

**ANALISIS *COST, VOLUME, PROFIT* SEBAGAI
ALAT PERENCANAAN LABA PADA CV
SURYA JAYA ABADI MAKASSAR**

**Diajukan Oleh :
IKA HARDIANTI HAMZAH PUTRI
4512012058**



**SKRIPSI
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BOSOWA
MAKASSAR
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS *COST, VOLUME, PROFIT.*
SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA
PADA CV SURYA JAYA ABADI**

NAMA MAHASISWA : IKA HARDIANTI HAMZAH PUTRI

NOMOR STAMBUK : 45 12 012 058

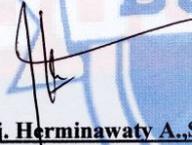
FAKULTAS : EKONOMI

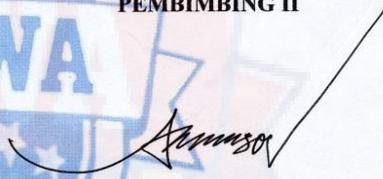
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

Telah Disetujui:

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


Dr. Hj. Herminawaty A.,SE.,M.M


Syamsuddin Jafar, SE.,M.Si

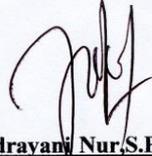
MENGETAHUI DAN MENGESAHKAN:

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Universitas Bosowa Makassar

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Bosowa

Ketua Program Studi Manajemen


Dr.H.A.Arifuddin Mane,SE.,M.Si.SH.MH


Indrayani Nur,S.Pd,SE.,M.Si

Tanggal Pengesahan :

Pernyataan Keaslian Skripsi

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :IKA HARDIANTI HAMZAH PUTRI

Nim :45 12 012 058

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat di buktikan bahwa sebagai atau keseluruhan skripsi ini merupakan hasil karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi yang seberat-beratnya atas perbuatan tidak terpuji tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan sama sekali.

Makassar Juni 2016
Yang membuat pernyataan

IKA HARDIANTI HAMZAH PUTRI

ABSTRAK

Juli 2016. **IKA HARDIANTI HAMZAH PUTRI** , NPM : 4512012058 dengan judul Skripsi “**Analisis Cost, Volume, Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada CV. Surya Jaya Abadi**” (dibimbing oleh Dr.Hj. Herminawaty A.,SE.,M.M sebagai konsultan I dan Syamsuddin Jafar,SE.,M.SI sebagai konsultan II).

Latar belakang penelitian ini yaitu perencanaan laba dimana laba dipengaruhi oleh faktor harga jual, biaya dan volume penjualan dimana ketiga faktor tersebut saling mempengaruhi, oleh karena itu penelitian ini dilakukan pada suatu perusahaan di Kota Makassar tepatnya di CV. Surya Jaya Abadi yang bergerak dibidang produksi makanan (agrobisnis), penelitian ini berlangsung pada bulan April hingga Juni 2016

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan analisis *Cost, Volume, Profit* dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba. Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan kualitatif serta tiga teknik pengumpulan data: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Didapati hasilnya bahwa laba dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Disimpulkan bahwa biaya, volume, laba sangat berpengaruh sebagai alat perencanaan laba.

Kata kunci : Biaya, Volume, Laba.

ABSTRACT

July 2016. **IKA HARDIANTI HAMZAH PUTRI**, NPM : 4512012058 with essay title **“Analysis of the Cost,Volume,Profit as a tool planning profits At CV Surya Jaya Abdi”** (guided by Dr.Hj.Herminawaty A.,SE.,M.M as a consultant I and Syamsuddin Jafar, SE.,M.SI as a consultant II).

The background study presented this profit and profit planning is influenced by the price factor, cost, and sale volume. where the interplay of these three factors is therefore the study was conducted at a company in Makassar precisely in CV. Surya Jaya Abadi engaged in the production of food (agribusiness), this study took place from April to June 2016.

This study aims to determine the extent of the application of analytics Cost, Volume, Profit can be used as a planning tool. By using these types of descriptive quantitative and qualitative research as well as three data collection techniques: Obserfasi, interviews, and documentation. Obtained results that profit from year to year has increased. Disimpulkan bahwa biaya, volume, laba sangat berpengaruh sebagai alat perencanaan laba.

Keywords : Cost, Volume, Profit



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas bantuan, berkat dan rahmat-Nya pada penulis selama proses pembuatan skripsi ini berlangsung. Skripsi ini berjudul “ANALISIS *COST, VOLUME, PROFIT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA CV. SURYA JAYA ABADI”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi dan melengkapai salah satu syarat di dalam menempuh ujian Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Bosowa Makassar.

Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam penelitian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan terhormat kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Bosowa Makassar Prof. DR.M. Saleh Pallu, M.Eng Selaku pimpinan Universitas Bosowa Makassar
2. Dr.H.A.Arifuddin Mane, SE.,M.Si.,SH.,MH. Selaku dekan fakultas Ekonomi Universitas Bosowa Makassar
3. Ibu Dr. Hj. Hernimawaty A.,SE.,M.Si Selaku Wakil Dekan I Fakultas Eonomi Universitas Bosowa Makassar dan merangkap sebagai pembimbing I penulis yang telah banyak menyediakan waktu, memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

4. Indrayani Nur, SE.,M.Si. selaku penasehat akademik yang senantiasa memberikan arahan dan nasehat-nasehat akademik.
5. Syamsuddin Jafar, SE.,M.SI selaku dosen pembimbing II yang telah banyak menyediakan waktu, memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen-dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa Makassar yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Segenap staf administrasi akademik, pegawai perpustakaan dan para pegawai di lingkungan Universitas Bosowa Makassar yang telah banyak membantu
8. Pimpinan CV. SURYA JAYA ABADI dan segenap jajarannya, terima kasih telah memberikan izin tempat untuk meneliti, meluangkan waktu dan memberikan data-data yang di butuhkan penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
9. Teristimewa dan terima kasih yang tak terhingga untuk keluarga besarku yang selalu memberikan motivasi dan dukungan serta doanya selama penulis menempuh pendidikan.
10. Untuk sahabat-sahabat CIMIT Tuty, Ridha, Aldina, yang telah banyak membantu dan memberikan dukungannya.
11. Untuk sahabat-sahabat seperjuangan CABTER Ulfa, Irma, Wiwi, Santi, Putri, Elona, Fitri, Dahlan, Yusuf, Rava, Edy, Riki, Melda yang telah banyak membantu dan memberikan masa-masa kuliah yang sangat menyenangkan serta memberikan arti persaudaraan yang sangat bebrarti.

12. Untuk teman-teman SM-A, SM-B yang telah banyak membantu dan memberi pengalaman baru di masa-masa perkuliahan berlangsung.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Kesempurnaan hanyalah milik Tuhan, oleh karena itu penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah sempurna. Adanya keterbatasan kemampuan penulis juga semakin menegaskan bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis sangat berharap agar para pembaca yang telah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik yang konstruktif, sehingga penulis dapat meningkatkan hasil penulisannya di lain kesempatan, serta dapat memuaskan dan bermanfaat bagi para pembaca.

Makasaar, Juli 2016

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori	6
2.1.1 Penegrian Manajemen Keuangan	6
2.1.2 Pengertian Biaya	7
2.1.3 Klasifikasi Biaya	9
2.1.4 Pengertian Volume	11

2.1.5	Pengertian Laba	12
2.1.6	Pengertian Analisis Cost, Volume, Profit	14
2.1.7	Pengertian Break Even Point	16
2.1.8	Tekhnik Penerapan Break Even Point	18
2.1.9	Pengertian Contribution Margin	19
2.1.10	Pengertian Margin Of Safety	21
2.1.11	Analisis Perencanaan Laba	23
2.1.12	Asumsi Analisis Cost, Volume, Profit	25
2.2	Kerangka Pikir	28
2.3	Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Daerah dan Waktu Penelitian	29
3.2	Metode Pengumpulan Data	29
3.2.1	Penelitian Lapang	29
3.2.2	Penelitian Pustaka	30
3.3	Jenis dan Sumber Data	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data	30
3.4	Metode Analisis	31
3.5	Defenisi Operasional	32
BAB IV HASIL HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran umum Perusahaan	34

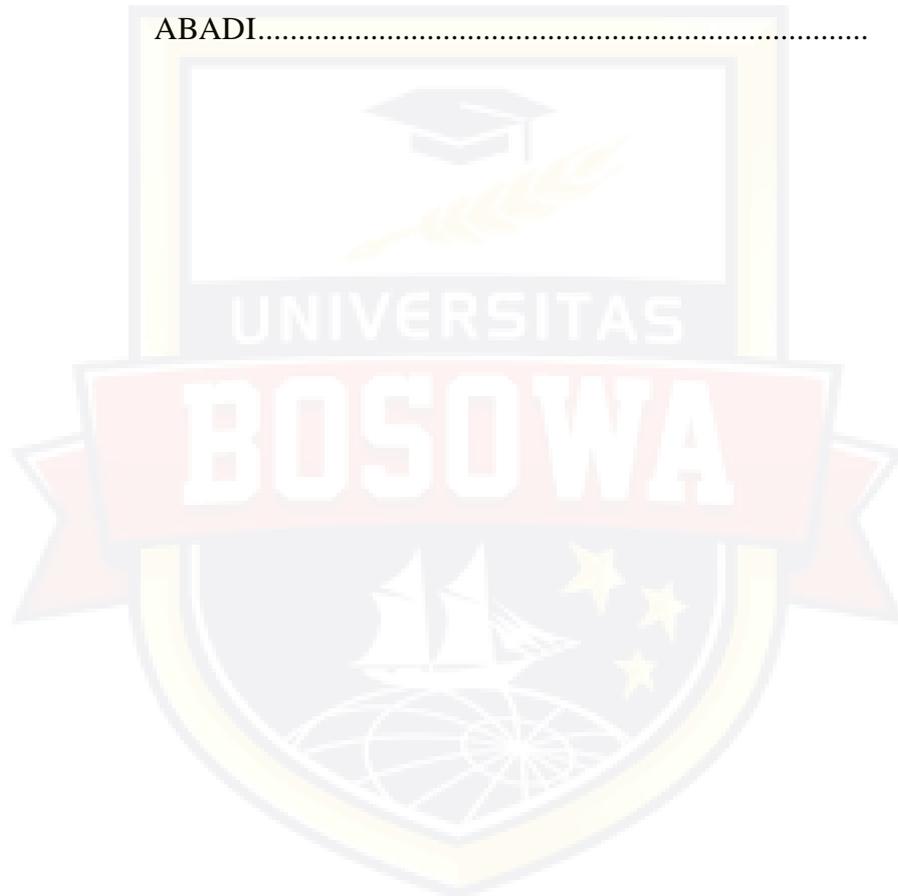
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	34
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	34
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	36
4.2 Pembahasan	38
4.2.1 Data Keuangan Perusahaan	38
4.2.2 Klasifikasi Biaya Perusahaan	40
4.2.3 Volume Penjualan Perusahaan	45
4.2.4 Pembahasan Analisis CVP	46
4.2.5 Analisis BEP.....	47
4.2.6 Analisis MOS	52
4.2.7 Analisis Percanaan Laba.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 4.1 KEADAAN BIAYA, VOLUME PENJUALAN DAN LABA.....	39
TABEL 4.2 BIAYA TETAP CV SURYA JAYA ABADI	42
TABEL 4.3 BIAYA VARIABEL CV SURYA JAYA ABADI.....	43
TABEL 4.4 DATA PERUBAHAN BIAYA TETAP DAN BIAYA VARIABEL	44
TABEL 4.5 LAPORAN RUGI LABA CV SURYA JAYA ABADI.....	45
TABEL 4.6 DATA KEADAAN PENERIMAAN PENJUALAN CV SURYA JAYA ABADI.....	46
TABEL 4.7 REKAPITILASI HASIL PERHITUNGAN BEP	51
TABEL 4.8 REKAPITULASI HASIL PERHITUNGAN MOS	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1 BAGAN KERANGKA PIKIR	28
GAMBAR 4.1 STRUKTUR ORGANISASI CV SURYA JAYA ABADI.....	36



BAB I

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu fungsi manajemen adalah *planning* atau perencanaan dimana perencanaan ini merupakan salah satu faktor yang penting dalam suatu perusahaan karena akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, kelancaran atau keberhasilan suatu perusahaan akan sangat tergantung pada kemampuan manajemen di dalam membuat rencana kegiatan di masa yang akan datang, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan adanya perencanaan yang baik maka akan memudahkan tugas manajemen itu sendiri, karena semua kegiatan perusahaan dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan perencanaan itu sendiri dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan pengawasan terhadap kegiatan perusahaan, sehingga dengan perencanaan yang baik maka akan memungkinkan manajemen untuk bekerja lebih *efektif* dan *efisien*.

Perencanaan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan karena perencanaan atau *planning* didefinisikan sebagai perumusan tujuan beserta program pelaksanaan untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan akan mempengaruhi secara langsung kelancaran serta keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Tercapainya tujuan yang telah dirumuskan sangat tergantung pada kemampuan manajemen dalam menyusun rencana yang akan

datang. Perencanaan akan memberikan garis pedoman atas pelaksanaan kegiatan sehari-hari serta aktivitas mendatang.

Dalam usaha mencapai laba yang optimal maka perlu disusun suatu perencanaan laba agar perusahaan dapat mengarahkan sumber daya yang dimiliki perusahaan secara koordine. Perencanaan laba yang akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mencapai laba yang diinginkan.

Salah satu perencanaan yang dibuat manajemen adalah perencanaan laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan dari perusahaan pada umumnya, di mana besar-kecilnya laba yang dapat dicapai merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Oleh karena itu manajemen harus mampu merencanakan dan sekaligus mencapai laba yang besar agar dapat dikatakan sebagai manajemen yang sukses. Laba dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu harga jual, biaya, serta volume penjualan. Ketiga faktor tersebut mempunyai hubungan yang erat atau bahkan saling berkaitan. Biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi penjualan, volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi ini akan langsung mempengaruhi biaya.

Dalam usaha mencapai laba yang optimal maka perlu disusun suatu perencanaan laba agar perusahaan dapat mengarahkan sumber daya yang dimiliki perusahaan secara terkoordinir. Perencanaan laba yang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mencapai laba yang diinginkan.

Salah satu analisis yang menerangkan hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba adalah analisis *Cost, Volume, Profit* (CVP). Analisis CVP ini dapat dipakai oleh manajemen sebagai suatu teknik perencanaan kegiatan perusahaan dalam mencapai target laba yang diinginkan. Dalam membuat analisis ini, terlebih dahulu biaya-biaya harus dikelompokkan untuk setiap periode tertentu. Analisis *Cost, Volume, Profit* ini memiliki elemen-elemen yang penting dalam kaitannya dengan perencanaan laba. Elemen ini berupa teknik analisis yang tentunya berguna dalam hal pembuatan keputusan bagi manajemen. Elemen penting dalam analisis *Cost, Volume, Profit* ini antara lain *Break even, margin of safety*, dan analisis perencanaan laba.

Salah satu tujuan yang dimiliki CV.Surya Jaya Abadi yaitu berorientasi pada laba (*profit oriented*). Untuk memperoleh laba yang optimal ini maka manajemen harus menyusun perencanaan laba yang baik. Oleh karena itu, dalam rangka perencanaan laba maka manajemen perlu menganalisis komponen-komponen dari perencanaan laba yang mencakup tiga unsur yaitu unsur penjualan, unsur biaya, dan unsur laba.

Perencanaan laba ini menjadi penentu keberhasilan proses manajemen selanjutnya sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi laba harus dianalisis dengan seksama agar menghasilkan perencanaan yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Dengan suatu metode analisis untuk digunakan dalam perencanaan laba dalam rangka pencapaian laba yang optimal, maka diharapkan pihak manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan dapat berfokus pada tercapainya laba yang diharapkan.

Dari data Perusahaan memperlihatkan bahwa pada tahun 2013 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan Rp 134.518.717 dan biaya variabelnya sebesar Rp 131.493.433 sehingga bila dibandingkan dengan realisasi jumlah penjualan sebesar Rp 302.841.961, maka perusahaan memperoleh laba operasional atau laba usaha sebesar Rp 36.829.781, tahun 2014 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan Rp 131.156.873 dan biaya variabelnya sebesar Rp 133.231.408 sehingga bila dibandingkan dengan realisasi jumlah penjualan sebesar Rp 310.062.002, maka perusahaan memperoleh laba operasional atau laba usaha sebesar Rp 45.673.721, dan Pada tahun 2015 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan Rp 151.532.447 dan biaya variabelnya sebesar Rp 156.276.770 sehingga bila dibandingkan dengan realisasi jumlah penjualan sebesar Rp 385.388.558, maka perusahaan memperoleh laba operasional atau laba usaha sebesar Rp 77.579.341

Berdasarkan data diatas, maka penulis mengajukan judul sebagai berikut:
“Analisis Cost, Volume, Profit sebagai Alat Perencanaan Laba Pada CV Surya Jaya Abadi”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penulisan ini adalah “Apakah *Cost*, *Volume*, dan *Profit* dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba pada CV Surya Jaya Abadi ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan yaitu untuk menganalisis dan mengetahui penerapan analisis *Cost, Volume, Profit* (CVP) dalam perencanaan laba pada CV Surya Jaya Abadi

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan selesainya penelitian diharapkan bermanfaat untuk berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi penulis, menambah wawasan dan pengetahuan tentang analisis *Cost, Volume, Profit* sebagai alat dalam perencanaan laba.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan oleh pemegang kebijakan pada perusahaan khususnya bagian keuangan dalam mengambil langkah perbaikan pada masa yang akan datang
3. Bagi mahasiswa lain, dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian sejenis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

Kerangka teori yang digunakan penulis untuk menjelaskan masalah yang ditemukan di atas antara lain :

2.1.1 Manajemen Keuangan (Financial management)

Manajemen Keuangan merupakan salah satu bagian utama dari ilmu manajemen. Pengertian Manajemen Keuangan adalah penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

George R Terry menyebutkan ada empat aktivitas yang sering kali dikenal dengan POAC yang berakronim *Planning* – *Organizing* – *Actuating* – dan *Controlling*.

Ada beberapa ahli yang memberikan pendapatnya mengenai Pengertian Manajemen Keuangan:

- a. Bambang Riyanto, mendefenisikan semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan upaya memperoleh dana yang dibutuhkan dengan biaya yang seminimal mungkin dan syarat yang

menguntungkan serta upaya untuk mempergunakan dana yang diperoleh tersebut secara efisien dan efektif.

- b. James Van Horne, mengatakan semua kegiatan atau aktivitas yang berhubungan langsung dengan perolehan, pendanaan serta pengelolaan aset (aktiva) dengan tujuan yang menyeluruh.
- c. Liefman menyatakan Defenisi manajemen keuangan adalah upaya penyediaan uang dan mempergunakan dana tersebut untuk mendapatkan aset (aktiva)

Seperti yang disebut diatas tadi, dengan melihat beberapa pengertian, maka dapat disimpulkan manajemen keuangan adalah suatu proses dalam aktivitas keuangan perusahaan, dimulai dari cara memperoleh dana dan mempergunakannya. Penggunaannya harus tepat sasaran, efisien, dan efektif agar tujuan keuangan perusahaan yang sudah ditetapkan dalam perencanaan bisa terwujud.

2.1.2 Pengertian Biaya

Dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, manusia selalu disertai dan tidak terlepas dari pengorbanan-pengorbanan baik berupa tenaga dan pikiran maupun materi untuk mendapatkan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dengan perusahaan dalam kegiannya untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia tak terlepas dari adanya pengorbanan faktor-faktor produksi.

Pengorbanan nilai-nilai faktor produksi di dalam setiap proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa harus diketahui seberapa besar jumlahnya

untuk itu sebelum proses produksi dimulai terlebih dahulu faktor-faktor yang akan dikorbankan harus dianalisa untuk mengetahui berapa besar jumlah yang harus dilakukan. Nilai dari pengorbanan yang dilakukan ini dinamakan biaya.

Oleh karena itu baik dalam usaha bermotif laba maupun yang tidak bermotif laba, manajemen selalu berusaha agar nilai keluaran lebih tinggi dari nilai masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut, sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba atau sisa hasil usaha tersebut, perusahaan akan memiliki kemampuan untuk berkembang dan tetap mampu mempertahankan eksistensinya sebagai suatu sistem dimasa yang akan datang.

Dengan demikian untuk menjamin bahwa suatu kegiatan usaha menghasilkan nilai keluaran yang lebih tinggi daripada nilai masukan, diperlukan alat untuk mengukur nilai masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran. Informasi biaya berfungsi untuk mengukur pengorbanan nilai masukan tersebut guna menghasilkan informasi bagi manajemen yang salah satu manfaatnya adalah untuk mengukur apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau sisa hasil usaha tersebut.

Berikut ini dikemukakan beberapa pengertian tentang biaya yang mana dikutip dari beberapa pendapat para penulis yang diterangkan dalam bukunya masing-masing.

Biaya memiliki berbagai macam arti tergantung maksud dari pemakai istilah tersebut. Mulyadi membedakan pengertian biaya dalam arti luas dan arti sempit antara lain sebagai berikut Mulyadi (2012:8)

“Pengertian biaya secara luas bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Dari pengertian tersebut maka dapat diketahui ada 4 unsur pokok dalam defenisi biaya tersebut yaitu :

1. Biaya merupakan sumber ekonomi
2. Diukur dalam satuan uang
3. Yang telah terjadi atau secara potensi akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

“Dalam arti sempit biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan dalam usaha untuk memperoleh penghasilan.

Menurut Kamaruddin (2011:34) dalam bukunya menuliskan biaya adalah pengeluaran yang diukur dalam moneter yang telah dikeluarkan atau potensial akan dikeluarkan untuk memperoleh dan mencapai tujuan tertentu. Menurut Reyburn (2010:4) menjelaskan bahwa biaya mengukur pengorbanan ekonomis yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan Hansen dan Mowen (2012:4) mengemukakan pula bahwa biaya (Cost) adalah kas atau nilai setara kas uang dikorbankan untuk mendapatkan barang dan jasa yang diharapkan memberikan manfaat pada saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi.

Dari beberapa Defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor produksi dan bahan mentah yang akan digunakan unutm produksi guna mencapai tujuan tertentu dan memperoleh sesuatu yang memiliki nilai ekonomi.

2.1.3 Klasifikasi Biaya

Pada umumnya, jenis biaya yang dikeluarkan dan cara pengklasifikasian biaya tergantung pada jenis dan tujuan organisasinya. Klasifikasi biaya bertujuan

agar manajemen dapat menggunakan informasi biaya yang ada dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Dalam melakukan pencatatan serta analisis terlebih dahulu kita harus menggolongkan biaya. Penggolongan tersebut harus selalu diperhatikan menurut tujuan keperluan digunakan informasi tersebut. Klasifikasi biaya yang tepat merupakan hakekat bagi manajemen untuk mengumpulkan dan menggunakan informasi dengan cara seefektif mungkin.

Untuk tujuan mengadakan analisis *Cost, Volume, Profit*, biaya di klasifikasikan ke dalam kelompok biaya tetap dan biaya variabel. Pengertian biaya variabel dan biaya tetap (2010:15) adalah sebagai berikut:

1. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Biaya Variabel (*Variabel Cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan *volume* kegiatan. Biaya variabel per unit konstan (tetap, semakin besar *volume* kegiatan semakin besar pula biaya totalnya. Sebaliknya semakin kecil biaya *volume* kegiatan, semakin kecil pula biaya totalnya). Contoh biaya variabel yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung. Dari pengertian ini dapat dikatakan bahwa biaya variabel (*Variabel Cost*) adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan, yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan kuantitas *output* yang dihasilkan. Bila kuantitas produksi kecil, maka biaya variabelnya juga kecil, selanjutnya, bila kuantitas produksi yang dihasilkan besar, maka biaya variabel yang dikeluarkan juga besar.

2. Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar *volume* kegiatan tertentu. Biaya tetap per satuan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Contoh biaya tetap yaitu biaya gaji, biaya sewa, biaya bunga, biaya penyusutan, biaya asuransi, biaya pemeliharaan. Dari pengertian ini dapat dikatakan bahwa biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah jumlah biaya yang dikeluarkan oleh suatu badan usaha (perusahaan/koperasi) yang nilainya tetap per unit waktu. Sifat biaya tetap tidak bergantung atas besar kecilnya *output* yang dihasilkan, bahkan produksi = nol, biaya tetap harus dikeluarkan.

2.1.4 Pengertian *Volume*

Volume merupakan tingkat aktivitas perubahan baik produksi maupun penjualan yang dinyatakan dalam banyak satuan-satuan. Dalam hal pengertian volume yang lebih erat hubungannya dengan biaya, volume, laba.

Menurut Sudarsono dan Edilius (2012 : 253) mengemukakan bahwa *volume* merupakan tingkat kegiatan suatu perusahaan dalam bidang produksi serta penjualan berupa banyaknya satuan.

Volume yang dimaksud dalam analisis *Cost, Volume, Profit* adalah volume penjualan. Pihak manajemen perusahaan selalu berusaha untuk mencapai komposisi penjualan yang dapat menghasilkan jumlah laba yang lebih besar. *Volume* penjualan yang menghasilkan laba hanyalah *volume* penjualan yang berada di atas titik impas (BEP).

Dapat disimpulkan bahwa *volume* yaitu banyaknya unit yang terjual sesuai dengan keperluan analisis *Cost, volume, profit*

2.1.5 Pengertian Laba (*Profit*)

Pada dasarnya tujuan utama perusahaan adalah mencapai laba yang seoptimal mungkin, agar tujuan tersebut dapat dicapai maka diperlukan suatu perencanaan laba yang baik, sehingga kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dapat terkoordinir dan terkendali. Secara sederhana perencanaan dapat diuraikan sebagai penetapan apa yang akan dilaksanakan, kapan dilaksanakan dan bagaimana melaksanakannya. Banyak perusahaan-perusahaan kecil dengan modal yang sangat minim dapat berubah menjadi perusahaan besar dan dapat mendapatkan laba yang besar. Namun, tidak sedikit perusahaan dengan modal yang kuat tetapi menjadi pilit setelah beberapa tahun beroperasi. Hal ini bisa disebabkan oleh karena biaya operasi yang dikeluarkan lebih besar dari pada pendapatan yang diterima oleh perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan sangat tergantung pada bagaimana perusahaan tersebut menerapkan konsep strategi atau perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang sesuai dengan bidang tugas masing-masing dan pelaksanaannya dilakukan dengan prosedur dan kinerja yang telah ditentukan oleh perusahaan sebelumnya.

Perencanaan laba adalah pengungkapan keuntungan dan naratif akan hasil yang diharapkan dan keputusan perencanaan dimana dengan jelas menetapkan sasaran dalam bentuk waktu yang diperkirakan dan hasil keuangan yang diharapkan.

Kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan sangat tergantung pada bagaimana perusahaan tersebut menerapkan konsep strategi atau perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang sesuai dengan bidang tugas masing-masing dan pelaksanaannya dilakukan dengan prosedur dan kinerja yang telah ditentukan oleh perusahaan sebelumnya.

Dalam analisis *Cost, Volume, Profit* besarnya laba ditentukan berdasarkan selisih antara nilai penjualan (total *revenue/sales*) dengan total biaya (biaya tetap ditambah biaya variabele) pada tingkat volume produksi/penjualan tertentu.

Menurut Komaruddin (2011:713) laba kadang-kadang disebut juga dengan keuntungan atau untung. Laba itu sendiri berarti :

1. Jumlah sisa setelah biaya tetap dan biaya variabel dikurangkan dengan dari penjualan.
2. Kelebihan pendapatan diatas pengeluaran dan biaya.

Menurut Pass dan Lowes (2010:534) bahwa laba atau profit secara istilah adalah perbedaaan yang timbul ketika total pendapatan (total *revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (total *cost*). Sedangkan Sudarsono dan Edilius (2009:224) mengemukakan bahwa profit (laba) adalah :

1. Secara umum adalah kelebihan pendapatan atas total biaya
2. Sejumlah kelebihan harga jual atas harga produk

Bagi perusahaan yang berorientasi mencari laba (*profit oriented*) perolehan laba merupakan suatu ukuran kesuksesan dalam menjalankan roda perusahaan. Dalam mencapai laba perusahaan memerlukan perangkat-perangkat analisis guna penentuan strategi-strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan, karena hanya

dengan penerapan strategi serta pengolahan perusahaan yang efektif dan efisien yang memungkinkan perusahaan itu mencapai sasaran laba.

Dari pengertian laba (*profit*) tersebut dapat disimpulkan bahwa laba merupakan hasil akhir yang diperoleh perusahaan setelah dikurangi biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan tersebut.

2.1.6 Pengertian *Cost, Volume, Profit* Sebagai alat perencanaan

Cost, Volume dan Profit merupakan tiga elemen pokok dalam penyusunan laporan laba rugi perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya, sebuah manajemen perusahaan akan berupaya memperoleh dan mengalokasikan sumber daya dengan cara yang paling murah dari segi biaya dan paling banyak memberikan manfaat dalam pencapaian tujuan perusahaan. Pemahaman mengenai aplikais konsep *cost, volume, profit* dapat digunakan oleh manajemen sebagai dasar untuk merencanakan komposisi tingkat *cost, volume, profit* yang menguntungkan. Sebagai kompenen yang saling berhubungan komposisi *cost, volume, profit* harus berada pada titik yang optimal mengenai hubungan antara *cost, volume, profit* dikenal dengan analisis *cost, volume, profit*.

Simamora (2011:160) menjelaskan bahwa analisis *Cost, Volume, Profit* adalah analisis pola-pola perilaku biaya yang mendasari hubungan-hubungan antara biaya, volume, dan laba. Sedangkan menurut Sunarto (2011:114) analisis hubungan *cost, volume, profit* merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual. Volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek.

Dwi Prastowo dalam bukunya menyatakan bahwa analisis Cost, Volume, Profit adalah analisis yang berkaitan dengan penentuan volume penjualan dan komposisi produk yang diperlukan untuk mencapai laba yang diinginkan dengan menggunakan sumberdaya yang dimiliki. *cost, volume, dan profit* ini merupakan alat analisis yang memberi manajemen informasi penting tentang hubungan antara biaya, laba, komposisi produk dan volume penjualan..

Analisis biaya, volume, dan laba mencakup studi tentang hubungan antara faktor-faktor berikut ini:

1. Harga jual produk
2. Volume atau tingkat aktivitas
3. Biaya variabel per unit
4. Total biaya tetap
5. Komposisi produk yang dijual

Kelima faktor tersebut merupakan faktor kunci dalam banyak keputusan, seperti pemilihan lini produk, penentuan harga jual produk, strategi pemasaran, dan pemanfaatan fasilitas produk, bahkan di dalam perusahaan analisis ini sangat membantu para manajer. Oleh karena luasnya manfaat yang dimiliki, maka tidak dapat diragukan bahwa analisis ini merupakan alat terbaik yang dimiliki manajer untuk menemukan potensi laba perusahaan.

Analisis biaya, volume, dan laba (*cost, volume, profit analysis*) sangat berguna bagi perusahaan yang sedang menyusun rencana usahanya atau sebagai alat pengendali sewaktu perusahaan masih dalam kegiatan. Analisis *cost, volume, profit*

menitik beratkan sampai seberapa jauh perubahan-perubahan pada biaya, volume, dan harga jual akan berakibat pada perubahan laba yang direncanakan.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa analisis *Cost, Volume, Profit* adalah analisis yang menghubungkan antara jumlah biaya yang dikorbankan untuk memperoleh volume kegiatan yang mana pengaruhnya berdampak terhadap laba yang diharapkan

2.1.7 Pengertian *Break Even Point* (BEP)

Break even point merupakan parameter untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan dapat memberikan pengembalian dari produk yang dihasilkan.

Defenisi *break even point* menurut Munawir (2012:184) adalah suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba atau tidak menderita rugi (penghasilan = Total Biaya). Defenisi lain *break even point* yang dikemukakan oleh Rony (2009:358) adalah sarana bagi manajemen untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya sehingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau kerugian. Sama halnya dengan yang dikemukakan oleh Harahap (2012:258) *break even point* berarti suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan

Berdasarkan dari defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu perusahaan dikatakan dalam keadaan impas (*break even*) apabila setelah disusun laporan perhitungan laba rugi untuk periode tertentu perusahaan tersebut tidak mendapatkan keuntungan dan sebaliknya tidak menderita kerugian. Dengan perkataan lain labanya sama dengan nol atau ruginya sama dengan nol. Hasil penjualan (*sales revenue*) yang diperoleh untuk periode tertentu sama besarnya dengan keseluruhan biaya (*total cost*) yang telah dikorbankan sehingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau menderita kerugian.

Analisis *break even point* digunakan untuk menganalisis pada lembar berapa atau pada omzet penjualan berapa perusahaan tidak menderita kerugian dan tidak memperoleh keuntungan. Hal itu penting karena kemunduran dalam penjualan yang disebabkan oleh berbagai hal dapat saja terjadi, artinya penjualan *riil* lebih kecil dari penjualan yang dianggarkan. Dengan mengetahui *break even point* ini maka dapat direncanakan tingkat-tingkat volume penjualan yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Bila tidak ingin menderita rugi, maka pemimpin harus tahu batas pengurangan penjualan yang dapat ditolerir. Dan batas yang dimaksud dapat ditentukan melalui analisis *break even point*.

Dalam keadaan pasar yang dikuasai oleh pembeli, penentuan sasaran penjualan dengan memperhatikan situasi persaingan kiranya akan lebih tepat dibandingkan cara lain. Analisis *break even* dalam hal ini bermanfaat untuk menilai apakah sasaran penjualan yang telah ditentukan kiranya akan memberikan keuntungan atau tidak, dan seberapa jauh kemunduran penjualan yang dapat ditolerir.

Pada *break even point* ini, keseluruhan hasil penjualan, setelah dikurangi dengan keseluruhan biaya variabel, hanya cukup untuk menutup keseluruhan biaya tetap saja, tidak terdapat sisa yang merupakan keuntungan. Bagian hasil pengurangan biaya variabel dari hasil penjualan disebut *contribution margin* atau *marginal income*. Impas terjadi bila *contribution margin* sama dengan biaya tetap. Jadi, analisis *break even point* ini juga bisa digunakan untuk melihat seberapa

besar penjualan minimal agar bisa menutup biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Break even point merupakan teknik perencanaan laba dalam jangka pendek atau dalam suatu periode akuntansi tertentu dengan mendasarkan analisis pada *variabilitas* penghasilan penjualan maupun biaya terhadap volume kegiatan sehingga teknik-teknik tersebut akan dapat digunakan dengan baik sebagai alat bantu perencanaan laba dalam jangka pendek. *Break even point* sangat erat hubungannya dengan konsep pokok variabel, khususnya dengan penentuan batas kontribusi (*contribution margin*), karena teknik-teknik tersebut hubungannya dengan kemampuan batas kontribusi untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaannya, agar sedapat mungkin semua kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang telah disadari dan telah direncanakan cara menghadapinya sedini mungkin. Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah pengambilan keputusan dalam pemilihan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan. Ukuran yang seringkali dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan.

2.1.8 Teknik Penerapan *Break Even Point*

Teknik penerapan *Break Even Point* (BEP) dapat dilakukan dengan :

Pendekatan matematis

a. Dalam unit

$$BEP_{(Unit)} = \frac{FC}{P-V}$$

Dimana :

BEP : Penjualan pada titik impas (dalam unit)

FC : Biaya tetap keseluruhan (Fixed Cost)

P : Harga Jual per Unit (Sales Price per Unit)

V : Biaya Variabel per unit (Variabel Cost per unit)

b. BEP dalam rupiah

$$BEP_{(Rupiah)} = \frac{FC}{1 - VC/S}$$

Dimana :

BEP : Penjualan pada titik impas (dalam rupiah)

FC : Biaya tetap keseluruhan (Fixed cost)

VC : Biaya variabel keseluruhan (Variabel cost)

S : Hasil penjualan keseluruhan

2.1.9 Pengertian *Contribution Margin*

Contributian margin merupakan selisih antara hasil penjualan dan seluruh komponen biaya variabel (produksi, administrasi, dan penjualan). *Contribution margin* positif menunjukkan bahwa hasil penjualan dapat digunakan untuk menutupi biaya variabel dan seluruh atau sebagian biaya tetap.

Apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah *break even* dalam perusahaan tersebut. Masalah *break even* akan muncul apabila suatu perusahaan disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Karena adanya unsur variabel disatu pihak dan unsur tetap dilain pihak, maka dapat terjadi bahwa suatu perusahaan dengan volume produksi tertentu menderita kerugian, karena penghasilan penjualannya hanya menutup biaya variabel dan sebagian saja dari biaya tetap. Ini berarti bahwa bagian dari penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap tidak cukup untuk menutup biaya tetapnya yang bisa dinamakan dengan *contribution margin*.

Menurut Supriyono (2009:531) bahwa *contribution margin* adalah pendapatan penjualan dikurangi semua biaya variabel. Tidak jauh berbeda dengan yang dikemukakan oleh Garrison (2010:275) *contribution margin* adalah sisa hasil penjualan, setelah menutup biaya variabel, yang disumbangkan untuk menutup biaya tetap, dan selanjutnya untuk keuntungan suatu periode.

Dari beberapa pengertian *Contribution Margin* diatas dapat diketahui bahwa *contribution margin* tersebut menunjukkan jumlah yang tersedia untuk menutup biaya variabel dan seluruh atau sebagian biaya tetap. Dan setelah biaya tetap tertutup maka sisanya untuk menghasilkan laba pada periode yang bersangkutan. Untuk menghitung besarnya *contribution margin* maka formula yang dapat digunakan menurut Samryn (2010:167) adalah sebagai berikut :

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

Persentase *contribution margin* terhadap penjualan total disebut sebagai *contribution margin ratio*. Rasio ini menunjukkan bagaimana *contribution margin* akan dipengaruhi oleh perubahan penjualan total dalam jumlah rupiah tertentu. Menurut Syamsuddin (2011:99) persamaan yang dapat digunakan yaitu :

$$CMR = \frac{1-TV}{S} \times 100$$

Dimana :

CMR : *Contribution Margin Ratio*

TV : Total *Variabel Cost* (Total Biaya Variabel dalam rupiah)

S : Total *Sales Revenue* (Total Penerimaan Penjualan dalam rupiah)

2.1.10 Pengertian *Margin Of Safety*

Mergin of safety dapat dipandang sebagai ukuran kas resiko. Selalu terdapat kejadian-kejadian, yang tidak dapat diketahui ketika rencana disusun, yang dapat menurunkan penjualan dibawa tingkat yang diharapkan sebelumnya. Penjualan dengan *margin of safety* yang besar kurang rentan terhadap dampak penurunan permintaan penjualan yang disebabkan kemerosotan ekonomi, perubahan perilaku konsumen ataupun kondisi persaingan bisnis. Konsekuensinya, ketentuan sederhana yang dipakai untuk menerapkan margin of safety dalam sebuah perusahaan adalah semakin besar *margin of safety*, semakin rendah resiko usahanya.

Apabila hasil penjualan pada tingkat *break even point* dihitung dengan penjualan yang dianggarkan atau pada tingkat penjualan yang sebenarnya, maka akan diperoleh informasi tentang seberapa jauh *volume* penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak menderita rugi. Hubungan atau selisih antara penjualan yang dianggarkan atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat *break even* merupakan tingkat keamanan (*margin of safety*) bagi perusahaan.

Berkaitan dengan *margin of safety*, Samryn (2012:174) mengemukakan bahwa margin keamanan (*margin of safety*) merupakan kelebihan penjualan atau realisasi di atas volume penjualan pada titik impas.

Suatau perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang besar adalah lebih baik bila dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang rendah. Karena *margin of safety* menunjukkan indikasi atau memberikan gambaran kepada manajemen berapakah penurunan penjualan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga belum memperoleh laba. Perhitungan ini juga dapat dijadikan acuan bagi manajemen agar lebih berhati-hati dalam memelihara tingkat penjualan yang sudah dicapai, agar perusahaan tidak mengalami penurunan penjualan sampai pada suatu tingkat merugikan.

Perhitungan *margin of safety* dapat dinyatakan dalam presentase atau rasio antara penjualan yang dianggarkan (*actual*) dengan penjualan pada titik impas, atau dalam presentase atau rasio dari selisih antara penjualan yang dianggarkan (*actual*) dan penjualan pada titik impas. Dimana menurut Garrison, Norren, & Brewer (2011:338) dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Mos} = \frac{\text{Total penjualan yang dianggarkan (Aktual)} - \text{Penjualan titik impas}}{\text{Total penjualan yang dianggarkan (aktual)}}$$

Dengan demikian, *margin of safety* adalah juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut, perusahaan akan menderita kerugian.

Dari defenisi tersebut di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil perhitungan menunjukkan jumlah sampai seberapa besar penjualan dapat turun sehingga sampai pada titik impas. Perhitungannya dapat dinyatakan dalam unit, satuan uang dan presentase. Perhitungan ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi manajemen agar lebih hati-hati dalam memelihara tingkat penjualan yang sudah dicapai, agar perusahaan tidak mengalami penurunan penjualan sampai pada satu tingkat yang merugikan.

2.1.11 Analisis Perencanaan Laba (Target Laba)

Aspek utama dalam manajemen adalah pengaturan, disamping kepemimpinan. Sedangkan untuk dapat melakukan pengaturan yang baik maka perlu adanya perencanaan, pembagian tugas dan koordinasi tugas-tugas. Hasil dari perencanaan adalah tentu saja sebuah rencana atau rencana kerja. Rencana kerja yang dibuat haruslah merupakan *alternative* yang paling baik untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Tanpa adanya rencana kerja atau dengan adanya rencana kerja yang kurang baik maka tujuan tidak akan dapat dicapai dengan efektif dan efisien. Oleh karena itu maka perencanaan tidak lain merupakan penentu tujuan pokok (tujuan utama) organisasi beserta cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Jadi rencana kerja tidak lain adalah merupakan penetapan tujuan

yang akan dicapai dan pemilihan usaha yang dapat dilaksanakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Manajemen perusahaan terkhususnya pada bidang keuangan dapat menggunakan elemen analisis *cost, volume, profit* ini dalam menyusun rencana kerja atau *planning* serta untuk melakukan evaluasi lebih mendalam. Hal ini karena analisis target dapat menggambarkan tingkat penjualan yang seharusnya dianggarkan perusahaan untuk mencapai sejumlah laba tertentu

Pada umumnya, tingkat berhasil tidaknya suatu perusahaan ditandai dengan kemampuan manajemen perusahaan dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa mendatang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh sebab itu, tugas manajemen perusahaan untuk merencanakan masa depan perusahaan sehingga semua kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang telah diperkirakan dan direncanakan bagaimana cara menghitungnya. Sedangkan ukuran yang digunakan untuk suksesnya manajemen suatu perusahaan adalah tingkat laba yang diperoleh perusahaan. Laba ini tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan antara lain harga jual, biaya yang terjadi dan volume penjualan.

Untuk memungkinkan manajemen perusahaan melakukan pemilihan rencana kerja yang berdampak baik terhadap laba, maka manajemen dapat menggunakan teknik *analisis cost, volume, profit*. Dengan analisis ini, manajemen perusahaan dapat menentukan tingkat penjualan yang seharusnya dianggarkan untuk mencapai sejumlah laba tertentu.

Untuk mencapai laba yang direncanakan, manajemen perusahaan perlu merencanakan beberapa tingkat laba yang akan dicapai oleh penjualan produknya.

Pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan perencanaan laba yang diinginkan pada periode selanjutnya menurut Jumingan (2010:210) dapat diformulasikan sebagai berikut

$$S = \frac{FC+P}{CMR}$$

Dimana :

- S : Volume Penjualan
FC : Biaya tetap keseluruhan (*fixed cost*)
P : Profit (laba yang diinginkan)
CMR : *Contribution Margin Ratio*

Dalam pendekatan yang dijelaskan diatas, menunjukkan bahwa biaya tetap tertutup oleh *Contribution margin* yang sepenuhnya tersedia untuk memenuhi kebutuhan laba.

2.1.12 Asumsi Analisis Cost, Volume, Profit

Perlu disadari bahwa analisis *cost, volume, profit* ini mempunyai beberapa anggapan atau analisis-analisis dasar. Asumsi dasar inilah yang digunakan oleh manajemen dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, diperlukan ketelitian apabila menggunakannya sebagai alat perencanaan laba dalam perusahaan terutama dalam memberikan pengertian kepada kita mengenai hubungan antar

faktor-faktor analisa yang menyebabkan tercapainya tujuan perusahaan, serta yang berhubungan dengan pola perilaku biaya dan hubungannya dengan perubahan *volume* produksi maupun penjualan.

Dalam perencanaan laba dengan teknik break-even dan analisis hubungan biaya, *volume*, laba digunakan asumsi dasar sebagai berikut :

- a. Harga jual produk per unit yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai tingkat *volume* penjualan dalam periode yang bersangkutan, apabila anggapan ini tidak terpenuhi penghasilan penjualan tidak dapat digambarkan dalam garis lurus.
- b. Semua biaya yang dianggarkan dapat dikelompokkan ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel yang mempunyai tingkat *variabilitas* terhadap produk yang diproduksi atau dijual, bukan terhadap dasar kegiatan yang lain.
- c. Harga dari biaya atau masukan (misalnya harga bahan baku, upah langsung dan lain-lain) yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai tingkat kegiatan, sehingga biaya dapat digambarkan dalam garis lurus
- d. Kapasitas yang dimiliki perusahaan tidak berubah, misalnya karena adanya ekspansi, karena perubahan kapasitas yang dimiliki akan merubah pola hubungan biaya, *volume*, laba
- e. Tingkat efisiensi dari perusahaan tidak berubah, karena program efisiensi yang sangat berhasil atau terjadinya pemborosan yang luar biasa akan berpengaruh pada pola hubungan biaya, *volume*, laba.
- f. Tingkat dan metode teknologi yang dimiliki perusahaan tidak berubah, perubahan teknologi juga dapat mengubah pola hubungan biaya, *volume*, laba

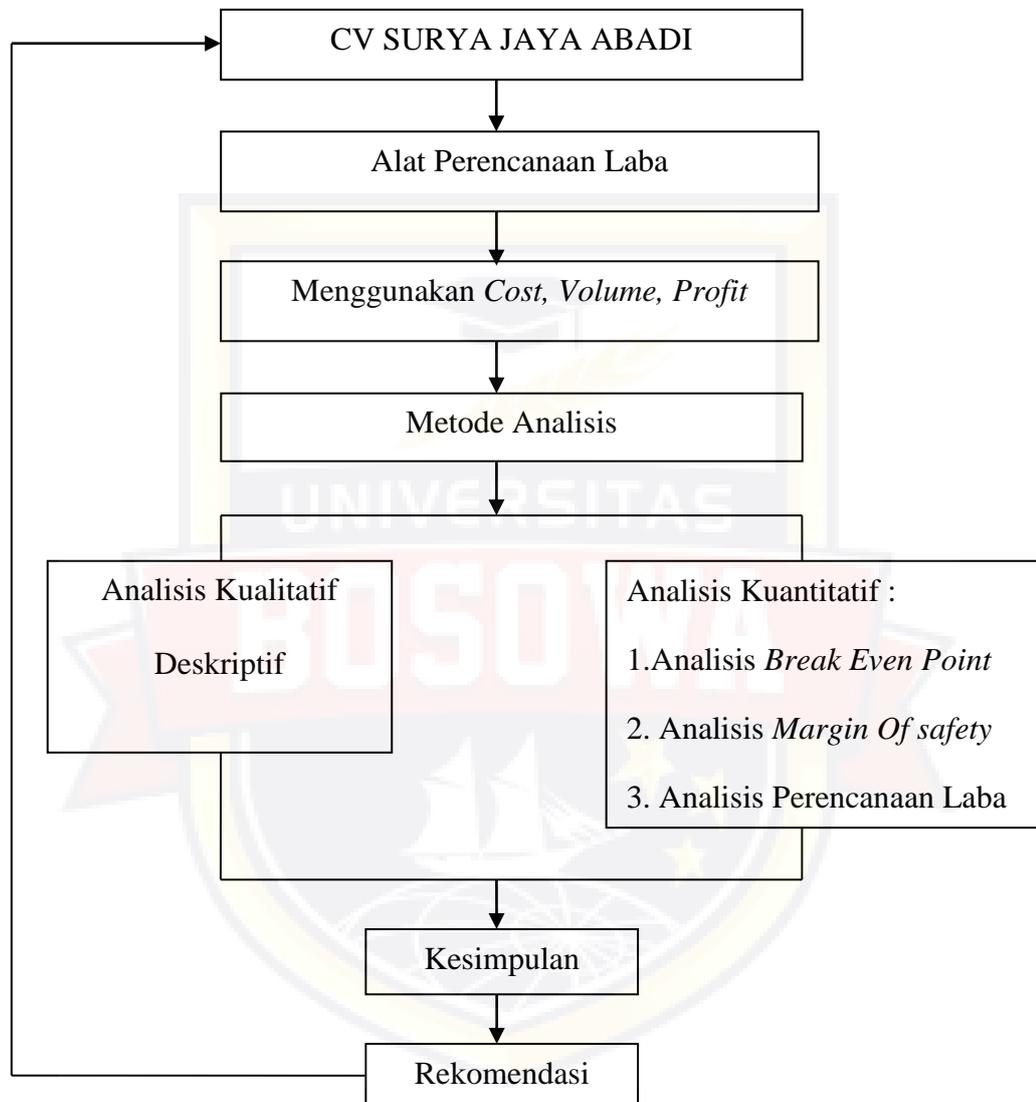
- g. Apabila perusahaan menjual beberapa macam produk, maka komposisi produk yang dianggarkan pada berbagai tingkat penjualan tidak berubah, perubahan komposisi akan berakibat berubahnya presentasi batas kontribusi.

Dengan menggunakan konsep-konsep dasar yang telah dikemukakan di atas, maka dapat menyediakan informasi yang berguna bagi manajemen untuk perencanaan laba. Dengan analisis *Cost, Volume, Profit*, dapat menentukan tingkat penjualan yang seharusnya dianggarkan untuk mencapai sejumlah laba tertentu.



2.2 Kerangka Pikir

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian



2.3 Hipotesis

Bedasarkan rumusan masalah diatas diduga bahwa *Cost, Volume,* dan *Profit* dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba pada CV Surya Jaya Abadi

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Daerah dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar dengan obyek penelitian adalah CV Surya Jaya Abadi yang beralamat di Jl. Ir. Sutami Pergudangan Parangloe Blok F2 NO.5, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pertimbangan memilih lokasi penelitian karena data dan informasi yang dibutuhkan tersedia dengan baik. Sedangkan waktu penelitian mulai pada bulan April sampai dengan juni 2016.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode, yaitu sebagai berikut :

3.2.1 Penelitian Lapang (*Field Research*)

1. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian untuk mengumpulkan data-data yang bersifat primer dari beberapa faktor yang berhubungan langsung dengan pembahasan skripsi ini.
2. Wawancara (*interview*), yaitu dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak dalam perusahaan yang memiliki keterkaitan langsung dengan penelitian ini.
3. Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data yang penulis lakukan dengan mengumpulkan data atau arsip tertulis yang penulis peroleh dari perusahaan, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, *job description*, buku-buku

literatur dan bahan kuliah serta beberapa karangan yang ada kaitannya dengan tema penulisan ini.

3.2.2 Penelitian Pustaka (*library Research*)

Berupa penelitian yang dilaksanakan dengan mempelajari berbagai literatur, buku, referensi, dan dokumen yang berkaitan dengan objek pembahasan sebagai bahan analisis.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi :

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan bersumber dari :

- a. Data kualitatif adalah data yang memberikan informasi mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan *job description*
- b. Data kuantitatif adalah data mengenai penjualan (volume penjualan dan harga jual produk), biaya tetap, biaya variabel

3.3.2 Sumber Data

Selain jenis data, dalam penelitian juga digunakan beberapa sumber data yaitu :

- a. Data Primer

Data ini diperoleh melalui observasi atau pengamatan secara langsung pada perusahaan, serta wawancara dengan pihak yang berkepentingan pada perusahaan tersebut.

- b. Data Sekunder

Diperoleh dari luar perusahaan berupa laporan-laporan dan literatur yang relevan dengan masalah yang dibahas dan juga sebagai dasar untuk peralatan teori penulis.

3.4 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis sebagai berikut:

a. Analisis *Break Even Point*

$$BEP_{(Unit)} = \frac{FC}{P - V}$$

Di mana:

BEP : Penjualan pada titik impas dalam unit

FC : Biaya tetap keseluruhan (*fixed Cost*)

P : Harga jual per unit (*Sales Price* per unit)

V : Biaya Variabel per unit (*Variabel cost* per unit)

$$BEP_{(Rupiah)} = \frac{FC}{1 - VC/S}$$

Di mana :

BEP : Penjualan dalam titik impas dalam rupiah

FC : Biaya tetap keseluruhan (*Fixed Cost*)

VC : Biaya Variabel keseluruhan (*Variabel Cost*)

S : Hasil penjualan keseluruhan (*Sales*)

b. Analisis Margin *Of Safety* (MOS)

$$\text{Mos} = \frac{\text{Total penjualan yg dianggarkan (Aktual)} - \text{Penjualan titik impas}}{\text{Total penjualan yang dianggarkan (aktual)}}$$

c. Analisis Perencanaan Laba

$$S = \frac{FC + P}{CMR}$$

Dimana:

S : Volume Penjualan (*Sales Volume*)

FC : Biaya tetap (*Fixed Cost*)

P : *Profit* (laba yang diinginkan)

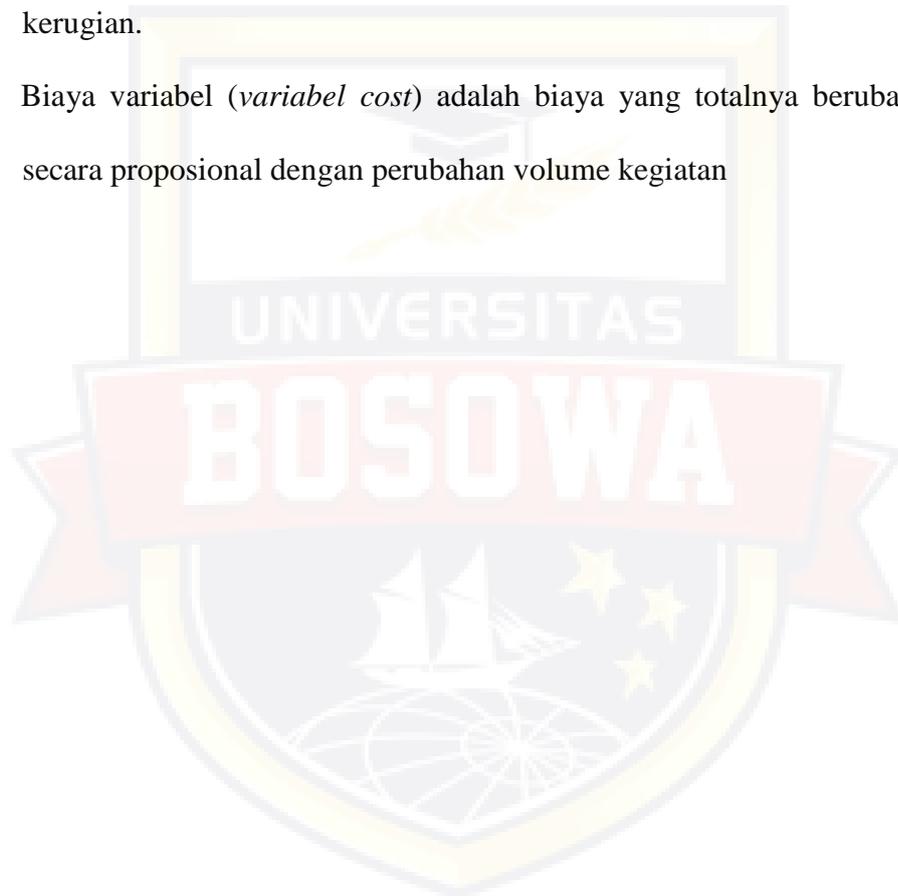
CMR : *Contribution Margin Ratio*

3.4 Defenisi Operasional

Sebagai penjas terhadap variabel penelitian, maka peneliti mendefenisikan secara operasional sebagai berikut:

1. BEP adalah suatu keadaan operasi perusahaan CV Surya Jaya Abadi atau aktivitas-aktivitas perusahaan CV Surya Jaya Abadi dimana perusahaan ini tidak memperoleh laba atau tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya) yang berlaku untuk tahun 2016
2. *Fixed Cost* adalah adalah biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk periode 2016
3. *Price* (harga jual perunit) harga produk yang dijual oleh perusahaan tersebut yaitu harga produk perunit perusahaan CV Surya Jaya Abadi
4. *Volume* adalah biaya variabel perunit yaitu biaya variabel perunit yang dikeluarkan oleh perusahaan ini terhadap produk yang terjual

5. *Contribution Margin* (margin kontribusi) merupakan selisih antara hasil penjualan dengan biaya variabel.
6. MOS (*Margin of safety*) adalah unit yang dijual atau yang diharapkan dijual di atas titik impas atau bisa dikatakan MOS merupakan standar penurunan presentase penjualan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
7. Biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya yang totalnya berubah-ubah secara proposional dengan perubahan volume kegiatan



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan CV Surya Jaya Abadi

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan CV Surya Jaya Abadi

CV. Surya Jaya Abadi adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang agrobisnis dimana perusahaan ini didirikan di Makassar tahun 2010 yang resmi dibuka pada tanggal 19 Mei 2010.

Berdirinya perusahaan ini dikarenakan adanya keinginan pimpinan CV. Surya Jaya Abadi dalam memperluas lahan bisnisnya utamanya di bidang produksi makanan. Bagian produksi perusahaan ini terletak di pergudangan prangloe yang sekaligus sebagai Pabrik dan Kantor.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

- **Visi**

Visi adalah pernyataan tentang gambaran keadaan dan karakteristik yang ingin dicapai oleh perusahaan yang akan datang .

Setiap perusahaan yang berdiri tentunya mempunyai visi dan misi untuk mencapai tujuan, begitu juga pada CV Surya Jaya Abadi

Adapun visi perusahaan yaitu “menjadikan CV Surya Jaya Abadi sebagai lembaga perdagangan produksi makanan khususnya coklat yang tersebar di wilayah Indonesia yang prima dalam pelayanan dan terus menerus meningkatkan kepuasan bagi para konsumennya.

- **Misi**

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan dalam usaha mewujudkan visi, dan memberikan garis besar cara pencapaian visi tersebut.

Berikut adalah Misi CV Surya Jaya Abadi, antara lain:

- a. meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar semakin handal dalam pengabdian dan mencapai hasil kerja yang optimal.
- b. Mengoptimalkan kinerja perusahaan.
- c. Memberikan kepuasan pelayanan kepada konsumen

4.1.3 Struktur Organisasi CV Surya Jaya Abadi

Perusahaan akan berkembang apabila perusahaan tersebut melakukan suatu sistem kerja yang baik, di mana semua fungsinya melakukan tugasnya, tanggung jawabnya dan wewenang yang diberikan atau dinyatakan secara tegas dan jelas.

Untuk mempermudah menjelaskan tugas, tanggung jawab, wewenang dan bagian-bagian yang terdapat dalam perusahaan, maka terlebih dahulu diketahui apa arti dari organisasi itu sendiri.

Organisasi adalah bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang melakukan kerja sama secara formal terkait dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan atau dengan kata lain bahwa organisasi adalah himpunan interaksi dalam suatu ketentuan yang telah disepakati bersama.

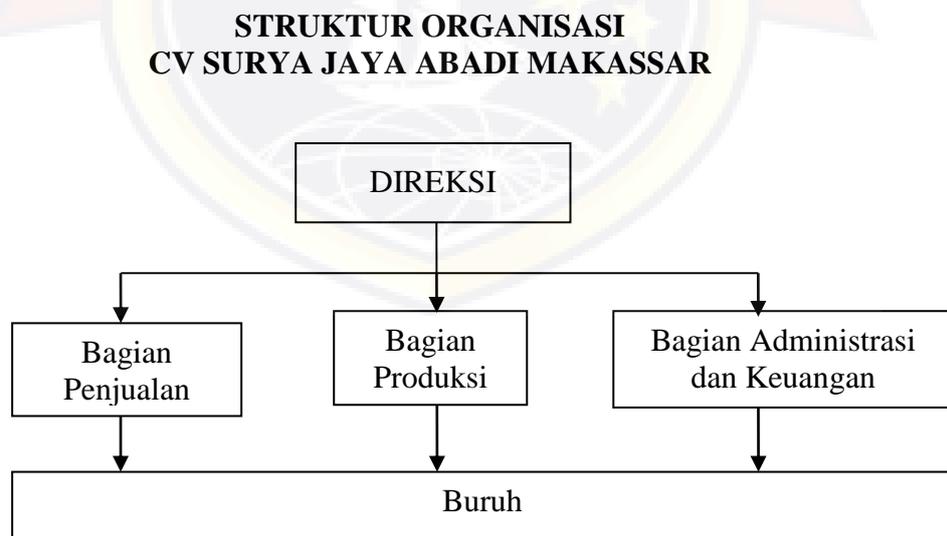
Jadi suatu organisasi haruslah fleksibel sehingga apabila perusahaan mengalami perubahan struktur yang telah ada dapat disesuaikan dengan perubahan yang telah terjadi.

Kelebihan yang dicapai dari penggunaan struktur organisasi yaitu:

1. Bagan organisasi dapat digunakan untuk mendeskripsikan rencana kerja yang sesuai sebagai dasar untuk mengetahui perbedaan antara atasan dan bawahan
2. Dengan adanya bagan organisasi dapat diketahui kegiatan-kegiatan perusahaan serta hubungan yang ada diperusahaan dari setiap kegiatannya.

Mengenai penentuan struktur organisasi pada suatu perusahaan, sangat penting untuk diketahui oleh seluruh karyawan dalam perusahaan, agar karyawan dapat melakukan kegiatannya secara tepat serta mempunyai wewenang dan tanggung jawab yang jelas.

Adapun struktur organisasi CV Surya Jaya Abadi dapat dilihat sebagai berikut :



Sumber Data: CV Surya Jaya Abadi, 2016

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam perusahaan CV Surya Jaya Abadi adalah sebagai berikut:

1. Direksi

Memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab secara langsung atas kelancaran aktivitas perusahaan baik secara interen maupun secara eksteren
- b. Melaksanakan tugas untuk menjalankan perusahaan sehari-hari sesuai dengan kebijaksanaan yang telah ditentukan
- c. Memberikan keputusan apabila kepala bagian tidak dapat cepat mengambil keputusan
- d. Mengusahakan kemajuan dan perkembangan CV Surya Jaya Abadi

2. Bagian Produksi

Bagian produksi memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab kepada direksi
- b. Bertanggung jawab pada jalannya proses produksi
- c. Merencanakan jumlah produksi dan mengawasi apakah sesuai dengan standar yang telah ditentukan
- d. Bertanggung jawab atas hasil produk

3. Bagian Penjualan

Bagian penjualan memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab kepada direksi
- b. Mengurusi penjualan serta melakukan penyelidikan pasar

- c. Menjaga keselamatan barang jadi (*final goods*)
 - d. Melakukan pemasaran produk
 - e. Menjual barang kepada konsumen
4. Bagian Administrasi

Bagian pemasaran memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab kepada direksi
- b. Bertanggung jawab atas pembukuan dan keuangan pemasaran
- c. Membuat program kerja aktivitas surat menyurat, menyimpan arsip dan melakukan penagihan.

4.2. Pembahasan

4.2.1 Data Keuangan Perusahaan

Perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya maupun perkembangan di kemudian hari, harus mengelola dengan baik seluruh aktivitas yang ada, untuk setiap fungsi dalam perusahaan memerlukan perhatian yang lebih serius, hal ini berarti tidak dapat merendahkan salah satu fungsi dengan fungsi yang lainnya. Laporan keuangan pada dasarnya merupakan hasil refleksi dari sekian banyak transaksi yang terjadi dalam suatu perusahaan. Transaksi-transaksi dan peristiwa-peristiwa yang bersifat *financial* di catat, digolongkan, dan diringkas dengan cara yang tepat dalam satuan uang. Dan kemudian diadakan penafsiran untuk berbagai tujuan. Setiap penggunaan yang berbeda membutuhkan informasi yang berbeda pula. Dalam hal ini data keuangan pada hakekatnya bersifat umum, dalam arti laporan tersebut ditunjukkan untuk berbagai pihak yang

mempunyai kepentingan yang berbeda. Laporan keuangan itu sendiri di buat oleh pihak manajemen sebagai sarana informasi kepada pihak lain yang berkepentingan. Informasi yang didasarkan pada analisis keuangan, mencakup penilaian keadaan keuangan perusahaan baik yang telah lampau, saat sekarang dan masa depan.

Demikian pula dalam penulisan ini, maka dibutuhkan data keuangan perusahaan yang mana akan digunakan sebagai bahan bagi keputusan analisis lebih lanjut. Untuk itu diajukan data keuangan perusahaan CV. Surya Jaya Abadi Makassar selama 3 tahun yaitu dari tahun 2013, tahun 2014, dan tahun 2015 sebagai berikut:

TABEL 4.1
BIAYA, VOLUME PENJUALAN, DAN LABA
PADA CV SURYA JAYA ABADI TAHUN 2013-2015

Tahun	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Penjualan (Rp)	Laba/Rugi (Rp)
2013	134.518.717	131.493.433	302.841.961	36.829.781
2014	131.156.873	133.231.408	310.062.002	45.673.721
2015	151.532.447	156.276.770	385.388.558	77.579.341

Sumber: CV Surya Jaya Abadi, Makassar, 2016

Data tabel 4.1 di atas memperlihatkan bahwa pada tahun 2013 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan Rp 134.518.717 dan biaya variabelnya sebesar Rp 131.493.433 sehingga bila dibandingkan dengan realisasi jumlah

penjualan sebesar Rp 302.841.961, maka perusahaan memperoleh laba operasional atau laba usaha sebesar Rp 36.829.781

Pada tahun 2014 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan Rp 131.156.873 dan biaya variabelnya sebesar Rp 133.231.408 sehingga bila dibandingkan dengan realisasi jumlah penjualan sebesar Rp 310.062.002, maka perusahaan memperoleh laba operasional atau laba usaha sebesar Rp 45.673.721

Pada tahun 2015 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan Rp 151.532.447 dan biaya variabelnya sebesar Rp 156.276.770 sehingga bila dibandingkan dengan realisasi jumlah penjualan sebesar Rp 385.388.558, maka perusahaan memperoleh laba operasional atau laba usaha sebesar Rp 77.579.341

4.2.2 Klasifikasi Biaya Pada Perusahaan

Dalam melaksanakan kegiatannya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan suatu perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari adanya suatu pengorbanan yang disebut biaya. Biaya merupakan suatu bentuk pengorbanan yang harus dilakukan untuk mendapatkan kebutuhan yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan. Dalam hal pengorbanan itu akan diperoleh pendapatan yang diharapkan akan lebih banyak dari pengorbanan.

Untuk kepentingan penentuan biaya, biaya-biaya yang terjadi pada CV Surya Jaya Abadi Makassar selama tahun 2013-2015 harus dikelompokkan atau digolongkan kedalam biaya variabel dan biaya tetap untuk itu berikut unsur-unsur biaya pada CV Surya Jaya Abadi Makassar.

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah jenis biaya yang selama kurun waktu operasi/tingkat kapasitas tertentu selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume produksi berubah tetapi untuk setiap satuan produksi akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan produksi. Semakin besar hasil produksi, maka biaya tetap persatuan akan semakin rendah hasil produksi maka biaya tetap persatuan akan semakin besar.

Pada CV. Surya Jaya Abadi Makassar, klasifikasi biaya tetap terbagi atas :

- a. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung
- b. Biaya Overhead Pabrik
 - 1) Biaya Pemeliharaan
 - 2) Biaya Penyusutan
 - 3) Biaya Listrik, Air dan Telepon
- c. Biaya Administrasi & Umum
 - 1) Kantor
 - 2) Penyusutan
 - 3) Transportasi
 - 4) Pajak
 - 5) Konsultan
 - 6) Pemeliharaan

Pada tabel dibawah ini dapat dilihat rincian biaya tetap yang telah dikeluarkan oleh CV Surya Jaya Abadi Makassar selama kurun waktu 3 tahun (2013-2015) yaitu sebagai berikut:

TABEL 4.2
BIAYA TETAP

PADA CV SURYA JAYA ABADI TAHUN 2013-2015

Biaya Tetap	2013	2014	2015
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	7.597.786	7.596.690	7.011.881
Biaya Overhead Pabrik			
Biaya Pemeliharaan	15.621.754	14.031.435	18.631.562
Biaya Penyusutan	50.081.206	49.189.981	63.302.955
Biaya Listrik, Air & telp	44.376.391	44.127.968	44.910.983
Biaya Adm & umum			
Kantor	7.928.003	7.571.332	8.320.835
Penyusutan	3.305.452	3.340.996	3.337.252
Transportasi	1.602.568	1.585.185	1.964.235
Pajak	1.280.007	1.248.736	1.122.886
Konsultan	1.103.557	1.112.572	1.413.059
Pemeliharaan	1.625.993	1.351.978	1.516.799
Total	134.518.717	131.156.873	251.532.447

Sumber: CV Surya Jaya Abadi, 2016

2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang besar-kecilnya tergantung pada volume produksi. Bila volume produksi bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya bila volume produksi menurun maka biaya variabel juga akan menurun.

Pada CV Surya Jaya Abadi Makassar, klasifikasi biaya variabel terdiri atas:

- a. Biaya bahan baku
- b. Biaya tenaga kerja langsung
- c. *Biaya Overhead*
- d. Biaya penjualan

Pada tabel dibawah ini dapat dilihat rincian biaya variabel yang telah dikeluarkan oleh CV Surya Jaya Abadi Makassar selama kurun waktu 3 periode (2013-2015) yaitu sebagai berikut:

TABEL 4.3
BIAYA VARIABEL
PADA CV SURYA JAYA ABADI TAHUN 2013-2015

Biaya Variabel	2013	2014	2015
Biaya Bahan Baku	73.354.027	85.295.351	89.638.890
Biaya Tenaga Kerja Langsung	7.630.165	8.566.817	8.994.782
Biaya Overhead	12.541.855	12.882.079	11.539.051
Biaya Penjualan	37.967.386	26.487.161	46.104047
Total	131.493.433	133.231.408	156.276.770

Sumber: CV Surya Jaya Abadi, 2016

Adapun data mengenai besarnya perubahan biaya tetap dan biaya variabel yang dimiliki oleh CV Surya Jaya Abadi Makassar selama periode dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 4.4
DATA PERUBAH BIAYA TETAP DAN BIAYA VARIABEL
PADA CV SURYA JAYA ABADITAHUN 2013 – 2015

Tahun	Biaya Tetap	Perubahan	Biaya Variabel	Perubahan
2013	134.518.717	-	131.493.433	-
2014	131.156.873	(-2,4%)	133.231.408	1,32%
2015	151.532.447	15%	156.276.770	17,29%

Sumber: CV Surya Jaya Abadi (data diolah),2016

Berdasarkan data dari tabel 3, dapat diketahui bahwa perkembangan biaya tetap pada CV Surya Jaya Abadi selama 3 periode yaitu periode 2013-2015 mengalami fluktuasi

Pada tahun 2014 biaya tetap mengalami penurunan sebesar -2,4% atau sebesar Rp 3.361.844 dari tahun 2013. Sebaliknya tahun 2014-2015, terjadi kenaikan biaya tetap sebesar 15% atau sebesar 20.375.574

Untuk total biaya variabel terjadi peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014 kenaikan biaya variabel sebesar 1,32% atau sebesar Rp 1.791.975. begitupula tahun 2015, biaya variabel juga mengalami kenaikan sebesar 17,29% atau sebesar Rp 23.045.362

Berikut diuraikan data mengenai laporan laba/rugi perusahaan CV Surya Jaya Abadi yaitu sebagai berikut:

TABEL 4.5
LAPORAN RUGI/LABA PADA
CV SURYA JAYA ABADI TAHUN 2013-2015

Uraian	2013	2014	2015
	Rp)	(Rp)	(Rp)
Penjualan	302.841.931	310.062.002	385.388.558
Total Biaya Variabel	(131.493.433)-	(133.231.408)-	(156.276.770)-
Contribution margin	171.348.498	176.830.594	229.111.788
Total Biaya Tetap	(134.518.717)-	(131.156.873)-	(151.532.447)-
Laba	36.829.781	45.673.721	77.579.341

Sumber: CV Surya Jaya Abadi (data diolah), 2016

Dari perhitungan Rugi/Laba perusahaan CV.Surya Abadi periode atau tahun 2013 – 2015, maka terlihat jelas bahwa perusahaan terus memperoleh laba yang meningkat dari tahun ke tahun, yaitu masing-masing sebesar Rp 36.829.781 pada tahun 2013, sebesar Rp 45.673.721 pada tahun 2014, dan sebesar Rp 77.579.341 pada tahun 2015.

4.2.3 Volume Penjualan dan Harga jual

Selain perhitungan total biaya tetap dan biaya variabel dilakukan, selanjutnya diperlukan juga data mengenai volume penjualan, harga jual, dan pendapatan penjualan yang dicapai perusahaan untuk produk meses selama 3 tahun (2013-2015) yaitu sebagai beriku

TABEL 4.6
DATA KEADAAN PENERIMAAN PENJUALAN
PADA CV SURYA JAYA ABADI TAHUN 2013 - 2015

Tahun	Harga (Rp)	Perubahan (%)	penjualan unit (Kg)	Perubahan (%)	Total Penerimaan	Perubahan (%)
2013	23.378	-	12.954.142	-	302.841.931	-
2014	26.920	15,15%	11.517.905	11,09%	310.062.002	2,38%
2015	27.352	1,60%	14.089.959	22,33%	385.388.558	24,29%

Sumber: CV.Surya Jaya Abadi (data diolah),2016

Berdasarkan dari data dalam tabel tersebut, dapat diketahui bahwa perkembangan harga jual dan penjualan messes pada CV Surya Jaya Abadi selama 3 periode yaitu periode 2013-2015

Dari tahun 2013-2014, penjualan messes pada CV Surya Jaya Abadi mengalami penurunan sebesar 11,09% atau sebesar 1.436.237 kg sebaliknya harga messes mengalami kenaikan sebesar 15,15% atau Rp 3.542kg dengan total penerimaan (omzet) juga mengalami peningkatan sebesar 2,38% atau sebesar 7.220.071

Penjualan messes untuk tahun 2014-2015 pada CV Surya Jaya Abadi mengalami kenaikan sebesar 22,33% atau Rp 1.436.237 kg begitu pula dengan harga messes juga mengalam ikenaikan 1,60% atau sebesar Rp 432 dengan total penerimaan (omzet) mengalami kenaikan sebesar 24,29% atau Rp 75.326.556

4.2.4. Pembahasan Analisis Cost,Volume, Profit

Dasar-dasar analisis *cost,colume,profit* yang akan dibahas merupakan salah satu rangkaian analisis *cost,volume,profit* Dalam hal perencanaan laba untuk

periode tertentu akan berhubungan dengan perencanaan atas penghasilan penjualan dan atas biaya pada periode yang bersangkutan. Hal ini disebabkan laba itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu; harga jual produk, biaya produksi, biaya pemasaran, serta *volume* penjualan. Salah satu analisis yang menerangkan hubungan antara biaya, volume dan laba yaitu analisis *Cost, Volume, Profit* (CVP). Analisis *Cost, Volume, Profit* (CVP) merupakan alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan karena analisis CVP menerangkan pada ketertarikan antara biaya, jumlah yang dijual, dan harga.

Analisis CVP ini memiliki elemen-elemen yang penting dalam kaitannya dengan perencanaan laba. Elemen tersebut antara lain *break even point*, *margin of safety*, dan analisis perencanaan laba. Dengan menggunakan konsep tersebut di sediakan informasi yang berguna bagi manajemen untuk perencanaan laba. Dengan analisis *cost, volume, profit* dapat ditentukan tingkat penjualan serta faktor lainnya yang seharusnya dianggarkan untuk mencapai laba tertentu.

4.2.5 Analisis Break Even Point

Analisis *break even point* adalah suatu analisis atau teknik tentang titik impas yang menunjukkan keseimbangan antara jumlah penjualan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain analisis *break even point* menunjukkan keadaan dimana suatu perusahaan tidak memperoleh laba tetapi tidak pula menderita kerugian dari kegiatan yang akan dilaksanakan oleh perusahaan.

Berdasarkan data mengenai biaya tetap, biaya variabel, dan penjualan CV Surya Jaya Abadi maka *Break Even Point* CV Surya Jaya Abadi dapat dihitung dengan pendekatan matematis berikut ini :

$$BEP_{(Unit)} = \frac{FC}{P - V}$$

$$BEP_{(Rupiah)} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Tahun 2013 :

Penjualan 302.841.931

Biaya Variabel (131.493.433) -

Contribution margin 171.348.498

Biaya Tetap (134.518.717) -

Laba 36.829.781

$$BEP_{(unit)} = \frac{134.518.717}{23.378 - 10.150}$$

$$= \frac{134.518.717}{13.228}$$

$$= 10.169,24 \text{ kg}$$

$$BEP_{(rupiah)} = \frac{134.518.717}{1 - \frac{131.493.433}{302.841.931}}$$

$$= \frac{134.518.717}{0,57}$$

$$= Rp 235.997.749$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa pada tahun 2013 CV. Surya Jaya Abadi mencapai tingkat *break even* pada penjualan sebesar Rp 235.997.749 atau dalam tingkat penjualan sebesar 10.169,24kg pada tingkat penjualan tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi. Artinya jika perusahaan menghasilkan volume penjualan lebih besar dari Rp 235.997.749 atau 10.169,24kg maka perusahaan akan memperoleh laba sebaliknya jika yang dihasilkan lebih kecil dari Rp 235.997.749 atau 10.169,24kg maka perusahaan akan menderita rugi.

Tahun 2014

Penjualan	310.062.002
Biaya Variabel	(133.231.408)
Contribution Margin	176.830.594
Biaya Tetap	(131.156.873)
Laba	45.673.721

$$\text{BEP}_{(\text{unit})} = \frac{131.156.873}{26.920 - 11.567}$$

$$= \frac{131.156.873}{15.353}$$

$$= 8.542\text{kg}$$

$$\begin{aligned}
 BEP_{(rupiah)} &= \frac{131.156.873}{1 - \frac{133.231.408}{310.062.002}} \\
 &= \frac{131.156.873}{0,5704} \\
 &= Rp\ 229.938.416
 \end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa pada tahun 2014 CV Surya Jaya Abadi mencapai tingkat *break even* pada penjualan sebesar Rp 229.938.416 atau dalam tingkat penjualan sebesar 8.542kg pada tingkat penjualan tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi. Artinya jika perusahaan menghasilkan volume penjualan lebih besar dari Rp 229.938.416 atau 8.542kg maka perusahaan akan memperoleh laba sebaliknya jika yang dihasilkan lebih kecil dari Rp 229.938.416 atau 8.542kg maka perusahaan akan menderita rugi.

Tahun 2015

Penjualan	385.388.558
Biaya Variabel	(156.276.770)
Contribution Margin	229.111.788
Biaya Tetap	(151.532.447)
Laba	77.579.341

$$\begin{aligned}
 BEP_{(\text{unit})} &= \frac{151.532.447}{27.352 - 11.091} \\
 &= \frac{151.532.447}{16.261} \\
 &= 9.318 \text{ Kg}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 BEP_{(\text{rupiah})} &= \frac{151.532.447}{1 - \frac{156.276.770}{385.388.558}} \\
 &= \frac{151.532.447}{0,5945} \\
 &= \text{Rp } 254.890.575
 \end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa pada tahun 2015 CV Surya Jaya Abadi mencapai tingkat *break even* pada penjualan sebesar Rp 254.890.575 atau dalam tingkat penjualan sebesar 9.318 Kg pada tingkat penjualan tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi. Artinya jika perusahaan menghasilkan volume penjualan lebih besar dari Rp 254.890.575 atau 9.318 Kg maka perusahaan akan memperoleh laba sebaliknya jika yang dihasilkan lebih kecil dari Rp 254.890.575 atau 9.318 Kg maka perusahaan akan menderita rugi.

Berikut rekapitulasi hasil perhitungan *Break even point* dalam rupiah dan kg pada CV Surya Jaya Abadi yaitu sebagai berikut:

TABEL 4.7
REKAPITULASI HASIL PERHITUNGAN BEP
DALAM RUPIAH DAN KG PADA CV SURYA JAYA ABADI
TAHUN 2013-2015

Tahun	BEP	
	(kg)	(Rp)
2013	10.162,24	235.997.749
2014	8.542	229.938.416
2015	9.318	254.890.579

Sumber: CV Surya Jaya Abadi (data diolah), 2016

4.2.6 Analisis Margin Of Safety

Margin of safety atau batas keamanan adalah presentase yang menunjukkan batas sampai seberapa jauh penjualan yang diwajibkan boleh turun tetapi perusahaan tidak menderita rugi (dalam keadaan *break even point*)

Dalam menentukan batas keamanan (*margin of safety*) digunakan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{Mos} = \frac{\text{Total penjualan yang dianggarkan (Aktual)} - \text{Penjualan titik impas}}{\text{Total penjualan yang dianggarkan (aktual)}} \times 100$$

Tahun 2013

Total Penjualan Aktual: Rp 302.841.931

Penjualan Titik Impas : Rp 235.997.749

$$\begin{aligned} \%Mos &= \frac{302.841.931 - 235.997.749}{302.841.931} \times 100 \\ &= \frac{66.844.182}{302.841.931} \times 100 \\ &= 22,07\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan maka pada tahun 2013 menunjukkan bahwa *margin of safety* yang dimiliki sebesar Rp 66.844.182 atau sebesar 22,07% hal ini berarti *volume* penjualan masih diperkenankan untuk turun sebanyak 22,07% dari *volume* penjualan sekarang sebelum sampai pada titik impas. Tetapi jika menyimpang lebih besar dari 22,07% maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Tahun 2014

Total Penjualan Aktual: Rp 310.062.002

Penjualan Titik Impas : Rp 229.938.416

$$\begin{aligned} \%Mos &= \frac{310.062.002 - 229.938.416}{310.062.002} \times 100 \\ &= \frac{80.123.586}{310.062.002} \times 100 \\ &= 25,84\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan maka pada tahun 2014 menunjukkan bahwa *margin of safety* yang dimiliki sebesar Rp 80.123.586 atau sebesar 25,84% hal ini berarti *volume* penjualan masih diperkenankan untuk turun

sebanyak 25,84% dari *volume* penjualan sekarang sebelum sampai pada titik impas. Tetapi jika menyimpang lebih besar dari 25,84% maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Tahun 2015

Total Penjualan Aktual: Rp 385.388.558

Penjualan Titik Impas : Rp 254.890.575

$$\begin{aligned} \%Mos &= \frac{385.388.558 - 254.890.575}{310.062.002} \times 100 \\ &= \frac{130.497.983}{310.062.002} \times 100 \\ &= 42,08\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan maka pada tahun 2015 menunjukkan bahwa *margin of safety* yang dimiliki sebesar Rp 130.497.983 atau sebesar 42,08%% hal ini berarti *volume* penjualan masih diperkenankan untuk turun sebanyak 42,08% dari *volume* penjualan sekarang sebelum sampai pada titik impas. Tetapi jika menyimpang lebih besar dari 42,08% maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Berikut rekapitulasi hasil perhitungan *margin of safety* dalam % dan rupiah pada CV Surya Jaya Abadi yaitu sebagai berikut

TABEL 4.8
REKAPITULASI HASIL PERHITUNGAN MOS
DALAM RUPIAH DAN % PADA CV SURYA JAYA ABADI
TAHUN 2013-2015

Tahun	BEP	
	(%)	(Rp)
2013	22,07%	Rp 66.844.182
2014	25,84%	Rp 80.123.586
2015	42,08%	Rp 130.497.938

Sumber: CV Surya Jaya Abadi (data diolah), 2016

4.2.7 Analisis Perencanaan Laba

Perencanaan laba dilakukan oleh perusahaan dalam proses penusunan anggaran. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk membantu dalam perencanaan laba yaitu analisis *Cost, volume, Profit* (CVP). Dengan analisis ini dapat memberikan informasi mengenai berbagai tingkat penjualan dalam hubungannya dengan target laba yang diharapkan

Pada tahun 2013 CV Surya Jaya Abadi memperoleh laba sebesar Rp.36.829.781, pada tahun 2014 sebesar Rp.45.673.721 dan pada tahun 2015 sebesar Rp. 77.579,341 terlihat terjadi peningkatan laba dari tahun ketahun pada CV.Surya Jaya Abadi pada tahun 2016 CV. Surya Jaya Abadi merencanakan peningkatan laba sebesar 20% untuk tahun 2016:

Target laba tahun 2016 = laba tahun 2015 + peningkatan laba 20%

$$= 77.579.341 + 20\%$$

$$= 93.069.209$$

Dari Perhitungan diatas target laba untuk tahun 2016 yaitu laba tahun 2105 ditambahkan dengan peningkatan laba 20%, maka di peroleh hasil sebesar 93.069.209.

Rencana penjualan (S) yang harus dicapai oleh perusahaan jika manajmen ingin mencapai targel laba yang diinginkan.

$$S = \frac{FC + P}{CMR}$$

$$S = \frac{151.532.447 + 93.069.209}{40,55\%}$$

$$= \text{Rp. } 381.049.608$$

Dari perhitungan yang telah dilakukan diketahui bahwa apabila perusahaan menginginkan peningkatan laba sebesar 20% dari laba sebelumnya maka perusahaan harus mencapai penjualan sebesar Rp 381.049.608

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pembahasan, maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis *break even point* yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pada tahun 2013 perusahaan mencapai *break even* pada *volume* penjualan sebesar Rp.235.997.749 atau pada unit penjualan sebesar 10.169,24kg pada tahun 2014 perusahaan mencapai *break even* pada *volume* penjualan sebesar Rp. 229.938.416 atau pada penjualan sebesar 8.542kg pada tahun 2014 perusahaan mencapai *break even* pada *volume* penjualan sebesar Rp. 254.890.575 atau pada unit penjualan 9318kg.
2. *Volume* penjualan yang terjadi pada tahun 2013 sebesar 12.954.142 sedangkan *volume* penjualan pada *break even* adalah 235.997.749. pada tahun 2014 *volume* penjualan sebesar 11.517.905 sedangkan *volume* penjualan pada *break even* adalah 229.938.416. dan pada tahun 2015 *volume* penjualan sebesar 14.089.959 sedangkan *volume* penjualan *break even* adalah 254.890.579
3. Perusahaan dapat menghindari terjadinya kerugian dengan cara mengusahakan agar tingkat penjualan yang terjadi tidak mengalami penurunan yang lebih besar dari pada *margin of safety* yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pada tahun 2013 *margin of safety* yang

diperoleh adalah 22,07%. Pada tahun 2014 *margin of safety* yang diperoleh adalah sebesar 25,84%. Dan pada tahun 2015 *margin of safety* yang diperoleh sebesar 42,08%. Dapat diartikan bahwa *margin of safety* pada perusahaan semakin tahun semakin meningkat.

4. Untuk mencapai laba sebesar 20% dari laba yang diraih tahun 2015 maka penjualan yang harus dicapai oleh perusahaan pada tahun 2016 sebesar 381.049.608.
5. laba yang diperoleh CV.Surya Jaya Abadi dari tahun ketahun mengalami peningkatan

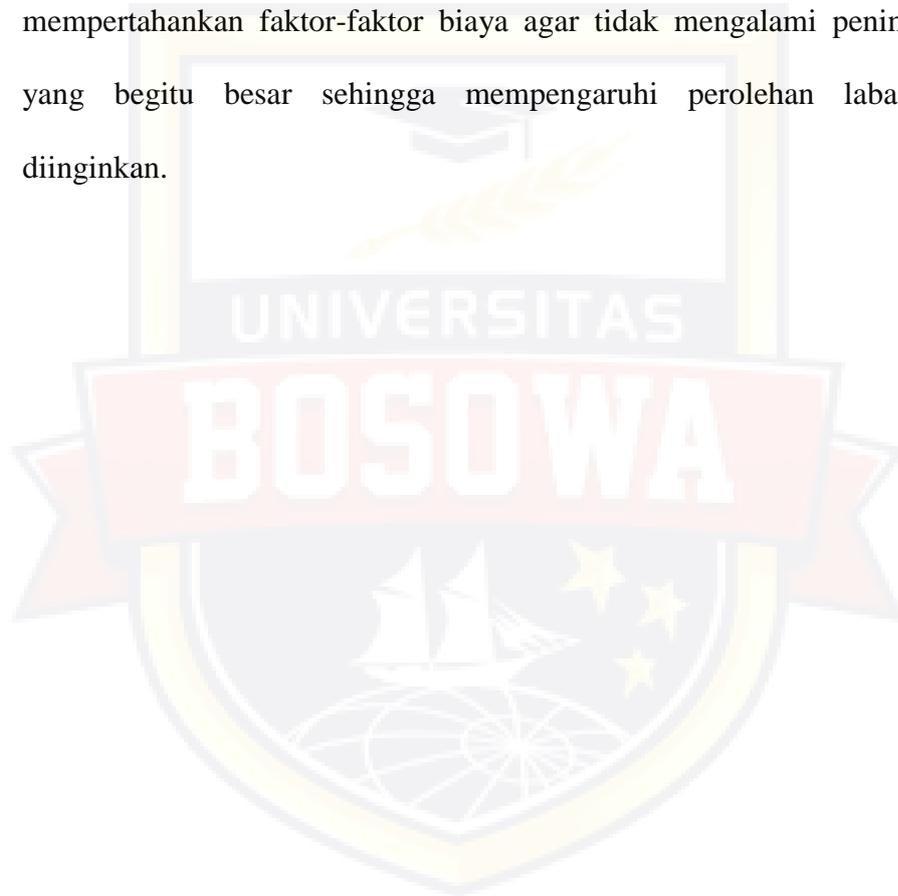
5.2. Saran

Setelah mengemukakan kesimpulan dan hasil pembahasan, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh pihak manajemen perusahaan sebagai berikut:

1. Untuk merealisasikan target laba tersebut, maka disarankan untuk lebih meningkatkan volume penjualan semaksimal mungkin, dengan tetap memperhatikan harga jual per Kg agar tetap sama berapapun unit produk yang dijual
2. CV. Surya Jaya Abadi sebaiknya melakukan pemisahan biaya dengan menggunakan parameter yang jelas karena masalah variabilitas biaya sangat penting untuk analisis selanjutnya.
3. Dalam merencanakan laba hendaknya perusahaan memperhitungkan perkembangan yang akan menyebabkan kenaikan faktor-faktor biaya yang

dapat menyebabkan kenaikan harga yang mempengaruhi jumlah penjualan.

4. Untuk menyusun strategi pasar hendaknya perusahaan membuat produk baik dalam kualitas maupun dari segi harga.
5. Dalam pencapaian target penjualan hendaknya manajemen mempertahankan faktor-faktor biaya agar tidak mengalami peningkatan yang begitu besar sehingga mempengaruhi perolehan laba yang diinginkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Prastowo D (2015) *“Analisis Laporan Keuangan”*, Edisi ketiga, UPP STIM YKPN, Yogyakarta
- Garrison, Ray H (2010) *“Akuntansi Manajemen”*, Yogyakarta, AK Group.
- Hansen, Don R, dan Mowen, Maryanne M, (2012) *“Akuntansi Manajemen”*, Edisi kesebelas, Jakarta, Salemba Empat.
- Irham Fahmi (2014) *“Pengantar Manajemen Keuangan”*, Edisi ketiga, Bandung, ALFABETA.
- Jumingan (2012) *“Analisis laporan keuangan”*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Komaruddin (2011) *“Ensiklopedia Manajemen”*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mulyadi. (2015) *“Akuntansi Biaya”* Edisi Ketiga, Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Munawir (2012) *“Analisa Laporan Keuangan”* Yogyakarta, Liberty.
- Reyburn, Letricia Gayle (2010) *“Akuntansi Biaya”*, Jakarta, Erlangga.
- Rony, Helmi (2009) *“Akuntansi Biaya”*, Jakarta, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas.
- Simamora, Henry (2011) *“Akuntansi Manajemen”*, Jakarta, Salemba Empat.
- Sudarsono dan Edilius (2012) *“Kamus Ekonomi Uang dan Bank”*, Jakarta, PT Rineka Cipta.
- Sunarto (2011) *“Akuntansi Manajemen”*, Yogyakarta, AMUS.
- Supriyono (2009) *“Akuntansi Manajemen”*, Yogyakarta, BPFE.
- Syamsuddin, Lukman (2011) *“Manajemen Keuangan Perusahaan”*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.