Tetap dan Variabel pada CV Mentari Dempo Indah Tahun 2009-2013 (Rp)

1. Biaya Tetap

Biaya Tetap merupakan biaya yang selama kurun waktu operasi selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume kegiatan atau penjualan berubah.

2. Biaya Variabel

Dalam hal pemisahan biaya semivariabel, perusahaan menggunakan metode biaya berjaga karena pengalokasian

setiap komponen biaya semivariabel tidak berdasarkan pemicu biaya tertentu. Manajemen perusahaan menetapkan bahwa apabila kegiatan perusahaan dihentikan sementara, maka biaya tetap yang dikeluarkan adalah sebesar 20% saja. Rincian total biaya tetap dan biaya variabel CV. Mentari Dempo Indah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1
Klasifikasi Biaya Tetap dan Variabel pada CV Mentari Dempo Indah Tahun 2009-2013 (Disajikan dalam Rupiah)

Jenis Biaya	Tahun 2009 (Rp)
Biaya Tetap:	
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	92.523.000
Biaya Gaji bagian Penjualan	100.800.000
Biaya Gaji bagian Kantor	86.400.000
Biaya Perlengkapan Kantor	23.108.000
Biaya Iklan dan Promosi	600.000
Biaya Administrasi Bank	325.000
Biaya Penyusutan Gedung Kantor	7.400.000
Biaya Penyusutan Gedung Pabrik	7.800.000
Biaya Penyusutan Peralatan Kantor	5.072.500
Biaya Penyusutan Peralatan Pabrik	51.062.500
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	34.375.000
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	-
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	819.325
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	12.095.053
Biaya Lain Lain (adm & umum)	12.508.432
Biaya Telepon	1.816.800
Biaya Listrik	1.795.200
BBM Mesin Pabrik	
Biaya Pemeliharaan Mesin	
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	
Jumlah Biaya Tetap	438.500.810
Biaya Variabel:	
Biaya Bahan Baku	575.376.616
Biaya Tenaga Kerja Langsung	234.000.000
Biaya Perlengkapan Kerja Pabrik	42.765.000
Biaya Transportasi	5.678.000
Biaya Lain-Lain Pabrik	2.150.000
Biaya Telepon	3.277.300
Biaya Listrik	48.380.212
BBM Mesin Pabrik	50.033.726
Biaya Pemeliharaan Mesin	7.267.200
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	7.180.800
Jumlah Biaya Variabel	976.108.854

Jenis Biaya	Tahun 2010 (Rp)
Biaya Tetap:	
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	72.523.000
Biaya Gaji bagian Penjualan	128.760.000
Biaya Gaji bagian Penjualan	124.750.000

Biaya Gaji bagian Kantor	24.108.000
Biaya Perlengkapan Kantor	600.000
Biaya Iklan dan Promosi	325.000
Biaya Administrasi Bank	7.400.000
Biaya Penyusutan Gedung Kantor	7.800.000
Biaya Penyusutan Gedung Pabrik	5.072.500
Biaya Penyusutan Peralatan Kantor	51.062.500
Biaya Penyusutan Peralatan Pabrik	34.375.000
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	-
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	900.396
Biaya Lain Lain (adm & umum)	16.203.302
Biaya Telepon	14.107.163
Biaya Listrik	3.194.200
BBM Mesin Pabrik	1.308.600
Biaya Pemeliharaan Mesin	
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	
Jumlah Biaya Tetap	492.489.661
Biaya Variabel:	
Biaya Bahan Baku	639.371.866
Biaya Tenaga Kerja Langsung	265.753.000
Biaya Perlengkapan Kerja Pabrik	38.765.000
Biaya Transportasi	6.730.000
Biaya Lain-Lain Pabrik	600.000
Biaya Telepon	3.601.584
Biaya Listrik	64.813.206
BBM Mesin Pabrik	56.428.651
Biaya Pemeliharaan Mesin	12.776.800
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	5.234.400
Jumlah Biaya Variabel	1.093.074.508

Jenis Biaya	Tahun 2011 (Rp)
Biaya Tetap:	
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	75.113.000
Biaya Gaji bagian Penjualan	131.650.000
Biaya Gaji bagian Kantor	129.750.000
Biaya Perlengkapan Kantor	16.964.000
Biaya Iklan dan Promosi	700.000
Biaya Administrasi Bank	325.000
Biaya Penyusutan Gedung Kantor	7.400.000
Biaya Penyusutan Gedung Pabrik	7.800.000
Biaya Penyusutan Peralatan Kantor	5.072.500
Biaya Penyusutan Peralatan Pabrik	51.062.500
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	34.375.000
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	5.572.500
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	813.119
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	14.810.156
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	15.314.864
Biaya Lain Lain (adm & umum)	2.546.304
Biaya Telepon	1.708.640
Biaya Listrik	
BBM Mesin Pabrik	
Biaya Pemeliharaan Mesin	
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	
Jumlah Biaya Tetap	500.977.584
Biaya Variabel:	
Biaya Bahan Baku	657.075.774
Biaya Tenaga Kerja Langsung	216.400.000

Biaya Perlengkapan Kerja	37.275.000
Biaya Transportasi	5.885.000
Biaya Lain-Lain Pabrik	3.475.000
Biaya Telepon	3.252.478
Biaya Listrik	59.240.624
BBM Mesin Pabrik	61.259.457
Biaya Pemeliharaan Mesin	10.185.216
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	6.834.560
Jumlah Biaya Variabel	1.061.883.109

Jenis Biaya	Tahun 2012 (Rp)
Biaya Tetap:	
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	86.750.000
Biaya Gaji bagian Penjualan	136.500.000
Biaya Gaji bagian Kantor	8.865.000
Biaya Perlengkapan Kantor	600.000
Biaya Iklan dan Promosi	325.000
Biaya Administrasi Bank	7.400.000
Biaya Penyusutan Gedung Kantor	7.800.000
Biaya Penyusutan Gedung Pabrik	51.062.500
Biaya Penyusutan Peralatan Kantor	34.375.000
Biaya Penyusutan Peralatan Pabrik	-
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	1.001.655
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	10.403.078
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	15.946.430
Biaya Lain Lain (adm & umum)	1.526.400
Biaya Telepon	862.570
Biaya Listrik	
BBM Mesin Pabrik	
Biaya Pemeliharaan Mesin	
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	
Jumlah Biaya Tetap	506.190.133
Biaya Variabel:	
Biaya Bahan Baku	834.114.528
Biaya Tenaga Kerja Langsung	228.820.000
Biaya Perlengkapan Kerja	43.670.235
Biaya Transportasi	6.658.700
Biaya Lain-Lain Pabrik	1.250.000
Biaya Telepon	4.006.622
Biaya Listrik	41.612.312
BBM Mesin Pabrik	63.785.720
Biaya Pemeliharaan Mesin	6.105.600
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	3.450.280
Jumlah Biaya Variabel	1.233.473.997

Jenis Biaya	Tahun 2013 (Rp)
-------------	-----------------

Biaya Tetap:	
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	78.920.000
Biaya Gaji bagian Penjualan	179.685.000
Biaya Gaji bagian Kantor	144.500.000
Biaya Perlengkapan Kantor	16.250.000
Biaya Iklan dan Promosi	750.000
Biaya Administrasi Bank	475.000
Biaya Penyusutan Gedung Kantor	7.400.000
Biaya Penyusutan Gedung Pabrik	7.800.000
Biaya Penyusutan Peralatan Kantor	5.072.500
Biaya Penyusutan Peralatan Pabrik	51.062.500
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	34.375.000
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	-
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	916.300
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	15.519.152
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	13.686.050
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	2.575.000
Biaya Lain Lain (adm & umum)	2.330.000
Biaya Telepon	
Biaya Listrik	
BBM Mesin Pabrik	
Biaya Pemeliharaan Mesin	
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	
Jumlah Biaya Tetap	561.316.502
Biaya Variabel:	
Biaya Bahan Baku	922.633.920
Biaya Tenaga Kerja Langsung	63.275.000
Biaya Perlengkapan Kerja	41.280.000
Biaya Transportasi	7.765.000
Biaya Lain-Lain Pabrik	1.760.000
Biaya Telepon	3.665.200
Biaya Listrik	62.076.608
BBM Mesin Pabrik	54.744.200
Biaya Pemeliharaan Mesin	10.300.000
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	9.320.000
Jumlah Biaya Variabel	1.176.819.928

Sumber : data olahan penulis

4. Analisis Contribution Margin

Contribution Margin adalah penghasilan penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Jika jumlah *Contribution Margin* tersebut lebih besar dari jumlah biaya tetap maka perusahaan akan memperoleh laba dan sebaliknya perusahaan akan mengalami kerugian jika *Contribution Margin* yang diperoleh lebih kecil dari biaya tetap atau perusahaan akan mengalami *Break Even* jika *Contribution Margin* sama dengan biaya tetap.

Perhitungan *Contribution Margin* dan *Contribution Margin Ratio* tahun 2009 yaitu:

Margin Kontribusi :

$Rp1.521.000.000 - Rp976.108.854 = Rp544.891.146$

Margin Kontribusi per unit :

$Rp7.500 - Rp4.813 = Rp2.687$

Rasio Margin Kontribusi :

$(Rp544.891.146/Rp1.521.000.000)\% = 36\%$

Laba Bersih :

$Rp544.891.146 - Rp438.500.810 = Rp106.390.336$

Dari hasil perhitungan maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2

Margin Kontribusi per Unit

Tahun 2009-2013

Tahun	Penjualan	Biaya Variabel	Margin Kontribusi
2009	Rp7.500	Rp4.813	Rp2.687
2010	Rp8.000	Rp5.152	Rp2.848
2011	Rp8.000	Rp4.862	Rp3.138
2012	Rp6.500	Rp4.393	Rp2.107
2013	Rp6.000	Rp3.772	Rp2.228

Sumber : data olahan penulis

Tabel 3

Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi
Tahun 2009-2013

Tahun	Margin Kontribusi	CMR	Laba usaha
2009	Rp544.891.146	36%	Rp106.390.336
2010	Rp604.205.492	36%	Rp111.715.831
2011	Rp685.316.891	39%	Rp184.339.307
2012	Rp591.726.003	32%	Rp 85.535.870
2013	Rp695.180.072	37%	Rp133.863.570

Sumber : data olahan penulis

5. Analisis Break Even Point (Analisis Titik Impas)

Analisis titik impas merupakan suatu alat yang sering digunakan oleh manajemen di dalam pengambilan keputusan atas masalah yang berkaitan dengan harga, biaya, volume produksi dan penjualan serta keuntungan dan merupakan suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya). Metode perhitungan yang digunakan yaitu dengan metode margin kontribusi untuk tahun 2009 yaitu:

BEP dalam unit :

$$\text{Rp}438.500.810/\text{Rp}2.687 = 163.193,45 \text{ unit}$$

BEP dalam Rupiah :

$$\text{Rp}438.500.810/36\% = \text{Rp}1.218.057.805,56$$

Dari hasil perhitungan, maka diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 4

Break Even Point CV. Mentari Dempo Indah
Tahun 2009-2013

Tahun	BEP (dalam Unit)	BEP (dalam Rupiah)
2009	163.193,45	1.218.057.805,56
2010	172.924,74	1.368.026.836,11
2011	158.648,69	1.284.557.907,69
2012	240.242,11	1.581.844.165,62
2013	251.937,39	1.517.071.627,03

Sumber : data olahan penulis

Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa titik impas pada tahun 2009 dicapai pada volume penjualan sebanyak 163.193,45 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.218.057.805,56. Sedangkan pada tahun 2010 titik impas dicapai pada volume penjualan sebanyak 172.924,74 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.368.026.836,11. Tahun 2011 titik impas dicapai pada volume penjualan sebanyak 158.648,69 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.284.557.907,69. Tahun 2012 titik impas dicapai pada volume penjualan sebanyak 240.242,11 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.581.844.165,62. Tahun 2013 titik impas dicapai pada volume penjualan sebanyak 251.937,39 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.517.071.627,03.

Jika dibandingkan dengan penjualan pada tahun 2009 sebesar Rp1.521.000.000 dan volume penjualan sebesar 202.800 unit, tahun 2010 sebesar Rp1.697.280.000 dan volume penjualan sebesar 212.160 unit, tahun 2011 sebesar Rp1.747.200.000 dan volume penjualan sebesar 218.400 unit, tahun 2012 Rp1.825.200.000 dan volume penjualan sebesar 280.800 unit serta tahun 2013 sebesar Rp1.872.000.000 dan volume penjualan sebesar 312.000 unit, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan berada di atas titik impas dan artinya perusahaan memperoleh laba.

6. Analisis Target Laba

Sebelum melakukan berbagai alternatif, maka diperlukan analisis target laba. Hal ini digunakan untuk mengetahui berapa volume penjualan yang hendak dicapai untuk mencapai laba tertentu.

Metode perhitungan yang digunakan yaitu dengan metode margin kontribusi untuk tahun 2010 adalah sebagai berikut:

Penjualan dalam unit :

$$\frac{(\text{Rp}492.489.661 + \text{Rp}63.639.578)}{\text{Rp}2.848}$$

$$= 195.270 \text{ unit}$$

Penjualan dalam Rp :

$$\frac{(\text{Rp}492.489.661 + \text{Rp}63.639.578)}{36\%}$$

$$= \text{Rp}1.544.803.442$$

Penjualan saat ini dan penjualan yang seharusnya dianggarkan CV. Mentari Dempo Indah untuk tahun 2009 - 2013 berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5

Estimasi Target Penjualan per Unit
CV. Mentari Dempo Indah

Tahun	Biaya Tetap (dalam Rp)	Laba (dalam Rp)	Margin Kontribusi /unit	Target Penjualan (dalam unit)
2009	438.500.810	63.639.578	Rp2.687	-
2010	492.489.661	61.522.266	Rp2.848	195.270
2011	500.977.584	84.114.896	Rp3.138	179.254
2012	506.190.133	73.448.307	Rp2.107	280.164
2013	561.316.502	81.159.368	Rp2.228	284.903

Sumber: data olahan penulis

Tabel 6

Estimasi Target Penjualan dalam (Rp)
CV. Mentari Dempo Indah

Tahun	Biaya Tetap (dalam Rp)	Laba (dalam Rp)	Rasio CMR	Target Penjualan (dalam Rp)
2009	438.500.810	63.639.578	36%	-

2010	492.489.660	61.522.266	36%	1.544.803.442
2011	500.977.584	84.114.896	39%	1.562.499.583
2012	506.190.133	73.448.307	32%	1.844.703.216
2013	561.316.502	81.159.368	37%	1.715.580.565
2014	-	-	-	1.736.421.270

Sumber : data olahan penulis

Pada tabel estimasi target penjualan di atas, jumlah laba pada tahun 2009 merupakan langkah awal dalam penentuan pencapaian target penjualan untuk tahun-tahun berikutnya. Terlihat bahwa laba pada tahun 2009 sebesar Rp63.639.578. Laba tersebut digunakan sebagai patokan laba minimal yang akan dicapai untuk rencana penjualan tahun berikutnya, yaitu rencana penjualan tahun 2010. Rencana penjualan tahun 2010 adalah sebesar Rp1.544.803.442 atau sebanyak 195.270 unit yang harus dicapai perusahaan untuk mendapatkan laba minimal seperti pada tahun 2009. Ternyata penjualan pada tahun 2010 sebesar Rp1.697.280.000. Meskipun realisasi penjualan tahun 2010 lebih besar daripada rencana penjualannya, CV. Mentari Dempo Indah justru mengalami penurunan laba karena disebabkan oleh beberapa faktor seperti kenaikan biaya operasional, kenaikan upah minimul secara nasional dan kenaikan harga bahan baku sehingga laba tahun 2010 menurun yaitu sebesar 3,33%.

Laba tahun 2010 tersebut juga menjadi laba minimal yang menjadi patokan bagi CV. Mentari Dempo Indah dalam meningkatkan laba. Tahun 2011 diperoleh hasil perhitungan bahwa apabila perusahaan ingin mencapai laba minimal seperti tahun sebelumnya maka perusahaan harus melakukan penjualan sebesar Rp1.562.499.583 atau volume penjualan sebesar 179.254 unit, ternyata realisasi penjualannya sebesar Rp1.747.200.000. Oleh karena itu perusahaan mendapatkan laba lebih besar dari laba minimal yang ditargetkan perusahaan yaitu sebesar Rp84.114.896.

Laba tahun 2011 juga menjadi laba minimal untuk tahun 2012 yang rencana penjualannya sebesar Rp1.844.703.216 atau volume penjualan sebesar 280.164 unit dan ternyata realisasi penjualannya sebesar Rp1.825.200.000. Meskipun realisasi penjualan tahun 2012 lebih besar daripada rencana penjualannya, tetapi CV. Mentari Dempo Indah kembali mengalami penurunan laba karena disebabkan oleh beberapa faktor yang telah disebutkan di atas.

Laba tahun 2012 menjadi laba minimal untuk tahun 2013 yang rencana penjualannya sebesar Rp1.715.580.565 atau volume penjualan sebesar 284.903 unit. Ternyata realisasi penjualannya sebesar Rp1.872.000.000 atau 312.000 unit, sehingga laba yang diperoleh perusahaan Rp81.159.368 lebih besar daripada laba tahun 2012 yang ditargetkan perusahaan sebesar Rp73.448.307.

Dengan analisis Cost-Volume-Profit dapat diketahui pula rencana penjualan tahun 2014 yaitu sebesar Rp1.736.421.270 atau volume penjualan sebesar 288.364 unit untuk mendapatkan laba minimal seperti tahun 2013 yaitu sebesar Rp81.159.368 dengan asumsi biaya tetap dan rasio margin kontribusi sama dengan tahun 2013.

7. Margin Keamanan (*Margin Of Safety*)

Perhitungan margin keamanan dapat dijadikan sebagai acuan bagi manajemen agar lebih berhati-hati dalam memelihara tingkat penjualan yang sudah dicapai, agar perusahaan tidak mengalami penurunan penjualan sampai pada suatu tingkat yang merugikan.

Perhitungan margin keamanan (*Margin Of Safety*) CV. Mentari Dempo Indah untuk tahun 2009 adalah sebagai berikut:

Penjualan (202.800 unit) :

(a) Rp 1.521.000.000

Titik Impas, pada volume

163.193,45unit : (1.218.057.805,56)

Margin keamanan dalam rupiah :

(b) Rp 302.942.194,44

Margin keamanan dalam % :

Rp302.942.194,44

_____ x 100% = 19,9%

Rp1.521.000.000

Margin keamanan dalam unit : (Rp302.942.194,44 / Rp7.500)=40.392,30 unit.

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh hasil yang tersaji dalam tabel di bawah ini:

Tabel 7

Hasil Perhitungan Margin Keamanan dalam Rupiah
CV. Mentari Dempo Indah
Tahun 2009-2013

Tahun	Penjualan (dalam Rp)	Titik Impas (dalam Rp)	Margin Keamanan (dalam Rp)
2009	1.521.000.000	1.218.057.805,56	302.942.194,44
2010	1.697.280.000	1.368.026.836,11	329.253.163,89
2011	1.747.200.000	1.284.557.907,69	462.642.092,31
2012	1.825.200.000	1.581.844.165,62	243.355.834,38
2013	1.872.000.000	1.517.071.627,03	354.928.372,97

Sumber : data telah diolah.

Tabel 8

Hasil Perhitungan Margin Keamanan dalam
Unit dan Persentase CV. Mentari Dempo Indah
Tahun2009-2013

Tahun	Margin Keamanan (dalam Rp)	Harga Jual (Per Unit)	Margin Keamanan (dalam Persen)	Margin Kemanan (dalam Unit)
2009	302.942.194,44	Rp7.500	19,90 %	40.392,30
2010	329.253.163,89	Rp8.000	19,40 %	41.156,65
2011	462.642.092,31	Rp8.000	26,48 %	57.830,26
2012	243.355.834,38	Rp6.500	13,33 %	37.439,36
2013	354.928.372,97	Rp6.000	19,00 %	59.154,73

Sumber : data telah diolah.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total 202.800 unit penjualan tahun 2009 CV. Mentari Dempo Indah belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp302.942.194,44 atau 19,90% atau 40.392,30 unit. Hal itu disebabkan penurunan penjualan sebesar angka-angka pada tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai titik impas penjualan.

Begitu juga dengan tahun 2010, hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 212.160 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar 329.253.163,89 atau 19,40% atau 41.156,65 unit tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan.

Tahun 2011 hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 218.400 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp462.642.092,31 atau 57.830,26 unit dengan persentase sebesar 26,48% karena tingkat margin keamanan perusahaan juga belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan.

Tahun 2012 hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 280.800 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp243.355.834,38 atau 37.439,36 unit dengan persentase sebesar 13,33% karena tingkat margin keamanan perusahaan juga belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Sama halnya dengan tahun 2013, hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 312.000 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp354.928.372,97 atau sebesar 59.154,73 unit dengan persentase 19,00% karena tingkat margin keamanan perusahaan juga belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Akan tetapi, apabila penurunan penjualan sudah lebih dari batas titik margin keamanan yang dicapai perusahaan dari penjualan, maka perusahaan sudah akan menderita rugi.

Dengan mengetahui titik margin keamanan tersebut, maka manajemen dapat merumuskan berbagai strategi, taktik, dan langkah-langkah operasional untuk bertahan agar penjualan tidak mengalami abrasi/penurunan sampai melebihi angka margin keamanan. Perhitungan seperti ini akan memberikan isyarat kepada manajemen mengenai apa yang sedang terjadi dalam pencapaian tujuan atau perolehan laba perusahaan.

8. Leverage Operasi (Operating Leverage)

Agar dapat mempertahankan stabilitas labanya, perusahaan memerlukan analisis struktur biaya. Untuk itu salah satunya perlu dipertimbangkan faktor - faktor *leverage* operasi. Faktor *leverage* operasi diukur dengan angka absolut dan mempengaruhi sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan. Tingkat *leverage* operasi pada CV. Mentari Dempo Indah tahun 2009 dapat dihitung sebagai berikut:

Tingkat *leverage* operasi :

$$\text{Rp}544.891.146 / \text{Rp}63.639.578 = 8,56$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh hasil yang tersaji dalam table di bawah ini:

Tabel 9

Hasil Perhitungan Persentase *Leverage* Operasi
CV.Mentari Dempo Indah
Tahun 2009-2013

Tahun	Penjualan (dalam Rp)	Margin Kontribusi (dalam Rp)	Laba Usaha (dalam Rp)	Tingkat <i>Leverage</i> Operasi
2009	1.521.000.000	544.891.146	63.639.578	8,56
2010	1.697.280.000	604.205.492	61.522.266	9,82
2011	1.747.200.000	685.316.891	84.114.896	8,15
2012	1.825.200.000	591.726.003	73.448.307	8,06
2013	1.872.000.000	695.180.072	81.159.368	8,57

Sumber : data telah diolah.

Secara manual kenaikan laba 1% tiap tahun dapat dihitung dengan prosedur sebagai berikut:

Tahun 2009:

Kenaikan Penjualan:

$$(101\% \times \text{Rp}1.521.000.000) = \text{Rp}1.536.210.000$$

Margin Kontribusi setelah kenaikan penjualan:

$$(36\% \times \text{Rp}1.536.210.000) = \text{Rp}553.035.600$$

Laba usaha setelah kenaikan penjualan 1%:

$$(108,56\% \times \text{Rp}63.639.578) = \text{Rp}69.087.126$$

Tabel 10
Hasil Perhitungan Peningkatan *Leverage* Operasi
CV. Mentari Dempo Indah
Tahun 2009-2013

Tahun	Penjualan naik 1% (dalam Rp)	Margin Kontribusi setelah kenaikan penjualan (dalam Rp)	Rasio Margin Kontribusi	Laba Usaha
2009	1.536.210.000	553.035.600	36%	69.087.126
2010	1.714.252.800	617.131.008	36%	67.563.752
2011	1.764.672.000	688.222.080	39%	90.970.260
2012	1.843.452.000	589.904.640	32%	79.764.861
2013	1.890.720.000	699.566.400	37%	88.114.725

Sumber : data telah diolah.

Dari tabel 9 dapat dilihat bahwa apabila CV. Mentari Dempo Indah menaikkan penjualan sebesar 1%, maka persentase kenaikan laba usaha dari usaha air minum dalam kemasan galon tahun 2009 sebesar 8,56%, tahun 2010 sebesar 9,82%, tahun 2011 8,15%, tahun 2012 8,06% dan tahun 2013 8,57%.

Tabel 10 menunjukkan bahwa apabila CV. Mentari Dempo Indah menaikkan penjualan 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2009 yaitu sebesar Rp1.536.210.000, kenaikan margin kontribusi sebesar Rp553.035.600 dan kenaikan laba usaha sebesar Rp69.087.126. Tahun 2010, apabila perusahaan menaikkan penjualan sebesar 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2010 yaitu sebesar Rp1.714.252.800, kenaikan margin kontribusi sebesar Rp617.131.008 dan kenaikan laba usaha sebesar Rp67.563.752.

Begitu juga tahun 2011, apabila perusahaan menaikkan penjualan sebesar 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2011 yaitu sebesar Rp1.764.672.000,

kenaikan margin kontribusi sebesar Rp688.222.080 dan kenaikan laba usaha sebesar Rp90.970.260.

Tahun 2012, apabila perusahaan menaikkan penjualan sebesar 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2012 yaitu sebesar Rp1.843.452.000, kenaikan margin kontribusi sebesar 589.904.640 dan kenaikan laba usaha sebesar Rp79.764.861. Tahun 2013, apabila perusahaan menaikkan penjualan sebesar 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2013 yaitu sebesar Rp1.890.720.000, kenaikan margin kontribusi sebesar Rp699.566.400 dan kenaikan laba usaha Rp88.114.725.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis *Cost-Volume-Profit* yang telah dilaksanakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa analisis *Cost-Volume-Profit* dapat digunakan untuk mengetahui atau membuat peramalan laba produksi. Penganalisisan *Cost-Volume-Profit* tersebut dilakukan dengan menggunakan metode analisis *contribution margin*, analisis *break even point*, analisis target laba, analisis *margin of safety*, dan analisis *operating leverage*. Dengan penggunaan alat tersebut memberikan hasil bahwa produksi produk air minum dalam kemasan galon CV. Mentari Dempo Indah terbukti sangat produktif dan memberikan kontribusi laba yang cukup besar.
2. Penerapan analisis *Cost-volume-Profit* sebagai alat bantu dalam perencanaan laba, memberikan informasi mengenai perencanaan penjualan yang akan dilakukan. Analisis ini memberikan gambaran yang lebih komplis dan terperinci, dimana dengan menggunakan analisis ini mencakup beberapa aspek yang diantaranya adalah mempertimbangkan aspek biaya semivariabel yang dipisah menjadi biaya variabel dan biaya tetap, aspek volume penjualan pada CV. Mentari Dempo Indah, Pangkalpinang serta harga jual produk yang dipatok oleh perusahaan.
3. Hasil pembahasan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai berikut:
 - a. Dilakukan pengelompokkan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Kemudian untuk biaya semivariabel dilakukan pemisahan biaya yang dibagi menjadi dua yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Melalui perhitungan pengelompokkan dan pemisahan biaya dapat diketahui jumlah total masing-masing biaya, yaitu pada tahun 2009 biaya tetap sebesar Rp438.500.810 dan biaya variabel sebesar Rp976.108.854. Tahun 2010 diperoleh melalui klasifikasi biaya diperoleh biaya tetap sebesar Rp492.489.661 dan biaya variabel sebesar Rp1.093.074.508. Tahun 2011 melalui klasifikasi biaya diperoleh biaya tetap sebesar Rp500.977.584 dan biaya variabel sebesar Rp1.061.883.109. Tahun 2012 melalui klasifikasi biaya diperoleh biaya tetap sebesar Rp506.190.133 dan biaya variabel sebesar Rp1.233.473.997. Tahun 2013 melalui pengklasifikasian diperoleh biaya tetap sebesar Rp561.316.502 dan biaya variabel sebesar Rp1.176.819.928.
 - b. Perhitungan Rasio margin kontribusi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar margin kontribusi yang dihasilkan produk yang dijual oleh perusahaan. Melalui perhitungan yang telah dilakukan maka dapat diketahui besar margin kontribusi tahun 2009 adalah Rp544.891.146, tahun 2010 Rp604.205.492, tahun 2011 Rp685.316.892, tahun 2012

Rp591.726.003 dan tahun 2013 Rp695.180.072 dan dapat diketahui pula rasio kontribusi margin tahun 2009 yaitu sebesar 36%, tahun 2010 sebesar 36%, tahun 2011 sebesar 39%, tahun 2012 sebesar 32% dan tahun 2013 sebesar 37%.

c. Perhitungan titik impas dilakukan untuk mengetahui berapa batas minimal penjualan atau produksi suatu perusahaan sehingga perusahaan tidak akan mengalami suatu kerugian atau dapat dikatakan pada saat laba yang dihasilkan sama dengan nol. Melalui analisis *Cost-Volume-Profit* yang dilakukan diperoleh *Break Even Point* tahun 2009 dalam unit sebesar 163.193,45 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.218.057.805,56. Melalui perhitungan dapat diketahui pula *Break Even Point* tahun 2010 dalam unit sebesar 172.924,74 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.368.026.836,11. Tahun 2011 melalui perhitungan diketahui pula *Break Even Point* dalam unit sebesar 158.648,69 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.284.557.907,69. Tahun 2012 diperoleh *Break Even Point* dalam unit sebesar 240.242,11 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.581.844.165,62 dan tahun 2013 diketahui *Break Even Point* dalam unit sebesar 251.937,39 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.517.071.627,03.

d. Dalam perencanaan penjualan dan laba CV. Mentari Dempo Indah, jika perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal untuk tahun 2010 dengan melihat laba tahun sebelumnya, maka perusahaan harus menjual sebesar 195.270 unit atau sebesar Rp1.544.803.442. Begitu pula untuk tahun 2011, jika perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal tahun 2011 dengan melihat laba tahun 2010, maka perusahaan harus menjual sebesar 179.254 unit atau sebesar Rp1.562.499.583. Tahun 2012 apabila perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal tahun 2012 dengan melihat laba tahun 2011, maka perusahaan harus menjual sebesar 280.164 unit atau sebesar Rp1.844.703.216. Tahun 2013 apabila perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal tahun 2013 dengan melihat laba tahun 2012, maka perusahaan harus menjual sebesar 284.903 unit atau sebesar Rp1.715.580.565. Tetapi, laba yang dicapai perusahaan tidak selalu mencapai laba minimum yang ditetapkan perusahaan. Hal itu disebabkan karena beberapa faktor, seperti kenaikan pada biaya operasional, kenaikan upah minimum secara nasional, dan kenaikan harga bahan baku.

e. *Margin of safety* CV. Mentari Dempo Indah pada tahun 2009 adalah sebesar 19,90%, tahun 2010 sebesar 19,40%, tahun 2011 sebesar 26,48%, tahun 2012 13,33% dan tahun 2013 19,00%. Tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Sehingga kemungkinan perusahaan mengalami kerugian sangat rendah.

f. Dari perhitungan *leverage* operasi, dapat diketahui bahwa apabila perusahaan menaikkan penjualan sebesar 1% maka perusahaan akan memperoleh kenaikan persentase laba tahun 2009 sebesar 8,56%, tahun 2010 sebesar 9,82%, tahun 2011 sebesar 8,15%, tahun 2012 sebesar 8,06%, dan tahun 2013 sebesar 8,57%

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad, Kamaruddin, "Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan", Cetakan ke delapan, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013.
- [2] Baridwan, Zaki, "Intermediate Accounting", Edisi Kedelapan, BPFE, Yogyakarta, 2004.
- [3] Blocher, Edward J., dkk., "Manajemen Biaya: Penekanan Strategis Alih bahasa oleh Tim Penerjemah", Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta, 2009.
- [4] B.Sihombing, Selfinta, "Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba", Universitas Sam Ratulangi, Manado, 2013.
- [5] Bungin, HM.Burhan, "Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya", Edisi Pertama, Cetakan kedua, Prenada Media Group, Jakarta, 2005.
- [6] Bustami, Bastian, Nurlela, "Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi", Graha Ilmu, Yogyakarta, 2006.
- [7] Carter, W. K., Usry, "Akuntansi Biaya", Edisi Tiga Belas, Salemba Empat, Jakarta, 2006.
- [8] ———, "Akuntansi Biaya", Edisi Empat Belas, Salemba Empat, Jakarta, 2009.
- [9] Fahmi, Irham, "Pengantar Manajemen keuangan: Teori dan Soal Jawab", Cetakan ke dua, Alfabeta, Bandung, 2013.
- [10] Halim, Abdul, "Akuntansi Manajemen" Edisi Pertama, Cetak Kesebelas, BPFE, Yogyakarta, 2005.
- [11] Hansen dan Mowen, "Management Accounting", Edisi Kedelapan, Salemba Empat, Jakarta, 2005.
- [12] Hartanto, Albert, "Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba", Universitas Katholik, Semarang, 2004.
- [13] Hery, "Teori akuntansi", Edisi Pertama, Kencana, Jakarta, 2009.
- [14] Kasmir, "Analisis Laporan Keuangan", Cetakan ke enam, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013.
- [15] Kautsar Riza, Salman, "Akuntansi Biaya: Pendekatan Product Costing", Cetakan Kesat, Akademia Permata, Jakarta, 2013.
- [16] Maydannny, Hafid "Analisis Cost-Volume-Profit dalam Perencanaan Laba", Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, 2014.
- [17] M. Sipayung, Friska. "Analisis Cost-Volume-Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT Ecogreen Oleochemicals, Medan", Universitas Sumatera Utara, Medan, 2008.
- [18] Mulyadi, "Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa", Edisi Ketiga Cetakan Kesatu, Salemba 4, Jakarta, 2001.
- [19] Prihadi, Toto, "Managemen Keuangan: Capital Budgeting & Fixed Asset Management", Cetakan pertama, PPM, Jakarta, 2013.
- [20] Purnamasari, Erina, "Cost-Volume-Profit Analysis Untuk Evaluasi Pencapaian Laba", Universitas Dian Nurwantoro, Semarang, 2013.
- [21] Rahman, Arif, "Panduan Akuntansi dan Perpajakan", Cetakan pertama, TransMedia Pustaka, Jakarta, 2013.
- [22] Samryn, L.M., "Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi & Investasi", Cetakan ke dua, Kencana, Jakarta, 2013.
- [23] Verawati, Eti, "Penerapan Metode Cost-Volume-Profit sebagai Alat Bantu Analisis Perencanaan Laba Pada UKM Visito Brownis", Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, 2014.
- [24] Widjaja Tunggal, Amin, "Akuntansi Biaya: Kumpulan Soal-Soal Akuntansi Biaya", Edisi Revisi, Harvarindo, Jakarta, 2014.
- [25] ———, "Akuntansi Manajemen: Tanya Jawab Akuntansi Biaya & Manajemen", Edisi Revisi, Harvarindo, Jakarta, 2014.