

**ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI
DASAR PERENCANAAN PENJUALAN PADA
TINGKAT LABA YANG DIHARAPKAN**

(Studi pada PT. Mayora Indah Tbk)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Skripsi
pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya**

**TITIS ATINGSIH
NIM. 0810320155**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN KEUANGAN
MALANG
2012**

MOTTO

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

Thomas Alva Edison

Keberhasilan bukanlah sebuah tanggungjawab tetapi berusaha adalah sebuah tanggungjawab.

Hitam Putih

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Dasar Perencanaan
Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan

Disusun Oleh : Titis Atiningsih

NIM : 0810320155

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Keuangan



Malang, 31 Juli 2012

Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota

Dr. Darminto, M.Si
19511219 197803 1 001

Dra. M.G. Wi Endang, M.Si
19620422 198701 2 001

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya, pada :

Hari : **Senin**

Tanggal : **12 Nopember 2012**

Jam : **09.00 WIB**

Skripsi atas nama : **Titis Atiningsih**

Judul : **Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Dasar
Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang**

Diharapkan

DAN DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua



Dr. Darminto, M.Si

NIP. 19511219 197803 1 001

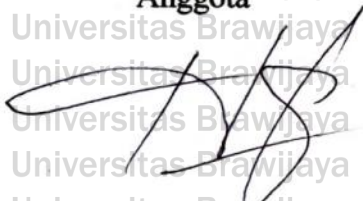
Anggota



Dra. M.G. Wi Endang N.P., M.Si

NIP. 19620422 198701 2 001

Anggota



Drs. Muhammad Saifi, M.Si

NIP. 19570712 198503 1 001

Anggota



Drs. Dwiatmanto, M.Si

NIP. 19551102 198303 1 002

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 th 2003, pasal 25 ayat 2 pasal 70).

Malang, 31 Juli 2012



Titis Atiningsih
NIM. 0810320155

RINGKASAN

Titis Atiningsih, 2012, **Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi pada PT. Mayora Indah Tbk)**. Dr. Darminto, M.Si, Dra. M.G. Wi Endang, M.Si, 93 Hal +....

Analisis biaya volume laba merupakan suatu alat analisis yang dapat digunakan untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Analisis biaya volume laba ini digunakan sebagai dasar perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan. Perencanaan laba yaitu pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Pencapaian laba yang diharapkan memerlukan kinerja yang efektif dan efisien dapat dilihat pada kondisi keuangan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil analisis biaya volume laba dapat sebagai dasar perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan, serta untuk mendeskripsikan tingkat penjualan minimal yang harus dicapai perusahaan agar dapat mencapai laba yang diharapkan..

Penelitian tersebut dilakukan pada PT.Mayora Indah Tbk. yang telah listing di BEI. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yang didalamnya terdapat perhitungan Analisis biaya volume laba dan perencanaan. Analisis biaya volume laba ini dianalisis dari pemisahan biaya, kontribusi margin, titik impas, perencanaan penjualan, *degree of operating leverage* dan *margin of safety*. Data yang digunakan berasal dari laporan laba rugi konsolidasi periode 2009-2011.

Analisis biaya volume laba lebih tepat dipergunakan pada perusahaan yang memiliki banyak varian hasil produk. Analisis tersebut memudahkan manajemen perusahaan untuk mengetahui merencanakan jumlah produksi, untuk menentukan tingkat operasi, untuk menghitung dampak perubahan penjualan serta dapat digunakan untuk mengevaluasi tingkat penjualan tertentu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan” (Studi pada PT. Mayora Indah Tbk).

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sumartono, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Dr. Kusdi Rahardjo, DEA selaku Kepala Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Dr. Darminto, M.Si selaku Pembimbing pertama yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan dan kritik demi perbaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. M.G. Wi Endang N.P., M.Si selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan saran, masukan, motivasi dan kritik demi perbaikan skripsi ini.
5. Bapak Lutfi Harris, M.Ak., Ak selaku Pimpinan Pojok BEI yang telah memberikan kesempatan kepada penulis melakukan penelitian skripsi hingga selesai.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang atas ilmu dan nasehatnya yang telah diberikan, seluruh staf dan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang atas bantuannya.
7. Seluruh staf dan karyawan Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang atas bantuannya selama ini.
8. Kedua Orangtuaku Bapak Hadi dan Almarhumah Ibu Warliyah yang telah mendoakanku.
9. Adikku tercinta Artika Prasasti.
10. Sahabat terbaikku Rr. Tinika, Yona Septiani, Tri Agustina dan Dana Eka atas doa serta dukungannya.
11. Wahyu Lestarianto yang telah mendoakan dan menemaniku selama ini.
12. Teman-teman angkatan 2008 yang selalu bareng bimbingan terutama untuk (Andita dan Lina).

13. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Malang, Juli 2012

Peneliti



DAFTAR ISI

Halaman

MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN	ii
TANDA PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINIL SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kontribusi Penelitian.....	5
E. Kerangka Pemikiran	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	7
B. Analisis Biaya Volume Laba	
1. Definisi Analisis Biaya Volume Laba.....	10
2. Konsep Dasar Analisis Biaya Volume Laba.....	13
3. Biaya	25
4. Metode Pemisahan Biaya Semivariabel	33
5. Laba (<i>Profit</i>)	37
C. Perencanaan Laba	
1. Pengertian Perencanaan (<i>Planning</i>)	39
2. Pengertian Perencanaan Laba	41
3. Jangka Waktu Perencanaan	42
4. Keuntungan dan Keterbatasan Perencanaan Laba	43

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian.....	45
	B. Variabel Penelitian.....	45
	C. Lokasi Penelitian.....	46
	D. Sumber Data.....	46
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
	F. Instrumen Penelitian.....	47
	G. Analisis Data.....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Perusahaan.....	51
	B. Penyajian Data.....	65
	C. Analisis.....	69
	D. Intepretasi Data.....	88
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	90
	B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Data Penjualan Bersih PT. Mayora Indah Tbk. Periode 2009-2011	3
2.	Daftar Ringkasan Kajian Penelitian Terdahulu.	10
3.	Lini Produk PT. Mayora Indah Tbk.	53
4.	Laporan Laba Rugi PT. Mayora Indah Tbk Per 31 Desember Tahun 2011, 2010 dan 2009	66
5.	Daftar Penjualan Bersih PT. Mayora Indah Tbk Per 31 Desember Tahun 2011, 2010 dan 2009.	67
6.	Laporan Beban Pokok Pendapatan PT. Mayora Indah Tbk Per 31 Desember Tahun 2011, 2010 dan 2009.	67
7.	Perbandingan Laba PT. Mayora Indah Tbk.	68
8.	Daftar Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilakunya PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011.	69
9.	Daftar Ringkasan Klasifikasi Biaya-biaya PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011, 2010 dan 2009.	71
10.	Marjin Kontribusi PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011, 2010 dan 2009.	72
11.	Daftar <i>Contribution Margin Ratio</i> PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011, 2010 dan 2009.	73
12.	Daftar Perencanaan Volume Penjualan PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2012.	75
13.	Proyeksi Biaya Perbaikan dan Pemeliharaan pada Beban Penjualan PT. Mayora Indah Tbk (dalam jutaan rupiah)	77
14.	Proyeksi Biaya Lain-lain pada Beban Penjualan Tahun 2012 PT. Mayora Indah Tbk (dalam jutaan rupiah).	78
15.	Proyeksi Biaya Telepon dan Facsimili PT. Mayora Indah Tbk (dalam jutaan rupiah).	80
16.	Proyeksi Biaya Listrik, Air dan Gas Tahun 2012 PT. Mayora Indah Tbk (dalam jutaan rupiah)	82
17.	Proyeksi Biaya Lain-lain pada Biaya Umum dan Administrasi Tahun 2012 PT. Mayora Indah Tbk (dalam jutaan rupiah).	84
18.	Daftar <i>Degree of Operating Leverage</i> PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011, 2010 dan 2009.	87

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Contoh Grafik Laba dan Titik Impas	22
2.	Gambaran Biaya Menurut Sifatnya	29
3.	Pola Perilaku Biaya	30
4.	Struktur Organisasi PT. Mayora Indah Tbk.	54



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Contoh Grafik Laba dan Titik Impas.	23
2.	Gambaran Biaya Menurut Sifatnya.	30
3.	Pola Perilaku Biaya.	32
4.	Struktur Organisasi PT. Mayora Indah Tbk.	57



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Daftar Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilakunya PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2009-2010.	-



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan besar maupun kecil yang berkembang dari waktu ke waktu mengarah pada kompetisi. Kompetisi tersebut cenderung menyebabkan perolehan keuntungan antara perusahaan besar dan kecil mengarah pada keseimbangan, sehingga mampu berkembang dan ada yang tidak mampu untuk berkembang. Perusahaan yang tidak mampu berkembang dapat menimbulkan berbagai permasalahan internal, salah satunya adalah pencapaian tingkat penjualan dan laba tidak sesuai dengan perencanaan yang diharapkan. Permasalahan internal akan mempengaruhi perusahaan dalam menentukan harga dan volume produksi, sehingga suatu manajemen memerlukan kemampuan yang memadai dalam menerapkan strategi perusahaan. Cara-cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam mengatasi permasalahan internal yakni perusahaan harus mampu mengendalikan kegiatan operasionalnya dan menerapkan strategi yang baik agar dapat menghasilkan laba yang diharapkan.

Analisis biaya volume laba merupakan satu kesatuan suatu metode yang lebih dikenal dengan analisis *break even point*. Analisis tersebut merupakan salah satu alat analisis yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan dalam menentukan volume produksi atau volume penjualan dan laba. Tujuan dari analisis biaya volume laba adalah untuk menentukan operasi yang harus

dilakukan agar semua biaya operasi dapat ditutup dan untuk mengevaluasi tingkat penjualan tertentu perusahaan dalam hubungannya dengan tingkat keuntungan.

Manajemen perusahaan harus mampu mengelola sumber daya ekonomi sesuai dengan tujuannya. Tujuan berdirinya suatu perusahaan adalah untuk mencari keuntungan yang diharapkan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka sumber daya ekonomi harus digunakan secara efektif dan efisien. Efektif berarti sumber daya ekonomi benar-benar digunakan sebagai tujuan perusahaan yaitu untuk mencapai laba semaksimal mungkin, sedangkan efisien berarti sumber ekonomi tersebut bebas dari pemborosan. Analisis biaya volume laba pada suatu perusahaan bertujuan untuk menentukan tingkat operasi dan untuk mengevaluasi tingkat-tingkat penjualan tertentu dalam hubungannya dengan tingkat keuntungan yang diharapkan. Laba (*profit*) perusahaan sebagian besar dapat dicapai dengan menggunakan analisis biaya volume laba. Laba merupakan ukuran yang membedakan antara masukan untuk membuat dan menjual produk perusahaan. perusahaan dapat melangsungkan hidupnya harus berada dalam keadaan menguntungkan (*profitable*). Laba dapat dicapai apabila pendapatan melebihi total biaya yang dikeluarkan. Pendapatan dapat meningkat jika perusahaan mampu menaikkan tingkat penjualannya. Salah satu cara untuk menaikkan tingkat penjualan adalah perusahaan harus mempunyai perencanaan penjualan terlebih dahulu karena perencanaan sangat penting digunakan sebagai pedoman dalam menetapkan suatu tujuan. Manajemen membutuhkan informasi tingkat

penjualan untuk mengetahui perusahaan mendapatkan laba atau mengalami kerugian. Dalam hal ini, manajemen dapat menggunakan analisis biaya-volume-laba (BVL) atau CVP (*cost-volume-profit*).

PT. Mayora Indah Tbk atau Mayora Group adalah salah satu kelompok bisnis produk konsumen. Perusahaan tersebut bergerak di bidang industri makanan, kembang gula dan biskuit dimana produknya sudah diakui dan diterima di wilayah Indonesia dan diberbagai negara lain. Jaringan industri yang kuat dapat menyebabkan produk Mayora Group mudah dijumpai di dalam negeri maupun diluar negeri. Jumlah karyawan per 31 Desember 2009, 2010, dan 2011 masing-masing mencapai 6.223, 7090, dan 9010 karyawan. Data penjualan bersih PT. Mayora Indah Tbk disajikan pada tabel berikut :

Tabel 1 Data Penjualan Bersih PT. Mayora Indah Tbk

Tahun	Penjualan Bersih
2009	4.777.175.386.540
2010	7.224.164.991.859
2011	9.453.865.992.878

Sumber : *annual report* PT. Mayora Indah Tbk

Tabel diatas memperlihatkan bahwa peningkatan pada penjualan bersih terlihat cukup signifikan yang terjadi dari tahun ke tahun. Penjualan bersih dari penjualan lokal dan ekspor setelah dikurangi oleh retur masing-masing tahun 2009, 2010, dan 2011 mencapai 4.777.175.386.540, 7.224.164.991.859 dan 9.453.865.992.878.

Berdasarkan uraian di atas penulis ingin mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana analisis biaya volume laba dapat digunakan dalam

perencanaan penjualan, maka untuk skripsi ini penulis mengambil judul :

“Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi pada PT. Mayora Indah Tbk)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah ini adalah :

1. Bagaimana hasil analisis biaya volume laba dapat sebagai dasar perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan oleh PT. Mayora Indah Tbk ?
2. Berapakah tingkat penjualan minimal yang harus dicapai perusahaan agar dapat mencapai laba yang diharapkan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah tersebut adalah :

1. Untuk mendeskripsikan hasil analisis biaya volume laba dapat sebagai dasar perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan pada PT. Mayora Indah Tbk.
2. Untuk mendeskripsikan tingkat penjualan minimal yang harus dicapai perusahaan agar dapat mencapai laba yang diharapkan.

D. Kontribusi Penelitian

Kontribusi yang dapat diperoleh dari penulisan skripsi ini dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Kontribusi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam pengembangan manajemen keuangan serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti berikutnya yang mengangkat tema yang sama.

b. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen perusahaan dalam perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan.

E. Kerangka Pemikiran

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan skripsi ini serta sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang konsep-konsep dan dasar-dasar teori yang berhubungan dalam penulisan skripsi tersebut.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang sifat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, penyajian data, analisis dan interpretasi data yang memfokuskan pada aktivitas internal badan usaha.

BAB V Penutup

Bab ini menguraikan kesimpulan mengenai pembahasan masalah serta saran penulisan guna perbaikan keadaan dalam perusahaan yang bersangkutan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang biaya volume laba dapat digunakan sebagai acuan penelitian yaitu :

1. *Cost-Volume-Profit Analysis* Terhadap Perencanaan Laba dan Pengambilan Keputusan Harga.

Penelitian Rio Kurniawan tahun 2005 studi pada PDAM Kota Malang, tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui penerapan *cost-volume-profit analysis* sebagai alat perencanaan laba dan pengambilan keputusan harga serta untuk mengetahui tingkat penjualan yang sesuai dengan perencanaan laba. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Analisis data yang digunakan untuk mengetahui *cost-volume-profit analysis* terhadap perencanaan laba dan pengambilan keputusan adalah analisis pemisahan biaya menurut tingkah laku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, analisis penyajian laba rugi, format kontribusi dan analisis perencanaan laba jangka pendek dengan *cost-volume-profit analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cost-volume-profit analysis* adalah suatu alat analisis yang dapat digunakan untuk mempelajari hubungan antara faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat laba

serta dampak perubahan faktor-faktor tersebut terhadap laba. Perencanaan jangka pendek manajemen sering dihadapkan pada pemilihan tindakan alternatif yang harus dipertimbangkan dampaknya terhadap laba, dalam kenyataannya PDAM Kota Malang hanya menggunakan anggaran berisi taksiran yang diperoleh dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan. Oleh sebab itu, jika perusahaan mengalami perubahan pada biaya, volume, penjualan dan harga jual maka perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan dalam menentukan tingkat penjualan demi mencapai target laba tertentu. Agar target laba dapat dicapai sebaiknya PDAM Kota Malang menerapkan *cost-volume-profit analysis* dan dalam penerapannya untuk perencanaan laba dan pengambilan keputusan jangka pendek perusahaan hendaknya mengklasifikasi biaya terlebih dahulu.

2. Penerapan Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba.

Penelitian Mariana Lailatul Khusna tahun 2011 pada Pabrik Gula Kebon Agung Malang, tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui terjadinya *Break Even Point* pada tahun 2010, besarnya *margin of safety* tahun 2010 dan untuk mengetahui penerapan analisis *break even point* dalam perencanaan penjualan dan laba tahun 2011. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Analisis yang digunakan peneliti antara lain adalah mengklasifikasikan dan memisahkan biaya-biaya tahun 2010, menganalisis *Break Even Point*, menghitung *margin of safety*, membuat perencanaan

laba, menentukan tingkat penjualan minimal dan untuk mengetahui efek perubahan berbagai faktor serta pengaruhnya terhadap *Break Even Point*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2010 Pabrik Gula Kebon

Agung Malang dapat mencapai titik impas. Saran bagi pabrik tersebut

adalah sebaiknya analisis *Break Even Point* digunakan untuk

merencanakan laba secara tepat. Dalam penghitungan *margin of safety*

dapat membantu perusahaan mengetahui kondisi penjualan yang terjadi.

Saran-saran yang ada diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi

perusahaan untuk menghadapi masalah internal atau eksternal perusahaan.

3. Penelitian Berjudul Penerapan *Cost-Volume-Profit Analysis* sebagai Alat Perencanaan Laba

Penelitian Yasnia Nilasari Islam pada tahun 2009. Penelitian ini

difokuskan pada biaya, harga jual, volume penjualan, dan laba. Jenis

penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan

pendekatan studi kasus. Penelitian dilakukan di PT Bank Perkreditan

Rakyat Gunung Arjuna, Malang. Hasil dari penelitian ini *Cost-Volume-*

Profit Analysis dapat digunakan untuk merencanakan volume pendapatan

untuk mencapai laba yang diinginkan. Dalam penelitian ini, peneliti

menggunakan *Margin of Safety* sebagai tolak ukur perusahaan dapat

menolerir penurunan pendapatan. Saran yang diberikan kepada PT Bank

Perkreditan Rakyat Gunung Arjuna, Malang, adalah penerapan *cost-*

volume-profit analysis sebagai alat perencanaan laba.

Tabel 2 Daftar Ringkasan Kajian Penelitian Terdahulu

Judul, Nama dan Tahun	Metode Analisis	Hasil Penelitian
“ <i>Cost-Volume-Profit Analysis</i> Terhadap Perencanaan Laba dan Pengambilan Keputusan Harga” Oleh Rio Kurniawan 2005	Deskriptif dengan pendekatan studi kasus	Cost-volume-profit analysis digunakan untuk mempelajari hubungan antara aktor-faktor yang mempengaruhi tingkat laba dan penggunaan cost-volume-profit analysis lebih mudah digunakan untuk perencanaan jangka pendek.
“Penerapan Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba” Oleh Mariana L.K. 2011	Deskriptif dengan pendekatan studi kasus	Perusahaan yang di teliti mampu mencapai titik impas.
“ <i>Cost-Volume-Profit Analysis</i> sebagai Alat Perencanaan Laba” Oleh Yasnia N.I 2009	Deskriptif dengan pendekatan studi kasus	Metode ini dapat digunakan merencanakan volume pendapatan untuk mencapai laba yang diharapkan.

B. Analisis Biaya Volume Laba

1. Definisi Analisis Biaya Volume Laba

Analisis biaya volume laba sering disebut dengan istilah BVL (biaya-volume-laba) atau CVP (*cost-volume-profit*) dengan adanya istilah-istilah tersebut, maka banyak mengandung makna berbeda. “Pergeseran dalam biaya dan volume serta akibat yang dihasilkan laba disebut dengan analisis biaya volume laba” (Raiborn & Kinney, 2011:480). Berikut

menurut Syamsuddin (2009:90) bahwa *cost-volume-profit* penting bagi perusahaan karena :

- a. Memungkinkan perusahaan untuk menentukan tingkat operasi yang harus dilakukan agar semua *operating cost* dapat tertutup.
- b. Untuk mengevaluasi tingkat-tingkat penjualan tertentu dalam hubungannya dengan tingkat keuntungan.

Analisis biaya volume laba (*cost volume profit analysis*) dapat menguji perilaku pendapatan total, biaya total, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output, harga jual, biaya variabel per unit atau biaya tetap produk (Horngren et al, 2008:69). Kemudian Carter (2009:283) menambahkan bahwa analisis biaya volume laba (*cost volume profit analysis – CVP*) “berkaitan langsung dengan penentuan volume penjualan dan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan”, sehingga volume merupakan kapasitas atau kuantitas penghitungan dalam suatu objek. Pada analisis biaya volume laba, “volume” dapat disebut dengan volume penjualan.

Definisi lain menyatakan bahwa “analisis biaya volume laba merupakan salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek” (daryono.staff.gunadarma.ac.id). Simamora (2003:306) menambahkan bahwa “Analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) adalah pemeriksaan sistematis terhadap hubungan di antara harga jual, volume penjualan dan

produksi, biaya, beban dan laba". Menurut Simamora (2003:307) langkah-langkah untuk menentukan biaya volume laba sebagai berikut :

- a. Menentukan pendapatan sebagai hubungan linier antara harga jual dengan kuantitas yang dijual. Jumlah pendapatan merupakan hubungan garis lurus positif antara harga jual per unit dengan banyaknya unit yang dijual. Dengan demikian :

$$JP=HJ(K)$$

Keterangan :

JP : jumlah pendapatan

HJ : harga jual

K : kuantitas

- b. Menentukan biaya dalam biaya volume biaya. Persamaan jumlah biaya adalah :

$$JB=BV(K)+BT$$

Keterangan :

JB : jumlah biaya

BV : biaya variabel

K : kuantitas

BT : biaya tetap

- c. Menentukan laba dalam biaya volume laba. Berikut dapat dinyatakan dalam bentuk sistematis pada laba usaha :

$$LU=HJ(K)-[BV(K)+BT]$$

Keterangan :

LU : laba usaha

HJ : harga jual

K : kuantitas

BV : biaya variabel

BT : biaya tetap

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut pada dasarnya analisis biaya volume laba atau *cost volume profit* (CVP) merupakan suatu alat yang sistematis digunakan untuk mengetahui perubahan yang timbul dari pendapatan dan biaya-biaya produksi yang dapat mempengaruhi laba.

2. Konsep Dasar Analisis Biaya Volume Laba

a. *Contribution Margin* (Kontribusi Marjin)

Menurut Sugiri dan Sulastiningsih, (2004:60) “*Contribution Margin* merupakan selisih antara hasil penjualan dan seluruh komponen biaya variabel”. Carter (2009:269) menambahkan bahwa margin kontribusi (*contribution margin*) atau laba marginal (*marginal income*) adalah selisih pendapatan penjualan dengan semua variabel”. Selain itu “marjin kontribusi (*contribution margin*) adalah jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel” (Simamora, 2003:310). Dalam menghitung laba secara matematis dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{laba} = (HJ - BV)(K) - BT$$

dalam menghitung kuantitas (K) persamaan laba dapat di ubah sebagai berikut :

$$K = \frac{\text{laba} + BT}{\text{marjin kontribusi}}$$

(Simamora, 2003:311)

Perusahaan-perusahaan yang memproduksi bermacam-macam produk yang dijual dengan harga berbeda mengasumsikan bahwa “*product mix*” konstan. Penghitungannya dapat menggunakan *contribution margin ratio* artinya “prosentase dari selisih antara harga jual per unit dengan *variable cost* per unit dibagi dengan harga jual per unit” (Syamsuddin, 2009:99). Rumus penghitungan *contribution margin ratio* :

$$\text{contribution margin ratio} = \left(1 - \frac{TV}{S}\right)$$

(Syamsuddin, 2009:99)

Horngren (2008:72) mengatakan bahwa selisih antara pendapatan total dan biaya variabel total disebut marjin kontribusi (*contribution margin*). Marjin kontribusi dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{marjin kontribusi} = \text{marjin kontribusi per unit} \times \text{jml unit terjual}$$

(Horngren, 2008:72)

Rasio marjin kontribusi (*contribution margin ratio*) sama dengan marjin kontribusi per unit. Seperti rumus dibawah ini :

$$\text{rasio marjin kontribusi} = \frac{HJ - BV}{HJ}$$

(Simamora, 2003:312)

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, pada dasarnya marjin kontribusi adalah selisih antara hasil penjualan dengan seluruh komponen biaya variabel dalam perusahaan.

b. Titik Impas (*Break Even Point*)

Manfaat dari analisis biaya volume laba adalah komputasi titik impas (*break even point*). Komputasi titik impas itu sendiri terletak pada persamaan laba (*profit equation*) menurut Simamora (2003:309) sebagai berikut:

$$\text{laba} = \text{penjualan} - \text{biaya variabel} - \text{biaya tetap}$$

“Titik impas itu sendiri merupakan jumlah unit yang harus dijual oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan nol (impas)”

(Simamora, 2003:308). Di bawah ini rumus untuk menghitung titik impas dalam unit dan dalam rupiah adalah :

$$\text{titik impas(dalam unit)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{marjin kontribusi per unit}}$$

$$\text{titik impas(dalam rupiah)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{rasio marjin kontribusi}}$$

(Simamora, 2003:309)

Titik impas atau *break even point* (BEP) perusahaan adalah

“tingkat aktivitas, dalam unit atau nominal pada total pendapatan yang sama dengan total biaya” (Raiborn & Kinney, 2011:477). Dalam

menghitung titik impas dapat menggunakan penghitungan aljabar

sebagai berikut :

$$R(X) - VC(X) - FC = P$$

(Raiborn & Kinney, 2011:478)

Keterangan :

X	= volume (jumlah unit)
R	= pendapatan (harga jual) per unit
R(X)	= total pendapatan
VC	= biaya variabel per unit
VC(X)	= total biaya variabel
FC	= total biaya tetap
P	= total laba

Horngren et al (2008:75) mendefinisikan “titik impas (*breakeven point* atau *BEP*) adalah jumlah penjualan *output* yang akan

menyamakan pendapatan total dengan biaya total yaitu jumlah

penjualan *output* yang akan menghasilkan laba operasi sebesar 0 (nol)".

Titik impas dapat dihitung dengan menggunakan dua cara yaitu metode

persamaan dan metode margin kontribusi menurut Horgren et al

(2008:75). Berikut rumus metode persamaan :

$$\left(\begin{array}{l} \text{harga} \\ \text{jual} \end{array} \times \begin{array}{l} \text{jml unit} \\ \text{output} \\ \text{yg terjual} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{l} \text{b. variabel} \\ \text{per unit} \end{array} \times \begin{array}{l} \text{jml unit} \\ \text{output} \\ \text{yg terjual} \end{array} \right) - \text{biaya tetap} = \text{laba operasi}$$

margin kontribusi dapat dihitung menggunakan metode :

$$\left(\begin{array}{l} \text{margin} \\ \text{kontribusi} \end{array} \times \begin{array}{l} \text{jml unit} \\ \text{output} \\ \text{yg terjual} \end{array} \right) - \text{b. tetap} = \text{laba operasi}$$

(Horngren, 2008:75)

Analisis titik impas (BEP) tersebut sering dipakai oleh

perusahaan-perusahaan, pada dasarnya analisis tersebut memiliki

beberapa kelemahan didalamnya diantaranya adalah asumsi tentang

linearity, *klasifikasi cost*, dan penggunaannya terbatas untuk jangka

waktu pendek. Menurut (Syamsuddin, 2009:106) kelemahan-kelemahan

break event point yakni sebagai berikut :

1) Asumsi tentang *Linarity*

Asumsi ini menerangkan bahwa harga jual per unit dan *variable operating cost* per unit tidak bisa berdiri sendiri. Artinya keduanya berhubungan sangat erat dan tidak terlepas dari volume penjualan. Pada tingkat penjualan yang melewati suatu titik tertentu akan dapat dicapai dengan cara menurunkan harga jual per unit.

2) Klasifikasi biaya

Kesulitan untuk mengklasifikasikan biaya ini terjadi karena adanya *semivariable cost* di mana biaya ini tetap sampai dengan tingkat tertentu dan akhirnya dapat berubah-ubah setelah melewati titik tersebut.

3) Jangka waktu penggunaan jangka waktu pada analisis *break event point* tersebut dalam penerapannya terbatas, biasanya digunakan pada pembuatan proyeksi operasi setahun.

Syamsuddin (2009:104) menambahkan untuk mencari *breakeven point* dari dua atau lebih produk sedikit berbeda namun, *breakeven* tersebut dapat dihitung menggunakan rumus di bawah ini:

$$BEP = \frac{F}{1 - \frac{TV}{S}}$$

(Syamsuddin, 2009:104)

Keterangan :

F = biaya tetap

TV = total biaya variabel

S = penjualan

Perhitungan *break even point* menurut (Riyanto, 2001:363)

dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- 1) *Trial and error* (coba-coba) adalah menghitung keuntungan operasi dari suatu volume produksi atau penjualan tertentu.
- 2) Menggunakan rumus aljabar dapat dilakukan dengan dua cara :
 - a) Atas dasar unit dengan menggunakan rumus :

$$BEP (Q) = \frac{FC}{P - V}$$

(Riyanto, 2001:364)

Keterangan :

P : harga jual per unit

V : biaya variabel per unit

FC: biaya tetap

Q : jumlah unit / kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

- b) Atas dasar *sales* dalam rupiah dengan menggunakan rumus aljabar sebagai berikut :

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \quad (\text{Riyanto, 2001:365})$$

Keterangan :

FC: biaya tetap

VC: biaya variabel

S : volume penjualan

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, pada dasarnya titik impas (*break even point*) merupakan suatu keadaan pada perusahaan dimana tidak mengalami untung dan tidak mengalami rugi atau laba sama dengan nol.

c. *Margin of safety*

“Marjin pengaman penjualan (*margin of safety*) adalah perbedaan antara tingkat penjualan yang diharapkan dengan penjualan titik impas, *margin of safety* juga dapat mengindikasikan jumlah penurunan rupiah penjualan yang boleh terjadi sebelum perusahaan menanggung rugi” (Simamora, 2003:310). Berikut rumus penghitungannya :

$$\text{marjin pengaman} = \frac{\text{penjualan yang diharapkan} - \text{penjualan impas}}{\text{penjualan yang diharapkan}}$$

(Simamora, 2003:310)

Menurut Carter (2009:294) “marjin pengaman dapat mengindikasikan berapa banyak penjualan dapat turun dari angka penjualan yang dipilih sebelum perusahaan mencapai titik impas yakni sebelum perusahaan mengalami kerugian”. Marjin pengaman yang dinyatakan dalam presentase dari penjualan disebut rasio marjin pengaman (*margin of safety ratio* = *M/S*). Berikut rumus penghitungannya :

$$M/S = \frac{\text{angka penjualan yang dipilih} - \text{penjualan titik impas}}{\text{angka penjualan yang dipilih}}$$

(Carter, 2009:294)

Sugiri & Sulastiningsih (2004:77) menambahkan bahwa "*margin of safety* adalah unit yang dijual atau diharapkan akan dijual di atas titik impas". Menurut Horngren (2008:80) margin pengaman (*margin of safety*) adalah jumlah pendapatan yang dianggarkan (atau aktual) melebihi pendapatan impas. Margin pengaman dapat dihitung menggunakan persamaan di bawah ini :

margin pengaman = pendapatan yg dianggarkan - pendapatan impas

margin pengaman (unit) = penjualan yang dianggarkan - penjualan impas (unit)

Atau dinyatakan dalam persentase sebagai berikut :

$$\text{persentase margin pengaman} = \frac{\text{margin pengaman dlm dolar}}{\text{pendapatan yg dianggarkan}}$$

(Horngren, 2008:81)

Raiborn & Kinney (2011:496) menyatakan bahwa *margin of safety* dapat dinyatakan dalam unit, nominal dan persentase (MS%). Berikut formula yang diterapkan :

MS dalam unit = penjualan aktual dalam unit - penjualan impas dalam unit

MS dalam \$ = penjualan aktual dalam \$ - penjualan impas dalam \$

MS% = MS dalam unit ÷ penjualan unit aktual

MS% = MS dalam \$ ÷ penjualan aktual \$

(Raiborn & Kinney, 2011:496)

“Marjin pengaman penjualan (*margin of safety*) adalah perbedaan antara tingkat penjualan yang diharapkan dengan penjualan titik impas” (Simamora, 2003:310). Perekonomian yang semakin dewasa ini, seorang manajer harus bisa memahami perusahaannya sendiri agar tetap bertahan pada kemerosotan penjualan. *Margin of safety* tersebut dapat mengindikasikan jumlah penurunan rupiah penjualan yang boleh terjadi sebelum perusahaan mengalami kerugian, karena semakin tinggi marjin pengaman penjualan maka semakin rendah tingkat resikonya dan sebaliknya semakin rendah marjin pengaman penjualannya semakin tinggi tingkat resikonya. Rumus untuk menghitung marjin pengaman penjualan yaitu :

marjin pengaman penjualan = penjualan yang diharapkan - penjualan impas
(Simamora, 2003:310)

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, pada dasarnya marjin pengaman penjualan (*margin of safety*) adalah jumlah pendapatan yang dianggarkan (atau aktual) melebihi pendapatan impas.

d. Asumsi-Asumsi Dasar Analisis Biaya Volume Laba

Beberapa penulis menyatakan asumsi-asumsi yang mendasari analisis biaya volume laba menurut (Horngren et al, 2008:70) adalah sebagai berikut :

- 1) Perubahan tingkat pendapatan dan biaya hanya disebabkan oleh perubahan jumlah unit produk (atau jasa) yang diproduksi dan dijual.
- 2) Biaya total dapat dipisahkan ke dalam komponen tetap yang tidak berubah mengikuti perubahan tingkat *output* dan komponen variabel yang berubah mengikuti tingkat output.

- 3) Jika disajikan secara grafik, perilaku pendapatan total dan biaya total bersifat linier (garis lurus) ketika dihubungkan dengan tingkat *output* dalam rentang waktu yang relevan.
- 4) Harga jual, biaya variabel per unit dan biaya tetap total sudah diketahui dan konstan.
- 5) Analisis mencakup satu produk atau mengasumsikan bahwa proporsi produk yang berbeda.
- 6) Seluruh pendapatan dan biaya dapat ditambah, dikurangi dan dibandingkan tanpa memperhitungkan nilai waktu dan uang.

Seorang manajemen perlu mengetahui asumsi yang berlaku dalam analisis biaya volume laba. Hal ini diperlukan karena asumsi tersebut dapat digunakan sebagai penetapan batasan aplikabilitas dan pengaruh atas prakiraannya. "Asumsi yang berlaku pada analisis biaya volume laba hanya mengasumsikan bahwa pola perilaku biaya berhubungan dengan volume unit yang diproduksi dan dijual" (Simamora, 2003:306). Berikut asumsi yang berlaku bagi analisis biaya volume laba menurut Simamora (2003:306-307) :

- 1) Harga jual senantiasa konstan per unit produk, terlepas dari berapapun volume produk yang dijual.
- 2) Biaya variabel senantiasa konstan per unit produk terlepas dari volume produk yang dihasilkan dan dijual.
- 3) Jumlah biaya tetap senantiasa konstan, terlepas dari volume yang dihasilkan dan dijual sepanjang kisaran relevan.
- 4) Bagi perusahaan pabrikasi, banyaknya unit yang diproduksi dsama dengan bayaknya unit yang dijual. Bagi perusahaan dagang, banyaknya unit yang dibeli sampai dengan banyaknya unit yang dijual selama periode berjalan.
- 5) Jika lebih dari satu jenis produk yang dijual, maka bauran penjualan senantiasa konstan.

Asumsi analisis biaya volume laba yang paling penting menurut Sugiri & Sulastiningsih (2004:79) yakni :

- 1) Seluruh jenis biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap atau biaya variabel. Apabila ada biaya campuran, maka biaya tersebut harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
- 2) Fungsi biaya total berbentuk garis lurus. Asumsi ini benar jika perusahaan berproduksi dalam kisaran relevan (*relevant range*).
- 3) Fungsi pendapatan total juga berbentuk garis lurus. Garis ini menganggap bahwa harga jual per unit adalah konstan untuk seluruh volume penjualan.
- 4) Analisis terbatas pada satu jenis produk.
- 5) Jumlah sediaan awal sama dengan sediaan akhir.

Raiborn & Kinney (2011:499) menambahkan bahwa asumsi yang penting dalam analisis biaya volume laba meliputi :

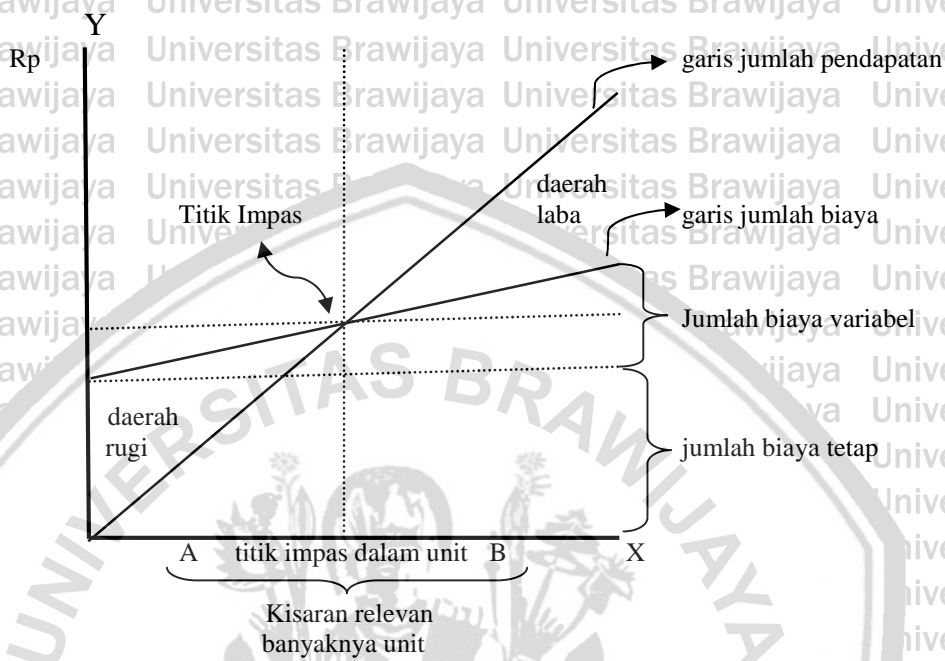
- 1) Pola perilaku semua pendapatan dan biaya variabel adalah konstan per unit dan linier dalam rentang yang relevan.
- 2) Total margin kontribusi adalah linier dalam rentang relevan dan meningkat secara proporsional dengan output.
- 3) Total biaya tetap adalah konstan dalam rentang yang relevan. Asumsi ini mengindikasikan bahwa tidak ada kapasitas tambahan yang akan dibuat selama periode yang masih dipertimbangkan.
- 4) Biaya-biaya bauran dapat secara akurat dipisahkan ke dalam unsur-unsur tetap dan variabelnya.
- 5) Penjualan dan produksi adalah setara, sehingga tidak ada fluktuasi bahan baku dalam tingkat persediaan.
- 6) Dalam perusahaan multi produk, campuran penjualan tetap konstan.
- 7) Produktivitas tenaga kerja, teknologi produksi, dan kondisi pasar tidak akan berubah.

Berdasarkan asumsi dari berbagai pendapat tersebut, pada dasarnya asumsi-asumsi dasar analisis biaya volume laba adalah seluruh biaya, volume penjualan, harga jual produk dan laba.

e. Grafik Titik Impas

Titik impas dapat lebih mudah dipahami apabila disajikan secara grafis. Grafik titik impas dipersiapkan untuk grafik antara

pendapatan, volume dan biaya. Berikut contoh grafik laba dan titik impas menurut Simamora (2003:308) yaitu :



Gambar 1 Contoh grafik laba dan titik impas

Titik impas berada pada titik dimana garis jumlah pendapatan berpotongan dengan garis biaya. Sumbu Y digunakan untuk mengukur dalam rupiah sedangkan dalam kuantitas atau unit pada sumbu X. Apabila tingkat volume penjualan suatu perusahaan di atas titik impas, maka perusahaan tersebut memperoleh laba usaha. Hal ini terjadi karena jumlah pendapatan melebihi jumlah biaya. Kemudian apabila tingkat volume penjualan perusahaan berada dibawah titik impas, maka perusahaan akan mengalami kerugian karena jumlah pendapatan berada di bawah titik impas.

f. *Operating leverage*

“*Operating leverage* dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan di dalam menggunakan *fixed operating cost* untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap *earning before interest and taxes (EBIT)*” (Syamsuddin, 2009:107).

Tingkat *operating leverage* atau bisa disebut dengan “*degree of operating leverage*” (DOL) dapat diukur dengan :

$$DOL = \frac{\text{prosentase perubahan EBIT}}{\text{prosentase perubahan penjualan}}$$

(Syamsuddin, 2009:109)

Menurut Horngren (2008:83) leverage operasi (*operating leverage*) menggambarkan dampak perubahan biaya tetap terhadap laba operasi pada saat perubahan unit yang terjual dan margin kontribusi. Kenaikan penjualan yang sedikit mengakibatkan kenaikan laba operasi yang besar sedangkan penurunan penjualan yang sedikit mengakibatkan penurunan laba operasi yang besar (menunjukkan risiko kerugian yang besar).

$$\text{tingkat leverage operasi} = \frac{\text{margin kontribusi}}{\text{laba operasi}}$$

(Horngren, 2008:84)

Apabila data jumlah penjualan yang tersedia hanya dalam rupiah (bukan unit) maka DOL dapat dicari dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$DOL (Rp) = \frac{S-TV}{S-TV-F}$$

(Syamsuddin, 2009:111)

Keterangan :

S = *Sales revenue*

TV = *Total variabel operating cost*

F = *Fixed operating cost*

Degree of operating leverage (DOL) berhubungan dekat *margin of safety* karena sama-sama memberikan informasi bagi manajemen. Hubungan antara biaya variabel dengan biaya tetap perusahaan mencerminkan pada *operating leverage*. Sebenarnya, "*degree of operating leverage (DOL)* digunakan untuk mengukur bagaimana perubahan persentase dalam penjualan dari tingkat saat ini yang nantinya dapat mempengaruhi laba perusahaan" (Raiborn & Kinney, 2011:497). Penghitungan untuk DOL sebagai berikut :

$$DOL = \frac{CM}{\text{laba sebelum pajak}}$$

(Raiborn & Kinney, 2011:497)

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, pada dasarnya *operating leverage* merupakan alat untuk mengukur perubahan persentase dalam penjualan dari tingkat sekarang yang nantinya dapat mempengaruhi laba perusahaan.

3. Biaya

a. Pengertian Biaya

Menurut Ikhsan (2009:49), "biaya sebagai suatu arus keluar dari aktiva yang dikonsumsi untuk menghasilkan pendapatan".

Kemudian Sugiri & Sulastiningsih (2004:14) menambahkan bahwa

“kos (*cost*) merupakan pengukur pengorbanan sumber daya ekonomis untuk melakukan kegiatan tertentu”. Biaya (*cost*) juga dapat diartikan “sebagai sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu” (Horngren et al, 2008:31).

Beberapa penulis mendefinisikan biaya (Id.shvoong.com/business-management/2008) sebagai berikut :

- 1) Menurut Soekarno (2006:16), biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan.
- 2) Menurut Halim & Supomo (2005:6), biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi.
- 3) Menurut Atkinson et al (2007:89), biaya adalah nilai moneter dari barang dan jasa yang dikeluarkan untuk mendapatkan keuntungan baik di masa sekarang maupun di masa mendatang. Biaya dapat juga digunakan untuk membuat suatu produk, sehingga dapat dijual dan menghasilkan keuntungan kas.
- 4) Menurut Riduwan (2007:4), biaya dapat diartikan pula sebagai harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, pada dasarnya definisi-definisi biaya dapat dibagi menjadi dua kategori yakni definisi secara sempit dan luas. Arti sempit, biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, sedangkan dalam arti luas, definisi atau pengertian biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Penggolongan Biaya

Biaya dapat digolongkan dengan berbagai macam cara. Secara umum Mulyadi (2005:13) menggolongkan biaya berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, karena dalam akuntansi biaya dikenal dengan konsep “*different costs for different purpose*” sehingga, biaya dapat digolongkan berdasarkan :

1) Objek Pengeluaran

Objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya.

2) Fungsi Pokok Dalam Perusahaan

Jika perusahaan manufaktur ada tiga fungsi yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Sehingga biaya dikelompokkan menjadi biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

3) Hubungan Biaya Dengan Sesuatu Yang Dibiayai.

Hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu biaya langsung (*direct cost*) dimana biaya langsung merupakan biaya yang terjadi, yang disebabkan karena adanya sesuatu yang dibiayai.

4) Perilaku Biaya Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Kegiatan.

Hubungan dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat dibagi menjadi :

- a) Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- b) Biaya semivariabel merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- c) Biaya *semifixed* merupakan biaya tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
- d) Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.

5) Jangka Waktu Manfaatnya.

Menurut jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi pengeluaran modal (*capital expenditure*) merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi tertentu dan pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*) merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Penggolongan biaya menurut Sugiri dan Sulastiningsih (2004:14-21) adalah :

- 1) Berdasarkan fungsi perusahaan yang ada pada perusahaan manufaktur biaya dikelompokkan menjadi biaya produksi, biaya administrasi dan biaya penjualan atau biaya pemasaran. Pada perusahaan dagang tidak ada biaya produksi.
- 2) Berdasarkan periode penandingan, biaya dibagi menjadi biaya produk (*product cost*) dan biaya periode (*period cost*).
- 3) Berdasar dapat ditelusurinya ke objek biaya, yaitu biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*).
- 4) Berdasar perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*).
- 5) Berdasar kemampuan manajer untuk mengendalikan, biaya digolongkan menjadi biaya terkendali (*controllable cost*) dan biaya tak terkendali (*uncontrollable cost*).
- 6) Berdasar pengambilan keputusan, penggolongan lain yang penting yaitu membedakan ke dalam biaya relevan (*relevant cost*) dan biaya tak relevan (*irrelevant cost*). Biaya terhindarkan (*avoidable cost*) dan biaya tak terhindarkan (*unavoidable cost*).
- 7) Berdasar dampak keputusan terhadap kas keluar, penggolongan biaya yang lebih spesifik adalah *sunk cost* dan *out-of-pocket cost*.
- 8) *Opportunity cost*.

Carter (2009:40) menambahkan dimana “klasifikasi biaya adalah sangat penting dalam membuat ikhtisar yang berarti atas data biaya”. Klasifikasi yang umum digunakan adalah klasifikasi didasarkan pada hubungan biaya yakni :

- 1) Produk (satu lot, batch, atau unit dari suatu barang jadi atau jasa)
- 2) Volume produksi
- 3) Departemen, proses, pusat biaya (*cost center*), atau subdivisi lain dari manufaktur
- 4) Periode akuntansi
- 5) Suatu keputusan, tindakan, atau evaluasi

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, pada dasarnya penggolongan biaya terjadi untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Umumnya penggolongan biaya didasarkan pada fungsi pokok dalam

perusahaan itu sendiri, berdasarkan volume produksi perusahaan, dan adanya hubungan antara biaya dengan apa yang akan dibiayai.

c. Analisis Perilaku Biaya

Secara umum “analisis perilaku biaya merupakan hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan” (Mulyadi, 2005:465). Biaya dapat dibagi menjadi tiga bagian oleh Mulyadi (2005:466) yaitu :

1) Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap tersebut terdiri dari :

- a) *Committed fixed costs* yaitu sebagian besar berupa biaya tetap yang timbul dari kepemilikan pabrik, peralatan dan organisasi pokok. Contohnya biaya depresiasi, pajak bumi dan bangunan, sewa, asuransi, dan gaji karyawan utama.
- b) *Discretionary fixed costs* yaitu biaya yang timbul dari keputusan penyediaan anggaran secara berkala yang secara langsung mencerminkan kebijakan manajemen puncak mengenai jumlah maksimum biaya yang diijinkan untuk dikeluarkan dan yang tidak menggambarkan hubungan optimum antara masukan dan pengeluaran. Contohnya biaya riset dan pengembangan, biaya iklan, biaya promosi penjualan, biaya program latihan karyawan, dan biaya konsultan.

2) Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya variabel tersebut terdiri dari :

- a) *Engineered variable costs* adalah biaya yang memiliki hubungan fisik tertentu dengan ukuran kegiatan tertentu. Contohnya biaya bahan baku.
- b) *Discretionary variable costs* merupakan biaya yang masukan dan keluarannya memiliki hubungan erat tapi tidak nyata (bersifat artifisial). Contohnya biaya iklan yang ditetapkan oleh manajemen puncak dari hasil penjualan yang nantinya berubah sebanding dengan perubahan keluaran tersebut.

3) Biaya semivariabel merupakan biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel didalamnya.

Sifat-sifat biaya dalam hal tertentu terdiri dari biaya yang sifatnya tetap dan variabel. Adapun biaya-biaya yang sifatnya merupakan kombinasi dari biaya tetap dan biaya variabel yaitu biaya semivariabel, sehingga Syamsuddin (2009:92) mendefinisikan bahwa:

1) Biaya tetap

Biaya tetap dapat dikatakan bahwa biaya tetap berhubungan dengan waktu (*function of time*) dan tidak berhubungan dengan tingkat penjualan, yang mana pembayarannya didasarkan pada periode akuntansi tertentu dan besarnya sama. Contoh sewa gedung, penghapusan aktiva tetap.

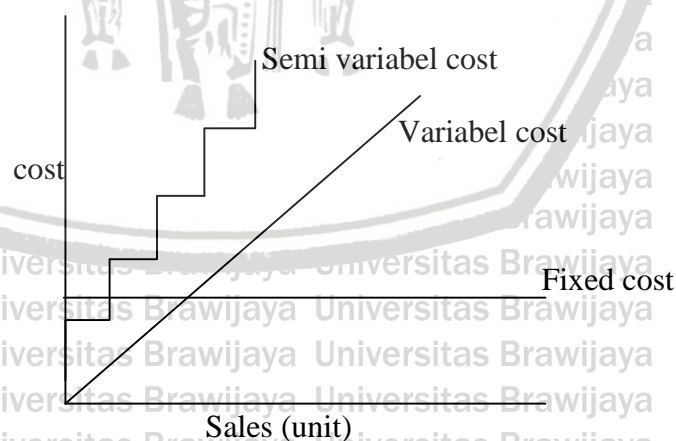
2) Biaya variabel

Biaya variabel ini berhubungan langsung dengan tingkat produksi atau penjualan karena besarnya ditentukan oleh berapa besar volume produksi atau penjualan yang dilakukan. Contoh biaya bahan mentah, biaya tenaga kerja langsung.

3) Biaya semivariabel

Biaya semivariabel atau *semivariable cost* sering disebut juga dengan "*semifixed cost*" yang mempunyai ciri-ciri gabungan antara biaya tetap dengan biaya variabel. Contohnya komisi salesman jumlahnya tetap sampai pada volume penjualan tertentu dan bertambah besar pada volume penjualan yang lebih tinggi.

Berikut dapat diperjelas dengan gambar dibawah ini :



Gambar 2

Gambaran Biaya Menurut Sifatnya

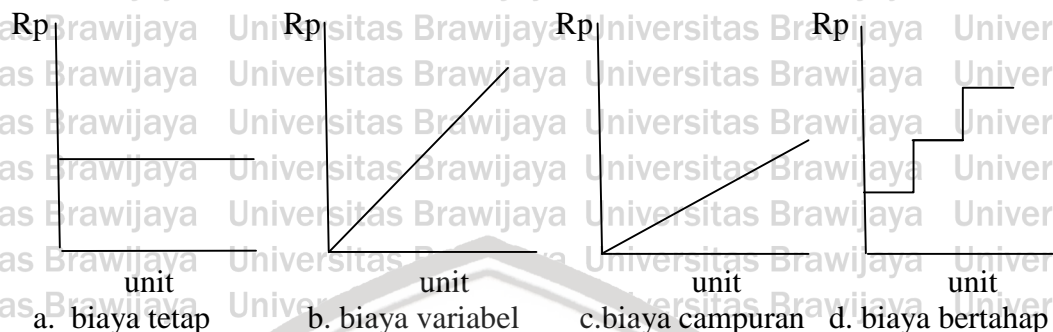
Penentuan pola perilaku biaya terdiri dari tiga faktor yakni :

- 1) Memilih biaya yang akan diselidiki pola perilakunya. Biaya ini disebut variabel tidak bebas (*dependent variable*) sering dinyatakan dalam bentuk simbol y .
- 2) Memilih variabel bebas (*independent variable*) yang merupakan penyebab biaya berfluktuasi. Secara sistematis, dinyatakan dalam fungsi $y = f(x)$.
- 3) Memilih kisaran kegiatan yang relevan, dimana merupakan hubungan variabel bebas dengan tidak bebas yang dinyatakan dalam fungsi linier atau non linier. Sehingga para akuntan dan manajer biasanya menggunakan fungsi linier $y = a + bx$, dimana y adalah nilai variabel tidak bebas untuk setiap nilai variabel x . Konstan a merupakan *intercept* yaitu nilai variabel y bila $x = 0$, b adalah *slope* yaitu jumlah kenaikan nilai y untuk setiap kenaikan satu-satuan x .

Menurut Simamora (2003:298) “analisis perilaku biaya (*cost behavior analysis*) adalah penelitian bagaimana biaya tertentu merespons perubahan tingkat aktivitas di dalam perusahaan”. Berikut empat pola perilaku biaya yang dinyatakan oleh Simamora (2003:298) :

- 1) Biaya Tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah kendatipun terjadi perubahan volume produksi. Contoh sewa ruang kantor, beban penyusutan, pajak bumi dan bangunan, dan gaji eksekutif.
- 2) Biaya Variabel (*variable cost*) berubah sebanding dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Contoh komisi penjualan, biaya bahan baku langsung dan biaya pengiriman barang.
- 3) Biaya Campuran (*mixed cost*) adalah biaya yang mempunyai karakteristik variabel dan tetap. Contoh biaya rekening telepon.
- 4) Biaya Bertahap (*step cost*) merupakan biaya yang konstan pada jumlah tetap tertentu sepanjang kisaran keluaran tertentu.

Empat pola perilaku biaya disajikan dalam gambar berikut :



Gambar 3 Pola Perilaku Biaya

Menurut Sugiri dan Sulastiningsih (2004:26), biaya

digolongkan menjadi tiga bagian yaitu :

- 1) Kos tetap (*fixed cost*) adalah kos yang jumlah totalnya tetap, tidak bergantung pada besar kecilnya volume kegiatan, tetapi kos per unitnya berhubungan secara negatif dengan volume kegiatan. Contoh gaji manajer, biaya penyusutan.
- 2) Kos variabel (*variable cost*) yaitu kos yang totalnya berubah-ubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan, tetapi per unitnya tetap. Contoh upah tenaga kerja langsung, komisi pramuniaga.
- 3) Kos campuran yaitu kos tertentu yang bersifat antara tetap dan variabel.

Menurut Raiborn dan Kinney (2011:36-39), biaya variabel

(*variable cost*) adalah biaya yang bervariasi dalam total proporsi yang langsung untuk perubahan dalam sebuah aktivitas. Contoh biaya variabel meliputi biaya bahan, upah tenaga kerja per jam dan komisi penjualan. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang selalu tetap dalam total di sebuah rentang aktivitas yang relevan. Biaya tetap mencakup gaji, penyusutan dan asuransi. Biaya campuran (*mixed cost*) memiliki dua komponen biaya variabel dan biaya tetap. Apabila biaya variabel sudah diketahui dan dinyatakan kedalam persentase, maka perusahaan

perlu menentukan besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memperoleh laba. Untuk menghitung penjualan minimal perusahaan harus menghitung variable expense ratio (biaya variabel yang dipersentase dari penjualan) terlebih dahulu yakni:

$$\text{variable expense ratio} = \frac{VC}{S} \times 100\%$$

kemudian dapat ditentukan besarnya sales minimal dengan cara sebagai berikut :

$$\text{sales minimal} = \frac{FC + \text{keuntungan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

(Riyanto, 2001:372)

Berdasarkan pendapat tersebut, pada dasarnya dalam analisis perilaku biaya, biaya di golongan menjadi tiga bagian yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel atau disebut dengan biaya campuran serta ada yang membagi pola perilaku biaya menjadi biaya bertahap yaitu biaya yang konstan pada jumlah tetap tertentu sepanjang kisaran keluaran tertentu.

4. Metode Pemisahan Biaya Semivariabel

Metode pemisahan biaya semivariabel penting bagi suatu perencanaan untuk pengendalian laba pada tingkat aktivitas berbeda. Ada dua pendekatan dalam memperkirakan biaya menurut Mulyadi (2005:471) yakni :

a. Pendekatan Historis (*historical approach*)

Pendekatan historis memiliki tiga metode untuk memperkirakan fungsi biaya yakni :

1) Metode Titik Tertinggi dan Terendah (*High and Low Point Method*)

Metode ini membandingkan suatu biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dengan biaya pada tingkat yang paling rendah di masa lalu.

2) Metode Biaya Berjaga (*Standby Cost Method*)

Metode ini digunakan untuk menghitung biaya tetap yang harus dikeluarkan apabila perusahaan akan ditutup sementara. Biaya ini disebut biaya berjaga dan merupakan bagian dari biaya tetap.

3) Metode Kuadrat Terkecil (*Least-Square Method*)

Metode tersebut merupakan hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan regresi $y = a + bx$, dimana y adalah variabel tidak bebas yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan variabel x yang merupakan variabel bebas. Sedangkan a merupakan unsur biaya tetap dalam y dan b menunjukkan unsur biaya variabel.

Metode kuadrat terkecil dihitung dengan menggunakan rumus :

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

(Mulyadi, 2005:471)

Penaksiran biaya tersebut bisa dilakukan menggunakan taksiran angka interval yang memperkirakan biaya sesungguhnya di dalamnya. Hal ini dapat menggunakan angka *Standard Error of Estimate* dan *Coefficient of Determination*.

1) *Standard Error of Estimate*

Berikut rumus dari *Standard Error of Estimate* dapat dihitung dengan :

$$S = \frac{\sqrt{\sum (y - y')^2}}{n - 2}$$

Keterangan :

s_e = *standard error of estimate*

y = biaya sesungguhnya yang diamati

y' = taksiran biaya dengan menggunakan rumus $y' = a + bx$

$n - 2 = \text{degree of freedom}$

Standard error of estimate ini dapat digunakan untuk menaksir interval biaya reparasi dan pemeliharaan.

2) Coefficient of Determination

Coefficient of Determination (r^2) merupakan ukuran yang menunjukkan persentase perubahan variabel tidak bebas (y) yang disebabkan hubungan linier dengan variabel bebas (x).

Dalam menghitung Coefficient of Determination akan mempermudah untuk mengetahui berapa persen perubahan suatu biaya yang disebabkan oleh perubahan volume kegiatan.

Coefficient of Determination dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$r^2 = \frac{\sum(y - \bar{y})^2 - \sum(y - y')^2}{\sum(y - \bar{y})^2}$$

Keterangan :

y = biaya sesungguhnya yang diamati

\bar{y} = rata-rata biaya sesungguhnya yang diamati

y' = taksiran biaya dengan menggunakan persamaan regresi

$y = a + bx$.

b. Pendekatan Analitis (*analytical approach*)

Pendekatan analitis menentukan perilaku biaya dengan cara melakukan penyelidikan teknis terhadap hubungan antara volume kegiatan dengan biaya.

Beberapa teknik dalam memisahkan biaya menurut Sugiri dan Sulastiningsih (2004:35) :

a. Metoda diagram pencar (*scatter diagram*)

b. Metoda titik-rendah (*high-low method*)

c. Analisis regresi linier (*linear regression analysis*)

Menurut Carter (2009:72) dalam pemisahan biaya dapat menggunakan salah satu metode perhitungan sebagai berikut :

a. Metode Tinggi-Rendah (*High and Low Points*)

Metode tinggi-rendah (*high and low points*) menggunakan elemen tetap dan elemen variabel yang dihitung menggunakan dua titik.

Titik data (periode) terpilih dari data historis yang merupakan periode dengan aktivitas tertinggi dan terendah. Sebenarnya metode tersebut merupakan metode yang sangat sederhana dan mudah, tetapi metode *high and low points* mempunyai kelemahan yaitu metode ini hanya menggunakan dua titik data untuk menentukan perilaku biaya dan didasarkan pada asumsi. Penggunaan dua titik yang nantinya dapat menghasilkan estimasi biaya tetap dan biaya variabel yang bias dan kurang akurat.

b. Metode *Scattergraph*

Metode *scattergraph* ini, menganalisis biaya yang disebut dengan variabel dependen dan diplot sepanjang garis vertikal (sumbu y). Aktivitas terkait disebut variabel independen misalnya, biaya tenaga kerja langsung, jam tenaga kerja langsung, jam mesin, unit output dan diplot di sepanjang garis horizontal (sumbu x). “Metode *scattergraph* merupakan kemajuan dari metode tinggi-rendah karena metode ini menggunakan semua data yang tersedia” (Carter, 2009:77).

c. Metode Kuadrat Terkecil (*Least Square*)

“Metode kuadrat terkecil (*least squares*) biasanya disebut juga dengan analisis regresi, menentukan secara matematis garis yang paling sesuai, atau garis regresi linier, melalui sekelompok titik” (Carter, 2009:77). Berikut rumus perhitungannya :

$$b = \frac{\sum(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sum(x_i - \bar{x})^2}$$

(Carter, 2009:77)

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, pada dasarnya untuk melakukan pemisahaan biaya yang paling umum digunakan adalah menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square*), karena metode ini dianggap lebih sistematis dibanding menggunakan metode tinggi-rendah yang hanya menggunakan dua titik saja.

5. Laba (*Profit*)

a. Definisi Laba

“Laba merupakan ukuran yang membedakan antara apa yang perusahaan masukkan untuk membuat dan menjual produk dengan apa yang diterimanya” (Hansen & Mowen, 2001:665).

“Laba dalam arti umum adalah keuntungan yang berarti kenaikan dalam ekuitas (aktiva bersih) yang timbul dari transaksi insidental suatu intensitas atau kejadian lain dan kondisi tertentu, yang dapat mempengaruhi entitas selama periode tertentu kecuali yang dihasilkan dari pendapatan atau investasi pemilik” (<http://andicarissa.wordpress.com>).

Berdasarkan pendapat tersebut, pada dasarnya laba merupakan suatu keuntungan yang didapat oleh suatu perusahaan, dimana laba diperoleh dari transaksi-transaksi yang timbul. Hasil dari transaksi-transaksi tersebut menimbulkan peningkatan aktiva perusahaan.

b. Target Laba

Target laba yang diinginkan oleh seorang manajer dapat dinyatakan dalam istilah “laba bersih pada rencana strategisnya, dimana laba operasi dikurangi pajak penghasilan” (Horngren, 2008:76). Untuk

mengevaluasi laba bersih, pada perhitungan biaya volume laba bagi target laba ditetapkan dalam terminologi target laba bersih dengan menggunakan metode persamaan menurut (Horngren, 2008:77) berikut:

$$\text{pendapatan-biaya variabel-biaya tetap} = \text{target laba operasi} \quad (\text{Horngren, 2008:77})$$

Target laba dapat dicapai dengan cara menetapkan tujuan laba terlebih dahulu. Awal untuk menetapkan tujuan laba terdapat tiga pendekatan yang dapat dilaksanakan menurut Carter (2009:5) yaitu :

- 1) Dalam metode priori, tujuan laba mendominasi perencanaan. Manajemen menentukan tingkat pengembalian yang diinginkan dan berusaha untuk merealisasikan ke dalam perencanaan.
- 2) Dalam metode posteriori, tujuan laba berada di bawah perencanaan dan diidentifikasi sebagai hasil perencanaan.
- 3) Dalam metode pragmatis, manajemen menggunakan suatu standar laba yang telah diuji dan dibuktikan oleh pengalaman.

Menurut Carter (2009:5), dalam menentukan tujuan laba manajemen sebaiknya mempertimbangkan beberapa faktor sebagai berikut :

- 1) Laba atau rugi yang dihasilkan dari volume penjualan tertentu.
 - 2) Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup semua biaya plus menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar dividen serta menyediakan dana bagi kebutuhan bisnis masa depan.
 - 3) Titik impas.
 - 4) Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang.
 - 5) Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba.
- Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, pada dasarnya target laba dapat dicapai apabila perusahaan mene-tapkan tujuan laba terdahulu. Apabila tujuan laba sudah ditentukan, maka perusahaan

dapat menggunakan beberapa metode atau pendekatan-pendekatan yang sudah dijelaskan diatas agar perusahaan mampu mencapai target laba yang diinginkan.

C. Perencanaan Laba

1. Pengertian Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan memiliki berbagai definisi salah satunya menurut Handoko (2003:77) perencanaan adalah proses dasar manajemen untuk memutuskan tujuan dan cara mencapainya. Perencanaan dapat membantu untuk mengurangi ketidakpastian di waktu yang akan datang dan memungkinkan para manajemen untuk mengambil keputusan.

Aspek terpenting pada suatu perencanaan adalah pembuatan keputusan (*desicion making*), proses pengembangan dan penyeleksian kumpulan kegiatan. Berikut empat tahap dasar perencanaan menurut

Handoko (2003:79) :

- a. Menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan. Dimana perencanaan selalu diawali oleh keputusan-keputusan tentang keinginan atau kebutuhan organisasi atau kelompok kerja. Tanpa rumusan tujuan yang jelas, organisasi akan menggunakan sumberdaya-sumberdaya yang efektif.
- b. Merumuskan keadaan saat ini. Pemahaman akan posisi perusahaan dapat dilihat dari tujuan yang hendak dicapai. Tujuan dan rencana pasti berhubungan dengan waktu yang akan mendatang. Tahap ini memerlukan informasi yang berhubungan dengan keuangan dan data statistik melalui komunikasi dalam organisasi.
- c. Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan. Segala kekuatan dan kelemahan perlu diidentifikasi guna mengukur kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan.
- d. Mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan untuk pencapaian tujuan. Umumnya suatu perencanaan dapat dikatakan sebagai tugas yang paling sulit dihadapi oleh para manajer perusahaan dan perencanaan tersebut merupakan suatu hal yang mudah ditunda.

Alasan perlunya suatu dasar perencanaan ditambahkan oleh (Handoko, 2003:80) dimana perencanaan dilakukan untuk mencapai :

- a. *“Protective benefits”* yang dihasilkan dari pengurangan kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pembuatan keputusan.
- b. *“Positive benefits”* dalam bentuk meningkatnya sukses pencapaian tujuan organisasi.

Planning (perencanaan) dapat didefinisikan sebagai “keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan” (P.Siagian, 2008:88). Perencanaan penjualan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Menurut Nafarin (2004:31) yaitu :

- a. Analisis Trend Garis Lurus

Analisis tersebut terdiri dari metode kuadrat terkecil dan metode momen sebagai berikut :

- 1) Metode kuadrat terkecil (*least square*) dapat dihitung menggunakan rumus berikut ini :

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$\text{syarat } \sum X = 0$$

(Nafarin, 2004:32)

Keterangan :

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = nilai konstan

b = koefisien nilai regresi

n = jumlah data

2) Metode Momen

Rumus yang dipergunakan adalah :

$$\begin{aligned} Y &= a + bX \\ \Sigma Y &= n a + b \Sigma X \\ \Sigma XY &= a \Sigma X + b \Sigma X^2 \end{aligned}$$

(Nafarin, 2004:33)

b. Analisis Trend Garis Lengkung (metode kuadrat)

Persamaan trend garis lengkung adalah :

$$Y = a + bX + c(X)^2$$

(Nafarin, 2004:34)

Syamsuddin (2009:101) menyatakan dalam perencanaan penjualan

juga dapat menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$D = \frac{\text{fixed cost} + \text{EBIT yg diinginkan}}{\left(1 - \frac{V}{P}\right)}$$

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, pada dasarnya perencanaan merupakan sebuah proses dasar manajemen untuk memutuskan tujuan dan memutuskan cara pencapaiannya.

2. Pengertian Perencanaan Laba

“Istilah perencanaan dan penganggaran dalam dunia bisnis pada umumnya merupakan sinonim” (Carter, 2009:4). Berikut Charter (2009:4) menyatakan bahwa “perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan”. Laba dapat diukur oleh suatu perusahaan untuk menentukan kelangsungan hidup perusahaan, mengukur kinerja manajerial, menentukan apakah perusahaan mentaati atau tidak peraturan pemerintah, dan memberi tanda pada pasar tentang kesempatan bagi pihak lain guna

menghasilkan laba serta laba juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. Kekuatan-kekuatan ini mencakup perubahan dalam teknologi, tindakan pesaing, demografi, ekonomi, preferensi pelanggan, perilaku sosial, serta faktor-faktor politik. Perencanaan laba sangatlah penting karena pada periode akuntansi tertentu akan berhubungan dengan perencanaan atas penghasilan penjualan dan biaya pada periode akuntansi yang bersangkutan.

Berdasarkan pendapat tersebut, pada dasarnya perencanaan laba merupakan pengembangan dari suatu rencana operasi untuk mencapai sebuah tujuan dan cita-cita perusahaan yang diharapkan.

3. Jangka Waktu Perencanaan

Dunia bisnis yang dikembangkan dari tahun ke tahun semakin menyadari kebutuhan untuk mengembangkan suatu rencana laba jangka pendek atau jangka panjang. Hal tersebut dilakukan guna menemukan urutan kejadian yang paling sering terjadi. Jangka waktu perencanaan itu sendiri di golongan menjadi dua yakni menurut (Carter, 2009:5) :

a. Perencanaan Laba Jangka Panjang

Rencana jangka panjang didefinisikan sebagai “proses yang kontinu untuk membuat keputusan-keputusan sekarang secara sistematis dan dengan pengetahuan terbaik yang memungkinkan mengenai dampak di masa depan, mengorganisasikan secara sistematis usaha-usaha yang diperlukan untuk melaksanakan keputusan-keputusan tersebut, dan mengukur hasil dari keputusan-keputusan ini terhadap ekspektasi melalui umpan balik yang terorganisir dan sistematis” (Carter, 2009:5).

Dalam perencanaan jangka panjang suatu manajemen berusaha menemukan suatu urutan kejadian yang mungkin terjadi pada perusahaan. Fleksibilitas dan kemampuanlah yang paling penting untuk dapat beradaptasi terhadap situasi dan kondisi yang selalu berubahlah.

b. Perencanaan Laba Jangka Pendek

Perencanaan jangka pendek terdapat perencanaan yang umum yaitu anggaran jangka pendek dapat mencakup 3 bulanan, 6 bulanan atau 12 bulanan tergantung karakter masing-masing bisnis.

Periode anggaran sebaiknya :

- 1) Dibagi menjadi bulan per bulan.
- 2) Cukup panjang untuk menyelesaikan produksi produk.
- 3) Mencakup paling tidak satu siklus musiman, jika bisnis tersebut adalah bisnis musiman.
- 4) Cukup panjang untuk memungkinkan pendanaan sebelum dibutuhkan.
- 5) Sesuai dengan periode akuntansi keuangan, guna memungkinkan perbandingan hasil aktual dengan anggaran.

Berdasarkan pendapat tersebut, pada dasarnya jangka waktu perencanaan laba dibagi menjadi dua yaitu perencanaan laba jangka pendek dan perencanaan laba jangka panjang.

4. Keuntungan dan Keterbatasan Perencanaan Laba

a. Keuntungan Perencanaan Laba

Perencanaan laba atau penganggaran memiliki manfaat dan keunggulan menurut Carter (2009:7) sebagai berikut :

- 1) Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah.
- 2) Perencanaan laba menyediakan arahan ke semua tingkatan manajemen.
- 3) Perencanaan laba meningkatkan koordinasi.

- 4) Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.
- 5) Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

b. Keterbatasan Perencanaan Laba

Keunggulan dari perencanaan laba bersifat impresif dan berwawasan luas, sehingga perencanaan laba juga memiliki keterbatasan dan kekurangan menurut Carter (2009:7) sebagai berikut :

- 1) Peramalan bukanlah suatu ilmu pengetahuan yang pasti, karena terdapat sejumlah pertimbangan dalam estimasi mana pun.
- 2) Anggaran dapat memfokuskan perhatian manajemen pada cita-cita (seperti tingkat produksi yang tinggi atau tingkat penjualan kredit yang tinggi) yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan organisasi.
- 3) Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja sama dari semua anggota manajemen.
- 4) Penggunaan anggaran secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsi.
- 5) Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peranan administrasi.
- 6) Penyusunannya memakan waktu.

Berdasarkan keuntungan dan keterbatasan pada perencanaan laba yang sudah diterangkan diatas, maka hal-hal tersebut perlu dikehui oleh suatu manajemen perusahaan agar mereka dapat mempertimbangkan dalam penggunaan perencanaan laba pada perusahaan yang mereka kelola.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian secara umum diartikan sebagai “cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu” (Sugiyono, 2010:2).

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan, maka jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. “Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksud untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yakni keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan” (Arikunto, 2003:309). Penelitian tersebut mendeskripsikan tentang hasil analisis biaya volume laba dan tingkat penjualan minimal perusahaan.

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Variabel penelitiannya sebagai berikut :

1. Biaya

Merupakan suatu nilai tukar, pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat dan dapat mencapai sebuah tujuan.

2. Volume penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah unit penjualan yang dicapai suatu perusahaan selama satu periode akuntansi.

3. Harga jual

Harga jual merupakan nilai yang harus dibayar oleh para pembeli untuk memperoleh satuan produk barang.

4. Laba

Laba merupakan keuntungan yang diperoleh dari hasil operasi penjualan barang maupun jasa.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana sumber data diperoleh.

Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian dalam skripsi ini adalah Pojok

Bursa Efek Indonesia (IDX Corner) Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas

Brawijaya Malang yang beralamat di Jalan Mayjen Haryono 165 Malang.

Pemilihan objek penelitian pada PT. Mayora Indah Tbk dimaksudkan untuk

mempermudah peneliti mendapatkan data keuangan perusahaan dan memaparkan

atau menggambarkan secara umum PT. Mayora Indah Tbk.

D. Sumber Data

Data dan informasi yang didapatkan untuk mendukung penyusunan skripsi

ini berasal dari data sekunder. Data sekunder yang peneliti gunakan adalah

laporan keuangan perusahaan dan data sekunder lainnya. Data sekunder

merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data menurut (Kuncoro, 2009:148).

E. Teknik Pengumpulan Data

“Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan” (Nazir, 2003:174). Berdasarkan sumber

data yang digunakan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dokumentasi. Menurut Efferin et.al (2004:101)

“Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap semua catatan dan dokumen yang dimiliki oleh organisasi yang terpilih sebagai objek penelitian, atau data dari individu sebagai objek penelitian”.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif ini adalah dokumentasi, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan melihat dokumen perusahaan yang relevan beserta masalah yang diteliti kemudian dan nantinya akan diolah sebagai bahan penelitian.

G. Analisis Data

Data yang sudah diperoleh akan dianalisis lebih lanjut menjadi informasi yang berguna. Adanya analisis data dapat dipergunakan untuk membatasi

penemuan-penemuan tersebut dan berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Tahap-tahap dalam analisis sebagai berikut :

1. Analisis pemisahan biaya berdasarkan pola perilaku biaya.
2. Menghitung *Contribution Margin* dan *Contribution Margin Ratio*

Marjin kontribusi = penjualan – komponen biaya variabel

(Sugiri & Sulastiningsih, 2004:60)

dan

$$\text{contribution margin ratio} = \left(1 - \frac{TV}{S}\right)$$

(Syamsuddin, 2009:99)

3. Analisis Titik Impas dan Penentuan Penjualan Minimal

Pada dasarnya analisis biaya-volume-laba meliputi analisis kontribusi dan analisis *break even*. Namun, analisis *break even* menekankan tingkat *output* atau kegiatan produksi dimana hasil penjualan sama persis dengan jumlah biaya berarti tidak laba dan tidak rugi.

Titik impas dapat dihitung dengan rumus :

$$BEP = \frac{F}{1 - \frac{TV}{S}}$$

(Syamsuddin, 2009:104)

dan

penentuan penjualan minimal dihitung menggunakan rumus :

$$\text{sales minimal} = \frac{FC + \text{keuntungan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

(Riyanto, 2001:372)

4. Menghitung Perencanaan Penjualan dan Proyeksi Biaya Semivariabel

Perencanaan penjualan menggunakan rumus :

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \left(\frac{\sum X}{n} \right)$$

(Nafarin, 2004:32)

Proyeksi biaya semivariabel menggunakan rumus :

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

(Mulyadi, 2005:474)

5. Menghitung *Degree of Operating Leverage* (DOL)

Degree of operating leverage dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{tingkat leverage operasi} = \frac{\text{marjin kontribusi}}{\text{laba operasi}}$$

(Horngren, 2008:84)

6. Menghitung *Margin of Safety* dan *Margin of Safety Rasio*

Menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{marjin pengaman penjualan}}{\text{penjualan}} = \frac{\text{penjualan yang diharapkan}}{\text{penjualan impas}}$$

(Simamora, 2003:310)

dan

$$M/S = \frac{\text{angka penjualan} - \text{penjualan yang dipilih}}{\text{angka penjualan yang dipilih}} - \text{titik impas}$$

(Carter, 2009:294)



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Profil Perusahaan

PT . Mayora Indah Tbk (Perusahaan) didirikan dengan Akta No. 204 tanggal 17 Februari 1977 dari Poppy Savitri Parmanto, S.H, pengganti dari Ridwan Suselo, S.H., notaris di Jakarta. Akta pendirian ini disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. Y.A.5/5/14 tanggal 3 Januari 1978 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 39 tanggal 15 Mei 1990, Tambahan No. 1716. Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan, yang terakhir dengan Akta No. 15 tanggal 27 Oktober 2008 dari Saifuddin Arief, S.H., M.H., notaris di Tangerang, mengenai perubahan Anggaran Dasar Perusahaan untuk menyesuaikan dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perubahan Anggaran Dasar Perusahaan ini telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-29391.AH.01.02. Tahun 2009 tanggal 30 Juni 2009 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 15 tanggal 19 Pebruari 2010, Tambahan No. 1690 tahun 2010. Sesuai dengan pasal 3 Anggaran Dasar

Perusahaan, ruang lingkup kegiatan perusahaan adalah menjalankan usaha dalam bidang industri, perdagangan serta agen atau perwakilan.

Perusahaan tersebut menjalankan bidang usaha industri makanan, kembang gula dan biskuit. Perusahaan menjual produknya di pasar lokal dan luar negeri serta memulai usahanya secara komersial pada bulan Mei 1978.

Mayora Group telah berubah menjadi salah satu industri besar *Moving Consumer Goods*. Puluhan tahun Mayora Group tumbuh menjadi perusahaan yang sudah diakui di industri *Fast Moving Consumer Goods*.

Kemampuannya untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar dan komitmen menghasilkan produk berkualitas telah membuat Mayora Group memiliki merek-merek terkenal didunia, seperti Kopiko, Danisa, Astor, Energen, Torabika, dan banyak lagi.

Perusahaan Mayora Group menjadi perusahaan publik pada tahun 1990, dengan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan sepanjang tahun-tahun berikutnya Mayora Group melakukan ekspansi yang cepat untuk menjadi sebuah perusahaan berbasis *Assosiation of South East Asia Nation* (ASEAN) dengan mendirikan fasilitas produksi dan kantor pemasaran di beberapa negara Asia Tenggara. Produk Mayora Group saat ini sudah dijual diberbagai negara didunia didukung tidak hanya logistik modern dan sistem manajemen gudang yang memadai tetapi juga didukung oleh jaringan distribusi yang kuat.

PT. Mayora Indah Tbk memiliki 6 lini produk, berikut disajikan dalam bentuk tabel :

Tabel 3 Lini produk PT. Mayora Indah Tbk

Produk	Jenis produk
Biskuit	Marie Roma, Slai O'lai, Better, dan Sari Gandum.
Permen	Kopiko,
Wafer dan Cokelat	Wafer roll dan Cokelat pasta
Kopi	Torabika
Mayora Nutrisi	Energen
Cafe Torabika Pojok	Cafe Torabika dan kedai kopi

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk

Perusahaan telah mendirikan laboratorium untuk setiap unit produk yang dihasilkan dengan melakukan penelitian tidak hanya pada produk akhir tetapi juga terhadap bahan-bahan baku yang dipergunakan untuk menjaga kualitas hasil produksi. Selain menjaga kualitas produk yang akan dihasilkan, laboratorium perusahaan juga berfungsi sebagai pusat pengembangan produk baru berdasarkan atas hasil penelitian di kalangan konsumen mengenai jenis dan rasa yang digemari konsumen.

Berikut sejarah perkembangan perusahaan secara garis besar dari tahun ke tahun :

a. 1978 : PT. Mayora Indah Tbk mulai didirikan dan memulai mengkomersialkan produknya dengan produk utama biskuit yang berlokasi di Tangerang.

b. 1990 : PT. Mayora Indah Tbk mulai menjual saham kepada masyarakat atau dapat dikenal dengan sebutan *go public* melalui pasar

perdana (IPO). PT. Mayora Indah Tbk juga berhasil mendirikan pabrik di Tangerang, Bekasi dan Surabaya.

c. 1995 : adanya dukungan jaringan distribusi yang kuat dan luas, produk PT. Mayora Indah Tbk sudah dapat diterima oleh masyarakat di seluruh Indonesia bahkan di belahan egera lain seperti Malaysia, Singapore, Thailand, Vietnam, Hongkong, Philipina, Arab saudi, Amerika Serikat, Australia hingga Afrika.

d. 1997 : pada tahun tersebut perusahaan terakhir kali merubah anggaran dasar perubahan berupa maksud dan tujuan perusahaan untuk lebih memperjelas kinerja perusahaan dan menarik investor.

e. 2003 : memperoleh penghargaan peringkat pertama dalam produk makanan dan minuman (*food and beverages*) sebagai jajaran manajemen terbaik di Indonesia “*top five managed companies in Indonesian*” oleh Asia Money.

f. 2004 : PT. Mayora Indah Tbk kembali diberi penghargaan sebagai produk halal terbaik oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

g. 2007 : untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan maka PT. Mayora Indah Tbk mengikat akad kredit selama 5 tahun untuk pembelian mesin-mesin baru.

h. 2010 : setelah melalui krisis yang terjadi di Indonesia PT. Mayora Indah Tbk tetap menaikkan pangsa pasar. Perusahaan berencana memperkuat kapasitasnya sebesar 20 % per tahun selama 4 tahun kedepan. Target tersebut berpotensi menumbuhkan rata-rata

laba sebesar 28 % per tahun. Rencana itu memperkuat profil pendapatan yang telah tumbuh 24 % dalam satu dekade terakhir. Salah satu risiko terbesar yang harus diantisipasi adalah permasalahan biaya produksi terutama naiknya harga bahan mentah.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi yang dimiliki oleh perusahaan PT. Mayora Indah Tbk adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menjadi produsen kualitas produk makanan dan minuman yang dipercaya oleh konsumen baik di pasar domestik dan Internasional, dan mengendalikan pangsa pasar yang signifikan di setiap kategori dimasukkan.
- b. Untuk memberikan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan perusahaan.
- c. Untuk memberikan kontribusi positif bagi lingkungan dan negara tempat perusahaan beroperasi.

3. Lokasi Perusahaan

Lokasi kantor pusat perusahaan terletak di Gedung Mayora 6th Floor JL. Tomang

Raya No 21 - 23 Jakarta 11440, Indonesia Telephone (021) 5655311 Facsimile (021)

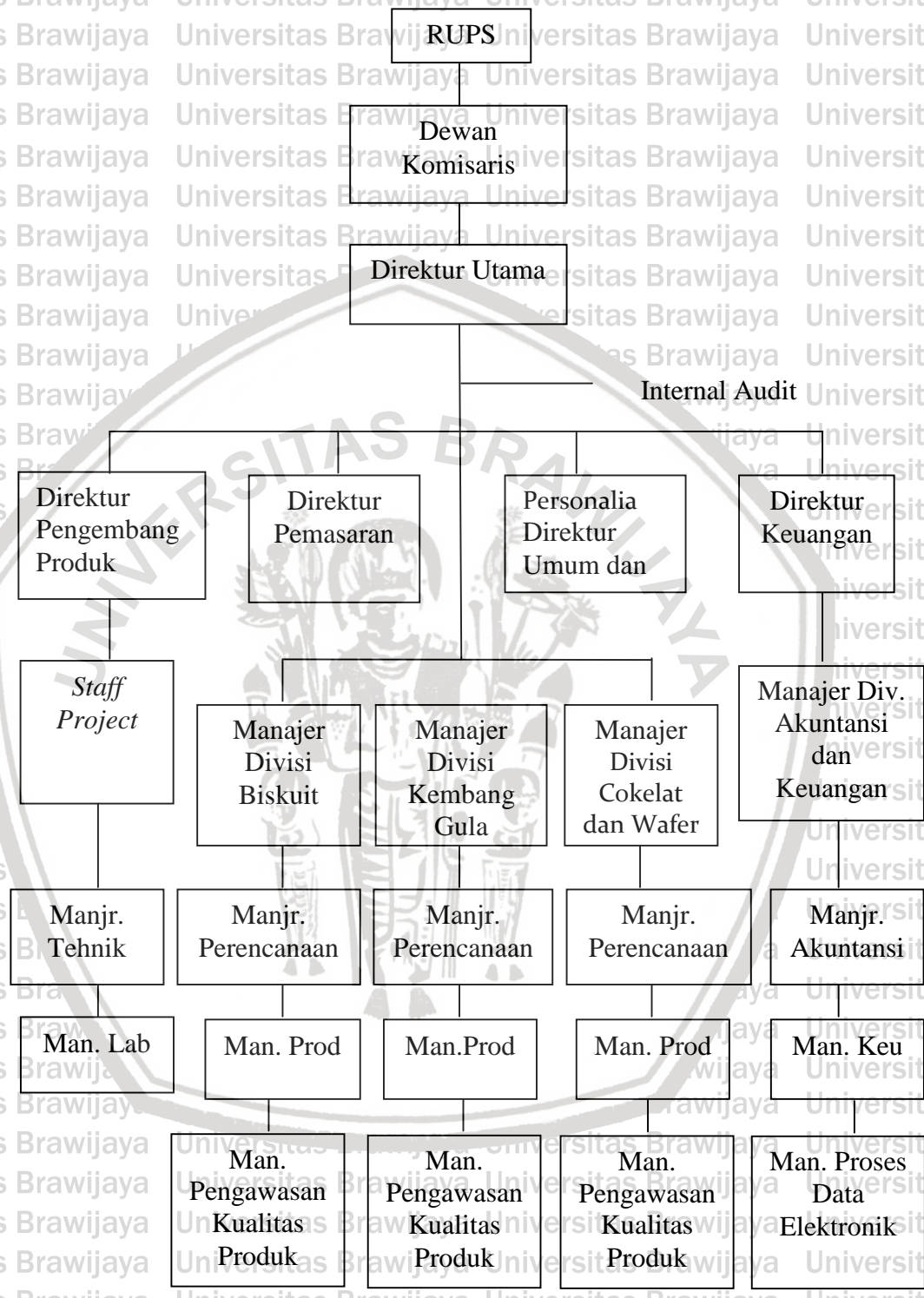
5655336 sedangkan pabrik PT. Mayora Indah Tbk berada di Tangerang dan Bekasi.

4. Struktur Organisasi

a) Struktur Organisasi PT. Mayora Indah Tbk

Struktur organisasi merupakan suatu gambaran umum dalam perusahaan untuk mencapai sebuah sasaran. Struktur organisasi tersebut menggambarkan pembagian kerja, garis-garis wewenang, pembatasan tugas dan tanggungjawab dari unit-unit organisasi yang ada dalam suatu perusahaan. Berikut gambar struktur organisasi PT. Mayora Indah Tbk beserta penjelasan tugas dan wewenangnya.





Sumber : PT. Mayora Indah Tbk

Gambar 4 Struktur Organisasi PT. Mayora Indah Tbk

Susunan organisasi dibuat berdasarkan fungsi pokok yang ada di dalam perusahaan. Struktur organisasi itu sendiri merupakan gambaran pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kerjasama dari berbagai pihak yang terlibat didalamnya, sehingga proses pencapaian tujuan akan terkoordinasi dengan baik.

Kelancaran dan keberhasilan setiap aktivitas yang diajarkan perusahaan, banyak ditentukan oleh struktur organisasinya. Hal ini dikarenakan segala aktivitas yang ada di dalam perusahaan dan orang-orang yang terlibat didalamnya membutuhkan suatu pola pengaturan yang jelas mengenai tugas, wewenang dan batasan masing-masing jabatan pada lingkup masing-masing.

Struktur organisasi penting bagi perusahaan terutama membantu dalam hal sebagai berikut :

- 1) Memperjelas wewenang dan tanggungjawab atasan dan bawahan.
- 2) Memperjelas hubungan kerja antar bagian yang satu dengan yang lain.
- 3) Memudahkan kontrol setiap bagian.
- 4) Pedoman dalam menyusun prosedur-prosedur tertulis aktivitas perusahaan.
- 5) Menjelaskan tingkatan-tingkatan manajemen dan posisi masing-masing bagian.

Anggaran dasar perusahaan menetapkan bahwa perusahaan dipimpin oleh Direksi, dalam menjalankan tugasnya sehari-hari di

bawah pengawasan Dewan Komisaris, yang semuanya diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) dan ketentuan keputusan tertinggi terletak pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Berikut susunan Dewan Komisaris dan Direksi per 31 Desember 2011, 2010, dan 2009.

1) Pada tanggal 31 Desember 2011, susunan pengurus perusahaan berdasarkan Rapat Umum Luar Biasa Pemegang Saham yang diadakan tanggal 17 Juni 2011 didokumentasikan dalam Akta No. 16 dari Syaifuddin Arief, S.H, notaris di Tangerang, sebagai

berikut :

Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Jogi Hendra Atmadja

Komisaris : Hermawan Lesmana
Gunawan Atmadja

Komisaris Independen : Ramli Setiawan
Suryanto Gunawan

Dewan Direksi

Direktur Utama : Andre Sukendra Atmadja

Direktur : Hendarta Atmadja

Wardhana Atmadja

Hendrik Polisar

Mulyono Nurlimo

2) Pada tanggal 31 Desember 2010, berdasarkan Rapat Umum Luar Biasa Pemegang Saham yang dilaksanakan tanggal 28 Juni 2010 didokumentasikan dalam Akta No. 05 dari Saifuddin Arief, S.H, notaris di Tangerang, sebagai berikut :

Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Jogi Hendra Atmadja

Komisaris : Hermawan Lesmana

Komisaris Independen : Ramli Setiawan

Direksi

Direktur Utama : Gunawan Atmadja

Direktur : Andre Sukendra Atmadja

Hendra Atmadja

Ongkie Tedja Surja

Hendrik Polisar

3) Tanggal 31 desember 2009, berdasarkan Rapat Umum Luar Biasa Pemegag Saham yang diadakan pada tanggal 20 Juni 2008 didokumentasikan dalam Akta No. 11 dari Saifuddin arief, S.H., notaris di Tangerang, susunan manajemennya sebagai berikut :

Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Jogi Hendra Atmadja

Komisaris : Hendrawan Atmadja

Komisaris Independen : Ramli Setiawan

Direksi

Direktur Utama : Gunawan Atmadja

Direktur : Hermawan Lesmana

Andre Sukendra Atmadja

Ongkie Tedjasurja

b. Uraian Jabatan dan Tanggung Jawab

Uraian jabatan dan tanggung jawab PT. Mayora Indah Tbk

adalah :

1) Dewan Komisaris

Dewan komisaris bertanggung jawab untuk melakukan pengawasan dan memberikan saran kepada Direksi atas pengelolaan perusahaan termasuk :

- a) Perencanaan dan pengembangan
- b) Operasional dan penganggaran
- c) Tata kelola perusahaan dan penerapan keputusan RUPST.

Rapat Dewan Komisaris diadakan sebulan sekali dan juga setiap saat apabila dibutuhkan. Rapat Gabungan antara Dewan Komisaris dan Direksi diadakan dua kali dalam sebulan. Dewan Komisaris dibantu oleh seorang sekretaris serta Internal audit untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan Bapepam-LK dan SEC serta peraturan relevan lainnya. Tanggung jawab Komite Audit sebagai berikut :

- a) Mengawasi proses pelaporan keuangan perusahaan atas nama Dewan Komisaris
- b) Merekomendasikan rapat secara berkala dengan auditor internal dan eksternal untuk membahas hasil evaluasi mereka atas pengendalian rencana kerja audit dan non-audit, penentuan-penentuan mengenai lemahnya pengendalian internal atas pelaporan keuangan dan evaluasi dari laporan keuangan konsolidasian.

2) Direksi

Direksi berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan perusahaan untuk kepentingan suatu perusahaan yang sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan serta mewakili perusahaan, baik dalam maupun luar pengadilan sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar Direksi dibantu oleh Kepala Divisi dan atau Kepala Unit Organisasi serta dibantu oleh Staff Ahli Direksi. Staff Ahli itu sendiri terdiri dari Staff Ahli Utama dan Staff Ahli Pratama.

Direksi terdiri dari :

- a) Direktur utama : bertanggung jawab atas berjalannya semua fungsi organisasi di perusahaan dan berwenang menerapkan arah kebijakan serta strategi perusahaan yang menyeluruh.
- b) Direktur Pemasaran, bertanggung jawab atas fungsi-fungsi terdiri dari fungsi pemasaran, fungsi *account manager*,

kebijakan promosi, kebijakan penjualan dan kontrak penjualan, kebijakan harga, kebijakan pemasok, dan kebijakan hubungan pelanggan.

c) Direktur Umum dan Personalia, bertanggung jawab dalam mengelola dan menjalankan kegiatan perusahaan dan membantu Direktur SDM dan Umum dalam mengelola dan menjalankan kegiatan perusahaan meliputi bidang pelayanan SDM dan remunerasi. Pengembangan sistem SDM dan Organisasi, pengembangan SDM dan penilaian kerja manajemen kualitas.

d) Direktur Pengembang Produk, bertanggung jawab untuk mendukung dan membantu Direktur Utama dalam mengelola dan menjalankan kegiatan perusahaan meliputi bidang pengembangan bisnis untuk menangani aktifitas pengembangan bisnis yang ada dan mencari peluang bisnis baru, menangani urusan fungsi yang berhubungan dengan pengembangan produk serta rekayasa produk, dokumentasi dan infrastruktur pendukung serta fungsi yang berhubungan dengan dukungan terhadap aktifitas pengembangan produk.

Direktur pengembangan produk membawahi : Manajer tehnik yang bertanggung jawab atas pengembangan cara menghasilkan produk yang berkualitas, Manajer Laboratorium yang bertugas untuk meriset atau melakukan

pengukuran dalam pembuatan produk yang akan diproduksi, Staff Projek yang bertugas untuk mengamati dan membantu dalam pembuatan produk baru.

e) Direktur Keuangan

Direktur keuangan bertanggung jawab mengelola dan menjalankan kegiatan perusahaan untuk menangani urusan biaya dan HPP serta persediaan, menangani urusan penjualan piutang dan hutang, menangani urusan anggaran dan pelaporan, menangani urusan sitem dan prosedur, menangani urusan pengelolaan dana dan perencanaan keuangan, menangani urusan verifikasi, bendahara dan bank, menangani urusan pajak dan asuransi serta menangani urusan yang berhubungan dengan optimasi aset dan portofolio investasi.

f) Divisi Biskuit

Divisi biskuit bertanggung jawab dalam membantu direktur utama untuk menjalankan kegiatan perusahaan dalam produk biskuit.

g) Divisi Kembang Gula

Bertanggung jawab membantu Direktur utama untuk menjalankan kegiatan perusahaan dalam produk kembang gula.

h) Divisi Chocolate dan Wafer

Bertanggung jawab membantu Direktur Utama untuk menjalankan kegiatan perusahaan dalam produk Chocolate dan Wafer.

i) Manajer Plant, bertanggung jawab membantu dan mendukung pada tiap divisi yang ditetapkan dalam perencanaan serta pengawasan kinerja perusahaan.

j) Manajer Produk

Bertanggung jawab membantu dan mendukung pada setiap divisi yang diterapkan dalam perencanaan serangkaian kegiatan dalam produksi.

k) Manajer Quality Control

Bertanggung jawab membantu dan mendukung pada tiap divisi yang ditetapkan dalam pengecekan terhadap produk dan mengontrol barang hasil produksi.

B. Penyajian Data

Penyajian data diperlukan untuk menganalisis hasil produksi, maka disajikan data yang sudah diperoleh mengenai laporan keuangan sebagai berikut :

Tabel 4 Laporan Laba Rugi Komprehensif Konsolidasian PT. Mayora Indah Tbk Per 31 Desember Tahun 2011, 2010 dan 2009

Keterangan	Tahun		
	2011	2010	2009
Penjualan bersih	9.453.865.992.878	7.224.164.991.859	4.777.175.386.540
Beban Pokok Penjualan	(7.795.454.967.722)	(5.517.778.681.917)	(3.643.389.861.189)
Laba Kotor / Bruto	1.658.411.025.156	1.706.386.309.942	1.133.785.525.351
Beban Usaha	(900.534.048.506)	(933.051.178.914)	(520.598.281.592)
Laba Usaha	757.876.976.650	773.335.131.028	613.187.243.759
Penghasilan (Beban) Lain-lain	(131.436.158.941)	(114.976.283.575)	(109.253.667.954)
Laba Sebelum Pajak	626.440.817.709	658.358.847.453	503.933.575.805
Beban Pajak	(142.954.665.032)	(158.703.675.941)	(121.430.567.059)
Laba Tahun Berjalan	483.486.152.677	499.655.171.512	382.503.008.746
Pendapatan Komprehensif lain	340.077.011	2.325.497.161	2.590.610.783
Pendapatan Komprehensif Lain Stelh Pajak Penghasilan	340.077.011	2.325.497.161	2.590.610.783
Laba Komprehensif	483.826.229.688	501.980.668.673	385.093.619.529

Sumber : *Annual report* PT. Mayora Indah Tbk.

Berdasarkan laporan laba rugi yang telah dibuat oleh PT. Mayora Indah Tbk penjualan bersih pada tahun 2009, 2010, dan 2011, masing-masing mencapai 4.777.175.386.540, 7.224.164.991.859 dan 9.453.865.992.878. Hasil penjualan tersebut merupakan hasil total penjualan produksi yang dijual pada konsumen lokal maupun luar negeri. Penjualan yang terjadi membuat PT. Mayora Indah Tbk mendapatkan laba usaha masing-masing pada tahun 2009, 2010 dan 2011 sebesar Rp 613.187.243.759, Rp 773.335.131.028 dan Rp

757.876.976.650. Laba usaha tersebut dari tahun 2009-2011 mengalami fluktuasi seiring dengan jumlah penjualan bersih yang setiap tahunnya berbeda sesuai minat konsumen. Berikut disajikan rincian daftar penjualan bersih pada PT. Mayora Indah Tbk tahun 2009, 2010 dan 2012.

Tabel 5 Daftar Penjualan Bersih PT. Mayora Indah Tbk Per 31 Desember Tahun 2011, 2010 dan 2009

Keterangan	Tahun		
	2011	2010	2009
Lokal	6.139.798.754.985	5.052.246.649.687	3.851.383.502.746
Ekspor	3.329.415.532.373	2.193.841.581.830	952.377.243.595
Retur	(15.348.294.480)	(21.923.239.658)	(26.585.359.801)
Total	9.453.865.992.878	7.224.164.991.859	4.777.175.386.540

Sumber : *annual report* PT. Mayora Indah Tbk

Tabel diatas menunjukkan penjualan bersih PT. Mayora Indah Tbk terdiri dari penjualan lokal dan penjualan yang diekspor keluar negeri serta hasil dari keduanya dikurangi retur penjualan. Hasil perhitungan tersebut menghasilkan total penjualan bersih perusahaan selama tahun-tahun tersebut.

Tabel 6 Laporan Beban Pokok Pendapatan PT. Mayora Indah Tbk Per 31 Desember Tahun 2011, 2010 dan 2009

Keterangan	Tahun		
	2011	2010	2009
Bahan baku dan pembungkus yang digunakan	6.729.372.388.842	4.675.004.480.048	3.051.703.178.447
Tenaga kerja langsung	349.202.590.367	245.540.041.575	162.443.491.775
Biaya produksi tidak langsung	794.507.138.637	614.513.755.569	437.469.035.295

Jumlah biaya produksi	7.873.082.117.846	5.535.058.277.192	3.651.615.705.517
Persediaan barang dalam proses			
Awal tahun	19.988.774.003	26.479.799.094	29.724.482.707
Akhir tahun	(63.847.804.415)	(19.988.774.003)	(26.479.799.094)
Beban Pokok Produksi	7.829.223.087.434	5.541.549.302.283	3.654.860.389.130
Persediaan barang jadi			
Awal tahun	97.173.991.329	73.403.370.963	61.932.843.022
Sampel dan barang rusak akhir tahun	(130.942.111.041)	(97.173.991.329)	(73.403.370.963)
Beban Pokok Penjualan	7.795.454.967.722	5.517.778.681.917	3.643.389.861.189

Sumber : *annual report* PT. Mayora Indah Tbk.

Berdasarkan tabel laporan beban pokok pendapatan pada PT. Mayora Indah Tbk diatas, jumlah biaya produksi pada tahun tersebut mengalami peningkatan yang signifikan. Tahun 2011, 2010 dan 2009 dapat diketahui masing-masing sebesar Rp 7.873.082.117.846, Rp 5.535.058.277.192, dan Rp 3.651.615.705.517.

Tabel 7 Perbandingan Laba PT. Mayora Indah Tbk

Keterangan	Tahun		
	2011	2010	2009
Penjualan bersih	9.453.865.992.878	7.224.164.991.859	4.777.175.386.540
Beban pokok penjualan	7.795.454.967.722	5.517.778.681.917	3.643.389.861.189
Labanya kotor	1.658.411.025.156	1.706.386.309.942	1.133.785.525.351
Beban usaha	900.534.048.506	933.051.178.914	520.598.281.592
Labanya usaha	757.876.976.650	773.335.131.028	613.187.243.759
Rasio laba usaha	8,02 %	10,70 %	12,83 %

Sumber : *annual report* PT. Aqua Golden Mississippi Tbk (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rasio laba usaha pada PT. Mayora Indah Tbk tahun 2011, 2010 dan 2009 adalah 8,02%, 10,70% dan 12,83%. Rasio laba usaha tersebut terlihat menurun seiring dengan laba usaha dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi, meskipun hasilnya berfluktuasi perusahaan tersebut mampu menutup biaya-biaya yang terjadi setiap tahun.

Penyajian data perbandingan laba di atas selama tiga tahun yaitu pada tahun 2011, 2010 dan 2009 dapat diperoleh rata-rata laba sebagai berikut :

$$\text{laba rata-rata} = \frac{8,02\% + 10,70\% + 12,83\%}{3} = 10,52\%$$

C. Analisis

1. Analisis pemisahan biaya berdasarkan pola perilaku biaya.

Tahap yang paling penting dalam analisis biaya volume laba adalah mengklasifikasikan biaya yang ada dalam perusahaan berdasar perilakunya.

Penyajian informasi biaya sangat bermanfaat bagi suatu tingkatan manajemen, maka diperlukan klasifikasi biaya yang sesuai dengan kebutuhan. Biaya tersebut dikelompokkan kedalam biaya tetap dan biaya variabel. Berikut disajikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 8 Daftar Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilakunya PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011

Keterangan	Klasifikasi Biaya		
	B. Tetap	B. Variabel	B. Semivariabel
Biaya Produksi			
Bahan Baku dan pembungkus yang Digunakan		6.729.372.388.842	

Tenaga kerja langsung		349.202.590.367	
B. produksi tidak Langsung		794.507.138.637	
Beban Usaha :			
<u>Beban Penjualan</u>			
Iklan dan promosi		535.715.309.841	
Pengiriman		96.049.922.505	
Gaji		45.119.789.821	
Perjalanan dinas		7.709.000.780	
Pajak dan perijinan		5.327.954.660	
Sewa	4.967.314.613		
Barang cetakan dan alat tulis		2.522.082.951	
Sumbangan	712.891.638		
Perbaikan dan Pemeliharaan			409.798.734
Lain-lain			13.410.950.472
<u>Beban umum dan Administrasi</u>			
Gaji	90.017.504.477		
Beban imbalan pasca kerja		33.702.735.404	
Jasa profesional	9.724.973.229		
Penyusutan	8.337.817.004		
Asuransi	8.302.615.476		
Perjalanan dinas	8.266.275.845		
Sewa	7.223.749.998		

Pajak dan Perijinan Pemeliharaan	5.517.857.642	3.399.266.669	
Sumbangan dan Representasi		2.198.274.366	
Barang cetakan dan alat tulis		1.280.795.682	
Telepon dan facsimili			1.279.357.629
Listrik, air dan gas			1.125.767.300
Rapat dan publikasi		578.058.000	
Amortisasi emisi Obligasi	573.865.130		
Lain-lain			7.060.118.640
JUMLAH	143.644.865.052	8.606.685.308.525	23.285.992.775

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas untuk mengetahui titik impas, biaya-biaya harus diklasifikasikan terlebih dahulu berdasarkan pola perilakunya.

Klasifikasi biaya tersebut menghasilkan biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel. Berikut disajikan daftar ringkasan klasifikasi biaya pada tahun 2011, 2010 dan 2009 yaitu :

Tabel 9 Daftar Ringkasan Klasifikasi Biaya-biaya PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011, 2010 dan 2009

Keterangan	Tahun		
	2011	2010	2009
Biaya tetap	143.644.865.052	103.775.977.097	92.387.640.577
Biaya variabel	8.606.685.308.525	6.348.822.898.992	4.062.438.939.339
Biaya semivariabel	23.285.992.775	15.510.580.017	17.387407.193
Jumlah	8.773.616.166.352	6.468.109.456.106	4.172.213.987.109

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data diolah)

Daftar ringkasan klasifikasi biaya-biaya PT. Mayora Indah Tbk di atas menunjukkan total biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel selama tahun 2011, 2010 dan 2009. Uraian dari biaya-biaya yang terjadi pada tahun 2010 dan 2009 tertera di bagian lampiran dari skripsi ini.

2. Menghitung *Contribution Margin*

Perhitungan margin kontribusi dimaksudkan untuk mengetahui jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel.

Perhitungan margin kontribusi dapat menggunakan rumus berikut :

penjualan-total biaya variabel=margin kontribusi

Contribution margin untuk tahun 2011 disajikan dibawah ini :

Tabel 10 Margin Kontribusi PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011, 2010 dan 2009

Keterangan	Tahun		
	2011	2010	2009
Penjualan bersih	9.453.865.992.878	7.224.164.991.859	4.777.175.386.540
Biaya Variabel	8.603.286.041.856	6.348.822.898.992	4.062.438.939.339
CM total	850.579.951.022	875.342.092.867	714.736.447.201

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data diolah)

Dari tabel diatas, total margin kontribusi yang dihasilkan selama tahun 2011, 2010 dan 2009 masing-masing sebesar Rp 850.579.951.022, Rp 875.342.092.867 dan Rp 714.736.447.201. Jumlah kontribusi total tersebut memperlihatkan margin kontribusi lebih besar dibandingkan dengan jumlah biaya tetap, sehingga perusahaan tersebut mampu menutup semua

biaya tetap perusahaan. Selain itu, perusahaan akan memperoleh laba atau keuntungan. Adapun perhitungan untuk menghitung rasio margin kontribusi (CMR) adalah :

$$\text{contribution margin ratio} = \left(1 - \frac{TV}{S}\right) \times 100\%$$

Tabel 11 Daftar Contribution Margin Ratio PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011, 2010 dan 2009

Tahun	CMR
2011	8,99 %
2010	12,11 %
2009	14,96 %

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data iolah)

Tabel tersebut menunjukkan daftar *contribution margin ratio* PT. Mayora Indah Tbk. Jelas terlihat bahwa CMR dari tahun 2009-2011 mengalami penurunan.

3. Menghitung Titik Impas dan Penentuan Penjualan Minimal

a) Titik Impas

Perhitungan titik impas sangat penting bagi suatu perusahaan karena dapat menunjukkan jumlah unit yang dijual agar memperoleh keuntungan nol. Maksud dari memperoleh keuntungan nol adalah perusahaan tidak mengalami rugi ataupun untung karena impas. PT.

Mayora Indah Tbk merupakan perusahaan yang memproduksi lebih dari satu produk, maka perusahaan tersebut menggunakan BEP Mix.

Berikut perhitungan BEP Mix berdasarkan tahun 2011 :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{F}{1 - \frac{TV}{S}}$$

$$= \frac{143.644.865.052}{1 - \frac{8.603.286.041.856}{9.453.865.992.878}}$$

$$= \text{Rp}1.596.556.928.690$$

(dibulatkan)

Titik impas terjadi pada saat penjualan mencapai Rp 1.596.556.928.690. Perusahaan ini berada pada titik dimana tidak mengalami laba atau rugi. Apabila penjualan perusahaan kurang dari BEP mix maka, perusahaan tersebut akan rugi dan sebaliknya jika penjualan melebihi BEP mix perusahaan akan untung.

b) Penentuan Penjualan Minimal

Menentukan penjualan minimal, harus menentukan *variable expense ratio* (biaya variabel yang dinyatakan dalam presentase dari penjualan). Berikut perhitungannya :

$$= \frac{VC}{S} \times 100\%$$

$$= \frac{8.603.286.041.856}{9.453.865.992.878} \times 100\%$$

$$= 91\%$$

Besarnya *variable expense ratio* sudah diketahui, maka dapat dihitung besarnya *sales minimal* tahun 2012. Seandainya perusahaan menetapkan keuntungan sebesar Rp 800.000.000.000, maka *sales minimal* dapat diketahui dengan cara sebagai berikut :

$$\text{sales minimal} = \frac{FC + \text{keuntungan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$= \frac{143.644.865.052 + Rp\ 800.000.000.000}{1-0,91}$$

$$= Rp\ 10.484.942.945.022 \text{ (dibulatkan)}$$

Untuk dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 800.000.000.000

maka, perusahaan harus dapat menjual produknya hingga Rp 10.484.942.945.022.

4. Menghitung Perencanaan Penjualan dan Proyeksi Biaya Semivariabel

a. Perencanaan Penjualan Tahun 2012

Perencanaan penjualan tahun 2012, berdasarkan data-data tahun

2011, yaitu :

Tabel 12 Daftar Perencanaan Volume Penjualan PT. Mayora Indah Tbk untuk Tahun 2012

Tahun	Volume Penjualan (Y)	X	X ²	XY
2009	4.777.175.386.540	0	0	0
2010	7.224.164.991.859	1	1	7.224.164.991.859
2011	9.453.865.992.878	2	4	18.907.731.985.756
Total	21.455.206.371.277	3	5	26.131.896.977.615

Sumber : PT. Mayora indah Tbk (data diolah)

Perhitungannya sebagai berikut :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{3 \times 26.131.896.977.615 - 3 \times 21.455.206.371.277}{3 \times 5 - 3^2}$$

$$= \frac{78.395.690.932.845 - 64.365.619.113.831}{6} = 2.338.345.303.169$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \left(\frac{\sum X}{n} \right)$$

$$a = \frac{21.455.206.371.277}{3} - 2.338.345.303.169 \left(\frac{3}{3}\right)$$

$$= 4.813.390.153.923$$

Kemudian dihitung kedalam persamaan, maka volume penjualan tahun 2012 adalah :

$$Y = a + bX$$

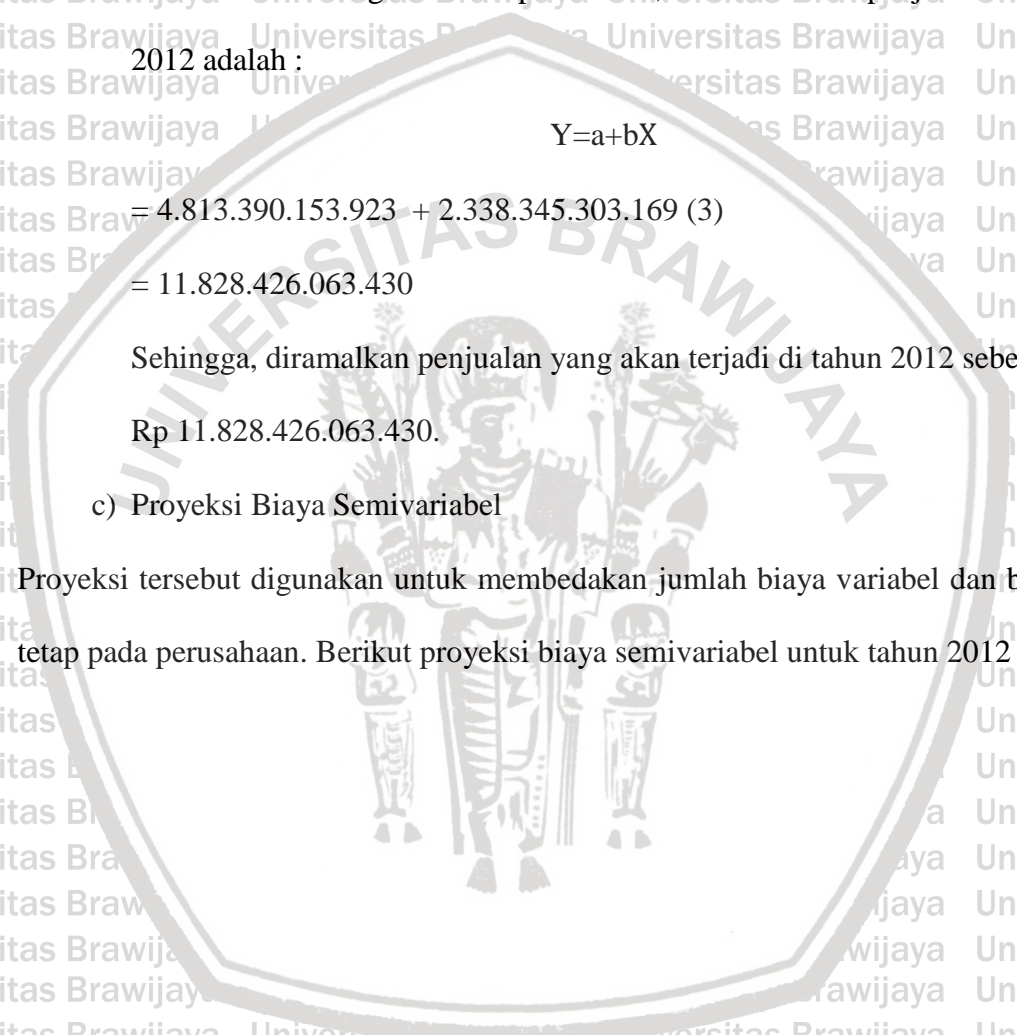
$$= 4.813.390.153.923 + 2.338.345.303.169 (3)$$

$$= 11.828.426.063.430$$

Sehingga, diramalkan penjualan yang akan terjadi di tahun 2012 sebesar Rp 11.828.426.063.430.

c) Proyeksi Biaya Semivariabel

Proyeksi tersebut digunakan untuk membedakan jumlah biaya variabel dan biaya tetap pada perusahaan. Berikut proyeksi biaya semivariabel untuk tahun 2012 :



Tabel 13 Proyeksi Biaya Perbaikan dan Pemeliharaan pada Beban Penjualan Tahun 2012 PT. Mayora Indah Tbk (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Biaya (y)	Penjualan (x)	xy	x ²
2009	497	4.777.175	2.374.255.975	22.821.400.980.625
2010	571	7.224.165	4.124.998.215	52.188.559.947.225
2011	410	9.453.866	3.876.085.060	89.375.582.345.956
Jumlah	1.478	21.455.206	10.375.339.190	164.385.543.273.806

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data diolah)

Proyeksi biaya perbaikan dan pemeliharaan pada beban penjualan PT. Mayora Indah Tbk tahun 2012 sebagai berikut :

$$\text{biaya variabel} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$\text{biaya variabel} = \frac{3 \times 10.375.339.190 - 21.455.206 \times 1.478}{3 \times 164.385.543.273.806 - 21.455.206^2} = \frac{31.126.017.570 - 31.710.794.468}{493.156.629 - 460.325.864.502.436}$$

$$= \frac{-64.006.365.834}{-1.380.977.100.350.679} = 0,000046$$

$$\text{biaya tetap} = \frac{\sum y}{n} - b \left(\frac{\sum X}{n} \right)$$

$$\text{biaya tetap} = \frac{1.478}{3} - 0,000046 \left(\frac{21.455.206}{3} \right) = 492,67 + 329 = 821,5 (\text{dibulatkan})$$

Proyeksi biaya perbaikan dan pemeliharaan = FC + VC(x)

$$= \text{Rp } 821,5 + 0,000046 (11.828.426.063.430)$$

$$= \text{Rp } 544.108.420$$

Tabel 14 Proyeksi Biaya Lain-lain pada Beban Penjualan Tahun 2012 PT. Mayora Indah Tbk (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Biaya (y)	Penjualan (x)	xy	x ²
2009	8.587	4.777.175	41.021.601.725	22.821.400.980.625
2010	8.780	7.224.165	63.428.168.700	52.188.559.947.225
2011	13.411	9.453.866	126.785.796.926	89.375.582.345.956
Jumlah	30.778	21.455.206	231.235.567.351	164.385.546.714.660

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data diolah)

Proyeksi biaya lain-lain pada beban penjualan PT. Mayora Indah Tbk tahun 2012 sebagai berikut :

$$\text{biaya variabel} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$\text{biaya variabel} = \frac{3 \times 231.235.567.351 - 21.455.206 \times 30.778}{3 \times 164.385.546.714.660 - (21.455.206)^2}$$

$$= \frac{-1.287.338.288.751}{-887.820.953.363.328} = 0,00144$$

$$\text{biaya tetap} = \frac{\sum y}{n} - b \left(\frac{\sum X}{n} \right)$$

$$= \frac{30.778}{3} - 0,00144 \left(\frac{21.455.206}{3} \right) = -37$$

Proyeksi biaya Lain-lain pada Beban Penjualan = FC + VC(x)

$$= -Rp 37 + 0,00144 (11.828.426.063.430)$$

$$= Rp 17.032.933.494 \text{ (dibulatkan)}$$

Tabel 15 Proyeksi Biaya Telepon dan Facsimili Tahun 2012 PT. Mayora Indah Tbk (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Biaya (y)	Penjualan (x)	xy	x ²
2009	1.416	4.777.175	6.764.479.800	22.821.400.980.625
2010	1.001	7.224.165	7.231.389.165	52.188.559.947.225
2011	1.279	9.453.866	12.091.494.614	89.375.582.345.956
Jumlah	3.696	21.455.206	26.087.363.579	164.385.543.273.806

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data diolah)

Proyeksi biaya telepon dan facsimili PT. Mayora Indah Tbk tahun 2012 sebagai berikut :

$$\text{biaya variabel} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$\text{biaya variabel} = \frac{3 \times 26.087.363.579 - 21.455.206 \times 3.696}{3 \times 164.385.543.273.806 - (21.455.206)^2}$$

$$= \frac{78.262.090.737 - 79.298.441.376}{493.156.629.821.418 - 460.325.864.502.436} = \frac{-565.394.100.351}{-887.820.963.685.890} = 0,00063$$

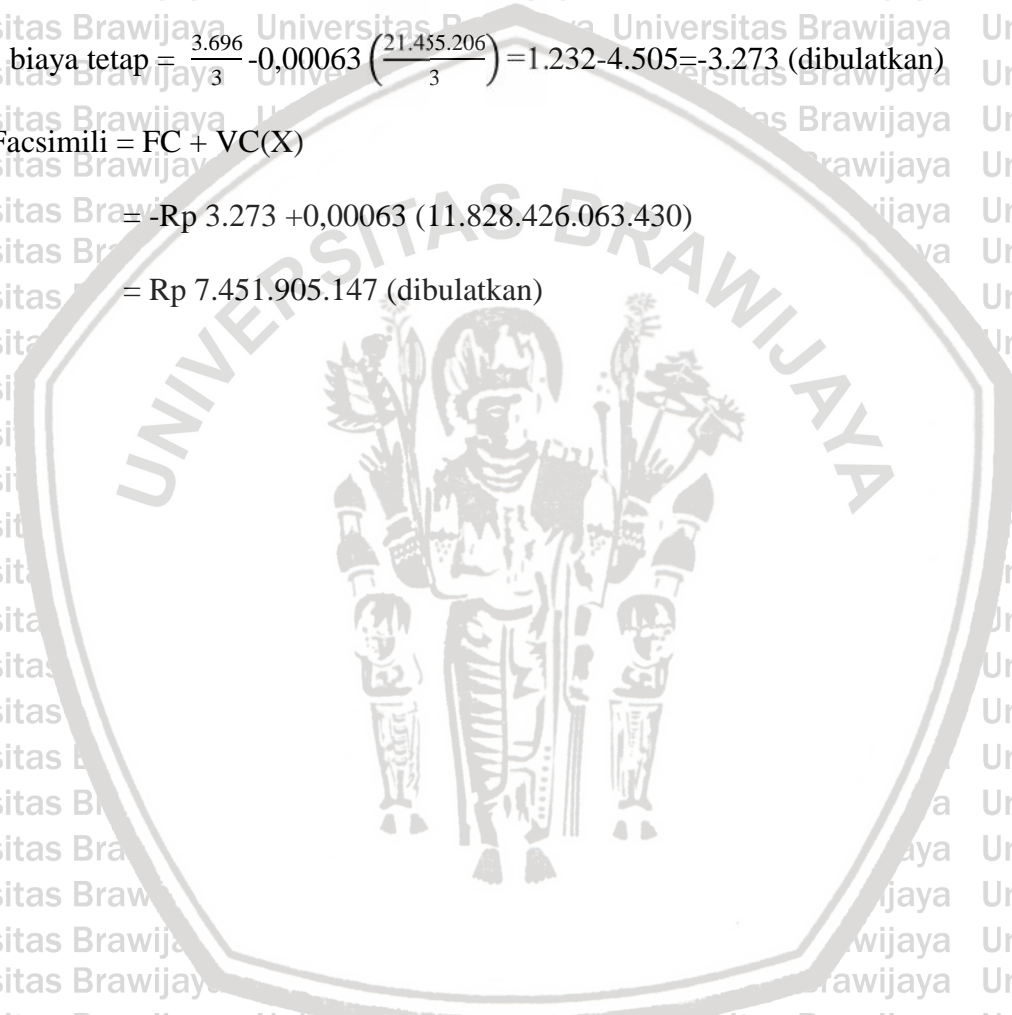
$$\text{biaya tetap} = \frac{\sum y}{n} - b \left(\frac{\sum X}{n} \right)$$

$$\text{biaya tetap} = \frac{3.696}{3} - 0,00063 \left(\frac{21.455.206}{3} \right) = 1.232 - 4.505 = -3.273 \text{ (dibulatkan)}$$

Proyeksi Biaya Telepon dan Facsimili = FC + VC(X)

$$= -\text{Rp } 3.273 + 0,00063 (11.828.426.063.430)$$

$$= \text{Rp } 7.451.905.147 \text{ (dibulatkan)}$$



Tabel 16 Proyeksi Biaya Listrik, air dan gas Tahun 2012 PT. Mayora Indah Tbk (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Biaya (y)	Penjualan (x)	xy	x ²
2009	2.221	4.777.175	10.608.617.201	22.821.404.673.764
2010	1.513	7.224.165	10.931.017.017	52.188.559.829.601
2011	1.126	9.453.866	10.642.853.193	89.375.582.211.295
Jumlah	4.860	21.455.206	32.182.487.412	164.385.546.714.660

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data diolah)

Proyeksi biaya listrik, air dan gas PT. Mayora Indah Tbk tahun 2012 sebagai berikut :

$$\text{biaya variabel} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$\text{biaya variabel} = \frac{3 \times 32.182.487.412 - (21.455.206 \times 4.860)}{3 \times 164.385.546.714.660 - (21.455.206)^2}$$

$$= \frac{-216.269.441.244}{-887.820.953.363.328} = 0,00024$$

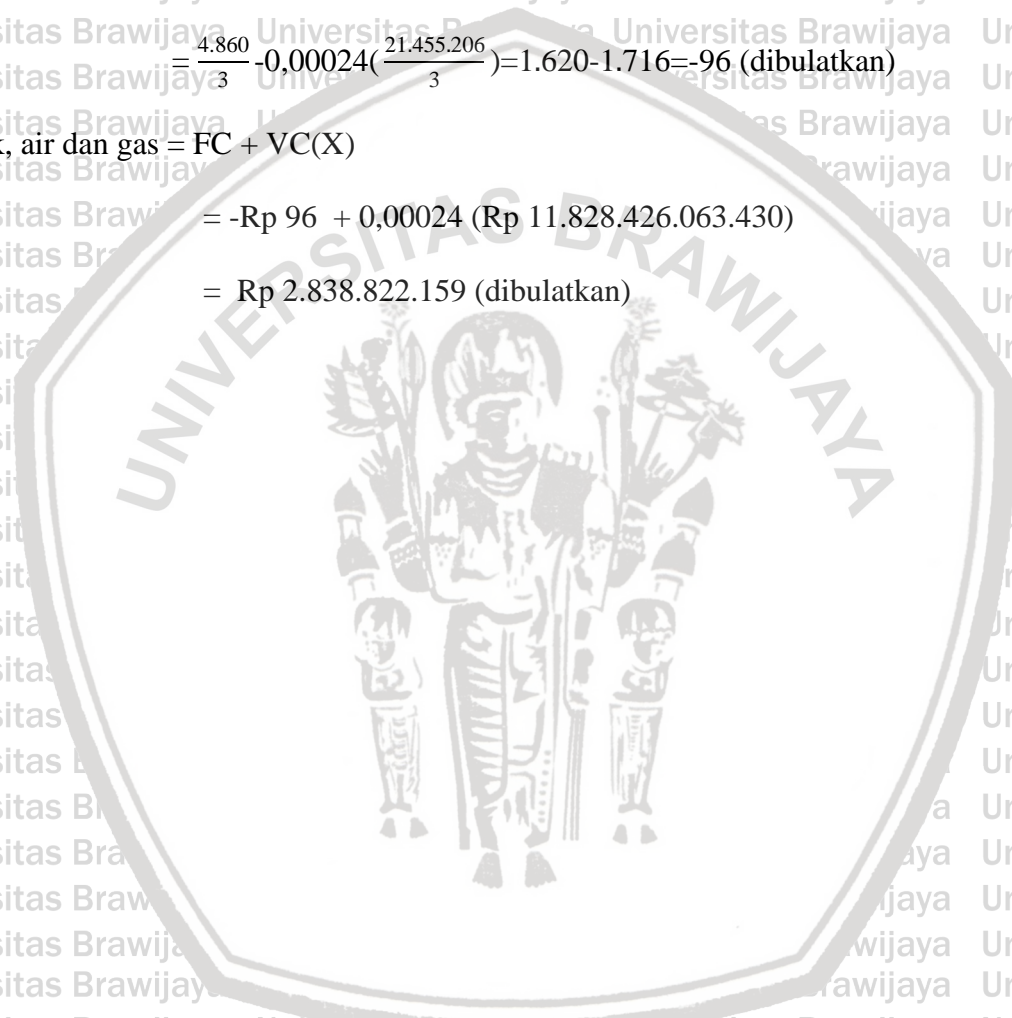
$$\text{biaya tetap} = \frac{\sum y}{n} - b \left(\frac{\sum X}{n} \right)$$

$$= \frac{4.860}{3} - 0,00024 \left(\frac{21.455.206}{3} \right) = 1.620 - 1.716 = -96 \text{ (dibulatkan)}$$

Proyeksi biaya listrik, air dan gas = FC + VC(X)

$$= -Rp 96 + 0,00024 (Rp 11.828.426.063.430)$$

$$= Rp 2.838.822.159 \text{ (dibulatkan)}$$



**Tabel 17 Proyeksi Biaya Lain-lain pada Biaya Umum dan Administrasi Tahun 2012 PT. Mayora Indah Tbk
(dalam jutaan rupiah)**

Tahun	Biaya (y)	Penjualan (x)	xy	x ²
2009	4.667	4.777.175	22295075725	22.821.404.673.764
2010	3.649	7.224.165	26360978085	52.188.559.829.601
2011	7.060	9.453.866	66744293960	89.375.582.211.295
Jumlah	15.376	21.455.206	115400347770	164.385.546.714.660

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data diolah)

Proyeksi biaya lain-lain pada biaya umum dan administrasi PT. Mayora Indah Tbk tahun 2012 sebagai berikut :

$$\text{biaya variabel} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$\text{biaya variabel} = \frac{3 \times 115400347770 - 329895247456}{3 \times 164.385.546.714.660 - (21.455.206)^2}$$

$$\text{biaya variabel} = \frac{-643484699058}{-887820953363328} = 0,00072$$

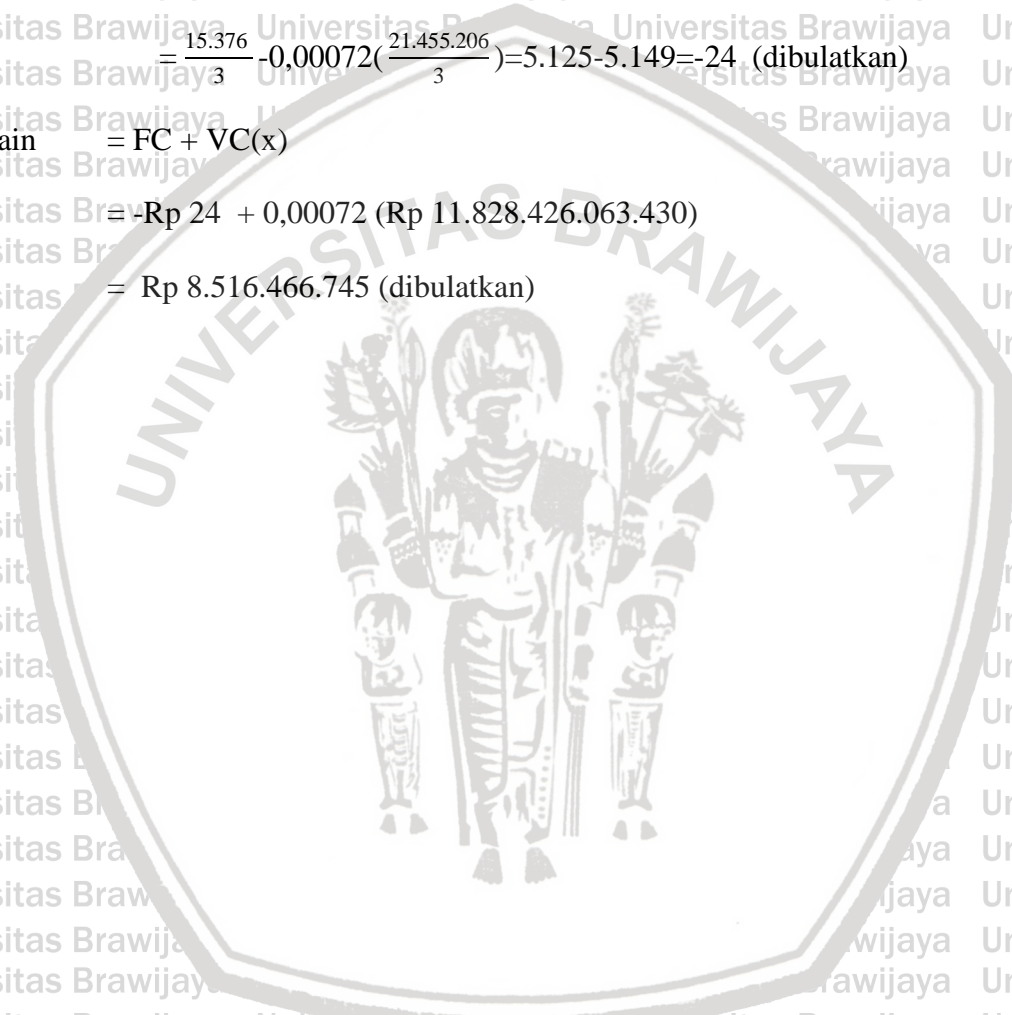
$$\text{biaya tetap} = \frac{\sum y}{n} - b \left(\frac{\sum x}{n} \right)$$

$$= \frac{15.376}{3} - 0,00072 \left(\frac{21.455.206}{3} \right) = 5.125 - 5.149 = -24 \text{ (dibulatkan)}$$

Proyeksi biaya lain-lain = FC + VC(x)

$$= -Rp 24 + 0,00072 (Rp 11.828.426.063.430)$$

$$= Rp 8.516.466.745 \text{ (dibulatkan)}$$



5. Menghitung *Degree of Operating Leverage*

Degree of Operating Leverage (DOL) dapat dipergunakan untuk menghitung tingkat *income* (pendapatan). Perhitungan tingkat *leverage* menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{tingkat leverage operasi} = \frac{\text{marjin kontribusi}}{\text{laba operasi}}$$

Perhitungan dibawah ini, merupakan perhitungan tingkat *leverage* tahun

2009-2011 PT. Mayora Indah Tbk :

$$\text{tingkat leverage operasi tahun 2011} = \frac{850.579.951.022}{757.876.976.650} = 1,12$$

$$\text{tingkat leverage operasi tahun 2010} = \frac{875.342.092.867}{773.335.131.028} = 1,13$$

$$\text{tingkat leverage operasi tahun 2009} = \frac{714.736.447.201}{613.187.243.759} = 1,16$$

Tingkat *leverage* pada PT. Mayora Indah Tbk, terlihat dari tahun

2009-2011 terlihat menurun. Hal ini terjadi karena jumlah biaya tetap menurun dari tahun 2009 hingga 2011. Nilai *operating leverage* yang

tinggi, mengindikasikan risiko lebih tinggi dalam arti perubahan penjualan

akan menimbulkan akibat relatif lebih besar pada laba. Apabila volume

penjualan besar, lebih baik tingkat *leverage* tinggi dan sebaliknya jika

volume penjualan menurun, maka tingkat *leverage* lebih baik rendah.

Berikut disajikan didalam tabel :

Tabel 18 Daftar *Degree of Operating Leverage* PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011, 2010 dan 2009

Tahun	DOL
2011	1,12
2010	1,13
2009	1,16

Sumber : PT. Mayora Indah Tbk (data diolah)

Tabel diatas menunjukkan daftar *degree of operating leverage* PT.

Mayora Indah Tbk. Tingkat *leverage* paling tinggi terjadi pada tahun 2009

dari pada tahun berikutnya artinya pada saat itu, perusahaan memiliki risiko

lebih tinggi. Tingkat *leverage* pada tingkat penjualan tertentu dapat

membantu manajer untuk menghitung dampak fluktuasi penjualan terhadap

laba operasi tiap periodenya. Biaya tetap pada tingkat *leverage* operasi akan

berbeda pada tingkat penjualan yang berbeda pula.

6. Menghitung *Margin of Safety*

Marjin pengaman dapat mengindikasikan berapa banyak penjualan

yang dapat turun dari angka penjualan yang sudah dipilih sebelum mencapai

titik impas. Total marjin pengaman dan rasio marjin pengaman PT. Mayora

Indah Tbk tahun 2011 sebagai berikut :

a.) Marjin Pengaman (*Margin of Safety*)

$$\frac{\text{marjin pengaman}}{\text{penjualan}} = \frac{\text{penjualan}}{\text{yang diharapkan}} - \frac{\text{penjualan}}{\text{impas}}$$

Marjin pengaman penjualan (Rp)

$$= 9.453.865.992.878 - 1.596.556.928.690$$

$$= \text{Rp } 7.857.309.064.188$$

b. *Margin of Safety Ratio* – M/S

$$M/S = \frac{\text{angka penjualan yang dipilih} - \text{penjualan titik impas}}{\text{angka penjualan yang dipilih}}$$

$$M/S = \frac{\text{Rp } 9.453.865.992.878 - \text{Rp } 1.596.556.928.690}{\text{Rp } 9.453.865.992.878}$$

$$M/S = 83,11 \%$$

Marjin pengaman dan rasio marjin pengaman akan bernilai negatif jika titik impas melampaui angka penjualan yang dipilih. Hasil dari perhitungan ini menunjukkan bahwa marjin pengaman dan rasio merjin pengaman bernilai positif, sehingga titik impasnya tidak melampaui angka penjualan yang dipilih. Marjin pengaman tersebut berkaitan langsung dengan laba perusahaan.

D. Interpretasi Data

Hasil analisis menunjukkan bahwa biaya yang terjadi pada tahun 2011 dikelompokkan menjadi biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel.

Jumlah biaya masing-masing sebesar Rp 143.644.865.052, Rp 8.606.685.308.525 dan Rp 23.285.992.775. Perhitungan total *contribution*

margin PT. Mayora Indah Tbk untuk tahun 2011 sebesar Rp 850.579.951.022,

total tersebut memperlihatkan bahwa marjin kontribusi lebih besar daripada

jumlah biaya tetap sehingga perusahaan mampu menutup biaya tetap

perusahaan. Kontribusi marjin rasionya sendiri pada tahun 2011 mencapai

8,99%. PT. Mayora Indah Tbk merupakan perusahaan yang memproduksi lebih

dari satu macam produk, maka untuk menghitung titik impas perusahaan

menggunakan BEP Mix. Total dari BEP mix perusahaan sebesar Rp 1.596.556.928.690, yang artinya titik impas terjadi pada saat penjualan mencapai jumlah tersebut. BEP mix perusahaan sudah diketahui, kemudian perusahaan menentukan besarnya penjualan minimal tahun 2012. Penjualan minimal untuk tahun 2012 agar memperoleh laba yang diharapkan sebesar Rp 10.484.942.945.022 . Perusahaan juga merencanakan penjualan dan memproyeksikan biaya semivariabel di tahun berikutnya . Untuk mengetahui tingkat penjualan, maka perusahaan menghitung *degree of operating leverage*. Tingkat *leverage* perusahaan pada tahun 2011, 2010 dan 2009 masing-masing sebesar 1,12, 1,13, dan 1,16. Perusahaan besar seperti PT. Mayora Indah Tbk juga perlu menghitung margin pengaman yang dapat digunakan untuk mengindikasikan berapa banyak penjualan yang turun dari angka penjualan terpilih sebelum mencapai titik impas. Total margin pengaman dan rasio margin pengaman 2011 perusahaan masing-masing sebesar Rp 7.857.309.064.188 dan 83,11 %.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Analisis biaya volume laba digunakan sebagai dasar perencanaan penjualan untuk mendapatkan laba yang diharapkan pada PT. Mayora Indah Tbk. Analisis biaya volume laba merupakan pemeriksaan sistematis terhadap hubungan antara harga jual, volume penjualan dan produksi, biaya, beban dan laba. Tujuan dari analisis biaya volume laba adalah memungkinkan perusahaan untuk menentukan tingkat operasi yang harus dilakukan agar semua operating cost dapat tertutup dan untuk mengevaluasi tingkat-tingkat penjualan tertentu dalam hubungannya dengan tingkat keuntungannya. Dalam melakukan perencanaan penjualan untuk mendapatkan laba yang diharapkan, perusahaan menggunakan pemisahan atau mengklasifikasikan biaya, *contribution margin*, titik impas, perencanaan penjualan, *degree of operating leverage*, dan *margin of safety*. Analisis biaya volume laba tersebut menunjukkan keberhasilan dalam pencapaian laba yang diharapkan. Keberhasilan tersebut dapat dilihat dari hasil perhitungan analisis data tersebut yang memperlihatkan bahwa biaya variabel dapat menutupi biaya tetap, sehingga perusahaan menghasilkan laba.

Dalam menghasilkan laba perusahaan selalu melakukan perencanaan penjualan terdahulu agar mendapatkan laba yang sesuai dengan

harapan. Rasio laba usaha pada tahun 2009, 2010 dan 2011 masing-masing 12,83%, 10,70%, dan 8,02%. Rasio laba tersebut mengalami fluktuasi dari tahun 2009 hingga 2011, meski fluktuasi perusahaan tetap memperoleh laba yang diharapkan. Pemisahan atau pengklasifikasian biaya pada PT. Mayora Indah Tbk, menghasilkan biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel adalah sebesar Rp 143.644.865.052, Rp 8.606.685.308.525 dan Rp 23.285.992.775.

Kemudian nilai *contribution margin* perusahaan pada tahun 2011 sebesar Rp 850.579.951.022. Hal ini menunjukkan bahwa total biaya margin kontribusi lebih besar dibandingkan dengan biaya tetap, sehingga perusahaan mampu menutupi semua biaya tetap perusahaan. Margin kontribusi rasio perusahaan tahun 2011 mencapai 8,99%. Perusahaan yang bergerak dibidang bisnis selalu menggunakan analisis titik impas untuk mengetahui jumlah unit yang dijual menghasilkan keuntungan yang nol, maksudnya perusahaan tidak mengalami rugi atau untung. PT. Mayora Indah Tbk merupakan perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam produk, maka untuk penghitungan titik impas menggunakan BEP mix. BEP mix perusahaan mencapai Rp 1.596.556.928.690. Perencanaan laba yang diharapkan ditahun berikutnya, suatu perusahaan harus menentukan penjualan minimal agar dapat memperoleh laba sesuai harapan.

Jumlah penjualan minimal sebesar Rp 10.484.942.945.022 apabila perusahaan menetapkan keuntungan Rp 800.000.000.000.

Perencanaan penjualan pada tahun 2012 diperkirakan sebesar Rp 11.828.426.063.430. Proyeksi biaya semivariabel di tahun 2012 yaitu : biaya perbaikan dan pemeliharaan adalah Rp 544.108.420, biaya lain-lain pada beban penjualan sebesar Rp 17.032.933.494, biaya telepon dan facsimili sebesar Rp 7.451.905.147, biaya listrik, air dan gas sebesar Rp 2.838.822.159, dan biaya lain-lain pada biaya umum dan administrasi Rp 8.516.466.745. *Degree of operating leverage* PT.

Mayora Indah Tbk pada tahun 2011 sebesar 1,12 yang memperlihatkan bahwa perusahaan tersebut memiliki risiko lebih kecil dibanding tahun sebelumnya. *Margin of safety* ditahun 2011 sebesar Rp 7.857.309.064.188.

2. Perencanaan penjualan yang dilakukan PT. Mayora Indah Tbk menghasilkan laba yang baik di setiap tahunnya. Hal ini terbukti pada tahun 2012 diperkirakan penjualan mencapai Rp 11.828.426.063.430. Besar penjualan perusahaan mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya yang mana sebelumnya penjualan mencapai Rp 9.453.865.992.878. Kenaikan penjualan tersebut menunjukkan bahwa suatu perencanaan untuk penjualan hasil produksi sangat diperlukan agar dapat menghasilkan laba yang maksimal. Perhitungan titik impas menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengalami untung dan rugi pada penjualan mencapai Rp 1.596.556.928.690, sehingga penjualan minimal yang harus dicapai perusahaan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan adalah harus mencapai lebih dari total titik impas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Analisis biaya volume laba sebagai perencanaan penjualan menunjukkan

hasil yang baik, karena terbukti dengan penggunaan analisis biaya volume laba dapat merencanakan penjualan dimasa mendatang lebih baik dan terarah. Hasil analisis yang sudah dilakukan hendaknya mampu mendorong perusahaan untuk meningkatkan penjualan dimasa mendatang.

Untuk meningkatkan penjualan perusahaan harus memperbaiki hasil produksi yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan mampu

meramalkan besarnya penjualan dimasa yang akan datang. Penggunaan perencanaan penjualan tersebut juga mampu menunjukkan peningkatan laba dari tahun ke tahun. Peningkatan laba yang terjadi harus dipertahankan supaya perusahaan mampu mendorong peningkatan laba ditahun berikutnya dan supaya perusahaan mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhannya serta mampu mengantisipasi permasalahan yang ada didalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Kurniawan, Rio.2005.*Cost – Volume – Profit Analysis Terhadap Perencanaan Laba dan Pengambilan Keputusan Harga*.Malang :Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi.

Lailatul, Mariana.2011.*Penerapan Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba*.Malang : Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi.

Nilasari, Yasnita.2009.*Penerapan Cost – Volume – Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba*.Malang : Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu administrasi.

Buku

Arikunto, Suharsimi. 2003. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineke Cipta.

Blocher, et al. 2000. *Manajemen Biaya*. Dialihbahasakan oleh Susty dan Ambarriani. Jakarta: Salemba Empat.

Carter, William K.2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi Pertama. Dialihbahasakan oleh Krista. Jakarta: Salemba Empat.

Carter,William K. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi Kedua. Dialihbahasakan oleh Krista. Jakarta: Salemba Empat.

Efferin, Sujoko et al. 2004. *Metode Penelitian untuk Akuntansi*. Malang: Banyumedia Publishing.

Hansen, Dor R dan Mowen, Maryanne M. 2001. *Manajemen Biaya*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.

Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Hornngren, et al. 2008. *Akuntansi Biaya*. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.

Ihksan, Arfan. 2009. *Akuntansi Manajemen Perusahaan Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan.

Nafarin, Moh. 2004. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Raiborn, Cecily A and Michel R Kinney. 2011. *Akuntansi Biaya Dasar dan Perkembangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Siagian, Sondang P. 2008. *Filsafat Administrasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Simamora, Henry. 2003. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Sugiri, Slamet dan Sulastiningsih. 2004. *Akuntansi Management Sebuah Pengantar*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Syamsuddin, Lukman. 2009. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Salemba empat.

Internet

Adriana.2008. "*Definisi atau Pengertian Biaya*", diakses pada Tanggal 27 Januari 2012 dari <http://id.shvoong.com/business-management/accounting>.

Carrisa,Andi.2011. "*Komposisi Penjualan untuk Perencanaan Laba*", diakses pada Tanggal 14 Februari 2012 dari <http://andicarissa.wordpress.com>.

.....2011. "*Analisis Biaya Volume Laba*", diakses pada Tanggal 21 Maret 2012 dari <http://elearning.gunadarma.ac.idbab13>.



LAMPIRAN 1

Daftar Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilakunya PT. Mayora Indah Tbk.
Tahun 2009-2010

Keterangan	Klasifikasi Biaya 2009		
	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Semivariabel
<u>Biaya Produksi</u>			
Bahanbaku & pembungkus yang digunakan		3.051.703.178.447	
Tenaga Kerja langsung		162.443.491.775	
B. produksi tidak langsung		437.469.035.295	
<u>Beban Usaha :</u>			
<u>Beban Penjualan</u>			
Iklan & Promosi		271.506.668.042	
Pengiriman		37.765.445.690	
Gaji		41.144.000.557	
Perjalanan Dinas		5.445.167.002	
Pajak & Perijinan		308.473.948	
Sewa	2.424.525.799		
Barang cetakan & alat tulis		1.112.667.168	
Sumbangan	800.715.592		
Perbaikan & Pemeliharaan			496.920.640
Lain lain			8.586.652.208
<u>Beban umum & Administrasi</u>			
Gaji	57.409.829.045		

Beban imbalan pasca kerja		43.291.991.215	
Jasa profesional	1.315.581.596		
Penyusutan	7.841.086.997		
Asuransi	5.495.792.191		
Perjalanan dinas	6.588.269.655		
Sewa	6.053.409.840		
Pajak & Perijinan	3.884.564.732		
Pemeliharaan		5.648.094.959	
Sumbangan & Representasi		3.265.372.748	
Barang cetakan & alat tulis		834.038.993	
Telepon & Facsimile		1.415.996.509	
Listrik, air & gas		2.220.688.240	
Rapat & Publikasi		501.313.500	
Amortisasi emisi obligasi	573.865.130		
Lain-lain		4.667.149.596	
JUMLAH	92.387.640.577	4.062.438.939.339	17.387.407.193

Keterangan	Klasifikasi Biaya 2010		
	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Semivariabel
<u>Biaya Produksi</u>			
Bahanbaku & pembungkus yang digunakan		4.675.004.480.048	
Tenaga Kerja langsung		245.540.041.575	
B. produksi tidak langsung		614.513.755.569	
Beban Usaha :			
<u>Beban Penjualan</u>			
Iklan & Promosi		660.948.354.365	
Pengiriman		66.700.629.335	
Gaji		42.518.992.693	
Perjalanan Dinas		6.164.634.470	
Pajak & Perijinan		1.276.348.683	
Sewa	3.208.552.770		
Barang cetakan & alat tulis		1.857.094.363	
Sumbangan	445.959.249		
Perbaikan & Pemeliharaan			570.529.034
Lain lain			8.776.934.521
<u>Beban umum & Administrasi</u>			
Gaji	64.805.102.758		
Baban imbalan pasca kerja		24.321.960.580	
Jasa profesional	1.616.824.606		

Penyusutan	7.314.196.015		
Asuransi	6.209.086.172		
Perjalanan dinas	7.782.115.066		
Sewa	6.565.696.787		
Pajak & Perijinan	5.254.578.544		
Pemeliharaan		3.351.500.232	
Sumbangan & Representasi		4.408.638.919	
Barang cetakan & alat tulis		1.692.509.660	
Telepon & Facsimile			1.001.087.863
Listrik, air & gas			1.513.118.406
Rapat & Publikasi		523.958.500	
Amortisasi emisi obligasi	573.865.130		
Lain-lain			3.648.910.193
JUMLAH	103.775.977.097	6.348.822.898.992	15.510.580.017

SURAT KETERANGAN
NO. 0101/P.BEI-UB/VI/2012

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Pojok Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Brawijaya Malang menerangkan bahwa:

Nama : TITIS ATININGSIH
NIM : 0810320155
Fakultas / Jurusan : ILMU ADMINISTRASI / BISNIS
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS BRAWIJAYA
Al mat : JL. MT.HARYONO NO.163, MALANG



Telah mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi di Pojok Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Brawijaya Malang pada bulan Mei. Penelitian tersebut berjudul:

“ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI DASAR PERENCANAAN PENJUALAN PADA TINGKAT LABA YANG DIHARAPKAN (STUDI PADA PT. MAYORA INDAH TBK)”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana – mestinya.

Malang, 28 Juni 2012

Kepala POJOK BEI UB,



Lutfi Harris, M.Ak.
NIP.19780621 200501 1 003

Pojok BEI – UB
Gedung Pusat Pengembangan Akuntansi (PPA)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jl. Mayje : Haryono 165, Malang 65145 – Indonesia
Telp: 0341-556280, 551396 (psw.250)
Fax: 0341-556289