

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

(Studi Pada CV. Djenggolo Sidoarjo)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya

**ANISA WAHYUNINGRUM
115030200111053**



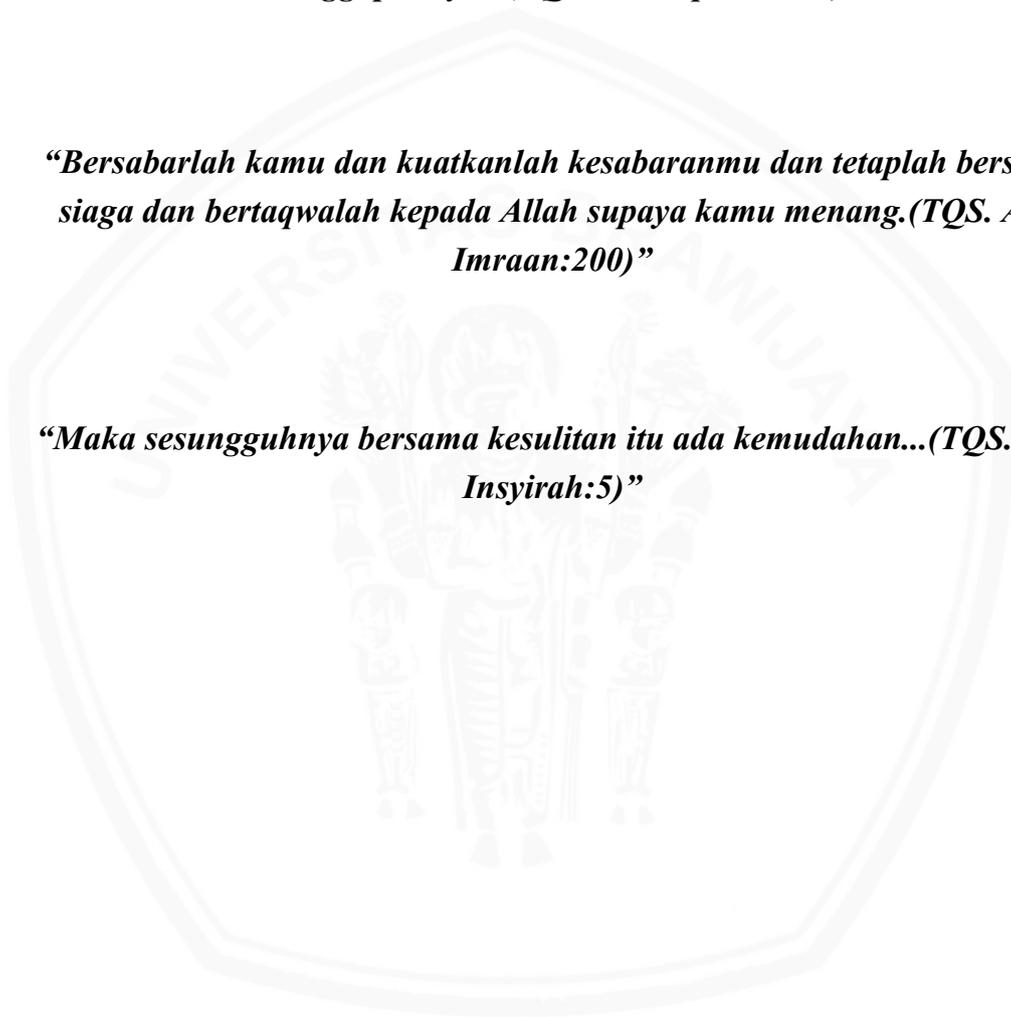
**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN KEUANGAN
MALANG
2018**

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...(TQS. Al-Baqarah:286)”

“Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga dan bertaqwalah kepada Allah supaya kamu menang.(TQS. Ali Imraan:200)”

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan...(TQS. Al-Insyirah:5)”





PERNYATAAN ORISINALITAS 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 disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila pernyataan 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 diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003 Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 05 Juli 2018

Mahasiswa,

Anisa Wahyuningrum
NIM . 115030200111053

RINGKASAN

Anisa Wahyuningrum, 2018, **Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan Perusahaan (Studi Pada CV. Djenggolo Sidoarjo)**. Dosen Pembimbing I: Dr. Dra. Sri Mangesti Rahayu, M.Si, Dosen Pembimbing II: Drs. Achmad Husaini, M.AB.
114 Hal. + xiv

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya bergantung pada kemampuan manajemen perusahaan. Perencanaan memiliki peran penting untuk mengetahui, menjaga, dan mengatur aktivitas perusahaan pada masa yang akan datang (Arizal, 2014: 2). Tujuan umum perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang maksimal. Perlunya suatu analisis untuk mengetahui peningkatan (penurunan) laba perusahaan dan perencanaan agar aktivitas pengelolaan usaha yang dilakukan suatu perusahaan dapat secara maksimal dan potensi peningkatan laba dapat maksimal. Analisis biaya volume laba dapat membantu pihak manajemen dalam meningkatkan penjualan dan perencanaan tingkat laba dimasa datang

Tujuan penelitian ini, yaitu: (1) mengetahui penyebab penurunan persentase laba CV. Djenggolo, (2) mengetahui penerapan analisis biaya volume laba dalam perencanaan penjualan dan laba pada CV. Djenggolo Sidoarjo tahun 2018, (3) mengetahui jumlah tambahan penjualan yang dibutuhkan CV. Djenggolo untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan.

Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Teknik yang digunakan oleh peneliti dalam penulisan skripsi ini yaitu dokumentasi, yaitu penelitian yang dilakukan dengan teknik mengumpulkan laporan, dokumen-dokumen perusahaan, dan data pendukung sekunder yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti dan di bahas. Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) analisis horizontal, (2) analisis biaya volume laba, (3) perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan.

Hasil dari penelitian berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan atas data CV. Djenggolo Sidoarjo dapat disimpulkan penjualan meningkat 19,98%, laba mengalami penurunan 11,32%. Titik impas untuk tahun 2018 terjadi pada angka 40.629 m² dengan pendapatan sebesar 1.777.891.639, pada perencanaan laba CV. Djenggolo menetapkan kenaikan laba untuk tahun 2018 sebesar 15%. Untuk mencapai tingkat laba tersebut, perusahaan harus mampu mencapai penjualan sebesar Rp 3.043.506.300, dengan letak presentase *margin of safety* sebesar 36,52%.

Saran yang diajukan dalam penelitian ini yaitu CV. Djenggolo Sidoarjo harus mampu menggunakan analisis horizontal untuk mengetahui perkembangan perusahaan, serta analisis biaya volume laba untuk meningkatkan penjualan dan merencanakan laba secara tepat, titik impas dan *margin of safety* dapat membantu perusahaan mengetahui kondisi penjualan yang sedang terjadi, apakah perusahaan berada pada titik aman atau sebaliknya. Penjualan minimal juga dapat diketahui oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat penjualan agar perusahaan mampu mencapai tingkat laba yang diharapkan dimasa yang akan datang.

SUMMARY

Anisa Wahyuningrum, 2018, Analysis Cost Volume Profit as a Basic Sales Planning At Profit Level Expected Company (Study On CV Djenggolo Sidoarjo). Supervisor I: Dr. Dra. Sri Mangesti Rahayu, M.Si, Counselor Lecturer II: Drs. Achmad Husaini, M.AB.

114 Pg. + xiv

The company's success in achieving its goals depends on the company's management capabilities. Planning has an important role to know, maintain, and manage corporate activities in the future (Arizal, 2014: 2). The company's overall goal is to generate maximum profit. The need for an analysis to determine the increase (decrease) in corporate profits and planning for business management activities undertaken a company can maximally and the potential increase in profits can be maximized. Cost volume profit analysis can help the management in increasing sales and planning of earnings level in the future

The purpose of this study, namely: (1) determine the cause of the decrease in the percentage of CV earnings. Djenggolo, (2) to know the application of cost volume profit analysis in sales planning and profit on CV. Djenggolo Sidoarjo 2018, (3) knowing the additional amount of sales required CV. Djenggolo to reach the expected profit level.

This research method is descriptive research. Techniques used by researchers in the writing of this thesis is documentation, that is research conducted by techniques collect reports, company documents, and secondary support data that have to do with issues to be studied and discussed. Research focus in this thesis is (1) horizontal analysis, (2) profit volume cost analysis, (3) sales planning at expected profit level.

Results of research based on calculations that have been done on the CV data. Djenggolo Sidoarjo can be concluded sales increased 19,98%, profit decreased 11,32%. The break-even point for 2018 occurs at 40.629 m² with an income of 1.777.891.639, on the earnings plan of the CV. Djenggolo set profit increase for the year 2018 by 15%. To achieve the level of profit, the company must be able to achieve sales amounting to Rp 3.043.506.300, with the percentage of margin of safety of 36,52%.

Suggestions raised in this research are CV. Djenggolo Sidoarjo must be able to use horizontal analysis to know the development of the company, as well as profit volume cost analysis to increase sales and plan profit properly, break even and margin of safety can help the company know the condition of sales that is happening, whether the company is at safe point or vice versa . Minimum sales can also be known by the company to determine the level of sales for the company is able to achieve expected levels of profit in the future.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk orang-orang yang selama ini telah memberikan banyak bantuan, dukungan, semangat, dan doa yang tidak pernah putus hingga terselesaikannya skripsi ini.

1. **ALLAH SWT, karena hanya izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat dbuat. Puji syukur yang tak terhingga pada Allah SWT yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.**
2. **Kedua orang tuaku, yang begitu banyak berkorban dan telah memberikan dukungan dari segi moril maupun materiil, serta doa yang tiada henti-hentinya untuk kesuksesan saya.**
3. **Suami tercinta yang senantiasa memberikan do'a, senyum, nasehat, dukungan, kasih sayang, perhatian, dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.**
4. **Kedua kakakku yang senantiasa memberi dukungan, semangat, dan do'a serta menghibur penulis.**
5. **Rekan kerja KB/TK IQRO (Ms. Rini, Ms. Ana, Ms. Ning, Ms. Dewi) yang selalu ada untuk memberi support dan bantuannya.**
6. **Semua sahabat saya serta teman-teman seperjuangan, teimakasih untuk perjuangan yang kita lewati bersama dan untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan Perusahaan (Studi Kasus pada CV. Djenggolo Sidoarjo)”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. Mochammad Al Musadieg, MBA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Ibu Nila Firdausi Nuzula, S. Sos., M.Si., Ph.D, selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

4. Ibu Dr. Dra. Sri Mangesti Rahayu, M. Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberi semangat dan dorongan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Achmad Husaini, M. AB, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberi semangat dan dorongan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Zahir Salim selaku Pimpinan dan Bapak Haikal selaku Staf CV. Indah Djenggolo Sidoarjo yang telah memberikan kesempatan dan sudah banyak membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang sudah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
8. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang begitu banyak memberikan semangat, dorongan, dan juga doa yang tulus kepada peneliti.
9. Teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan hingga terselesainya skripsi ini.

Demikian kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan, semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 05 Juli 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

MOTTO	i
TANDA PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISNALITAS SKRIPSI	iii
RINGKASAN	iv
SUMMARY	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kontribusi Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Biaya	9
1. Pengertian Biaya.....	9
2. Objek Biaya	10
3. Klasifikasi Biaya	11
4. Perilaku Biaya	13
5. Metode Pemisahan Biaya Semivariabel	17
B. Analisis Horizontal.....	21
C. Analisis Biaya Volume Laba	22
1. Pengertian Analisis Biaya Volume Laba.....	22
2. Margin Kontribusi	25
3. Titik Impas (<i>Break Even Point</i>)	27
4. Margin Pengaman Penjualan (<i>Margin Of Safety</i>)	32
D. Perencanaan Laba.....	33
1. Pengertian Perencanaan Laba.....	33
2. Menentukan Tujuan Laba.....	35
3. Keuntungan Perencanaan Laba	35
4. Keterbatasan Perencanaan Laba	36
E. Peramalan(<i>Forecasting</i>).....	36
1. Pengertian Peramalan	36
2. Jenis-jenis Peramalan	37

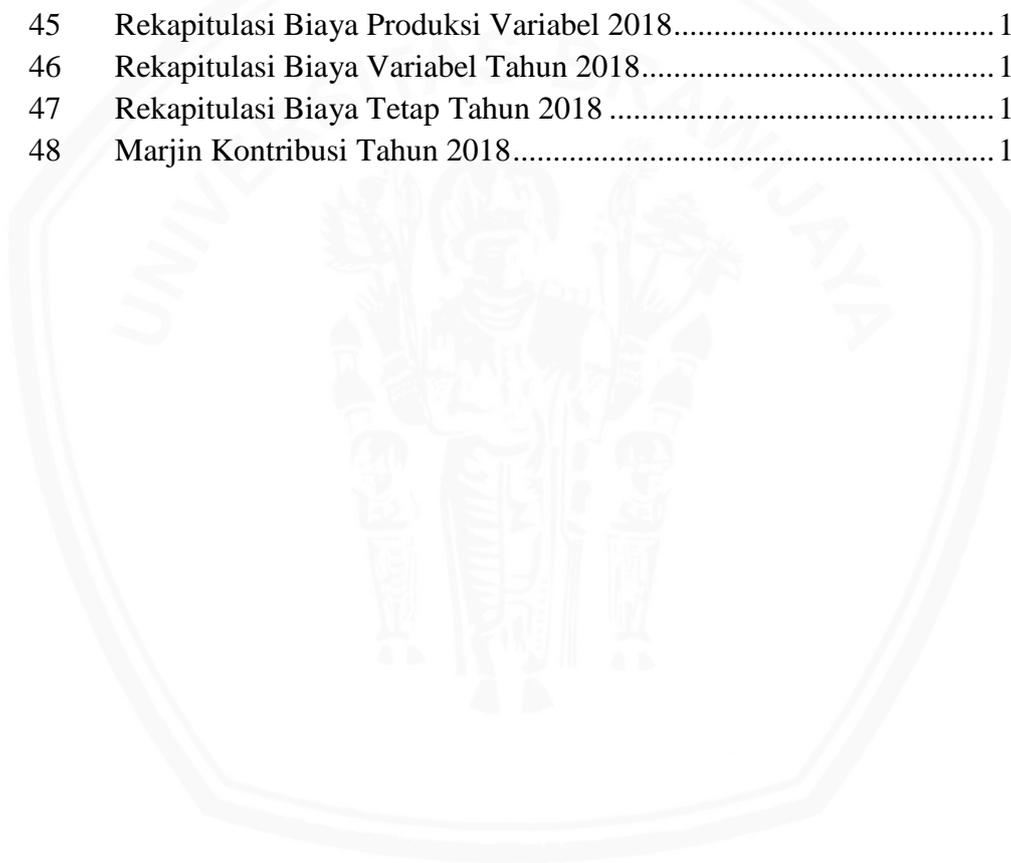
	3. Analisis <i>Trend</i>	37
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian	40
	B. Fokus Penelitian	40
	C. Lokasi Penelitian	41
	D. Sumber Data	41
	E. Teknik Pengumpulan Data	42
	F. Intrumen Pengumpulan Data	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Perusahaan	46
	1. Sejarah Perusahaan	46
	2. Bentuk Hukum	46
	3. Lokasi Perusahaan	47
	4. Struktur Organisasi	50
	5. Tujuan Perusahaan	54
	6. Personalia	56
	B. Penyajian Data	59
	1. Laporan Keuangan Tahun 2015-2017	59
	2. Penjualan dan Volume	61
	3. Data Yang Berhubungan Dengan Biaya	62
	C. Analisis Data	64
	1. Perbandingan Laporan Keuangan	64
	2. Pengelompokan Biaya Berdasarkan Jenis Biaya	68
	3. Pemisahan Biaya	70
	4. Perhitungan Margin Kontribusi	88
	5. Menentukan Tingkat <i>Break Even Point</i> (BEP)	89
	6. Perhitungan <i>Margin Of Safety</i> (MoS)	91
	D. Pembahasan Hasil Penelitian	91
	E. Membuat Perencanaan Tahun 2018	93
	1. Membuat Rencana Volume Penjualan Menggunakan Analisis <i>Trend</i>	94
	2. Membuat Rencana Harga Jual	96
	3. Membuat Rencana Produksi	96
	4. Membuat Anggaran Biaya Tahun 2018	97
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	112
	B. Saran	114

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

1	Volume Penjualan CV. Djenggolo Tahun 2015-2017	4
2	Pertumbuhan Laba Bersih CV. Djenggolo Tahun 2014-2017..	4
3	Jumlah Karyawan Pada CV. Djenggolo.....	56
4	Laporan Keuangan CV. Djenggolo Tahun 2017.....	59
5	Harga Jual CV. Djenggolo Tahun 2017	61
6	Volume Penjualan CV. Djenggolo Tahun 2017.....	61
7	Biaya-biaya CV. Djenggolo Tahun 2017	62
8	Laporan Keuangan Tahun 2015-2016.....	64
9	Laporan Keuangan Tahun 2016-2017	66
10	Klasifikasi Biaya ke Dalam Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semi Variabel CV. Djenggolo	69
11	Data Biaya Listrik, Air dan Telepon CV. Djenggolo Tahun 2017	70
12	Data Biaya Mesin dan Peralatan CV. Djenggolo Tahun 2017.....	72
13	Data Biaya Telepon, Listrik, Air CV. Djenggolo Tahun 2017	73
14	Data Biaya Inventaris Kantor CV. Djenggolo Tahun 2017	75
15	Data Biaya Reparasi Kendaraan CV. Djenggolo Tahun 2017	76
16	Rekapitulasi Biaya Overhead Pabrik Semivariabel Setelah Dipisahkan dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2017	78
17	Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Variabel Tahun 2017	79
18	Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Tetap Tahun 2017	80
19	Rekapitulasi Biaya Administrasi Umum Semivariabel Setelah Dipisahkan dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2017	81
20	Biaya Administrasi dan Umum Variabel Tahun 2017	82
21	Perhitungan Biaya Administrasi dan Umum Tetap Tahun 2017	82
22	Rekapitulasi Biaya Pemasaran Semivariabel Setelah Dipisahkan dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2017.....	83
23	Biaya Pemasaran Variabel Tahun 2017	84
24	Perhitungan Biaya Pemasaran Tetap Tahun 2017.....	85
25	Rekapitulasi Seluruh Biaya Tahun 2017	85
26	Biaya Produksi Variabel Tahun 2017	87
27	Rekapitulasi Seluruh Biaya Variabel Tahun 2017	87
28	Rekapitulasi Seluruh Biaya Tetap Tahun 2017	88
29	Margin Kontribusi Tahun 2017.....	88
30	Membuat Rencana Volume Penjualan Menggunakan Analisis <i>trend</i> ...	94
31	Perencanaan Volume Penjualan PV TU T6 Tahun 2018.....	95
32	Anggaran Volume Penjualan Tahun 2018	95
33	Anggaran Harga Jual Tahun 2018.....	96
34	Anggaran Penjualan Tahun 2018	96

35	Anggaran Produksi Tahun 2018.....	96
36	Anggaran Biaya Overhead Pabrik VariabelTahun 2018.....	99
37	Anggaran Biaya Overhead Pabrik Variabel Per Produk Th 2018.....	100
38	Klasifikasi Anggaran Biaya Overhead Pabrik Tahun 2018	100
39	Anggaran Biaya Produksi VariabelTahun 2018.....	101
40	Anggaran Biaya Administrasi & Umum VariabelTahun 2018.....	102
41	Anggaran Biaya Administrasi & Umum Variabel Per ProdukTahun 2018.....	102
42	Klasifikasi Anggaran Biaya Administrasi dan Umum Th 2018.....	103
43	Anggaran Biaya Pemasaran Variabel Tahun 2018.....	104
44	Klasifikasi Anggaran Biaya Pemasaran Tahun 2018.....	104
45	Rekapitulasi Biaya Produksi Variabel 2018.....	105
46	Rekapitulasi Biaya Variabel Tahun 2018.....	105
47	Rekapitulasi Biaya Tetap Tahun 2018	107
48	Marjin Kontribusi Tahun 2018.....	108



DAFTAR GAMBAR

1	Grafik Biaya Tetap	14
2	Grafik Biaya Variabel.....	15
3	Grafik Biaya Semi Variabel.....	17
4	Contoh Analisis Horizontal	21
5	Struktur Organisasi CV. Djengolo.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

1	Curriculum Vitae.....	118
2	Surat Keterangan Penelitian.....	119



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri pengolahan merupakan salah satu sektor industri yang memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan nasional negara. Banyaknya industri di Indonesia, tentu membawa dampak pada persaingan bisnis yang semakin ketat diantara pelaku bisnis. Kegiatan bisnis memiliki suatu tujuan yang selalu mengarah pada tingkat penerimaan laba agar dapat digunakan sebagai sumber dana untuk kelangsungan hidup dalam memenuhi kebutuhan perusahaan itu sendiri.

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya bergantung pada kemampuan manajemen perusahaan, yang sering dihadapkan pada hambatan yang membuat perusahaan tidak berjalan dengan baik. Salah satu faktor penyebab kegagalan suatu perusahaan adalah faktor kesalahan manajemen dalam menerapkan strategi yang berhubungan dengan perencanaan tingkat penjualan dan laba, yang akan mempengaruhi penentuan harga dan volume produksi dalam perusahaan. Adanya permasalahan tersebut, menimbulkan suatu tantangan bagi manajemen perusahaan, yaitu meminimalkan biaya dan meningkatkan penjualan.

Biaya (*cost*) merupakan kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi (Hansen dan Mowen, 2006:40). Pengeluaran atau

pengorbanan dalam akuntansi keuangan dicerminkan oleh penyusutan atas kas atau aset lain yang terjadi pada saat ini atau di masa yang akan datang (Carter, 2009:30).

Tantangan berikutnya yaitu penjualan. Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut (Mulyadi, 2008:202). Tantangan tersebut merupakan tuntutan bagi manajemen perusahaan dalam memaksimalkan salah satu perannya, yaitu melakukan perencanaan. Perencanaan memiliki peran penting untuk mengetahui, menjaga, dan mengatur aktivitas perusahaan pada masa yang akan datang (Arizal, 2014:2). Salah satu bentuk perencanaan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan adalah perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan, karena tujuan umum perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang optimal. Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan (Carter, 2011:4). Pihak manajemen harus mampu memahami, mengetahui, dan mengkombinasikan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat laba pada saat menyusun perencanaan laba perusahaan. Salah satu konsep yang dapat diikuti perusahaan dalam menyusun suatu perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan adalah Analisis Biaya Volume Laba atau *Cost Volume Profit Analysis*.

Analisis biaya volume laba dapat membantu perusahaan untuk melaksanakan strateginya dengan cara memberikan informasi mengenai bagaimana perubahan volume penjualan yang mempengaruhi biaya dan laba. Analisis biaya volume laba

repository.ub.ac.id

dapat digunakan oleh manajer untuk memilih suatu alternatif tindakan dengan mengetahui hubungan antara faktor-faktor yang berpengaruh terhadap laba, serta dampak perubahan faktor tersebut terhadap laba, sehingga dapat dihasilkan keputusan yang tepat. Analisis biaya volume laba dapat diterapkan dalam banyak hal, antara lain; menentukan harga jual produk atau jasa, kebijakan beban perencanaan, serta berbagai pertimbangan penting lainnya dalam proses perencanaan. Perusahaan dapat mengetahui tingkat titik impas atau *Break Even Point* (BEP) dengan menggunakan analisis biaya volume laba, sehingga nantinya dapat dipakai sebagai acuan dalam suatu perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan.

“Titik impas (*break even point*) adalah titik dimana besarnya biaya dan pendapatan adalah sama. Tidak ada laba maupun rugi pada titik impas. Oleh karena analisis biaya volume laba menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai target laba, maka analisis titik impas adalah kasus khusus dari biaya volume laba. Untuk mencapai titik impas, target laba adalah nol” (Carter, 2009:283).

Semua perusahaan baik yang berskala besar maupun kecil, harus dapat menerapkan analisis yang tepat berkaitan dengan perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan, tak terkecuali CV. Djenggolo. CV. Djenggolo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pembuatan paving, yang sedang berkembang dan memiliki potensi yang cukup baik. CV. Djenggolo menjual paving blok dengan menggunakan satuan m^2 , paving T6 dijual dengan harga Rp 45.000,00/ m^2 , $1 m^2 = 44$ pcs, dan paving TU T6 dijual dengan harga Rp 33.000,00/ m^2 , $1 m^2 = 3$ pcs. Volume penjualan CV. Djenggolo terlihat pada tabel 1 berikut ini:

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Tabel 1 Volume Penjualan CV. Djenggolo Tahun 2015 - 2017

Tahun	Penjualan (Rp)	T6 (Rp)	TU T6 (Rp)	Volume Penjualan (dalam m ²)
2015	1.919.800.000	1.128.525.000	791.275.000	53.050
2016	2.137.170.000	1.242.066.000	895.104.000	57.545
2017	2.569.050.000	1.490.175.000	1.078.875.000	63.940

Sumber: CV. Djenggolo, 2017

Tabel 1 menunjukkan bahwa tahun 2015 CV. Djenggolo memiliki volume penjualan sebesar 53.050 m² atau sebanyak Rp 1.919.800.000,00 dan terus meningkat hingga tahun 2017, volume penjualan CV. Djenggolo sebesar 63.440 m² atau sebanyak Rp 2.569.050.000,00. Kenaikan volume penjualan CV. Djenggolo dipicu oleh semakin banyaknya permintaan konsumen yang didukung oleh program pemerintah mengenai pembangunan perumahan, jalan, dan trotoar. Hal ini menyebabkan potensi pasar produk paving semakin bagus dilihat dari kebutuhan yang terus meningkat. Meskipun memiliki volume penjualan yang semakin meningkat, CV. Djenggolo memiliki pertumbuhan laba yang semakin menurun dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2 Pertumbuhan Laba Bersih CV. Djenggolo Tahun 2014 – 2017

Tahun	Lab Bersih (Rp)	Kenaikan / Penurunan Laba per Tahun
2014	215.351.635	-
2015	265.643.840	23%
2016	305.527.238	15%
2017	249.554.714	-18%

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 2 di atas, CV. Djenggolo memiliki persentase laba tahun 2015 sebesar 23%, ditahun 2016 presentase menurun sebesar 15% dari tahun 2015, dan pada tahun 2017 presentase laba semakin menurun sebesar -18% dibanding tahun-tahun sebelumnya. Walaupun masih laba, tetapi CV. Djenggolo

mengalami penurunan laba dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa CV. Djenggolo belum mampu menerapkan analisis yang tepat untuk perencanaan penjualan, oleh karenanya diperlukan bagaimana cara membuat perencanaan yang tepat agar laba yang diperoleh perusahaan dapat ditingkatkan.

Penjualan CV. Djenggolo mengalami kenaikan, tetapi justru labanya mengalami penurunan. Kenyataan ini menjadi hal yang penting untuk dilakukan suatu perencanaan sehingga aktivitas pengelolaan usaha yang dilakukan dapat secara maksimal dan potensi peningkatan laba dapat dimaksimalkan. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai perencanaan laba untuk mencapai volume penjualan agar dapat mencapai laba maksimal dengan mengambil judul **“ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI DASAR PERENCANAAN PENJUALAN PADA TINGKAT LABA YANG DIHARAPKAN PERUSAHAAN (Studi Pada CV. DJENGGOLO SIDOARJO)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa penyebab persentase laba CV. Djenggolo mengalami penurunan?
2. Bagaimana penerapan analisis biaya volume laba dalam merencanakan penjualan dan laba tahun 2018?
3. Berapakah jumlah tambahan penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat ditarik tujuan penelitian yaitu:

1. Mengetahui penyebab penurunan persentase laba CV. Djenggolo.
2. Mengetahui penerapan analisis biaya volume laba dalam perencanaan penjualan dan laba pada tahun 2018.
3. Mengetahui jumlah tambahan penjualan yang dibutuhkan untuk mencapaitingkat laba yang diharapkan.

D. Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat baik secara akademis maupun praktis, yaitu:

1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan masukan yang dapat dikembangkan oleh peneliti yang melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang, serta bermanfaat dalam menambah pengetahuan dan wawasan khususnya dalam hal mengenai analisis hubungan biaya volume laba yang dapat digunakan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusan dan perencanaan tingkat laba yang diharapkan manajemen suatu perusahaan.

2. Kontribusi Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi yang bermanfaat dan menjadi sumbangan pemikiran serta sebagai sumber analisa kepada para pembaca mengenai hubungan biaya volume laba terutama dalam hal perencanaan penjualan untuk mencapai laba yang diharapkan suatu perusahaan sehingga manajemen dapat memprediksikan

peluang dan cara menghadapi tantangan dimasa yang akan datang demi tercapainya tingkat penjualan yang diharapkan dan laba yang optimal.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk memberikan gambaran atau uraian secara garis besar dari masing-masing bab yang ditulis oleh peneliti dalam penyusunan skripsi ini secara menyeluruh. Berikut uraian singkat pokok bahasan yang akan dibahas pada tiap-tiap babnya:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Pada bab ini peneliti menguraikan teori-teori yang berkaitan dan mendukung penelitian mengenai teori konsep biaya, perencanaan laba, pengertian analisis biaya volume laba, menentukan titik impas, margin kontribusi, *margin of safety*, serta peramalan penjualan untuk perencanaan penjualan dan tingkat laba yang diharapkan perusahaan.

BAB III: Metode Penelitian

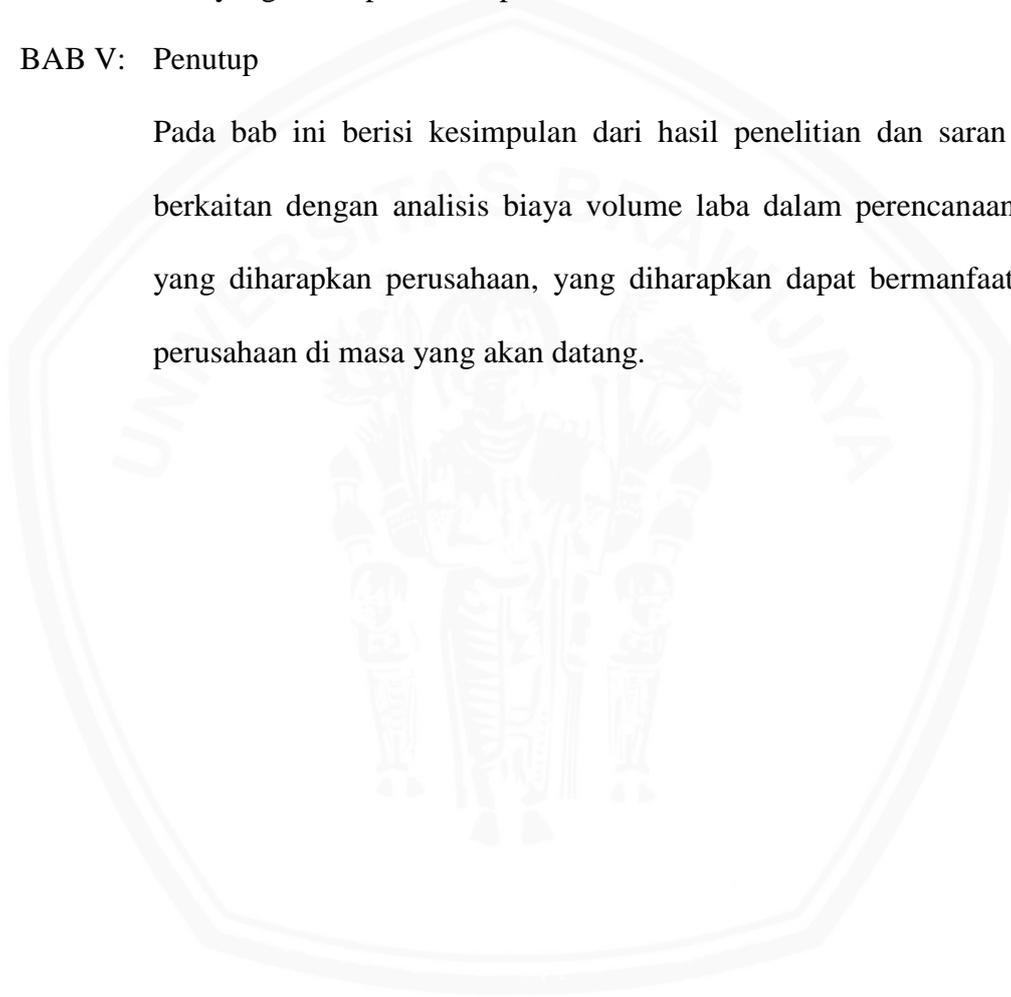
Pada bab ini peneliti menguraikan bagaimana penelitian ini dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan komponen : jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini peneliti menguraikan hasil perhitungan analisis biaya volume laba mulai dari menentukan titik impas, margin kontribusi, menghitung volume penjualan yang harus dicapai, serta perencanaan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

BAB V: Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang berkaitan dengan analisis biaya volume laba dalam perencanaan laba yang diharapkan perusahaan, yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan di masa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Biaya

1. Pengertian Biaya

Perusahaan yang berorientasi profit pasti akan berusaha untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Salah satu ukuran yang paling sering digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya suatu perusahaan adalah besarnya laba yang diperoleh oleh perusahaan tersebut. Besarnya laba yang diperoleh oleh perusahaan antara lain dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah biaya.

Pelaksanaan aktivitas dalam menghasilkan barang dan jasa, perusahaan memerlukan pengorbanan atau biaya. Biaya yang dikeluarkan perlu mendapat perhatian yang serius agar tidak terjadi pemborosan. Beberapa pengertian biaya yang dikemukakan para ahli antara lain:

“Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu” (Mulyadi, 2014: 8). “Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang dan jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi” (Hansen & Mowen, 2013: 47).

Berdasarkan beberapa pengertian biaya diatas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya adalah sumber daya yang dikorbankan sebagai alat tukar untuk mendapatkan barang atau jasa yang bermanfaat bagi perusahaan. Biaya pada

saat ditukarkan dalam bentuk aktiva harus memberikan manfaat atau *benefit* pada perusahaan. Biaya yang telah digunakan dalam suatu periode akuntansi disebut beban. Beban dan biaya mempunyai dampak yang sama terhadap laba bersih.

2. Objek Biaya

Beragamnya kebutuhan dalam menemukan, merencanakan, dan mengendalikan biaya, maka diperlukan perencanaan dan pengendalian atas biaya yang menjadi tanggung jawab dari manajer individual, berdasarkan departemen, letak geografis, atau fungsinya. Pemilihan atas objek biaya memberikan suatu terobosan ide di bidang akuntansi dalam memahami dan menentukan biaya dari suatu objek yang merupakan informasi penting yang harus diketahui oleh seorang manajer. “Objek biaya (*cost object*), atau tujuan biaya (*cost objective*), didefinisikan sebagai suatu item atau aktivitas yang biayanya diakumulasi dan diukur” (Carter, 2009: 31).

Biaya dalam arti *cost* (harga pokok) adalah “jumlah yang dapat diukur satuan uang dalam rangka pemilikan barang dan jasa yang diperlukan perusahaan, baik pada masa lalu (harga perolehan yang telah terjadi) maupun pada masa yang akan datang (harga perolehan yang akan terjadi)” (Supriyono, 2011: 14).

“Beberapa tahun terakhir, aktivitas muncul sebagai objek biaya yang penting. Aktivitas didefinisikan sebagai unit dasar dari kerja yang dilakukan dalam sebuah organisasi dan dapat juga dideskripsikan sebagai kumpulan tindakan dalam suatu organisasi yang berguna bagi para manajer untuk

melakukan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan” (Hansen & Mowen, 2013: 48).

Aktivitas tidak hanya bertindak sebagai objek biaya, tetapi juga berperan utama dalam pembebanan biaya untuk objek biaya lainnya. Aktivitas-aktivitas dan item-item yang menjadi objek biaya adalah produk, departemen, divisi, batch dari unit-unit sejenis, lini produk, pesanan pelanggan, kontrak, proyek, proses, dan tujuan strategis.

3. Klasifikasi Biaya

“Klasifikasi biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting” (Bustami, 2013: 12). Klasifikasi biaya dapat digunakan manajer dalam pemahaman mengenai perilaku biaya yang merupakan hal sangat penting bagi organisasi dalam beberapa pengambilan keputusan. Widilestariningtyas (2012:12) menyatakan bahwa penggolongan biaya ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, antara lain sebagai berikut:

a. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”. Contoh: biaya gaji dan upah, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Tiga fungsi pokok yang terdapat pada perusahaan manufaktur yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi biaya administrasi & umum, oleh karena itu biaya dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

- 1) Biaya produksi, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contoh:

- biaya depresiasi mesin dan perlengkapan, biaya bahan baku, maupun biaya bahan penolong yang berhubungan dengan proses produksi. Menurut pengeluarannya, biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
- 2) Biaya pemasaran, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contoh: biaya iklan, biaya promosi, gaji karyawan di bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.
 - 3) Biaya administrasi dan umum, merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh: biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia, dan bagian hubungan masyarakat.
- c. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contoh: pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, promosi besar-besaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.
- 2) Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contoh: biaya iklan, biaya tenaga kerja (Widilestariningtyas, 2012: 12).

4. Perilaku Biaya

Perilaku biaya sangat berguna bagi manajemen untuk berbagai tujuan, yaitu memungkinkan manajer dalam memprediksikan laba sebagaimana penjualan dan perubahan volume produksi, serta mengestimasi biaya suatu organisasi. Manajer yang handal harus mampu memahami tentang perilaku biaya dengan baik sehingga bisa mengambil keputusan secara tepat dan akurat, terutama keputusan yang berhubungan dengan produk, perencanaan, pengendalian biaya, dan mengevaluasi kerja.

“Perilaku biaya merupakan suatu istilah umum untuk mendeskripsikan apakah biaya berubah seiring dengan perubahan keluaran” (Hansen &

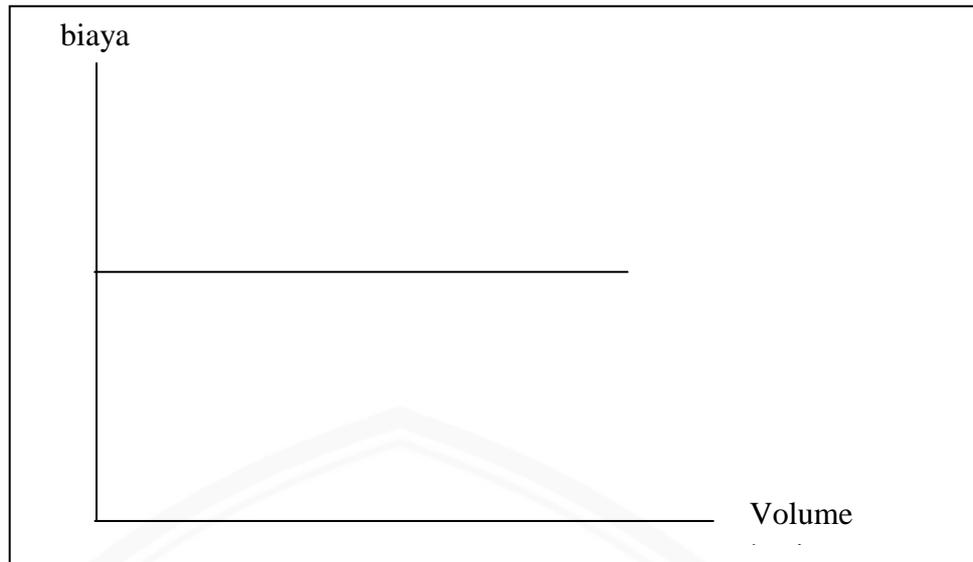
Mowen, 2013: 98). “Perilaku biaya dapat diartikan sebagai perubahan biaya yang terjadi akibat perubahan dari aktivitas bisnis” (Bustami, 2013:23). Klasifikasi biaya berdasarkan perilaku biaya dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu:

a. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang dalam jumlah keseluruhan tetap konstan atau tidak berubah ketika tingkat keluaran aktivitas bisnis meningkat maupun menurun (Hansen & Mowen, 2013:98). Biaya tetap merupakan biaya dimana jumlah totalnya tetap walaupun jumlah yang diproduksi atau dijual berubah-ubah dalam kapasitas normal. Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya tetap adalah biaya dalam jumlah keseluruhannya tetap dalam kapasitas normal walaupun jumlah produksi atau penjualan berubah, tetapi per unit berubah (Wicaksono, 2013:18).

Biaya tetap per satuan (*unit cost*) berubah berbanding terbalik dengan perubahan tingkat keluaran aktivitas, semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah tingkat aktivitas semakin tinggi biaya satuan. Contoh biaya tetap ini adalah biaya gaji, biaya sewa, pajak bumi dan bangunan, asuransi, dan lain – lain sebagainya.

Gambar 1 pada halaman berikutnya merupakan grafik biaya tetap. Gambar tersebut menunjukkan bahwa biaya tetap akan selalu tetap dalam jumlah totalnya atau konstan pada berbagai volume kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam rentang yang relevan. Rentang relevan merupakan tingkat kegiatan di mana biaya tetap tertentu tidak akan diubah meskipun volume berubah. Semakin banyak unit barang yang diproduksi maka akan semakin kecil biaya tetap per unit.

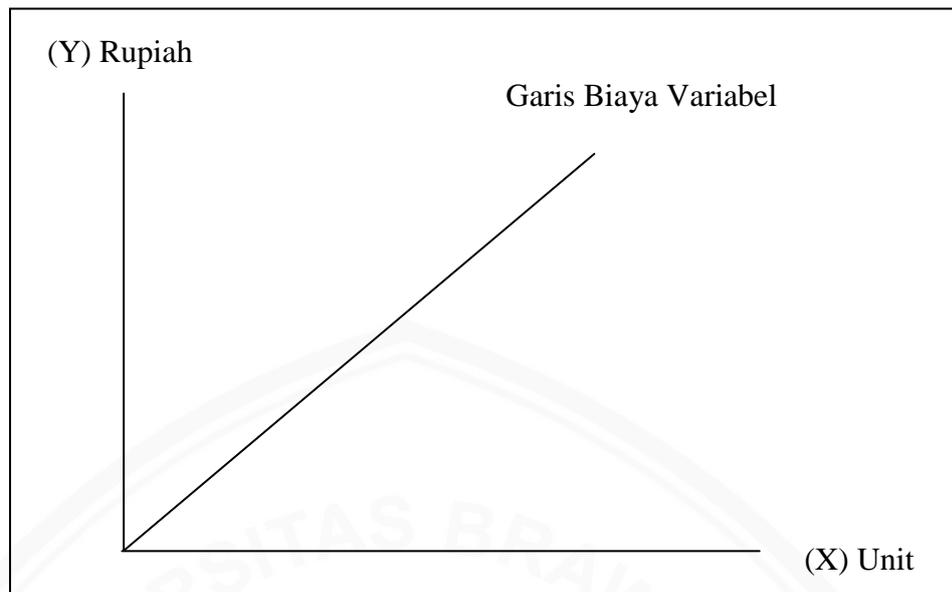


Gambar 1 : Grafik Biaya Tetap

Sumber : Bustami dan Nurlela (2013 : 24)

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dalam jumlah keseluruhannya meningkat secara proporsional terhadap perubahan keluaran aktivitas. Wicaksono menyatakan bahwa, “biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume produksi atau penjualan” (2013: 18). Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya variabel biaya yang total keseluruhannya berubah sebanding dengan perubahan volume produksi atau penjualan namun per unit bersifat tetap. Biaya variabel naik ketika keluaran naik dan akan turun ketika keluaran juga turun. Biaya variabel per unit tidak dipengaruhi oleh perubahan tingkat keluaran aktivitas, sehingga biaya biaya variabel per unit bersifat konstan. Bentuk grafik biaya variabel dapat ditunjukkan dengan contoh gambar 2.



Gambar 2 : **Garfik Biaya Variabel**
 Sumber : Bustami dan Nurlala (2013 : 24)

Gambar 2 menunjukkan grafik biaya variabel. Grafik tersebut menggambarkan bahwa biaya variabel berubah sesuai dengan jumlah volume yang diproduksi. Semakin banyak unit yang diproduksi, maka semakin tinggi biaya yang harus dikeluarkan dan itu berarti biaya variabel akan berubah sebanding dengan volume kegiatannya, akan tetapi biaya per unit barangnya tetap.

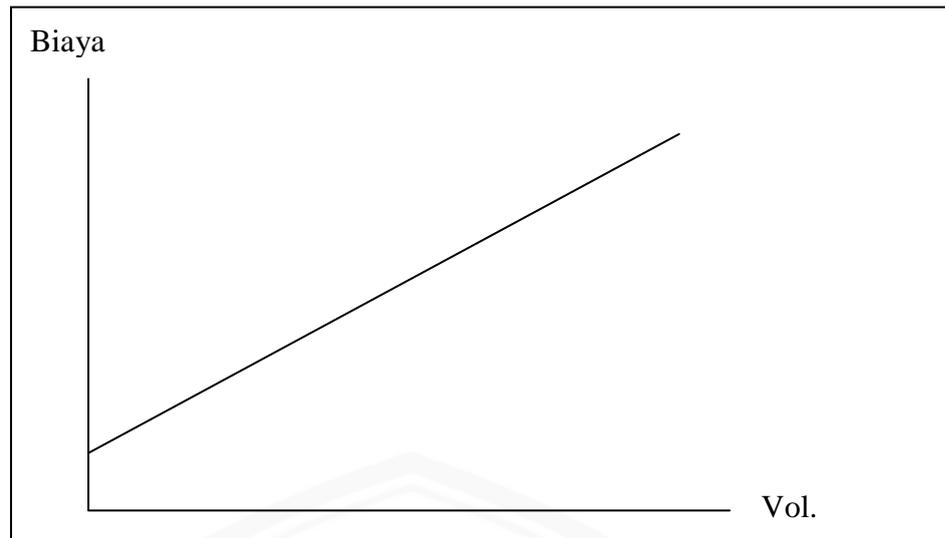
Bahan langsung dan tenaga kerja langsung dapat digolongkan sebagai biaya variabel. Semua biaya produksi dan beberapa biaya pemasaran dan administrasi merupakan biaya variabel jika dalam perusahaan dagang, tetapi pada perusahaan manufaktur tidak semua biaya produksi adalah bersifat tetap. Biaya variabel adalah tenaga kerja, bahan yang digunakan untuk melaksanakan jasa dan beberapa bagian biaya overhead merupakan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa.



c. Biaya SemiVariabel

Biaya semivariabel merupakan beberapa jenis biaya yang mengandung unsur biaya tetap maupun biaya variabel, yang jumlah totalnya berubah sesuai dengan perubahan keluaran aktivitas, akan tetapi sifat-sifat perubahannya tidak sebanding. Wicaksono menyatakan bahwa, biaya semi variabel adalah biaya dimana jumlahnya berubah-ubah dalam hubungannya dengan perubahan kuantitas yang diproduksi tetapi perubahannya tidak proporsional (Wicaksono, 2013: 18). Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya semi variabel merupakan biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel karena dapat berubah secara tidak proporsional. Semakin tinggi tingkat keluaran aktivitas semakin besar jumlah total biaya, semakin rendah tingkat aktivitas keluaran semakin rendah pula jumlah total biaya. Contoh dari biaya semi variabel ini adalah biaya listrik, telepon, air, perlengkapan, tenaga kerja tidak langsung, biaya hiburan dan pemeliharaan.

Gambar 3 pada halaman selanjutnya, menunjukkan grafik biaya semi variabel. Grafik tersebut menunjukkan adanya unsur biaya tetap dan biaya variabel dalam biaya semi variabel tersebut. Biaya tetap merupakan biaya minimum untuk penyediaan jasa, sedangkan biaya variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.



Gambar 3 : Grafik Biaya Semi Variabel
 Sumber : Bustami dan Nurlala (2013 : 24)

5. Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel harus dipisahkan terlebih dahulu menjadi biaya tetap dan biaya variabel dalam analisis biaya volume laba. Pemisahan biaya semi variabel merupakan hal yang sangat penting, terutama dalam perencanaan, pengendalian biaya pada tingkat aktivitas yang berbeda. Metode-metode pemisahan biaya tetap dengan biaya variabel digunakan untuk mengestimasi komponen tetap dan variabel dari biaya semivariabel serta menentukan suatu biaya seluruhnya variabel dalam rentang aktivitas yang relevan. Pendekatan dan metode yang dapat digunakan untuk memisahkan biaya semi variabel adalah:

a. Metode Titik Tertinggi dan Terendah (*High-Low Point Method*)

“Metode titik terendah dan tertinggi merupakan suatu metode dalam menghitung biaya tetap dan variabel dengan menggunakan dua titik yang berbeda, yaitu titik tertinggi dan titik terendah” (Bustami dan Nurlala, 2013:28). Keunggulan dari metode titik tertinggi dan terendah adalah sangat sederhana, mudah dihitung dan di pakai. Sedangkan kelemahannya

adalah kurang teliti dan cermat, karena hanya didasarkan pada dua tingkatan yaitu yang terendah dan tertinggi, serta tingkatan kapasitas yang lain tidak dipertimbangkan. Persamaan atau rumus metode titik tertinggi dan terendah adalah:

$$Y = a + b(x)$$

Ket: Y = Jumlah biaya pada titik tertinggi dan terendah

a = Besarnya total biaya tetap

b = Biaya variabel per unit

b. Metode Titik Sebaran (*Scattergraph Method*)

“Metode *scattergraph* merupakan suatu plot dari biaya terhadap tingkatan kegiatan di masa lalu” (Bustami dan Nurlela, 2013:29). Metode *scattergraph* merupakan kemajuan dari metode tinggi rendah karena metode ini menggunakan semua data yang tersedia, bukan hanya dua titik data, namun suatu analisis perilaku biaya menggunakan metode *scattergraph* bisa saja menjadi bias karena garis biaya yang digambarkan melalui plot data didasarkan pada interpretasi visual. Keunggulan metode ini adalah lebih teliti dibandingkan dengan metode titik tertinggi dan terendah maupun metode kuadrat terkecil, karena semua n atau bulan telah diperhitungkan. Kelemahan metode ini adalah kurang ilmiah dalam penarikan suatu garis karena sifatnya subjektif.

c. Metode Kuadrat Terkecil (*Least Squares*)

“Metode kuadrat terkecil sering disebut analisis regresi sederhana. Metode analisis regresi ini memisahkan biaya menjadi tetap dan variabel dengan menggunakan persamaan secara sistematis. Metode kuadrat terkecil merupakan pendekatan yang efektif dan sederhana untuk

mengukur rata-rata perubahan variabel dependen yang berkaitan dengan kenaikan unit dalam jumlah satu atau lebih variabel independen” (Bustami dan Nurlela, 2013:32).

Metode kuadrat terkecil memiliki keunggulan dan kelemahan. Kelebihan metode kuadrat terkecil adalah dapat menghasilkan persamaan biaya yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, serta tidak ada data biaya yang tidak dipergunakan. Kekurangan metode kuadrat terkecil adalah kesulitan dalam perhitungan apabila digunakan secara manual. Menurut Swastha (2012:99) ramalan penjualan adalah estimasi realistis tentang penjualan actual dalam rupiah atau unit yang diharapkan akan dicapai perusahaan dalam periode mendatang menurut rencana pemasaran serta kondisi lingkungan ekstern yang terantisipasi.

Metode *least square* ini juga lebih banyak digunakan, karena dianggap lebih akurat dibandingkan dengan dua metode yang lain. Metode *least square* secara sistematis menghasilkan garis yang cocok atau garis regresi linear melalui serangkaian titik, sehingga jumlah pengkuadratan deviasi (selisih) vertikal antara titik-titik dengan garis minimum (Kusnadi, dkk, 2015:44). Persamaan yang digunakan adalah persamaan garis lurus yaitu:

$$y = a + bx$$

Sumber: Kusnadi, dkk (2015:44)

Ket: $y =$ biaya

$a =$ biaya tetap

$b =$ biaya variabel

$x =$ volume

a dan b dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Kusnadi, dkk (2015:44)

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

Sumber: Kusnadi, dkk (2015:44)

Keterangan: Y = total biaya semi variabel (*dependent variable*)

a = total biaya tetap

b = biaya variabel per unit aktivitas (kemiringan)

X = tingkat aktivitas (*independent variabel*)

n = jumlah pengamatan

\sum = jumlah seluruh n

B. Analisis Horizontal

Munawir mengatakan bahwa, ada dua metode analisis yang digunakan oleh setiap penganalisis laporan keuangan yaitu analisis vertikal dan analisis horizontal:

1. Analisis Vertikal membandingkan masing-masing pos dalam periode berjalan dengan jumlah total pada laporan keuangan yang sama dapat bermanfaat untuk menyoroti hubungan yang signifikan dalam laporan keuangan.
2. Analisis horizontal adalah analisis dengan menggunakan perbandingan laporan keuangan untuk beberapa periode atau beberapa saat sehingga akan diketahui perkembangannya. Dalam melakukan analisis horizontal, suatu akun laporan keuangan tahun berjalan dibandingkan dengan akun yang sama pada periode sebelumnya. Kenaikan atau penurunan jumlah pos tersebut dihitung sebagai persentase kenaikan atau penurunan. Dalam membandingkan laporan dari dua periode yang berbeda, laporan keuangan yang lebih awal selalu dijadikan dasar perhitungan untuk analisis horizontal. Sebagai contoh, berikut ini ditunjukkan analisis horizontal atas laporan keuangan PT. Angin Ribut

yang memperlihatkan trend yang baik maupun yang buruk yang mempengaruhi laporan laba rugi perusahaan.(Munawir, 2010: 36)

PT. Angin Ribut				
Laporan Laba Rugi				
Untuk Tahun yang Berakhir 31 Desember 2011 (dalam ribuan 000)				
	2011	2010	Kenaikan (Penurunan)	
			Jumlah	Persen
Pendapatan Penjualan	187.500	150.000	37.500	25,0%
Beban Operasi :				
Beban Upah	60.000	45.000	15.000	33,3%
Beban Sewa	15.000	12.000	3.000	25,0%
Beban Utilitas	12.500	9.000	3.500	38,9%
Beban Perlengkapan	2.700	3.000	(300)	(10,0)%
Beban Lain-lain	2.300	1.800	500	27,8%
Total Beban Operasi	92.500	70.800	21.700	30,6%
Laba Bersih	95.000	79.200	15.800	19,9%

Gambar 4 : Contoh Analisis Horizontal

Sumber : Munawir (2010: 36)

Pada analisis horizontal di atas, kenaikan pendapatan penjualan adalah trend yang baik, demikian pula penurunan beban perlengkapan. Trend yang buruk adalah peningkatan beban upah, beban utilitas, dan beban rupa-rupa. Beban ini meningkat lebih cepat dibanding pendapatan penjualan, dengan total beban operasi yang meningkat sebesar 30,6%. Secara keseluruhan, laba bersih meningkat sebesar Rp 15.800.000 atau 19,9% yaitu kecenderungan atau trend yang menunjukkan peningkatan dari trend sebelumnya.

C. Analisis Biaya Volume Laba

1. Pengertian Analisis Biaya Volume Laba

Pada pengambilan keputusan suatu bisnis, manajemen memfokuskan pada peluang-peluang laba dari berbagai alternatif tindakan yang melibatkan

perubahan tingkat kegiatan usaha. Laba tidak selalu berubah sebanding dengan volume kegiatan usaha, hal ini dikarenakan adanya pola perilaku biaya yang menjelaskan adanya hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Analisis biaya volume laba (*cost volume profit analysis*) merupakan suatu metode untuk menganalisis bagaimana pengaruh keputusan operasi dan pemasaran terhadap laba berdasarkan pemahaman atas hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit dan tingkat output (Blocher et al, 2011:504). Usry menyatakan bahwa analisis biaya volume laba merupakan alat yang menyediakan informasi bagi manajemen mengenai hubungan antara biaya, laba, bauran produk, dan volume penjualan (Usry, 2011:271).

Tujuan biaya volume laba adalah untuk menentukan volume penjualan dan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai target laba. Analisis biaya volume laba sangat membantu manajer perusahaan untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan fungsinya. Rudianto menyatakan bahwa analisis biaya volume laba membantu manajer untuk melihat hubungan diantara 5 (lima) unsur berikut ini:

- a. Harga produk yaitu harga yang ditetapkan selama satu periode tertentu secara konstan.
- b. Volume atau tingkat aktivitas yaitu banyaknya produk yang dihasilkan dan direncanakan akan dijual selama suatu periode tertentu.
- c. Biaya variabel per unit yaitu besarnya biaya produk yang dibebankan secara langsung pada setiap unit barang yang diproduksi.
- d. Total biaya tetap yaitu keseluruhan biaya periodik selama suatu periode tertentu.
- e. Bauran produk yang dijual yaitu proporsi relatif produk-produk perusahaan yang akan dijual. (Rudianto, 2013:27)

Rudianto menyatakan bahwa untuk melihat hubungan diantara kelima unsur tersebut, terdapat beberapa asumsi yang harus digunakan ketika melihat

hubungan antara besarnya biaya dan volume serta laba yang akan diperoleh, yaitu:

- a. Harga jual produk yang konstan dalam cakupan yang relevan. Ini berarti harga jual setiap unit produk tidak berubah walaupun terjadi perubahan volume penjualan.
- b. Biaya bersifat linier dalam rentang cakupan yang relevan dan dapat dibagi secara akurat menjadi unsur biaya tetap dan biaya variabel. Jumlah biaya variabel per unit konstan dan jumlah biaya tetap total juga harus konstan.
- c. Dalam perusahaan multiproduk, bauran penjualannya tidak berubah.
- d. Volume produksi sama dengan volume penjualan. Apa yang diproduksi dapat dijual. Tidak ada perubahan persediaan selama periode tersebut. Persediaan tidak berdampak terhadap analisis impas merupakan hal yang dapat dimengerti. Analisis impas adalah teknik pengambilan keputusan jangka pendek sehingga seluruh biaya pada periode waktu tertentu dapat tertutup. Persediaan mengandung biaya-biaya dari periode sebelumnya dan tidak dipertimbangkan (Rudianto, 2013: 27).

Analisis biaya volume laba merupakan model jangka pendek yang fokus pada hubungan diantara harga jual, biaya variabel, biaya tetap, volume dan laba. Keterbatasan-keterbatasan teknik analisis biaya volume laba dalam dunia bisnis yang semakin bergejolak, menuntut asumsi-asumsi yang membatasi analisis biaya volume laba untuk dievaluasi secara cermat manakala terjadi perubahan kondisi bisnis yang tengah dipertimbangkan. Analisis biaya volume laba tergantung pada sejumlah asumsi yang membatasi, antara lain adalah:

- a. Semua biaya diklasifikasikan sebagai biaya variabel dan biaya tetap. Jumlah biaya tetap bersifat konstan ketika aktivitas berubah dan biaya variabel per unit tidak berganti ketika aktivitas berubah.
- b. Pola perilaku semua fungsi jumlah biaya dan jumlah pendapatan adalah konstan per unit dan linier dalam rentang yang relevan.

- c. Analisis untuk sebuah produk atau bauran penjualan dari bermacam-macam produk adalah konstan dalam kisaran relevan.
- d. Terdapat satu pemicu biaya yaitu volume unit produk atau rupiah penjualan.
- e. Tingkat persediaan perusahaan pabrikasi pada awal dan akhir periode adalah sama.

Dengan pengertian dan asumsi tersebut, jika salah satu unsur saja berubah maka hasil analisis biaya volume laba pasti akan menghasilkan suatu kesimpulan dan suatu keputusan yang berbeda. Tetapi tujuan utama dari analisis ini adalah melihat hubungan diantara unsur-unsur tersebut dan pengaruhnya satu dengan lainnya.

2. Margin Kontribusi

Langkah awal dalam melihat hubungan diantara analisis biaya volume laba suatu perusahaan adalah memahami dan melihat besarnya margin kontribusi yang diperoleh perusahaan pada berbagai tingkat kegiatan. Pada setiap tingkat kegiatan, perusahaan akan memiliki kemampuan menghasilkan margin kontribusi yang berbeda. Simamora menyatakan bahwa margin kontribusi (*contribution margin*) adalah perbedaan antara harga jual per unit dan biaya variabel per unit (Simamora, 2012:161). Margin kontribusi per unit dapat digunakan untuk mengukur kenaikan laba operasi untuk setiap unit kenaikan penjualan.

“Semakin besar margin kontribusi yang diperoleh perusahaan dari setiap unit produk yang dijualnya, semakin cepat pula perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencapai laba yang diinginkan. Semakin kecil margin kontribusi

yang dihasilkan dari setiap unit produk yang dihasilkannya, maka semakin lama perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencapai laba yang diinginkan” (Rudianto, 2013:27).

“Marjin kontribusi dihitung dengan cara mengurangkan biaya variabel, baik untuk biaya produksi maupun non produksi, dari penjualan. Dalam perhitungan biaya langsung, marjin kontribusi dapat dihitung secara total untuk perusahaan secara keseluruhan. Alternatifnya, marjin kontribusi dapat dihitung untuk setiap unit” (Carter, 2009:269).

Rumus perhitungan marjin kontribusi menurut Simamora (2012:161) sebagai berikut:

$$p - v = \text{margin kontribusi}$$

Sumber: Simamora (2012: 161)

Ket: p = harga jual per unit

v = variabel per unit

Analisa biaya-volume-laba (*cost volume profit analysis*) menyajikan informasi kepada manajemen tentang dampak perubahan biaya, pendapatan, volume dan bauran produk terhadap laba. Analisis CVP berfokus pada hubungan biaya-volume-laba dan dampak dari pola perilaku biaya terhadap pengambilan keputusan. Pemahaman terhadap pola perilaku biaya perusahaan akan mempermudah pengambilan keputusan manajemen dalam hal penetapan harga produk, penerimaan/penolakan pesanan, analisis penghematan biaya, dan promosi atas lini produk yang lebih menguntungkan (Mulyadi, 2015:33)

Simamora menyatakan bahwa rasio margin kontribusi (*contribution margin ratio*) merupakan persentase margin kontribusi dibandingkan dengan jumlah penjualan (Simamora, 2012:163).

Rasio margin kontribusi adalah bagian dari setiap dolar penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba (Hansen & Mowen, 2005:280). Rasio margin kontribusi digunakan dalam menetapkan kebijakan bisnis untuk mengidentifikasi jumlah kenaikan atau penurunan laba yang disebabkan kenaikan atau penjualan tertentu dalam dolar. Adapun rumus rasio margin kontribusi menurut Simamora (2012:163) adalah:

$$\text{CMR} = \frac{\text{margin kontribusi per unit}}{\text{harga jual per unit}} \times 100\%$$

Sumber: Simamora (2012:163)

atau

$$\text{CMR} = \frac{\text{margin kontribusi total}}{\text{penjualan total}} \times 100\%$$

Sumber: Simamora (2012:163)

Perusahaan dengan rasio margin kontribusi besar dan tingkat penjualan produksinya dibawah kapasitas 100 persen, maka dapat diprediksi adanya kenaikan laba operasi dari suatu kenaikan volume penjualan dan perusahaan akan memutuskan untuk mengerahkan lebih banyak upaya promosi penjualannya. Perusahaan dengan rasio margin kontribusi kecil, kemungkinan akan lebih memperhatikan pada pemotongan biaya dan beban usaha sebelum berusaha mempromosikan produknya secara gencar.

3. Titik Impas (*Break Even Point*)

“Keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan untuk mencapai target penjualan akan berpengaruh secara langsung terhadap kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan akhir, yaitu memperoleh laba yang optimal. Bahkan kegagalan mencapai target penjualan dapat mengakibatkan kerugian perusahaan. Karena itu, wajib bagi perusahaan untuk mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian. Cara

untuk mengetahui volume penjualan minimal tersebut adalah dengan menggunakan analisis titik impas atau *break even point*(BEP). Titik impas (*break even point*) adalah jumlah penjualan output yang akan menyamakan pendapatan total dengan biaya total” (Horngren, 2008:75).

Teknik *break even poin* analysis atau cost volume profit analysis sering digunakan dalam menganalisis keuangan perusahaan. Model ini mencoba mencari dan menganalisis aspek hubungan antara besarnya investasi dan besarnya volume rupiah yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba tertentu. Dalam perusahaan peranan penjualan sudah jelas yaitu sebagai “generating income” yaitu sumber pembentukan laba. Kita menginginkan agar penjualan dapat menutupi biaya total yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

Maksudnya ialah keadaan dimana tidak terdapat laba maupun rugi bersih, besarnya pendapatan dan beban adalah sama. Titik impas bertujuan untuk mencari tingkat aktivitas dimana pendapatan dari hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetap. Titik impas dapat mengindikasikan tingkat penjualan yang disyaratkan agar perusahaan terhindar dari kerugian (Simamora, 2012: 64). Titik impas menunjukkan suatu sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan. Mengetahui titik impas sangat penting apabila suatu perusahaan memperkenalkan sebuah produk baru

Menurut Henry Simamora (2012:170) “Titik Impas adalah volume penjualan dimana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak ada laba maupun rugi bersih”. Menurut Hansen dan Mowen (2011:4) “Titik Impas (*break even point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol”. Impas merupakan istilah yang

digunakan untuk menyebutkan suatu kondisi usaha, pada saat perusahaan tidak memperoleh laba tetapi tidak menderita rugi (Halim, dkk. 2011:74)

a. Unsur-unsur dalam Analisis BEP

Dilihat dari segi kepraktisan dan kemampuannya pada suatu perencanaan, analisis BEP sangat menguntungkan, namun dalam menerapkannya harus memperhatikan unsur dari analisis BEP. Halim berpendapat bahwa, terdapat unsur-unsur yang mendasari timbulnya masalah titik impas, unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Laba: kelebihan yang diperoleh dari jumlah penerimaan penghasilan dikurangi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan atau penerimaan kotor perusahaan akibat dari penjualan barang-barang.
- 2) Biaya: jumlah uang yang dikeluarkan atau dapat berbentuk hutang untuk barang-barang atau jasa-jasa yang semuanya diarahkan untuk kegiatan operasi perusahaan.
- 3) Volume: jumlah barang yang diproduksi atau dijual pada periode tertentu. (Halim, 2011:183),

b. Metode Analisis BEP

Jumingan menyatakan bahwa beberapa pendekatan dapat dilakukan untuk menentukan perhitungan BEP. Perhitungan untuk menentukan tingkat BEP dapat dilakukan dengan menggunakan rumus tertentu dan juga menggambarkan tingkat volume, biaya dan laba yang diperlukan serta grafik atau bagan dari BEP (Jumingan, 2006:183).

1) Metode Pendekatan Grafik

Salah satu pendekatan penentuan titik *break even* adalah dengan menggambarkan unsur-unsur biaya dan penghasilan ke dalam suatu gambar grafik. Pada grafik nampak garis-garis biaya variabel, biaya tetap, total biaya, dan garis total penghasilan.

2) Metode Pendekatan Matematik

a) BEP Satu Produk

Perhitungan BEP dengan pendekatan matematik dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu atas dasar rupiah dan atas dasar unit, maka BEP dapat dihitung:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin Ratio per unit}}$$

Sumber: Simamora (2012:165)

Biaya tetap dalam rumus tersebut adalah seluruh biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan untuk membuat keseluruhan produk selama suatu periode tertentu. *Contribution margin* per unit adalah harga jual per unit dikurangi biaya variabel per unit, sedangkan *contribution margin ratio* adalah marjin kontribusi dibagi dengan penjualan. Dari hasil perhitung tersebut akan diketahui volume tertentu yang merupakan nilai penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Analisis titik impas memungkinkan perusahaan mengetahui apakah mereka beroperasi dekat atau jauh dari titik impas. Apabila tingkat aktivitas dekat dengan titik impas, maka perubahan sekecil apapun

dalam aktivitas perusahaan dapat mempengaruhi hidup dan mati suatu perusahaan. Apabila tingkat aktivitas jauh dengan titik impas, maka perusahaan mempunyai margin pengaman penjualan yang tinggi, dan akan memanfaatkan informasi tersebut untuk melakukan persaingan bisnis.

b) BEP Multi Produk

Perusahaan pada umumnya mempunyai beberapa jenis produk, misalnya produk A, B, dan C. Masing-masing produk dapat diperhitungkan biaya variabel dan tetapnya sehingga masing-masing produk dapat diketahui sumbangan labanya terhadap perusahaan. Dalam menghitung titik impas, harus dihitung terlebih dahulu bauran penjualan produknya atau perbandingan volume penjualan antara satu produk dan produk yang lain. Bauran penjualan (*sales mix*) merupakan kombinasi relatif paling menguntungkan dari berbagai produk yang dijual perusahaan lebih dari satu lini produk atau menawarkan lebih dari satu jenis jasa. Penentuan bauran penjualan memungkinkan untuk mengkonveksi masalah multiproduk ke dalam format biaya volume laba produk tunggal. Dengan menggunakan perbandingan volume penjualan tersebut, dapat dihitung BEP perusahaan melalui rumus BEP yang biasa.

Misalnya suatu perusahaan berencana menjual produk A sebanyak 100 unit, produk B sebanyak 50 unit, dan produk C sebanyak 25 unit, sehingga perbandingan volume penjualan antara A:B:C adalah

100:50:25. Perbandingan ini dapat diperkecil menjadi 4:2:1. Artinya, jika perusahaan berencana menjual A sebanyak 4 unit, maka B akan dijual sebanyak 2 unit dan C sebanyak 1 unit. Setelah diketahui perbandingan volume penjualan dari masing-masing produk, angka tersebut dikalikan dengan biaya variabel per unit produk dan harga jual per unit produk. Rudianto (2013:32) memberikan ilustrasi untuk memperjelas keterangan tersebut:

PT. Pelangi Indonesia memproduksi empat jenis barang yang diberi kode A1, B2, C3, dan D4. Produk tersebut rencananya akan diproduksi dan dijual dengan komposisi volume 20.000 unit, 15 unit, 10 unit, dan 5000 unit masing-masing untuk A1, B2, C3, dan D4. Sedangkan masing-masing produk dijual dengan harga per unit sebesar Rp 11.000 untuk A1, Rp 16.000 untuk B2, Rp 21.000 untuk C3, dan Rp 26.000 untuk D4. Untuk membuat seluruh produk tersebut dengan komposisi volume seperti itu dan dalam kapasitas produksi perusahaan, dibutuhkan biaya tetap sebesar Rp 144.000.000. Sedangkan biaya variabel per unit yang harus dikeluarkan untuk masing-masing produk adalah sebesar Rp 7.000 untuk A1, Rp 8.000 untuk B2, Rp 11.000 untuk C3, dan Rp 14.000 untuk D4. Agar perusahaan tidak mengalami kerugian, minimal berapa unitkah A1, B2, C3, dan D4 yang harus dijual?

Seperti terlihat dalam data diatas bahwa masing-masing produk rencananya akan dijual sebanyak 20.000 unit A1, 15.000 unit B2,

10.000 unit C3, dan 5.000 unit D4. Kemudian data tersebut, jika diringkaskan, akan terlihat seperti pada tabel berikut:

Keterangan	A1	B2	C3	D4
Harga jual per unit (Rp)	11.000	16.000	21.000	26.000
Biaya variabel per unit (Rp)	7.000	8.000	11.000	14.000

Jadi, BEP perusahaan dapat dihitung dengan rumus BEP biasa, yaitu memperhitungkan perbandingan volume penjualan antara satu produk dan produk yang lain, seperti terlihat berikut ini:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

Sumber: Simamora, (2012: 165)

4. Margin Pengaman Penjualan (*Margin Of Safety*)

Margin pengaman (*margin of safety*) adalah unit yang terjual atau diharapkan terjual atau pendapatan yang dihasilkan atau diharapkan untuk dihasilkan yang melebihi volume impas (Hansen & Mowen, 2013: 28). Margin pengaman penjualan digunakan dalam menentukan seberapa banyak penjualan boleh turun sebelum perusahaan menderita kerugian. Margin pengaman dapat dipandang sebagai tolak ukur risiko suatu perusahaan. Rumus untuk menghitung margin pengaman penjualan adalah:

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan direncanakan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan direncanakan}} \times 100\%$$

Sumber: Raiborn, (2011: 496)

Suatu perusahaan dengan margin pengaman penjualan yang besar kurang rentan terhadap dampak penurunan permintaan penjualan yang disebabkan oleh

penurunan ekonomi, perubahan perilaku konsumen, serta kondisi persaingan bisnis. Semakin besar margin pengaman penjualannya, maka semakin rendah risiko suatu perusahaan. Semakin kecil margin pengaman penjualan, maka semakin besar risiko yang akan dihadapi oleh suatu perusahaan.

D. Perencanaan Laba

1. Pengertian Perencanaan Laba

Pada dasarnya perencanaan adalah penerapan pengetahuan yang tepat guna mengontrol dan mengarahkan kecenderungan perwujudan masa depan yang diinginkan perusahaan sebagai dasar tujuan yang akan dicapai.

“Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan” (Carter, 2011:4). Suatu rencana laba atau anggaran menggambarkan perkiraan tingkat laba yang harus dicapai oleh manajemen. Perencanaan laba yang baik sangatlah sulit untuk dilakukan karena adanya kekuatan-kekuatan eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis. Kekuatan-kekuatan tersebut meliputi perubahan dalam teknologi, tindakan pesaing, ekonomi, demografi, selera dan pilihan pelanggan, perilaku sosial, serta faktor-faktor politik, yang umumnya berada diluar kendali perusahaan dan arah perubahannya sulit untuk diprediksikan oleh perusahaan. Perencanaan laba dibagi menjadi dua, yaitu jangka panjang dan jangka pendek. Berikut penjelasannya:

a. Perencanaan Laba Jangka Panjang

Rencana jangka panjang merupakan proses yang dilakukan secara terus menerus untuk membuat keputusan-keputusan secara sistematis

dengan pengetahuan cukup yang memungkinkan mengenai dampak masa datang, mulai dari mengorganisasikan secara sistematis usaha yang diperlukan untuk melaksanakan suatu keputusan, serta mengukur hasil dari suatu keputusan. Rencana jangka panjang biasanya meliputi; penjualan, pengeluaran modal, riset dan pengembangan, serta kebutuhan-kebutuhan pendanaan.

b. Perencanaan Laba Jangka Pendek

Perencanaan laba jangka pendek dilaksanakan oleh manajemen dalam proses penyusunan anggaran yang dihadapkan pada pemilihan suatu alternatif tindakan yang harus dipertimbangkan dampaknya terhadap laba perusahaan. Pada pengambilan keputusan jangka pendek, manajemen memerlukan informasi akuntansi yang terdiri dari informasi pendapatan diferensial dan informasi biaya diferensial untuk mempertimbangkan berbagai dampak terhadap laba akibat dipilihnya suatu alternatif, yaitu; dampak perubahan volume penjualan, harga jual, dan biaya terhadap laba perusahaan.

2. Menentukan Tujuan Laba

Menentukan tujuan laba, manajemen sebaiknya mempertimbangkan beberapa faktor antara lain:

- 1) Laba atau rugi yang diakibatkan dari volume penjualan tertentu.
- 2) Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup semua biaya plus menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar dividen serta menyediakan 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.

6) Pengembalian atas modal yang digunakan. (Carter & Usry, 2005: 4)

Laba yang tinggi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan output yang lebih dari industri/perusahaan. Sebaliknya, laba yang rendah atau rugi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan kurang dari produk/komoditi yang ditangani dan metode produksinya tidak efisien. Laba memberikan pertanda kursial untuk realokasi sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat sebagai refleksi perubahan selera konsumen dan permintaan sepanjang waktu. Laba bukanlah suatu sistem yang sempurna. Laba bukanlah satu-satunya yang dikejar oleh manajemen, melainkan aspek pelayanan.

3. Keuntungan Perencanaan Laba

Usry menyebutkan bahwa perencanaan laba atau anggaran memiliki manfaat dan keuntungan berikut ini:

- 1) Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah, yang memungkinkan adanya kesempatan untuk menilai kembali setiap segi dari operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program.
- 2) Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen, yang membantu dalam mengembangkan kesadaran akan laba di seluruh lapisan organisasi dan merangsang kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.
- 3) Perencanaan laba meningkatkan koordinasi yang memberikan suatu cara untuk menyesuaikan usaha-usaha dalam mencapai tujuan.
- 4) Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerjasama dari semua tingkatan manajemen.
- 5) Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu yang memicu manajer untuk merencanakan dan berkinerja secara efisien (Usry, 2015:11)

Suharsimi menyatakan bahwa, “Anggaran yaitu suatu rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam unit kesatuan moneter yang berlaku untuk jangka waktu periode tertentu yang akan datang” (Suharsimi, 2010:1). Sedangkan Nafarin, mendefinisikan bahwa “Anggaran (*budget*) merupakan rencana tertulis

mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan dalam suatu uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan barang/jasa” (Nafarin, 2013:11).

4. Keterbatasan Perencanaan Laba

Usry menyatakan bahwa perencanaan laba juga memiliki keterbatasan dan kekurangan antara lain:

- a. Prediksi atau peramalan bukan suatu ilmu pengetahuan pasti.
- b. Anggaran dapat memfokuskan perhatian manajemen pada cita-cita (tingkat produksi yang tinggi atau tingkat penjualan kredit yang tinggi) yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan dari organisasi.
- c. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dukungan dari manajemen puncak dan kerjasama dari semua anggota manajemen
- d. Penggunaan anggaran secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsional.
- e. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peranan administrasi.
- f. Penyusunannya memakan waktu. (Usry, 2015:11)

E. Peramalan (*Forecasting*)

1. Pengertian Peramalan

Menyusun anggaran penjualan diperlukan penaksiran-penaksiran (*forecasting*) khususnya penaksiran tentang jumlah produksi yang diperkirakan akan mampu dijual beserta harga jualnya. Masing-masing penjualannya dikaitkan dengan jenis-jenis produk yang akan dijual dengan waktu serta tempat (daerah) penjualannya.

Heizer & Render berpendapat bahwa, peramalan (*forecasting*) merupakan seni dan ilmu untuk memperkirakan kejadian di masa depan (Heizer & Render, 2009:162). Hal ini bisa dilakukan dengan melibatkan pengambilan data historis & memproyeksikannya ke masa mendatang dengan suatu bentuk contoh matematis. Peramalan pendapatan (penjualan) merupakan proses aktivitas memperkirakan produk yang akan dijual atau disewakan dimasa yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data historis yang pernah terjadi atau mungkin terjadi (M. Narafin, 2013: 196)

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa peramalan adalah perhitungan yang dilakukan untuk memperkirakan kejadian dimasa depan dengan menggunakan referensi data-data dimasa lalu.

2. Jenis-jenis Peramalan (Forecasting)

Berdasarkan horizon waktu, peramalan atau forecasting dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. Peramalan jangka panjang, yaitu yang mencakup waktu lebih besar dari 18 bulan. Misalnya, peramalan yang diperlukan dalam kaitannya dengan penanaman modal, perencanaan fasilitas dan perencanaan untuk kegiatan litbang.
- b. Peramalan jangka menengah, yaitu mencakup waktu antara 3 sampai 18 bulan. Misalnya, peramalan untuk perencanaan penjualan, perencanaan produksi dan perencanaan tenaga kerja tidak tetap.
- c. Peramalan jangka pendek, yaitu mencakup jangka waktu kurang dari 3 bulan. Misalnya, peramalan dalam hubungannya dengan perencanaan pembelian material, penjadwalan kerja dan penugasan karyawan. (Herjanto, 2008:78)

3. Analisis Trend

Analisis trend bertujuan untuk mengetahui tendensi atau kecenderungan keadaan keuangan suatu perusahaan dimasa yang akan datang baik kecenderungan akan naik, turun maupun tetap (Muktiadji, 2009). Teknik analisis ini biasanya digunakan untuk menganalisis laporan keuangan yang meliputi minimal 3 periode atau lebih. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui perkembangan perusahaan melalui rentang perjalanan waktu yang sudah lalu dan memproyeksi situasi masa itu ke masa berikutnya. Besar kecilnya perubahan tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya dan rangkaian waktu (*time series*) (Sunyoto, 2011).

Analisis ini menggunakan beberapa cara untuk mengukur proyeksi suatu nilai variabel, yaitu: *trend linear* (trend garis lurus) dan *trend non linear* (trend garis lengkung). Cara peramalan yang dapat digunakan adalah *trend linear* atau trend garis lurus. Trend garis lurus (*linear*) adalah suatu trend yang diramalkan naik atau turun secara garis lurus (Maryati, 2010: 129). Variabel waktu sebagai variabel bebas dapat menggunakan waktu tahunan, semesteran, bulanan atau mingguan. Analisis trend garis lurus menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square*).

Analisis trend persamaan garis lurus dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square method*) diperoleh dengan cara menentukan persamaan garis yang mempunyai jumlah terkecil dari kuadrat selisih data asli dengan data pada garis trend. Metode kuadrat terkecil ini yang paling banyak digunakan dalam analisis deret berskala untuk peramalan bisnis. Persamaan trend sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Sumber: Hasan, (2001: 200)

dimana

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Sumber: Hasan, (2001: 200)

Keterangan:

Y = data berkala atau nilai trend untuk periode tertentu

X = periode waktu (hari, minggu, bulan, tahun)

a = konstanta, nilai Y jika X = 0

b = koefisien X, kemiringan garis trend

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan suatu pencarian (*inquiry*), menghimpun data, mengadakan pengukuran, analisis, sintesis, membandingkan, mencari hubungan, menafsirkan hal-hal yang bersifat teka-teki (Sukmadinata, 2013:52). Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan melakukan penekanan terhadap masalah-masalah yang akan dipecahkan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif karena dalam penelitian ini hanya mendeskripsikan variabel yang diteliti tanpa melakukan pengujian hipotesis.

B. Fokus Penelitian

Tujuan dalam menentukan fokus penelitian adalah membatasi studi dalam penelitian sehingga objek yang diteliti tidak terlalu luas dan objek yang diteliti tertuju pada masalah penelitian (Arizal, 2014:12). Berdasarkan uraian tersebut maka fokus penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Perbandingan laporan keuangan tahun 2015-2017 dengan menggunakan analisis horizontal
2. Analisis Biaya Volume Laba:
 - a. Biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan:
 - 1) Biaya tetap
 - 2) Biaya variabel

- 3) Biaya semi variabel
 - b. BEP (*Break Even Point*)
 - c. Margin Kontribusi
3. Perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan:
 - a. Penjualan yang direncanakan pada laba yang diharapkan
 - b. *Margin Of Safety* atau margin pengaman

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang digunakan untuk melakukan proses penelitian, serta tempat dimana sumber data dan informasi yang dibutuhkan terkait topik pembahasan dalam penelitian dapat diperoleh. Lokasi penelitian yang dipilih peneliti dalam penelitian ini adalah CV. Djenggolo, yang beralamat di Jalan Hasanuddin, Sekardangan, Sidoarjo. CV. Djenggolo merupakan perusahaan yang memproduksi paving blok. Alasan pemilihan tempat ini adalah karena peneliti ingin memberikan suatu solusi untuk CV. Djenggolo dalam meningkatkan volume penjualan dengan pencapaian laba yang diharapkan perusahaan dengan menggunakan analisis biaya volume laba sebagai perencanaan laba perusahaan.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2016:129). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya, yang biasanya berwujud data dokumentasi atau laporan yang telah tersedia (Azwar, 2012: 91). Sumber data yang digunakan pada

penelitian ini berupa *annual report* perusahaan, yaitu profil perusahaan, harga jual, volume penjualan, harga pokok penjualan dan laporan laba rugi CV. Djenggolo.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, yang cara tersebut menunjukkan pada sesuatu yang abstrak (Arikunto, 2016:136). Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data-data dengan menghimpun dan menganalisis laporan serta catatan-catatan yang berhubungan dengan objek penelitian dan sesuai dengan tujuan serta fokus masalah penelitian (Sukmadinata, 2013:221-222). Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis laporan keuangan CV. Djenggolo selama tahun 2015 sampai dengan satu tahun terakhir, yaitu 2017 untuk perencanaan laba, serta data lainnya yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini..

F. Instrumen Pengumpulan Data

Data yang telah diperoleh akan dianalisis lebih lanjut untuk menjadi suatu informasi yang berguna. Metode analisis atau, langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perbandingan laporan keuangan tahun 2015-2017 dengan menggunakan analisis horizontal,

2. Analisis Biaya Volume Laba meliputi:

a. Biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan:

- 1) Melakukan klasifikasi biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan yaitu menggolongkan biaya-biaya ke dalam jenis biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.
- 2) Pemisahan biaya semivariabel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*least-square method*). Metode ini lebih banyak digunakan karena dianggap lebih akurat dibandingkan dengan metode yang lainnya. Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan garis regresi $Y = a + b X$, dimana Y merupakan variabel tidak bebas (*dependent variabel*) yaitu variabel yang perubahannya ditentukan perubahan pada variabel X yang merupakan variabel bebas (*independent variabel*). Formulasi matematikanya adalah:

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

Sumber: Kusnadi, dkk (2015:44)

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

Sumber: Kusnadi, dkk (2015:44)

Keterangan: a = biaya tetap

b = biaya variabel

Y = biaya sesungguhnya yang diamati

X = tingkat atau volume kegiatan

n = jumlah data

b. BEP (*Break Even Point*)

- 1) Menghitung margin kontribusi dengan menggunakan *margin kontribusi ratio* (CMR). Margin kontribusi adalah selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung margin kontribusi adalah sebagai berikut:

$$s - v = \text{margin}$$

Sumber: Simamora, (2012: 161)

Keterangan: s = penjualan
v = biaya variabel

Contribution Margin Ratio (CMR)

$$\text{CMR} = \frac{\text{margin kontribusi total}}{\text{penjualan total}} \times 100\%$$

Sumber: Simamora, (2012: 163)

- 2) Menghitung BEP

Rumus titik impas dalam unit dengan BEP multi produk

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

Sumber: Simamora, (2012: 165)

Rumus titik impas rupiah:

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Sumber: Simamora, (2012: 165)

- 3) *Margin Of Safety*

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan direncanakan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan direncanakan}} \times 100\%$$

Sumber: Raiborn, (2011: 496)

4) Peramalan Penjualan

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum y}{n} \qquad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

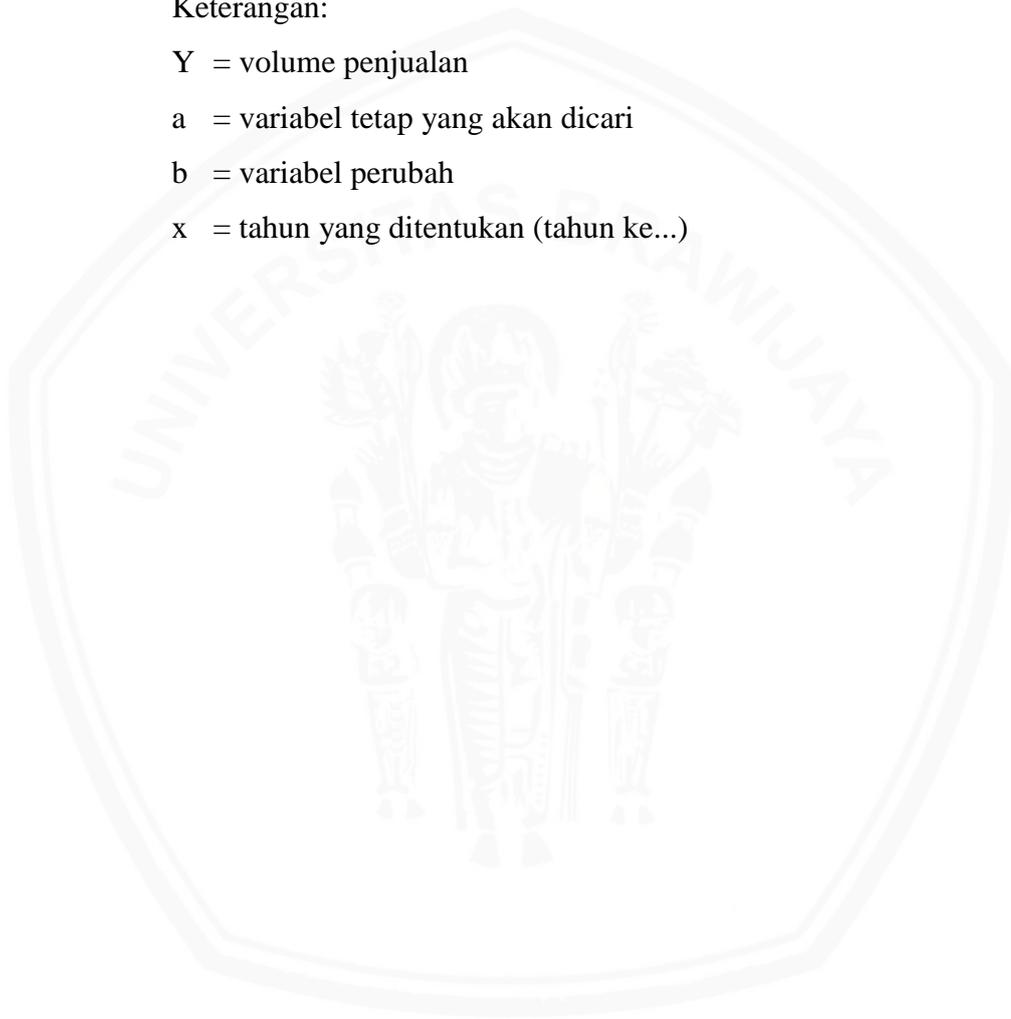
Keterangan:

Y = volume penjualan

a = variabel tetap yang akan dicari

b = variabel berubah

x = tahun yang ditentukan (tahun ke...)



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

Perusahaan paving CV. Djenggolo merupakan perusahaan perorangan yang bergerak dalam bidang industri pembuatan paving block. CV. Djenggolo didirikan oleh Bapak Zahir Salim pada bulan November tahun 1995. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Hasanudin No. 1, Kelurahan Sekardangan, Kabupaten Sidoarjo. Pada tahun 2008 pimpinan digantikan oleh Bapak Salim Alaydrus yang menjabat sampai sekarang.

Latar belakang didirikannya perusahaan ini adalah karena adanya pandangan semakin pesatnya pembangunan perumahan, trotoar, jalan sehingga permintaan produk paving block semakin meningkat. Sehubungan dengan semakin ramainya kegiatan pembangunan perumahan, trotoar, dan jalan, perusahaan memperbesar kegiatan produksi dan memperluas daerah pemasaran di daerah Bojonegoro pada tahun 1998.

2. Bentuk Hukum

Bentuk hukum perusahaan adalah persekutuan komanditer (CV), menghasilkan paving dengan ijin usaha yang tercantum pada perusahaan ini. Ijin usaha tersebut disahkan oleh Pemda Dati II Kabupaten Sidoarjo No. 151/86 tertanggal 6 Juli 1986.

3. Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan adalah tempat dimana perusahaan menjalankan aktivitas, baik produksi maupun administrasinya. Lokasi perusahaan merupakan salah satu unsur yang cukup penting untuk dipertimbangkan sebelum mendirikan perusahaan, karena berpengaruh terhadap perusahaan secara intern maupun ekstern, dalam menjaga kelangsungan hidup dan eksistensinya ditengah persaingan dengan perusahaan lain. Penetapan lokasi harus didasarkan pada perhitungan yang cermat terhadap semua faktor yang mempengaruhi aktivitasnya, baik faktor sosial, faktor ekonomi, maupun faktor teknologi harus sesuai dengan sifat perusahaan yang bersangkutan, sehingga masalah lokasi perusahaan ini tidak akan timbul pada waktu perusahaan sedang atau sudah melakukan aktivitasnya.

Tujuan menentukan lokasi adalah untuk membantu perusahaan agar dapat beroperasi dan memproduksi secara lancar, efektif dan efisien, serta menghadapi kemungkinan perluasan dimasa yang akan datang. Lokasi perusahaan Djenggolo terletak diJalan Hasanudin No. 1, Kelurahan Sekardangan, Kabupaten Sidoarjo. Pemilihan lokasi ini cukup strategis karena memang sudah diperhatikan dan dipertimbangkan dengan beberapa faktor yang mempunyai peranan penting dan menjaga aktivitas pada perusahaan itu sendiri.

Adapun faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi tersebut adalah

a) Faktor Primer

1) Sumber Tenaga Kerja (*man power*)

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang sangat penting untuk menunjang keberhasilan aktivitas perusahaan. Perusahaan tidak mengalami kesulitan untuk memperoleh tenaga kerja karena letak perusahaan dekat dengan pemukiman penduduk. Sehingga sumber tenaga kerja dapat diperoleh dari lembaga-lembaga pendidikan formal maupun informal.

2) Transportasi

Masalah transportasi dan lalu lintas perhubungan erat dengan masalah penyediaan bahan baku dan mendistribusikan hasil produksi ke pasaran Transportasi atau pengangkutan baik bahan baku atau hasil produksinya dalam hal ini tidak mengalami kesulitan karena disamping menggunakan kendaraan sendiri juga bahan baku yang diperoleh melalui pesanan.

3) Pemasaran

Dekat dengan pasar adalah lokasi yang digunakan oleh kebanyakan perusahaan. Pemasaran perusahaan tidak mengalami hambatan karena adanya pengangkutan yang mudah sehingga pengiriman produksi ke daerah pemasaran (daerah sekitar perusahaan maupun luar perusahaan) dapat ditempuh secara cepat dan mudah.

4) Bahan Baku

Kemudian dalam memperoleh bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi merupakan faktor yang sangat penting karena berkaitan dengan kelancaran proses produksi. Pada dasarnya

pemenuhan bahan baku tidak menimbulkan masalah karena kebutuhan bahan-bahan tersebut dapat dipenuhi oleh supplier lokal.

5) Kebutuhan akan tenaga listrik dan penyediaan air

Merupakan salah satu faktor yang tak kalah pentingnya dalam memperlancar proses produksi. Perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam pengadaan listrik karena dekat jaringan listrik dan tersedianya pompa air di bawah tanah.

b) Faktor Sekunder

1) Keadaan Lingkungan

Jika dilihat secara sepintas, kondisi lingkungan kerja tidak sangat berpengaruh terhadap aktivitas produksi, namun jika dikaji lebih dalam hal ini sangat berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan. Terciptanya kenyamanan dan keasrian lingkungan dapat meningkatkan produktivitas kerja. Oleh karena itu lingkungan merupakan salah satu budaya perusahaan.

2) Kemungkinan Perluasan

Diperlukan perhatian dan pertimbangan dalam pemilihan lokasi perusahaan mengenai kemungkinan pelaksanaan perluasan. Demikian pula pada perusahaan Djenggolo masih memungkinkan untuk diadakan perluasan, karena masih memiliki area perluasan yang kosong dan cukup luas.

3) Lingkungan Sosial

Hubungan baik perusahaan dengan masyarakat disekitarnya adalah suatu hal penting, karena merupakan dukungan moril secara tidak langsung dan sangat berarti bagi perusahaan. Masyarakat menyambut dengan baik adanya perusahaan ini karena akan membuka kesempatan kerja bagi warga daerahnya sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.

4) Jasa Perbankan

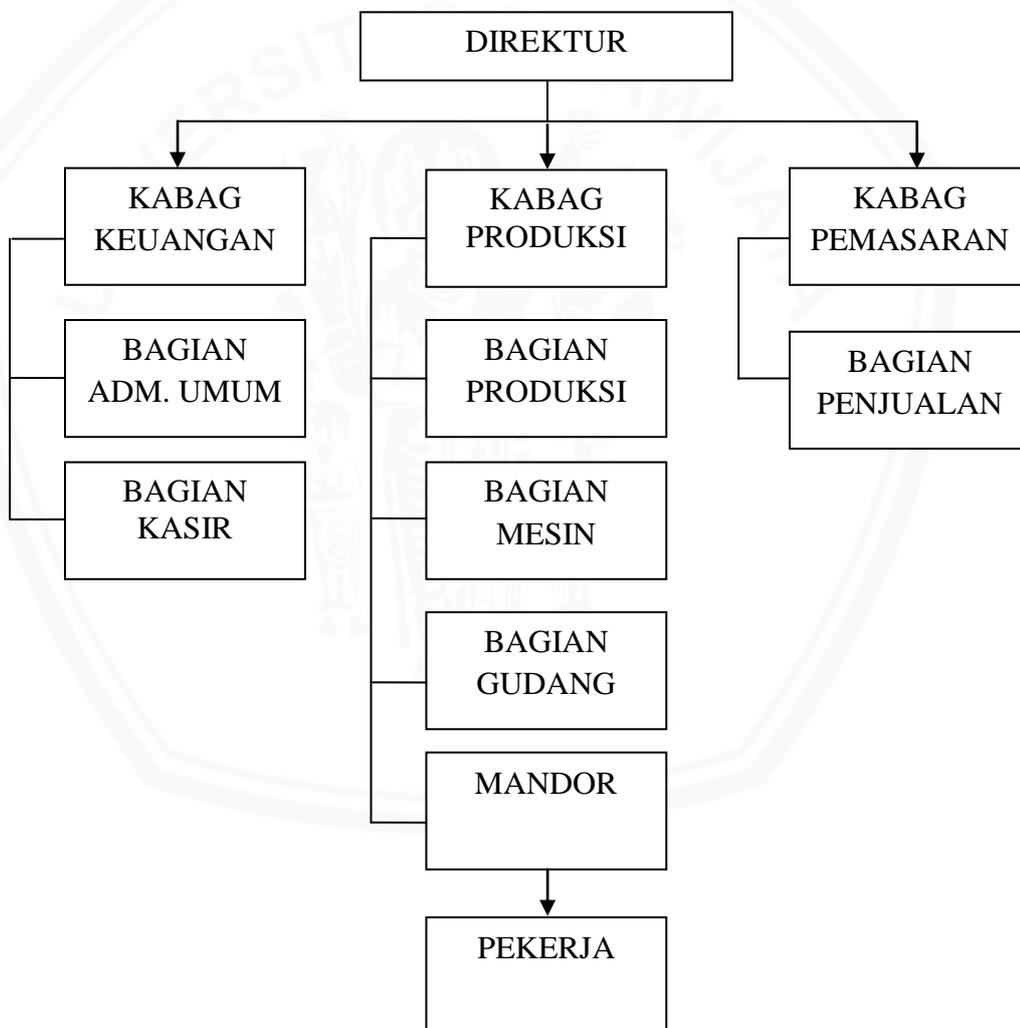
Kebutuhan akan modal memegang peranan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, di kota Sidoarjo terhadap banyak lembaga keuangan, baik yang dikelola pemerintah maupun swasta. Sehingga perusahaan mempunyai kemudahan untuk menjalin hubungan dengan lembaga-lembaga keuangan tersebut.

4. Struktur Organisasi

Pada umumnya organisasi diartikan sebagai kumpulan dari sejumlah orang yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Para anggota organisasi harus melakukan usaha dengan tugas-tugas tertentu untuk mencapai tujuan tersebut, disertai koordinasi usaha antara semua satuan dan jenjang yang ada. Struktur organisasi mempengaruhi kelancaran perusahaan, untuk mencapai koordinasi yang baik antara personil serta memperjelas pembagian tugas dan garis wewenang yang berlaku. Keberhasilan suatu perusahaan juga ditunjang dengan sistem pengorganisasian yang baik. Organisasi memberikan

arahan yang jelas kepada setiap unsur dalam suatu aktivitas tertentu untuk melakukan suatu pekerjaan yang ditetapkan.

Struktur organisasi yang digunakan oleh perusahaan ini adalah struktur organisasi garis, dimana wewenang kekuasaan (perintah) mengalir dari atas ke bawah, dan tanggung jawab bergerak dari bawah ke atas. Tujuan dari penggunaan struktur organisasi ini adalah selain karena dibutuhkan juga karena keinginan koordinasi yang cepat dalam pelaksanaan kegiatannya sehari-hari.



Gambar 5 : Struktur Organisasi CV. Djenggolo
Sumber : CV. Djenggolo, 2017

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Direktur

- a. Memimpin aktivitas perusahaan sesuai dengan kebijaksanaan yang telah disetujui bersama.
- b. Menentukan kebijaksanaan pokok dalam perusahaan yang meliputi perencanaan, pengarahan, pengembangan, penggunaan, serta pengamatan segala dana dan sumber daya yang ada dalam perusahaan.
- c. Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap perusahaan baik ke dalam maupun luar.
- d. Mendelegasikan bagian wewenang dan tanggung jawabnya kepada kepala bagian.

2) Kepala Bagian Keuangan

- a. Memberikan persetujuan permintaan uang dari bagian yang memerlukan.
- b. Bertanggung jawab atas penerimaan dan pengeluaran kas.
- c. Bertanggung jawab atas laporan secara periodik status keuangan perusahaan.

Dalam pelaksanaan tugasnya membawahi bagian-bagian:

- Bagian administrasi yang bertugas melaksanakan pembukuan perusahaan dan menyelenggarakan surat menyurat.
- Bagian kasir yang bertugas mencatat keluar masuknya arus kas.

3) Kepala Bagian Produksi

- a. Bertanggung jawab atas kelancaran proses produksi.
- b. Bertanggung jawab atas mutu hasil produksi.
- c. Bertanggung jawab atas pelaporan kegiatan produksi.

Dalam mengerjakan tugasnya dibantu oleh:

- Bagian produksi yang bertugas merencanakan kebutuhan bahan baku yang diperlukan oleh perusahaan.
- Bagian mesin:
 - a) Menangani kelancaran mesin dan kesiapan mesin guna proses produksi.
 - b) Merawat dan memperbaiki perawatan mesin yang mengalami kemacetan dalam proses produksi.
- Bagian Gudang yang bertanggung jawab atas kelancaran masuk keluarnya bahan baku dan barang jadi serta memberikan laporan keberadaan mesin.
- Mandor
 - a) Mengkoordinasi dan mengurangi pelaksanaan kerja pada pekerja yang ditanganinya.
 - b) Mengatur para pekerja yang kurang disiplin dalam bekerja.

4) Kepala Bagian Pemasaran

- a. Merencanakan dan menentukan kebijaksanaan penjualan hasil produksi.
- b. Merencanakan sistem promosi pemasaran hasil produksi.
- c. Bertanggung jawab kepada pimpinan perusahaan.
- d. Dalam tugasnya membawahi Bagian Penjualan yang bertugas mencari pelanggan baru dan juga bertugas dalam pengiriman pesanan ke pelanggan.

5. Tujuan Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki tujuan tertentu yang ditentukan oleh sifat dan keadaan perusahaan yang bersangkutan. Tujuan tersebut haruslah disusun secara jelas dan realistis, karena tujuan perusahaan merupakan pusat perhatian dari semua aktivitas perusahaan. Tujuan perusahaan akan memberikan pedoman dan arahan terhadap sesuatu yang hendak dicapai perusahaan terutama dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan perusahaan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan hal tersebut, maka CV. Djenggolo memiliki tujuan sebagai berikut:

a. Tujuan Jangka Pendek

1) Mencapai Target Produksi

Perusahaan berusaha untuk mencapai target produksi karena dengan dicapainya target produksi yang telah ditetapkan, maka semakin besar

volume penjualan yang akan dicapai dan diharapkan bagi kelangsungan hidup perusahaan.

2) Memperkuat Posisi di Pasar

Pemasaran memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap seluruh kebijaksanaan perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Setelah diketahui posisinya maka manajemen harus dapat memperkuat dan mempertahankan posisinya.

3) Berusaha Menjaga Kontinuitas Produksi

Kontinuitas perusahaan mempunyai fungsi yang sangat penting dan perlu ditingkatkan serta dipertahankan, karena kelangsungan usaha bukan untuk sementara waktu saja, tetapi untuk jangka waktu yang lama.

4) Meningkatkan Volume Penjualan

Perusahaan dalam tujuan jangka pendek ini berusaha untuk meningkatkan volume penjualan yang diharapkan akan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya keuntungan. Usaha tersebut dapat dijalankan dengan cara meningkatkan mutu barang dan pelayanan.

b. Tujuan Jangka Panjang

1) Memperoleh Laba yang Maksimal

Perusahaan harus dapat meminimalkan biaya produksi untuk mendapatkan laba yang maksimal, dengan tidak mengabaikan mutu atau kualitas produk yang dihasilkan

2) Memperluas Daerah Pemasaran

Perusahaan selalu berusaha memasuki daerah lain selain daerah pemasaran yang telah dikuasai perusahaan.

3) Menjaga Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan sangat penting bagi pihak-pihak diluar maupun di dalam perusahaan. Bagi karyawan sangat penting yaitu untuk memberikan motivasi kerja dan perlindungan terhadap kelangsungan hidup dalam hal pekerjaan. Sedangkan bagi pihak diluar perusahaan konsumen misalnya akan lebih percaya terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.

6. Personalia

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha untuk membuat para pekerjanya melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan sebaik-baiknya.

a) Jumlah Karyawan

Jumlah tenaga kerja perusahaan ini pada tahun 2016 sebanyak 21 orang, dengan jumlah karyawan tidak tetap bagian produksi adalah 15 karyawan. Adapun secara rinci deskripsi jumlah karyawan dapat disajikan pada tabel 4.1.

Tabel 3 Jumlah Karyawan Pada CV. Djenggolo

No.	Fungsi	Jumlah
1.	Pimpinan	1
2.	Kepala Bagian Produksi	1
3.	Kepala Bagian Keuangan	1
4.	Kepala Bagian Pemasaran	1

Lanjutan Tabel 3

No.	Fungsi	Jumlah
5.	Bagian Administrasi Umum	3
6.	Karyawan Bagian Produksi	42
7.	Bagian Penjualan	10
8.	Bagian Gudang	6
9.	Bagian Mesin & Peralatan	8
10.	Mandor	3
11.	Supir	1
12.	Pesuruh	2
13.	Penjaga	1
Jumlah		80

Sumber: CV. Djenggolo, Tahun 2017

b) Jam Kerja Karyawan

Jam kerja karyawan pada CV. DjenggoloSidoarjo adalah sebagai berikut :

Hari : Senin – Jum'at

Jam Kerja : a) Kantor : 09.00 – 15.00

b) Pabrik : 07.00 – 16.00

c) Sistem Penggajian dan Pengupahan

1) Daftar gaji karyawan tetap bulan Desember 2017 CV. Djenggolo sekitar Rp. 2.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,-

2) Susunan upah terdiri dari :

- Upah pokok / upah tetap
- Tunjangan atau upah tidak tetap

d) Pembinaan Karyawan

CV. Djenggolo melakukan usaha-usaha untuk pembinaan karyawan dalam usaha menjaga semangat dan gairah kerja karyawan, antara lain:

1) Memberikan fasilitas pengobatan

- 2) Memberikan tunjangan-tunjangan seperti tunjangan hari raya
- 3) Pelatihan Sumber Daya Manusia
- a) Latihan bagi karyawan yang pernah dilaksanakan di CV. Djenggolo yaitu Diklat tentang mekanik produksi.
 - b) Penilaian prestasi kerja bagi setiap karyawan pada CV. Djenggolo dilaksanakan untuk mengetahui perkembangan dari prestasi kerja karyawan sebelum dilaksanakan diklat dan setelah dilaksanakan diklat.
 - c) Pemeliharaan SDM, terdiri dari :
 - Gaji / upah
 - Presensi / absensi, cuti dan lembur
 - Komunikasi
 - Kesehatan dan keselamatan
 - d) Hubungan industrial Pancasila adalah hubungan antara pelaku dalam proses produksi barang dan jasa baik karyawan perusahaan pemerintah yang berdasarkan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila dan UUD 1945, tumbuh dan berkembang di atas kepribadian bangsa Indonesia.
- Perusahaan paving CV. Djenggolo menerapkan hubungan industrial Pancasila yang :
- Mengakui hak keyakinan beragama bagi karyawannya serta menyediakan musholla sebagai tempat beribadah karyawan yang mayoritas beragama Islam

- Memberikan upah minimum dan gaji sesuai dengan standar UMR (Upah Minimum Regional)
- Memberikan jaminan sosial tenaga kerja
- Tidak menganggap karyawan sekedar sebagai faktor produksi tetapi
- sebagai manusia pribadi dengan segala harkat dan martabatnya.

B. Penyajian Data

1. Laporan Keuangan Tahun 2015-2017

Tabel 4 Laporan Keuangan CV. Djenggol Tahun 2015 sampai 2017

Keterangan	2015 (Rp)	2016 (Rp)	2017 (Rp)
Penjualan:			
1. PV T6	1.128.525.000	1.242.066.000	1.490.175.000
2. PV TU T6	791.275.000	895.104.000	1.078.875.000
Total Penjualan	1.919.800.000	2.137.170.000	2.569.050.000
Harga Pokok Penjualan:			
1) Biaya Bahan Baku	490.764.000	640.000.000	826.400.000
2) Biaya Tenaga Kerja Langsung	275.850.000	230.591.000	290.000.000
3) Biaya FOH:			
- B. Telepon, Listrik,Air	42.087.250	56.718.500	68.541.700
- B. Tenaga Kerja Tak Langsung	167.459.800	189.251.200	213.000.000
- B. Mesin dan Peralatan	28.725.825	34.866.288	45.075.295
- B. Penyusutan Mesin dan Peralatan	21.961.125	21.961.125	21.961.125
Jumlah Biaya FOH	260.234.000	302.797.113	348.578.120
Total Harga Pokok Penjualan	1.026.848.000	1.173.388.113	1.464.978.120
Laba Kotor	892.952.000	963.781.887	1.104.071.880
Biaya Operasi			
Biaya Administrasi dan Umum:			
- B. Gaji Karyawan	195.000.000	195.000.000	205.000.000
- B. Telepon, Listrik,Air	10.086.116	10.249.500	11.513.600
- B. Inventaris Kantor	5.601.300	2.550.000	4.797.000

Lanjutan tabel 4

Keterangan	2015 (Rp)	2016 (Rp)	2017 (Rp)
- B. Penyusutan Inventaris Kantor	1.493.100	1.493.100	1.493.100
- B. Kirim Pos dan Materai	650.500	320.600	520.600
- B. Transport dan Perjalanan Dinas	5.078.900	5.078.900	5.078.900
Jumlah Biaya Administrasi & Umum	217.909.916	214.692.100	228.403.200
Biaya Pemasaran:			
- B. Gaji Karyawan	100.000.000	100.000.000	110.000.000
- B. Pengiriman/Pengangkutan Paving	268.789.500	295.627.900	461.296.300
- B. Pemeliharaan & Reparasi Kend	16.006.027	18.471.522	22.931.900
- B. Penyusutan, Pemeliharaan & Reparasi Kendaraan	15.207.300	15.207.300	15.207.300
- B. Sumbangan & Entertainment	1.000.000	1.600.000	1.500.000
- B. Lain-Lain	2.121.000	2.121.000	2.121.000
Jumlah Biaya Pemasaran	403.123.827	433.027.722	613.056.500
Total Biaya Operasi	621.033.743	647.719.822	841.459.700
Laba Operasional	271.918.257	316.062.065	262.612.180
Pendapatan dan Beban Lain-lain			
Pendapatan Jasa Giro	103.692	184.911	237.142
Beban Pajak Jasa Giro	64.684	35.508	47.428
Beban Administrasi Bank	912.300	1.403.000	544.000
Jumlah Pendapatan & Beban Lain-Lain	(873.292)	(1.253.597)	(354.286)
Laba/Rugi Sebelum Pajak	271.044.965	314.808.468	262.257.894
Pajak	5.401.125	9.281.230	12.703.180
Laba Operasi (EBIT)	265.643.840	305.527.238	249.554.714

Sumber: CV. Djenggolo 2017

2. Penjualan dan Volume

a) Harga Jual

Data penjualan paving per m² pada CV. Djenggolo tahun 2017 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 5 Harga Jual CV. Djenggolo Tahun 2017

Jenis Produk	Volume Penjualan (m ²)	Harga Jual (Rp)	Penjualan (Rp)
Paving T6	33.115	45.000	1.490.175.000
Paving TU T6	30.825	35.000	1.078.875.000
Jumlah	63.940		2.569.050.000

Sumber: CV. Djenggolo, 2017

b) Volume Penjualan

Penjualan paving T6 dan TU T6 pada CV. Djenggolo menggunakan satuan m² dengan harga jual paving T6 Rp 45.000/m² dan paving TU T6 Rp 35.000/m². Data volume penjualan setiap bulan selama tahun 2017 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 Volume Penjualan CV. Djenggolo Tahun 2017

Bulan	Jumlah (m ²)	Pv. T6 (m ²)	Pv. TU T6 (m ²)
Januari	5.548	2.825	2.723
Februari	5.430	2.815	2.615
Maret	5.290	2.745	2.450
April	4.716	2.375	2.341
Mei	5.200	2.750	2.545
Juni	5.540	2.820	2.720
Juli	5.088	2.634	2.454
Agustus	5.352	2.726	2.626
September	5.270	2.895	2.375
Oktober	5.240	2.735	2.505
November	5.380	2.845	2.535

Lanjutan Tabel 6

Bulan	Jumlah (m ²)	Pv. T6 (m ²)	Pv. TU T6 (m ²)
Desember	5.886	2.950	2.936
Total	63.940	33.115	30.825

Sumber: CV. Djenggolo, 2017

3. Data yang berhubungan dengan biaya

Data mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan oleh CV. Djenggolo pada tahun 2017 antara lain sebagai berikut:

Tabel 7 Biaya-biaya CV. Djenggolo Tahun 2017

Biaya Produksi	Rp
Biaya Bahan Baku	826.400.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	290.000.000
Biaya Overhead Pabrik (FOH):	
Biaya Telepon, Listrik, Air	68.541.700
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	213.000.000
Biaya Mesin dan Peralatan	45.075.295
Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	21.961.125
Jumlah Biaya FOH	348.578.120
Jumlah Biaya Produksi	1.464.978.120
Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Gaji Karyawan	205.000.000
Biaya Telepon, Listrik, Air	11.513.600
Biaya Inventaris Kantor	4.797.000
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	1.493.100
Biaya Kirim Pos dan Materai	520.600
Biaya Transport dan Perjalanan Dinas	5.078.900
Jumlah Biaya Administrasi dan Umum	228.403.200
Biaya Pemasaran	
Biaya Gaji Karyawan	110.000.000
Biaya Pengiriman/Pengangkutan Paving	461.296.300
Biaya Pemeliharaan dan Reparasi	22.931.900
Biaya Penyusutan Pemeliharaan dan Reparasi	15.207.300
Biaya Sumbangan dan Entertainment	1.500.000
Biaya Lain-lain	2.121.000

Lanjutan Tabel 7

Biaya Produksi	Rp
Jumlah Biaya Pemasaran	613.056.500
Total	2.306.437.820

Sumber: CV. Djenggolo, 2017

a) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya utama yang membentuk bagian integral dari barang jadi. Biaya bahan baku yang dikeluarkan CV. Djenggolo selama tahun 2017 adalah sebesar Rp 826.400.000.

b) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang terjadi di dalam pabrik yang berkaitan dengan proses produksi produk. Biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan oleh CV. Djenggolo selama tahun 2017 adalah sebesar Rp 348.578.120.

c) Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum adalah beban usaha yang digunakan oleh perusahaan untuk membantu dan memperlancar proses produksi dan distribusi produk. Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan oleh CV. Djenggolo selama tahun 2017 adalah sebesar Rp 228.403.200.

d) Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang digunakan perusahaan untuk memperlancar proses distribusi produk. Biaya pemasaran yang dikeluarkan CV. Djenggolo selama tahun 2017 adalah sebesar Rp 613.056.500.

C. Analisis Data

1. Perbandingan Laporan Keuangan

a. Laporan Keuangan Tahun 2015-2016

Tabel 8 Peningkatan (Penurunan) Laporan Keuangan Tahun 2015-2016

Keterangan	2016 (Rp)	2015 (Rp)	Peningkatan Jumlah	(Penurunan) Persentase
Penjualan:				
1. PV T6	1.242.066.000	1.128.525.000	113.541.000	10,06%
2. PV TU T6	895.104.000	791.275.000	103.829.000	13,12%
Total Penjualan	2.137.170.000	1.919.800.000	217.370.000	11,32%
Harga Pokok Penjualan:				
1) Biaya Bahan Baku	640.000.000	490.764.000	149.236.000	30,41%
2) Biaya TKL	230.591.000	275.850.000	(45.259.000)	-16,41%
3) Biaya FOH:				
- B. Telepon, Listrik, Air	56.718.500	42.087.250	14.631.250	34,76%
- B. TKTL	189.251.200	167.459.800	21.791.400	13,01%
- B. Mesin dan Peralatan	34.866.288	28.725.825	6.140.463	21,38%
- B. Penyusutan Mesin & Peralatan	21.961.125	21.961.125	0	0,00%
Jumlah Biaya FOH	302.797.113	260.234.000	42.563.113	16,36%
Total Harga Pokok Penjualan	1.173.388.113	1.026.848.000	146.540.113	14,27%
Laba Kotor	963.781.887	892.952.000	70.829.887	7,93%
Biaya Operasi				
Biaya Adm. & Umum:				
- B. Gaji Karyawan	195.000.000	195.000.000	0	0,00%
- B. Telepon, Listrik, Air	10.249.500	10.086.116	163.384	1,62%
- B. Inventaris Kantor	2.550.000	5.601.300	(3.051.300)	-54,47%
- B. Penyusutan Inventaris Kantor	1.493.100	1.493.100	0	0,00%
- B. Kirim Pos dan Materai	320.600	650.500	(329.900)	-50,71%
- B. Trans & Perjalanan Dinas	5.078.900	5.078.900	0	0,00%
Jumlah Biaya Administrasi & Umum	214.692.100	217.909.916	(3.217.816)	-1,48%
Biaya Pemasaran:				
- B. Gaji Karyawan	100.000.000	100.000.000	0	0,00%
- B. Pengiriman Paving	295.627.900	268.789.500	26.838.400	9,98%

Lanjutan tabel 8

Keterangan	2016 (Rp)	2015 (Rp)	Peningkatan Jumlah	Penurunan Persentase
- B. Pemeliharaan & Reparasi Kend	18.471.522	16.006.027	2.465.495	15,40%
- B. Penyus Pemeliharaan & Reparasi Kend	15.207.300	15.207.300	0	0,00%
- B. Sumbangan & Entertainment	1.600.000	1.000.000	600.000	60,00%
- B. Lain-Lain	2.121.000	2.121.000	0	0,00%
Jumlah Biaya Pemasaran	433.027.722	403.123.827	29.903.895	7,42%
Total Biaya Operasi	647.719.822	621.033.743	26.686.079	4,30%
Laba Operasional	316.062.065	271.918.257	44.143.808	16,23%
Pendapatan & Beban Lain-Lain				
Pendapatan Jasa Giro	184.911	103.692	81.219	78,33%
Beban Pajak Jasa Giro	35.508	64.684	(29.176)	-45,11%
Beban Administrasi Bank	1.403.000	912.300	490.700	53,79%
Jumlah Pendapatan & Beban Lain-Lain	(1.253.597)	(873.292)	(380.305)	43,55%
Laba/Rugi Sebelum Pajak	314.808.468	271.044.965	43.763.503	16,15%
Pajak	9.281.230	5.401.125	3.880.105	71,84%
Laba Operasi (EBIT)	305.527.238	265.643.840	39.883.398	15,01%

Sumber: (Data Diolah)

Laba diatas menunjukkan tren yang baik maupun tren yang kurang baik, yang mempengaruhi laporan laba rugi CV. Djenggolo. Peningkatan biaya bahan baku sebesar 30,41% adalah tren yang kurang baik, seperti halnya kenaikan biaya FOH sebesar 16,36%, biaya pemasaran sebesar 7,42%. Tren yang baik adalah menurunnya biaya tenaga kerja langsung sebesar -16,41%, biaya administrasi sebesar -1,48%. Hasil bersih dari tren ini adalah bahwa laba bersih sebagai persen dari pendapatan tahun 2015 ke 2016 naik sebesar 15,01% atau sebesar Rp39.883.398, dengan penjualan meningkat sebesar 11,32%.

b. Laporan Keuangan Tahun 2016-2017

Tabel 9 Peningkatan (Penurunan) Laporan Keuangan Tahun 2016-2017

Keterangan	2017 (Rp)	2016 (Rp)	Peningkatan Jumlah	Penurunan Persentase
Penjualan:				
1. PV T6	1.490.175.000	1.242.066.000	248.109.000	19,98%
2. PV TU T6	1.078.875.000	895.104.000	183.771.000	20,53%
Total Penjualan	2.569.050.000	2.137.170.000	431.880.000	20,21%
Harga Pokok Penjualan:				
1) Biaya Bahan Baku	826.400.000	640.000.000	186.400.000	29,13%
2) Biaya TKL	290.000.000	230.591.000	59.409.000	25,76%
3) Biaya FOH:				
- B. Telepon, Listrik,Air	68.541.700	56.718.500	11.823.200	20,85%
- B. TKTL	213.000.000	189.251.200	23.748.800	12,55%
- B. Mesin dan Peralatan	45.075.295	34.866.288	10.209.007	29,28%
- B. Penyus Mesin & Peralatan	21.961.125	21.961.125		0,00%
Jumlah Biaya FOH	348.578.120	302.797.113	45.781.007	15,12%
Total Harga Pokok Penjualan	1.464.978.120	1.173.388.113	291.590.007	24,85%
Laba Kotor	1.104.071.880	963.781.887	140.289.993	14,56%
Biaya Operasi				
Biaya Administrasi dan Umum:				
- B. Gaji Karyawan	205.000.000	195.000.000	10.000.000	5,13%
- B. Telepon, Listrik,Air	11.513.600	10.249.500	1.264.100	12,33%
- B. Inventaris Kantor	4.797.000	2.550.000	2.247.000	88,12%
- B. Penyusutan Inventaris Kantor	1.493.100	1.493.100	0	0,00%
- B. Kirim Pos dan Materai	520.600	320.600	200.000	62,38%
- B. Transport &Perjalanan Dinas	5.078.900	5.078.900	0	0,00%
Jumlah Biaya Administrasi&Umum	228.403.200	214.692.100	13.711.100	6,39%
Biaya Pemasaran:				
- B. Gaji Karyawan	110.000.000	100.000.000	10.000.000	10,00%
- B. Pengiriman Paving	461.296.300	295.627.900	165.668.400	56,04%

Lanjutan tabel 9

Keterangan	2017 (Rp)	2016 (Rp)	Peningkatan Jumlah	Penurunan Persentase
- B. Pemeliharaan & Reparasi Kend	22.931.900	18.471.522	4.460.378	24,15%
- B. Penyus Pemel & Reparasi Kend	15.207.300	15.207.300	0	0,00%
- B. Sumbangan & Entertainment	1.500.000	1.600.000	(100.000)	-6,25%
- B. Lain-Lain	2.121.000	2.121.000		0,00%
Jumlah Biaya Pemasaran	613.056.500	433.027.722	180.028.778	41,57%
Total Biaya Operasi	841.459.700	647.719.822	193.739.878	29,91%
Laba Operasional	262.612.180	316.062.065	(53.449.885)	-16,91%
Pendapatan Beban Lain-Lain				
Pendapatan Jasa Giro	237.142	184.911	52.231	28,25%
Beban Pajak Jasa Giro	47.428	35.508	11.920	33,57%
Beban Administrasi Bank	544.000	1.403.000	(859.000)	-61,23%
Jumlah Pendapatan Beban Lain-Lain	(354.286)	(1.253.597)	899.311	-71,74%
Laba/Rugi Sebelum Pajak	262.257.894	314.808.468	-52.550.574	-16,69%
Pajak	12.703.180	9.281.230	3.421.950	36,87%
Laba Operasi (EBIT)	249.554.714	305.527.238	(55.972.524)	-18,32%

Sumber: (Data Diolah)

Pada analisis horizontal di atas, kenaikan pendapatan penjualan adalah trend yang baik, yaitu sebesar 19,98% dibandingkan tahun 2015 ke 2016, demikian pula penurunan biaya sumbangan dan entertainment sebesar -6,25% dari 60% ditahun 2015 ke 2016. Trend yang buruk adalah peningkatan biaya tenaga kerja langsung, biaya administrasi & umum sebesar 6,39%, biaya pemasaran sebesar 41,57%.

Biaya operasi meningkat lebih cepat dibandingkan penjualan, dengan total beban operasi yang meningkat sebesar 29,91%.

Secara keseluruhan, laba bersih tahun 2017 menurun sebesar (Rp 55.972.524) atau -18,32% yaitu kecenderungan yang menunjukkan penurunan dari tren sebelumnya. Peningkatan biaya FOH adalah akibat dari penambahan kapasitas produksi dari sebelumnya sehingga membutuhkan beban listrik yang lebih besar. Peningkatan biaya operasi sebesar 29,91%, terjadi karena peningkatan biaya gaji karyawan sebesar 5,13% pada bagian administrasi & umum, dan 10% pada bagian pemasaran, akibat adanya penambahan karyawan. Demikian pula, dengan biaya pengiriman/pengangkutan paving yang meningkat sebesar 56,04% akibat dari perluasan daerah pemasaran paving yang membutuhkan biaya angkut yang lebih besar.

Besarnya peningkatan (penurunan) dari berbagai laporan akun keuangan dan penyebabnya harus ditelusuri lebih jauh untuk mengetahui apakah operasi perusahaan masih dapat ditingkatkan efisiensinya, sehingga pada perusahaan dibutuhkan pula perencanaan penjualan untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan memperoleh keuntungan yang diharapkan dimasa yang akan datang.

2. Pengelompokan Biaya Berdasarkan Jenis Biaya

Pengelompokan dalam tahap ini dilakukan dengan mendasarkan pada perilaku biaya. Perilaku biaya tergantung pada tingkat biaya terhadap besaran produk yang dihasilkan. Pengelompokan biaya berdasarkan perilaku biaya, meliputi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.

Tabel 10 Klasifikasi Biaya ke Dalam Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Biaya Semi Variabel CV. Djenggolo

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Biaya Semi Variabel (Rp)
Biaya Produksi:			
Bahan Baku		826.400.000	
Biaya Tenaga Kerja Langsung		290.000.000	
Biaya FOH:			
Biaya Telepon, Listrik, Air			68.541.700
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	213.000.000		
Biaya Mesin dan Peralatan			45.075.295
Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	21.961.125		
Biaya Administrasi & Umum:			
Biaya Gaji Karyawan	205.000.000		
Biaya Telepon, Listrik, Air			11.513.600
Biaya Inventaris Kantor			4.797.000
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	1.493.100		
Biaya Kirim Pos dan Materai		520.600	
Biaya Transport dan Perjalanan Dinas	5.078.900		
Biaya Pemasaran			
Biaya Gaji Karyawan	110.000.000		
Biaya Pengiriman/Pengangkutan Paving		461.296.300	
Biaya Pemeliharaan dan Reparasi Kendaraan			22.931.900
Biaya Penyusutan Pemeliharaan dan Reparasi Kendaraan	15.207.300		
Biaya Sumbangan dan Entertainment		1.500.000	
Biaya Lain-Lain	2.121.000		
Jumlah	573.861.425	1.579.716.900	152.859.495
Total Keseluruhan Biaya	2.306.437.820		

Sumber: (Data Diolah)

Klasifikasi biaya tetap, biaya variabel, biaya semi variabel dimaksudkan untuk memudahkan analisis biaya pada tiap golongannya. Tabel menunjukkan hasil

penggolongan biaya yang diperoleh dari data CV. Djenggolo dengan rincian biaya tetap sebesar Rp 573.861.425, biaya variabel sebesar Rp 1.579.716.900, dan biaya semivariabel sebesar Rp 152.859.495.

3. Pemisahan Biaya

Untuk mengetahui titik impas tahun 2017, biaya semivariabel yang ada harus dipisahkan terlebih dahulu ke dalam biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode *least square*. Perhitungan masing-masing biaya semivariabel dapat dilihat seperti dibawah ini:

a. Biaya Overhead Pabrik

1) Biaya Listrik, Air, Telepon

Pemisahan biaya semivariabel pada biaya listrik, air, telepon, dapat dilihat perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 11 Data Biaya Listrik, Air, Telepon CV. Djenggolo Tahun 2017

Bulan	Penjualan (X) (m ²)	Biaya (Y) (Rp)	X.Y	X ²
Januari	5.548	5.787.241	32.107.613.068	30.780.304
Februari	5.430	6.999.122	38.005.232.460	29.484.900
Maret	5.290	5.662.111	29.952.567.190	27.984.100
April	4.716	4.655.142	21.953.649.672	22.240.656
Mei	5.200	5.485.113	31.179.896.800	27.040.000
Juni	5.540	5.996.134	30.387.526.020	30.691.600
Juli	5.088	5.565.122	28.315.340.736	25.887.744
Agustus	5.352	5.895.141	27.595.736.208	28.643.904
September	5.270	5.690.168	29.987.185.360	27.772.900
Oktober	5.240	5.755.111	30.156.781.640	27.457.600
November	5.380	5.895.141	31.715.858.580	28.944.400
Desember	5.886	5.156.154	34.698.799.926	34.644.996
Total	63.940	68.541.700	366.056.187.660	341.573.104

Sumber: (Data Diolah)

Pada tabel diatas diketahui besarnya:

$$\sum X = 63.940 \qquad \sum X.Y = 366.056.187.660$$

$$\sum Y = 68.541.700 \qquad \sum X^2 = 341.573.104$$

Perhitungan:

$$b = \frac{12 (366.056.187.660) - (63.940)(68.541.700)}{12(341.573.104) - (63.940)^2}$$

$$b = \frac{10.117.953.920}{10.553.648}$$

$$= 959$$

$$a = \frac{(68.541.700) - 959(63.940)}{12}$$

$$= 603.449$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka persamaan garis lurusnya yaitu sebagai berikut:

$$Y = 603.449 + 959 (x)$$

Berdasarkan pada hasil pemisahan biaya listrik, air, telepon diatas maka dapat kita ketahui bahwa biaya tetap (a) per tahun adalah Rp. 603.449 dan biaya variabel per unitnya (b) adalah Rp. 959.

Jadi biaya variabel dan biaya tetap pada biaya overhead pabrik listrik, air, telepon untuk penjualan tahun 2017 adalah:

$$\text{Biaya variabel (b) per tahun} = \text{Rp } 61.300.318$$

$$\text{Biaya tetap (a) per tahun} = \text{Rp } \underline{603.449} +$$

$$\text{Total} = \text{Rp } 68.541.700$$

2) Biaya Mesin dan Peralatan

Tabel 12 Data Biaya Mesin dan Peralatan CV. Djenggolo Tahun 2017

Bulan	Penjualan (X) (m ²)	Biaya (Y) (Rp)	X.Y	X ²
Januari	5.548	3.986.951	22.119.604.148	30.780.304
Februari	5.430	3.755.942	20.394.765.060	29.484.900
Maret	5.290	3.435.941	18.176.127.890	27.984.100
April	4.716	3.926.379	18.516.803.364	22.240.656
Mei	5.200	3.487.656	18.135.811.200	27.040.000
Juni	5.540	3.906.986	21.644.702.440	30.691.600
Juli	5.088	3.426.379	17.433.416.352	25.887.744
Agustus	5.352	3.543.950	18.967.220.400	28.643.904
September	5.270	3.721.962	19.614.739.740	27.772.900
Oktober	5.240	3.486.888	18.271.293.120	27.457.600
November	5.380	3.772.341	20.295.194.580	28.944.400
Desember	5.886	4.623.920	27.216.393.120	34.644.996
Total	63.940	45.075.295	240.786.071.414	341.573.104

Sumber: (Data Diolah)

Pada tabel diatas diketahui besarnya:

$$\sum X = 63.940$$

$$\sum X.Y = 240.786.071.414$$

$$\sum Y = 45.075.295$$

$$\sum X^2 = 341.573.104$$

Perhitungan:

$$b = \frac{12 (240.786.071.414) - (63.940)(45.075.295)}{12(341.573.104) - (63.940)^2}$$

$$b = \frac{7.318.494.668}{10.553.648}$$

$$= 693$$

$$a = \frac{(45.075.295) - 693(63.940)}{12}$$

$$= 61.308$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka persamaan garis lurusnya yaitu sebagai berikut:

$$Y = 61.308 + 693 (x)$$

Berdasarkan pada hasil pemisahan biaya listrik, air, telepon diatas maka dapat kita ketahui bahwa biaya tetap (a) per tahun adalah Rp. 61.308 dan biaya variabel per unitnya (b) adalah Rp. 693.

Jadi biaya variabel dan biaya tetap pada biaya overhead pabrik listrik, air, telepon untuk penjualan tahun 2017 adalah:

$$\text{Biaya variabel (b) per tahun} = \text{Rp } 44.339.602$$

$$\text{Biaya tetap (a) per tahun} = \underline{\text{Rp } 735.693}$$

$$\text{Total} = \text{Rp } 45.075.295$$

b. Biaya Administrasi & Umum

1) Biaya Telepon, Listrik, Air

Tabel 13 Data Biaya Telepon, Listrik, Air CV. Djenggolo Tahun 2017

Bulan	Penjualan (X) (m ²)	Biaya (Y) (Rp)	X.Y	X ²
Januari	5.548	954.734	5.296.864.232	30.780.304
Februari	5.430	963.477	5.231.680.110	29.484.900
Maret	5.290	946.966	5.009.450.140	27.984.100
April	4.716	902.522	4.256.293.752	22.240.656
Mei	5.200	946.939	4.924.082.800	27.040.000
Juni	5.540	985.944	5.462.129.760	30.691.600
Juli	5.088	956.998	4.869.205.824	25.887.744
Agustus	5.352	966.456	5.172.472.512	28.643.904
September	5.270	934.966	4.927.270.820	27.772.900
Oktober	5.240	926.366	4.854.157.840	27.457.600
November	5.380	942.266	5.069.391.080	28.944.400

Lanjutan Tabel 13

Bulan	Penjualan (X) (m ²)	Biaya (Y) (Rp)	X.Y	X ²
Desember	5.886	1.085.966	6.391.995.876	34.644.996
Total	63.940	11.513.600	61.464.994.746	341.573.104

Sumber: (Data Diolah)

Pada tabel diatas diketahui besarnya:

$$\sum X = 63.940$$

$$\sum X.Y = 61.464.994.746$$

$$\sum Y = 11.513.600$$

$$\sum X^2 = 341.573.104$$

Perhitungan:

$$b = \frac{12 (61.464.994.746) - (63.940)(11.513.600)}{12(341.573.104) - (63.940)^2}$$

$$b = \frac{1.400.352.952}{10.553.648}$$

$$= 133$$

$$a = \frac{(11.513.600) - 133(63.940)}{12}$$

$$= 252.455$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka persamaan garis lurusnya yaitu sebagai berikut:

$$Y = 252.455 + 133 (x)$$

Berdasarkan pada hasil pemisahan biaya listrik, air, telepon diatas maka dapat kita ketahui bahwa biaya tetap (a) per tahun adalah Rp. 252.455 dan biaya variabel per unitnya (b) adalah Rp. 133.

Jadi biaya variabel dan biaya tetap pada biaya overhead pabrik listrik, air, telepon untuk penjualan tahun 2017 adalah:

Biaya variabel (b) per tahun= Rp 8.484.134

Biaya tetap (a) per tahun = Rp 3.029.466

Total = Rp 11.513.600

2) Biaya Inventaris Kantor

Tabel 14 Data Biaya Inventaris Kantor CV. Djengolo Tahun 2017

Bulan	Penjualan (X) (m ²)	Biaya (Y) (Rp)	X.Y	X ²
Januari	5.548	401.283	2.226.318.084	30.780.304
Februari	5.430	402.583	2.186.025.690	29.484.900
Maret	5.290	302.541	1.600.441.890	27.984.100
April	4.716	359.823	1.696.925.268	22.240.656
Mei	5.200	418.862	2.178.082.400	27.040.000
Juni	5.540	400.582	2.219.224.280	30.691.600
Juli	5.088	385.646	1.962.166.848	25.887.744
Agustus	5.352	403.643	2.160.297.336	28.643.904
September	5.270	403.543	2.126.671.610	27.772.900
Oktober	5.240	402.584	2.109.540.160	27.457.600
November	5.380	485.645	2.612.770.100	28.944.400
Desember	5.886	430.265	2.532.539.790	34.644.996
Total	63.940	4.797.000	25.611.003.456	341.573.104

Sumber: (Data Diolah)

Pada tabel diatas diketahui besarnya:

$$\sum X = 63.940$$

$$\sum X.Y = 25.611.003.456$$

$$\sum Y = 4.797.000$$

$$\sum X^2 = 341.573.104$$

Perhitungan:

$$b = \frac{12 (25.611.003.456) - (63.940)(4.797.000)}{12(341.573.104) - (63.940)^2}$$

$$b = \frac{611.861.472}{10.553.648}$$

$$= 58$$

$$a = \frac{(4.797.000) - 58(63.940)}{12}$$

$$= 90.833$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka persamaan garis lurusnya yaitu sebagai berikut:

$$Y = 90.833 + 58(x)$$

Berdasarkan pada hasil pemisahan biaya listrik, air, telepon diatas maka dapat kita ketahui bahwa biaya tetap (a) per tahun adalah Rp. 90.833 dan biaya variabel per unitnya (b) adalah Rp. 58.

Jadi biaya variabel dan biaya tetap pada biaya overhead pabrik listrik, air, telepon untuk penjualan tahun 2017 adalah:

Biaya variabel (b) per tahun = Rp 3.707.005

Biaya tetap (a) per tahun = Rp1.089.995

Total = Rp 4.797.000

c. Biaya Pemasaran

1) Biaya Reparasi Kendaraan

Tabel 15 Data Biaya Reparasi Kendaraan CV. Djenggolo Tahun 2017

Bulan	Penjualan (X) (m ²)	Biaya (Y) (Rp)	X.Y	X ²
Januari	5.548	1.897.658	10.528.206.584	30.780.304
Februari	5.430	1.882.453	10.221.719.790	29.484.900
Maret	5.290	1.751.058	9.263.096.820	27.984.100
April	4.716	1.572.248	7.414.721.568	22.240.656
Mei	5.200	1.856.151	9.651.985.200	27.040.000
Juni	5.540	1.970.178	10.914.786.120	30.691.600
Juli	5.088	1.989.879	10.124.504.352	25.887.744
Agustus	5.352	1.858.983	9.949.277.016	28.643.904
September	5.270	2.052.898	10.818.772.460	27.772.900

Lanjutan Tabel 15

Bulan	Penjualan (X) (m ²)	Biaya (Y) (Rp)	X.Y	X ²
Oktober	5.240	2.052.438	10.754.775.120	27.457.600
November	5.380	2.018.658	10.860.380.040	28.944.400
Desember	5.886	2.029.298	11.944.448.028	34.644.996
Total	63.940	22.931.900	122.446.673.098	341.573.104

Sumber: (Data Diolah)

Pada tabel diatas diketahui besarnya:

$$\sum X = 63.940 \qquad \sum X.Y = 122.446.673.098$$

$$\sum Y = 22.931.900 \qquad \sum X^2 = 341.573.104$$

Perhitungan:

$$b = \frac{12 (122.446.673.098) - (63.940)(22.931.900)}{12(341.573.104) - (63.940)^2}$$

$$b = \frac{3.094.391.176}{10.553.648}$$

$$= 293$$

$$a = \frac{(22.931.900) - 293(63.940)}{12}$$

$$= 348.693$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka persamaan garis lurusnya yaitu sebagai berikut:

$$Y = 348.693 + 293 (x)$$

Berdasarkan pada hasil pemisahan biaya listrik, air, telepon diatas maka dapat kita ketahui bahwa biaya tetap (a) per tahun adalah Rp. 348.693 dan biaya variabel per unitnya (b) adalah Rp. 293.

Jadi biaya variabel dan biaya tetap pada biaya overhead pabrik listrik, air, telepon untuk penjualan tahun 2017 adalah:

Biaya variabel (b) per tahun = Rp 18.747.581

Biaya tetap (a) per tahun = Rp 4.184.319

Total = Rp 22.931.900

d. Rekapitulasi Masing-Masing Biaya Semi Variabel

Setelah masing-masing biaya semivariabel dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, maka berikut disajikan rekapitulasi penggolongan biaya tetap dan biaya variabel.

1) Biaya Overhead Pabrik

Tabel 16 Rekapitulasi Biaya Overhead Pabrik Semivariabel Setelah Dipisahkan dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2017

Biaya Overhead Pabrik (FOH)	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Telepon, Listrik, Air	7.241.382	61.300.318	68.541.700
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	213.000.000		213.000.000
Biaya Pemeliharaan Mesin dan Peralatan	735.693	44.339.602	45.075.295
Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	21.961.125		21.961.125
Jumlah	242.938.201	105.639.919	348.578.120

Sumber: (Data Diolah)

Setelah mengklasifikasikan biaya overhead pabrik ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, maka langkah selanjutnya adalah menghitung biaya overhead pabrik variabel PV T6 dan PV TU T6.

Biaya overhead pabrik variabel PV T6 dan PV TU T6 dihitung dengan cara membandingkan penjualan masing-masing produk dengan total penjualan kemudian dikalikan dengan biaya overhead pabrik variabel.

$$\text{PV T6} : 33.115 \text{ m}^2 \times \text{Rp } 45.000 = \text{Rp } 1.490.175.000$$

$$\text{PV TU T6: } 30.825 \text{ m}^2 \times \text{Rp } 35.000 = \underline{\text{Rp.1.078.875.000}}$$

$$\text{Total} = \text{Rp } 2.569.050.000$$

Misalnya menghitung biaya listrik, air, telepon :

$$\begin{aligned} \text{PV T6} &= \frac{\text{Penjualan PV T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya telepon, listrik, air} \\ &= \frac{1.490.175.000}{2.569.050.000} \times 68.541.700 \\ &= 61.300.318 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PV TU T6} &= \frac{\text{Penjualan PV TU T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya telepon, listrik, air} \\ &= \frac{1.078.875.000}{2.569.050.000} \times 68.541.700 \\ &= 7.241.382 \end{aligned}$$

Perhitungan di atas digunakan untuk menghitung biaya overhead pabrik variabel lainnya. Untuk memudahkan dalam membaca, maka hasil perhitungan biaya overhead pabrik variabel PV T6 dan PV TU T6 disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 17 Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Variabel Tahun 2017

Biaya Overhead Pabrik	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Telepon, Listrik, Air	35.557.191	25.743.127	61.300.318
Biaya Mesin dan Peralatan	25.719.144	18.620.458	44.339.602
Total	61.276.334	44.363.585	105.639.919

Sumber: (Data Diolah)

Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan terhadap biaya overhead pabrik tetap masing-masing produk. Misalnya diketahui bahwa biaya tenaga kerja tidak langsung tahun 2017 adalah sebesar Rp 213.000.000, maka masing-masing produk mempunyai biaya tetap sebagai berikut:

$$\begin{aligned} PV T6 &= \frac{\text{Penjualan PV T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya TKTL} \\ &= \frac{1.490.175.000}{2.569.050.000} \times 213.000.000 \\ &= 123.550.447 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} PV TU T6 &= \frac{\text{Penjualan PV TU T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya TKTL} \\ &= \frac{1.078.875.000}{2.569.050.000} \times 213.000.000 \\ &= 89.449.553 \end{aligned}$$

Tabel 18 Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Tetap Tahun 2017

Biaya Overhead Pabrik	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Telepon, Listrik, Air	4.200.357	3.041.025	7.977.076
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	123.550.447	89.449.553	213.000.000
Biaya Mesin dan Peralatan	426.738	308.955	735.693
Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	12.738.550	9.222.595	21.961.125
Jumlah	140.916.071	102.022.129	242.938.201

Sumber: (Data Diolah)

Perhitungan diatas diketahui PV T6 mempunyai biaya variabel sebesar Rp 61.276.334,00 dan biaya tetap Rp 140.916.071,00, PV TU T6 mempunyai biaya vairabel sebesar Rp 44.363.585,00 dan biaya tetap sebesar Rp 102.022.129,00.

2) Biaya Administrasi & Umum

Tabel 19 Rekapitulasi Biaya Administrasi Umum Semivariabel Setelah Dipisahkan dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2017

Biaya Administrasi & Umum	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Gaji Karyawan	205.000.000		205.000.000
Biaya Telepon, Listrik, Air	3.029.466	8.484.134	11.513.600
Biaya Inventaris Kantor	1.089.995	3.707.005	4.797.000
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	1.493.100		1.493.100
Biaya Kirim Pos dan Materai		520.600	520.600
Biaya Transport dan Perjalanan Dinas	5.078.900		5.078.900
Total	215.691.461	12.711.739	228.403.200

Sumber: (Data Diolah)

Setelah mengklasifikasikan biaya administrasi dan umum ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, maka selanjutnya adalah menghitung biaya administrasi dan umum variabel masing-masing produk. Misalnya untuk mencari biaya listrik, air, telepon variabel masing-masing produk adalah:

$$\begin{aligned}
 PV\ T6 &= \frac{\text{Penjualan PV T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya listrik, telepon, air} \\
 &= \frac{1.490.175.000}{2.569.050.000} \times 8.484.134 \\
 &= 4.921.214
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 PV\ TU\ T6 &= \frac{\text{Penjualan PV TU T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya listrik, telepon, air} \\
 &= \frac{1.078.875.000}{2.569.050.000} \times 8.484.134 \\
 &= 3.562.920
 \end{aligned}$$

Perhitungan diatas digunakan untuk menghitung biaya administrasi dan umum variabel lainnya. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel halaman berikut:

Tabel 20 Biaya Administrasi dan Umum Variabel Tahun 2017

Biaya Administrasi & Umum	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Telepon, Listrik, Air	4.921.214	3.562.920	8.484.134
Biaya Inventaris Kantor	2.150.245	1.556.760	3.707.005
Biaya Kirim Pos & Materai	301.974	218.626	520.600
Jumlah	7.373.433	5.338.306	12.711.739

Sumber: (Data Diolah)

Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan terhadap biaya administrasi dan umum tetap masing-masing produk. Misalnya diketahui bahwa penyusutan inventaris tahun 2017 adalah sebesar Rp 1.493.100, maka masing-masing produk mempunyai biaya tetap sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{PV T6} &= \frac{\text{Penjualan PV T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya gaji karyawan} \\
 &= \frac{1.490.175.000}{2.569.050.000} \times 205.000.000 \\
 &= 118.910.054
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{PV TU T6} &= \frac{\text{Penjualan PV TU T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya gaji karyawan} \\
 &= \frac{1.078.875.000}{2.569.050.000} \times 205.000.000 \\
 &= 86.089.946
 \end{aligned}$$

Tabel 21 Perhitungan Biaya Administrasi dan Umum Tetap Tahun 2017

Biaya Administrasi & Umum	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Gaji Karyawan	118.910.054	86.089.946	205.000.000
Biaya Telepon, Listrik, Air	1.883.242	1.366.990	3.250.232
Biaya Inventaris Kantor	1.326.219	962.664	2.288.883
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	865.129	627.971	1.493.100
Biaya Transport dan Perjalanan Dinas	2.942.805	2.136.095	5.078.900
Jumlah	125.111.626	90.579.835	215.691.461

Sumber: (Data Diolah)

3) Biaya Pemasaran

Tabel 22 Rekapitulasi Biaya Pemasaran Semivariabel Setelah Dipisahkandalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2017

Biaya Pemasaran	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Gaji Karyawan	110.000.000		110.000.000
Biaya Kirim/Angkut Paving		461.296.300	461.296.300
Biaya Pemeliharaan dan Reparasi Kendaraan	4.184.319	18.747.581	22.931.900
Biaya Penyusutan Pemeliharaan dan Reparasi Kendaraan	15.207.300		15.207.300
Biaya Sumbangan Entertainment		1.500.000	1.500.000
Biaya Lain-Lain	2.121.000		2.121.000
Jumlah	131.512.619	481.543.881	613.056.500

Sumber: (Data Diolah)

Setelah mengklasifikasikan biaya pemasaran ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, maka selanjutnya adalah menghitung biaya pemasaran variabel masing-masing produk. Misalnya untuk mencari biaya pengiriman/pengangkutan paving variabel masing-masing produk adalah:

$$PV T6 = \frac{\text{Penjualan PV T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya pengiriman paving}$$

$$= \frac{1.476.675.000}{2.548.550.000} \times 461.296.300$$

$$= 267.283.245$$

$$PV TU T6 = \frac{\text{Penjualan PV TU T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya pengiriman paving}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{1.071.875.000}{2.548.550.000} \times 461.296.300 \\
 &= 194.013.055
 \end{aligned}$$

Perhitungan diatas digunakan untuk menghitung biaya pemasaran variabel lainnya. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel halaman berikut:

Tabel 23 Biaya Pemasaran Variabel Tahun 2017

Biaya Pemasaran	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Pengiriman/Pengangkutan Paving	267.283.245	194.013.055	461.296.300
Biaya Pemeliharaan dan Reparasi Kendaraan	10.874.517	7.873.065	18.747.581
Biaya Sumbangan dan Entertainment	869.127	630.873	1.500.000
Jumlah	279.319.069	202.224.813	481.543.882

Sumber: (Data Diolah)

Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan terhadap biaya pemasaran tetap masing-masing produk. Misalnya diketahui bahwa gaji karyawan tahun 2017 adalah sebesar Rp 110.000.000, maka masing-masing produk mempunyai biaya tetap sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 PV\ T6 &= \frac{\text{Penjualan PV T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya gaji karyawan} \\
 &= \frac{1.476.675.000}{2.548.550.000} \times 110.000.000 \\
 &= 63.805.395
 \end{aligned}$$

$$PV\ TU\ T6 = \frac{\text{Penjualan PV TU T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya gaji karyawan}$$

$$= \frac{1.071.875.000}{2.548.550.000} \times 110.000.000$$

$$= 46.194.605$$

Tabel 24 Perhitungan Biaya Pemasaran Tetap Tahun 2017

Biaya Pemasaran	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Gaji Karyawan	63.805.395	46.194.605	110.000.000
Biaya Pemeliharaan dan Reparasi Kendaraan	2.427.110	1.757.209	4.184.319
Biaya Penyusutan Pemeliharaan dan Reparasi Kendaraan	8.820.980	6.386.320	15.207.300
Biaya Lain-Lain	1.230.284	890.716	2.121.000
Jumlah	76.283.769	55.228.850	131.512.619

Sumber: (Data Diolah)

Hasil perhitungan biaya produksi, biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 25 Rekapitulasi Seluruh Biaya Tahun 2017

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku		846.400.000	846.400.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung		390.000.000	390.000.000
Biaya Overhead Pabrik	256.675.371	110.902.750	367.578.121
Biaya Administrasi & Umum	12.111.114	11.332.086	23.443.200
Biaya Pemasaran	154.980.854	476.475.646	631.456.500
Jumlah	423.767.339	1.835.110.482	2.258.877.821

Sumber: (Data Diolah)

e. Biaya Produksi

Selanjutnya, untuk menghitung biaya produksi variabel, maka perlu dihitung biaya overhead pabrik variabel, biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja langsung. Karena jumlah biaya overhead pabrik variabel telah diketahui, maka selanjutnya adalah mencari biaya bahan baku (BB) dan biaya tenaga kerja langsung (TKL). Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{PV T6} : 33.115 \text{ m}^2 \times \text{Rp } 45.000 = \text{Rp } 1.490.175.000$$

$$\text{PV TU T6} : 30.825 \text{ m}^2 \times \text{Rp } 35.000 = \underline{\text{Rp.1.078.875.000}}$$

$$\text{Total} = \text{Rp } 2.569.050.000$$

Perhitungan:

1) Biaya Bahan Baku (BB)

$$\begin{aligned} \text{PV T6} &= \frac{\text{Penjualan PV T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya bahan baku} \\ &= \frac{1.490.175.000}{2.569.050.000} \times 826.400.000 \\ &= 479.352.531 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PV TU T6} &= \frac{\text{Penjualan PV TU T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya bahan baku} \\ &= \frac{1.078.875.000}{2.569.050.000} \times 826.400.000 \\ &= 347.047.469 \end{aligned}$$

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL)

$$\text{PV T6} = \frac{\text{Penjualan PV T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya TKL}$$

$$= \frac{1.490.175.000}{2.569.050.000} \times 290.000.000$$

$$= 168.214.223$$

$$\text{PV TU T6} = \frac{\text{Penjualan PV TU T6}}{\text{Penjualan total}} \times \text{Biaya TKL}$$

$$= \frac{1.078.875.000}{2.569.050.000} \times 290.000.000$$

$$= 121.785.777$$

Agar lebih mudah, maka penyajian hasil perhitungan biaya produksi variabel ada pada tabel dibawah:

Tabel 26 Biaya Produksi Variabel Tahun 2017

Biaya Produksi	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku	479.352.531	347.047.469	826.400.000
Biaya TKL	168.214.223	121.785.777	290.000.000
Biaya Overhead Pabrik	61.276.334	44.363.585	105.639.919
Total	708.843.089	513.196.831	1.222.039.919

Sumber: (Data Diolah)

Hasil seluruh biaya produksi, biaya administrasi dan umum, dan biaya pemasaran variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 27 Rekapitulasi Seluruh Biaya Variabel Tahun 2017

Keterangan	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Produksi	708.843.089	513.196.831	1.222.039.919
Biaya Administrasi & Umum	7.373.432	5.338.307	12.711.739
Biaya Pemasaran	279.319.069	202.224.813	481.543.881
Total	995.535.589	720.759.950	1.716.295.539

Sumber: (Data Diolah)

Selanjutnya hasil seluruh biaya produksi, biaya administrasi dan umum, dan biaya pemasaran tetap dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 28 Rekapitulasi Seluruh Biaya Tetap Tahun 2017

Keterangan	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Produksi	140.916.071	102.022.129	242.938.201
Biaya Adminitrasi & Umum	125.111.626	90.579.835	215.691.461
Biaya Pemasaran	76.283.769	55.228.850	131.512.619
Total	342.311.466	247.830.814	590.142.281

Sumber: (Data Diolah)

4. Perhitungan Margin Kontribusi

Setelah diketahui biaya variabel dan biaya tetap, maka dilanjutkan dengan perhitungan margin kontribusi. Perhitungan dan analisa margin kontribusi tahun 2017 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 29 Margin Kontribusi Tahun 2017

Keterangan	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Penjualan	1.490.175.000	1.078.875.000	2.569.050.000
Biaya Variabel	995.535.589	720.759.950	1.716.295.539
Margin Kontribusi	494.639.411	358.115.050	852.754.461
Biaya Tetap	342.311.466	247.830.814	590.142.281
Laba Bersih	152.327.944	110.284.236	262.612.180

Sumber: (Data Diolah)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa margin kontribusi sebesar Rp 713.439.519 lebih besar dari biaya tetap sebesar Rp 423.767.339, sehingga jumlah tersebut dapat menutupi biaya tetap perusahaan yang berarti perusahaan memperoleh laba. Adapun perhitungan rasio margin kontribusi dan rasio laba adalah sebagai berikut:

a. Rasio Margin Kontribusi

$$\text{CMR} = \frac{\text{margin kontribusi total}}{\text{penjualan total}} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = \frac{852.754.461}{2.569.050.000} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = 33,19\%$$

- Rasio marjin kontribusi PV T6

$$\text{CMR} = \frac{\text{marjin kontribusi PV T6}}{\text{penjualan PV T6}} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = \frac{494.639.411}{1.490.175.000} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = 33,19\%$$

- Rasio marjin kontribusi PV TU T6

$$\text{CMR} = \frac{\text{marjin kontribusi PV TU T6}}{\text{penjualan PV TU T6}} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = \frac{358.115.050}{1.078.875.000} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = 33,19\%$$

5. Menentukan Tingkat *Break Even Point* (BEP)

Langkah berikutnya setelah menghitung *contribution margin ratio* dan rasio laba adalah menghitung BEP, baik dalam rupiah maupun dalam unit. Perhitungan BEP merupakan langkah awal dalam analisis biaya volume laba yang dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan batas standart minimal suatu penjualan dan produksi pada CV. Djenggolo. Karena perusahaan ini mempunyai dua produk, yaitu PV T6 dan PV TU T6, maka BEP-nya adalah BEP *mix*. Berikut adalah perhitungan BEP *mix*:

- Perhitungan *Break Even Point* (BEP) dalam rupiah

$$\begin{aligned} \text{BEP mix} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\ &= \frac{\text{Rp}590.142.281}{1 - \frac{\text{Rp}1.716.295.539}{\text{Rp}2.569.050.000}} \end{aligned}$$

$$= \frac{\text{Rp } 590.142.281}{0,331934}$$

$$= \text{Rp } 1.777.891.639$$

Titik impas terjadi saat penjualan mencapai Rp 1.777.891.639. Pada titik ini perusahaan tidak mengalami kerugian (rugi) maupun keuntungan (laba). Penjualan tersebut merupakan penjualan campuran, oleh karena itu perlu dihitung BEP masing-masing produknya. Untuk menentukan penjualan masing-masing produk, maka dapat digunakan komposisi penjualan sebagai berikut:

$$\begin{array}{lcl} \text{PV T6} & : & \text{PV TU T6} \\ 1.490.175.000 & : & 1.078.875.000 \\ 1 & : & 0,7240 \end{array}$$

Perhitungan BEP (Rp) masing-masing produk:

$$\begin{aligned} \text{PV T6} &= \frac{1}{1,7240} \times \text{Rp } 1.777.891.639 \\ &= \text{Rp } 1.031.264.348 \\ \text{PV TU T6} &= \frac{0,7240}{1,7240} \times \text{Rp } 1.777.891.639 \\ &= \text{Rp } 746.627.291 \end{aligned}$$

b. Perhitungan *Break Even Point* (BEP) dalam unit

Untuk menghitung BEP dalam unit, maka dihitung dengan cara membagi jumlah BEP (Rp) dengan harga jual masing-masing produk.

Berikut perhitungannya:

$$\text{PV T6} = \frac{\text{Rp } 1.031.264.348}{\text{Rp } 45.000}$$

$$= 22.917 \text{ m}^2$$

$$\text{PV TU T6} = \frac{\text{Rp}746.627.291}{\text{Rp} 35.000}$$

$$= 21.332 \text{ m}^2$$

Berdasarkan data yang telah diolah, maka BEP *mix* tahun 2017 adalah:

PV T6 : Rp 1.031.264.348 dengan unit terjual sebanyak 22.917 m²

PV TU T6 : Rp 746.627.291 dengan unit terjual sebanyak 21.332 m²

6. Perhitungan Margin Of Safety (MoS)

Margin of safety digunakan untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang direncanakan boleh turun, namun tidak sampai membuat perusahaan mengalami kerugian. Perhitungan *margin of safety* adalah:

$$\begin{aligned} \text{MoS} &= \frac{\text{penjualan direncanakan} - \text{penjualan bep}}{\text{penjualan direncanakan}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp} 2.569.050.000 - \text{Rp} 1.777.891.639}{\text{Rp} 2.569.050.000} \times 100\% \\ &= 30,80\% \end{aligned}$$

Penurunan penjualan yang diperbolehkan dan perusahaan tidak mengalami kerugian adalah sebesar 30,80%. Jika penurunan <30,80%, maka perusahaan masih mendapatkan keuntungan, akan tetapi jika penurunan penjualan > dari 30,80% maka perusahaan akan mengalami kerugian.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisa data yang dilakukan pada CV. Djenggolo mengenai analisis biaya volume laba tahun 2017, maka hasil yang diperoleh dari tahap-tahap perhitungan diatas adalah:

1. Analisis Horizontal untuk mengetahui peningkatan atau penurunan laporan keuangan tahun 2015-2017.

Pada tahun 2016-2017 penjualan meningkat sebesar 20,21% lebih besar dibandingkan tahun 2015-2016 sebesar 11,32%, sedangkan untuk laba tahun 2016-2017 mengalami penurunan sebesar (Rp. 55.972.524) atau -18,32% dibandingkan tahun 2015-2016 yang mengalami peningkatan sebesar 15,01%. Hal ini terjadi karena pada tahun 2017 terdapat kenaikan biaya karyawan karena adanya penambahan karyawan, kenaikan biaya angkut karena perluasan pemasaran yang membutuhkan biaya lebih besar, dan peningkatan biaya FOH akibat penambahan kapasitas produksi.

Besarnya peningkatan atau penurunan dari berbagai laporan akun keuangan dan penyebabnya harus ditelusuri lebih jauh untuk mengetahui apakah operasi perusahaan masih dapat ditingkatkan efisiensinya, sehingga pada perusahaan dibutuhkan pula analisis biaya volume laba untuk mengetahui titik impas perusahaan serta perencanaan penjualan untuk mengetahui tingkat penjualan harus dicapai agar perusahaan memperoleh keuntungan yang diharapkan dimasa yang akan datang.

2. Pemisahan Biaya Semi Variabel ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel.

Pemisahan biaya semivariabel dilakukan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square method*). Biaya tetap dan biaya variabel merupakan dua komponen penting dalam perhitungan margin kontribusi dan *break even point*. Hasil perhitungan menggunakan metode kuadrat terkecil

diperoleh total biaya tetap sebesar Rp 590.142.281, dan biaya variabel sebesar Rp 1.716.295.539.

3. Marjin Kontribusi

Perhitungan marjin kontribusi digunakan untuk mengetahui perubahan tingkat penjualan terhadap kontribusi. Berdasarkan perhitungan marjin kontribusi, produk yang dihasilkan perusahaan memberikan marjin kontribusi sebesar Rp 852.754.461 dengan rasio marjin kontribusi untuk masing-masing produk, paving segi empat dan paving segi enam sama besar yaitu sebesar 28%, sehingga perubahan komposisi penjualan tidak akan merubah posisi titik impas.

4. Break Even Point (BEP)

Perhitungan BEP merupakan langkah awal dalam analisis biaya volume laba dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan batas standart minimal suatu penjualan dan produksi. Berdasarkan total biaya tetap dan biaya variabel yang diketahui diatas, maka BEP dalam rupiah pada tahun 2017 untuk PV T6 sebesar Rp 1.031.264.348 dengan volume penjualan sebanyak 22.917 m² dan PV TU T6 sebesar Rp 746.627.291 dengan volume penjualan sebanyak 21.332 m².

E. Membuat Perencanaan Tahun 2018

Untuk merencanakan penjualan tahun 2018 digunakan metode *least square* dengan persamaan:

$$Y = a + b(x)$$

Untuk mencari a dan b digunakan rumus:

$$a = \frac{\sum y}{n} \qquad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Keterangan:

Y = volume penjualan

a = variabel tetap yang akan dicari

b = variabel berubah

x = tahun yang ditentukan (tahun ke...)

Untuk merencanakan volume penjualan PV T6 dan PV TU T6 pada tahun 2018 dengan menggunakan data-data tahun 2015–2017, yaitu:

1. Membuat Rencana Volume Penjualan Menggunakan Analisis *trend*

Tabel 30 Perencanaan Volume Penjualan PV T6 Tahun 2018

Tahun	VolumePenjualan (y)	X	X ²	Xy
2015	27.525	-1	1	(27.525)
2016	30.573	0	0	-
2017	33.115	1	1	33.115
Jumlah	91.213	0	2	5.590

Sumber: (Data Diolah)

Perhitungan:

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

$$a = \frac{91.213}{3} = 30.404$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$b = \frac{5.590}{2} = 2.795$$

Anggaran volume penjualan PV T6 tahun 2018, adalah:

$$Y = a + b(x)$$

$$= 30.404 + (2.795) (2)$$

$$= 35.994$$

Tabel 31 Perencanaan Volume Penjualan PV TU T6 Tahun 2018

Tahun	Volume Penjualan (y)	X	X ²	Xy
2015	25.525	-1	1	(25.525)
2016	28.972	0	0	-
2017	30.825	1	1	30.825
Jumlah	85.322	0	2	5.300

Sumber: (Data Diolah)

Perhitungan:

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

$$a = \frac{85.322}{3} = 28.441$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$b = \frac{5.300}{2} = 2.650$$

Anggaran volume penjualan PV TU T6 tahun 2018, adalah:

$$Y = a + b(x)$$

$$= 28.441 + (2.650) (2) = 33.741$$

Hasil perhitungan perencanaan volume penjualan tahun 2018 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 32 Anggaran Volume Penjualan Tahun 2018

Jenis Produk	Volume Penjualan (m ²)
PV T6	35.994
PV TU T6	33.741
Jumlah	69.735

Sumber: (Data Diolah)

2. Membuat Rencana Harga Jual

Berdasarkan asumsi dasar BEP bahwa harga jual tidak berubah saat periode analisis, maka untuk tahun 2018 dianggarkan harga jual masing-masing produk tetap seperti tahun 2017.

Tabel 33 Anggaran Harga Jual Tahun 2018

Jenis Produk	Harga Jual (Rp)
PV T6	45.000,00
PV TU T6	35.000,00

Sumber: (Data Diolah)

Untuk hasil penjualan yang dianggarkan tahun 2018 pada masing-masing produk adalah:

Tabel 34 Anggaran Penjualan Tahun 2018

Jenis Produk	Volume Penjualan (m ²)	Harga Jual (Rp)	Penjualan (Rp)
PV T6	35.994	45.000	1.619.745.000
PV PV TU T6	33.741	35.000	1.180.923.333
Total	69.735		2.800.668.333

Sumber: (Data Diolah)

3. Membuat Rencana Produksi

Setelah membuat perencanaan volume penjualan dan harga jual, maka dibuat perencanaan produksi tahun 2018 dengan asumsi barang selalu terjual habis, volume produksi yang direncanakan adalah:

Tabel 35 Anggaran Produksi Tahun 2018

Jenis Produk	Volume Produksi (m ²)
PV T6	35.994
PV TU T6	33.741
Jumlah	69.735

Sumber: (Data Diolah)

4. Membuat Anggaran Biaya Tahun 2018

1) Anggaran Bahan Baku

Biaya bahan baku per unit dianggarkan tidak mengalami perubahan dari tahun 2017, jadi untuk menghitung biaya bahan baku total tahun 2018 adalah:

$$\begin{aligned} \text{BB} &= \frac{\text{anggaran penjualan tahun 2018}}{\text{penjualan tahun 2017}} \times \text{biaya BB tahun 2017} \\ &= \frac{2.800.668.333}{2.569.050.000} \times 826.400.000 \\ &= 900.905.903 \end{aligned}$$

Adapun perhitungan biaya bahan baku untuk masing-masing produk adalah:

$$\begin{aligned} \text{PV T6} &= \frac{\text{anggaran penjualan PV T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{biaya BB tahun 2018} \\ &= \frac{1.619.745.000}{2.800.688.333} \times 900.905.903 \\ &= 512.032.003 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PV TU T6} &= \frac{\text{anggaran penjualan pv enam th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{biaya BB th 2018} \\ &= \frac{1.180.923.333}{2.800.668.333} \times 900.905.903 \\ &= 379.873.900 \end{aligned}$$

2) Anggaran Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung yang dianggarkan tidak mengalami perubahan dari tahun 2017, sehingga total biaya tenaga kerja langsung tahun 2018 dapat dihitung dengan cara berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{TKL} &= \frac{\text{anggaran penjualan tahun 2018}}{\text{penjualan tahun 2017}} \times \text{biaya TKL tahun 2017} \\
 &= \frac{2.800.668.333}{2.569.050.000} \times 290.000.000 \\
 &= 316.145.586
 \end{aligned}$$

Adapun perhitungan biaya bahan baku untuk masing-masing produk adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{PV T6} &= \frac{\text{anggaran penjualan PV T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{biaya TKL tahun 2018} \\
 &= \frac{1.619.745.000}{2.800.688.333} \times 316.145.586 \\
 &= 182.840.369
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{PV TU T6} &= \frac{\text{anggaran penj pv enam th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{biaya TKL tahun 2018} \\
 &= \frac{1.180.923.333}{2.800.668.333} \times 316.145.586 \\
 &= 133.305.217
 \end{aligned}$$

3) Anggaran Overhead Variabel

Pada tahun 2018, direncanakan biaya overhead pabrik variabel per unit tidak mengalami kenaikan dari tahun 2017, akan tetapi untuk biaya overhead pabrik variabel total mengalami kenaikan seiring dengan kenaikan volume penjualan. Perhitungan biaya overhead pabrik variabel total adalah berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{FOH} &= \frac{\text{anggaran penjualan tahun 2018}}{\text{penjualan tahun 2017}} \times \text{biaya FOH tahun 2017} \\
 &= \frac{2.800.668.333}{2.569.050.000} \times 105.639.919 \\
 &= 115.164.118
 \end{aligned}$$

Adapun perhitungan biaya bahan baku untuk masing-masing produk adalah:

$$\begin{aligned} PV T6 &= \frac{\text{anggaran penjualan PV T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{biaya FOH tahun 2018} \\ &= \frac{1.619.745.000}{2.800.688.333} \times 115.164.118 \\ &= 66.604.282 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} PV TU T6 &= \frac{\text{anggaran penj PV TU T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{b. FOH tahun 2018} \\ &= \frac{1.180.923.333}{2.800.668.333} \times 115.164.118 \\ &= 48.559.836 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan cara perhitungan diatas, maka hasil perhitungan biaya overhead pabrik variabel tahun 2018 disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 36 Anggaran Biaya Overhead Pabrik Variabel Tahun 2018

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya Listrik, Air, Telepon	66.826.982
Biaya Pemeliharaan Mesin	48.337.136
Total	115.164.118

Sumber: Data diolah

Setelah menghitung anggaran biaya overhead variabel tahun 2018, selanjutnya menghitung biaya overhead pabrik variabel masing-masing produk dengan perhitungan sebagai berikut, misalnya menghitung biaya listrik, air, telepon

a) PV T6

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{anggaran penjualan PV T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{biaya listrik, tlp, air tahun 2018} \\ &= \frac{1.619.745.000}{2.800.688.333} \times 66.826.982 \end{aligned}$$

$$= 38.648.871$$

b) PV TU T6

$$= \frac{\text{anggaran penjualan pv enam th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{biaya listrik, tlp, air tahun 2018}$$

$$= \frac{1.180.923.333}{2.800.668.333} \times 66.826.982$$

$$= 28.178.111$$

Perhitungan tersebut digunakan untuk biaya overhead pabrik variabel lainnya untuk masing-masing produk tahun 2018. Hasil perhitungan tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 37 Anggaran Biaya Overhead Pabrik Variabel Per Produk Tahun 2018

Keterangan	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Listrik, Air, Telepon	38.648.871	28.178.111	66.826.982
Biaya Pemeliharaan Bangunan	27.955.411	20.381.725	48.337.136
Total	66.604.282	48.559.836	115.164.118

Sumber: (Data Diolah)

Setelah anggaran biaya overhead pabrik variabel telah diketahui, maka selanjutnya membuat klasifikasi biaya overhead pabrik semivariabel ke dalam biaya variabel dan biaya tetap. Berikut klasifikasi disajikan pada tabel 38:

Tabel 38 Klasifikasi Anggaran Biaya Overhead Pabrik Tahun 2018

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Listrik, Telp, Air	7.894.245	66.826.982	74.721.227

Lanjutan tabel 38

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	213.000.000		213.000.000
Biaya Pemeliharaan Mesin dan Peralatan	802.021	48.337.136	49.139.157
Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	21.961.125		21.961.125
Total	243.657.391	115.164.118	358.821.509

Sumber: (Data Diolah)

Setelah anggaran biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel tahun 2018 diketahui, maka hasil biaya produksi variabel tahun 2018 dapat dilihat pada tabel 39:

Tabel 39 Anggaran Biaya Produksi Variabel Tahun 2018

Keterangan	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Total (Rp)
Biaya Bahan Baku	521.032.003	379.873.900	900.905.903
Biaya TKL	182.840.369	133.305.217	316.145.586
Biaya FOH Variabel	66.604.282	48.559.836	115.164.118
Total	770.476.654	561.738.952	1.332.215.607

Sumber: (Data Diolah)

Pada tahun 2018, direncanakan biaya administrasi dan umum variabel per unit tidak mengalami kenaikan, akan tetapi untuk biaya tenaga kerja total mengalami kenaikan seiring dengan meningkatnya hasil produksi. Perhitungan perencanaan total biaya administrasi dan umum variabel adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{B. Adm. \&Umum} &= \frac{\text{anggaran penjualan th2018}}{\text{penjualan th2017}} \times \text{b. adm th2017} \\
 &= \frac{2.800.668.333}{2.569.050.000} \times 12.711.739 \\
 &= 13.875.794
 \end{aligned}$$

Misalnya untuk menghitung biaya listrik, telepon, air adalah:

$$\begin{aligned} PV T6 &= \frac{\text{anggaran penjualan PV T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{b. listrik, tlp, air th 2018} \\ &= \frac{1.619.745.000}{2.800.668.333} \times 9.249.040 \\ &= 5.349.111 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} PV TU T6 &= \frac{\text{anggaran penjualan PV TU T6 th 2018}}{\text{penjualan th 2018}} \times \text{biaya FOH th 2018} \\ &= \frac{1.180.923.333}{2.800.668.333} \times 9.240.040 \\ &= 3.899.929 \end{aligned}$$

Cara diatas digunakan untuk menghitung biaya administrasi dan umum lainnya, hasil perhitungan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 40 Anggaran Biaya Administrasi & Umum Variabel Tahun 2018

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya Listrik, Air, Telepon	9.249.040
Biaya Pemeliharaan Inventaris	4.041.218
Biaya Kirim Pos dan Materai	567.536
Total	13.857.794

Sumber: (Data Diolah)

Berikut adalah biaya administrasi dan umum masing-masing produk:

Tabel 41 Anggaran Biaya Administrasi & Umum Variabel Per Produk Tahun 2018

Keterangan	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Total (Rp)
Biaya Listrik, Air, Telepon	5.349.111	3.899.929	9.249.040
Biaya Pemeliharaan Inventaris	2.337.207	1.704.011	4.041.218
Biaya Kirim Pos dan Materai	328.230	239.306	567.536
Total	8.014.548	5.843.245	13.857.794

Sumber: (Data Diolah)

Setelah biaya administrasi dan umum diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikan biaya administrasi dan umum ke dalam biaya tetap dan biaya variabel pada tabel berikut:

Tabel 42 Klasifikasi Anggaran Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2018

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Gaji Karyawan	205.000.000		205.000.000
Biaya Listrik, Air, Telepon	3.029.466	9.249.040	12.278.506
Biaya Inventaris Kantor	1.089.995	4.041.218	5.131.213
Biaya Penyusutan Inventaris	1.493.100		1.493.100
Biaya Transport dan Perjalanan Dinas	5.078.900		5.078.900
Biaya Kirim Pos dan Materai		567.536	567.536
Total	215.691.461	13.857.794	229.549.255

Sumber: (Data Diolah)

Perhitungan perencanaan total biaya pemasaran variabel adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{B. Pemasaran} &= \frac{\text{anggaran penjualan tahun 2018}}{\text{penjualan tahun 2017}} \times \text{b. pemas th2017} \\
 &= \frac{2.800.668.333}{2.569.050.000} \times 481.543.881 \\
 &= 524.958.525
 \end{aligned}$$

Misalnya untuk menghitung biaya pemeliharaan kendaraan adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{PV T6} &= \frac{\text{anggaran penjualan PV T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{b. pemeliharaan th 2018} \\
 &= \frac{1.619.745.000}{2.800.668.333} \times 20.437.810 \\
 &= 11.820.051
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 PV\ TU\ T6 &= \frac{\text{anggaran penjualan PV TU T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times b. \text{ pemel th 2018} \\
 &= \frac{1.180.923.333}{2.800.668.333} \times 20.437.810 \\
 &= 8.617.760
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan biaya pemasaran disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 43 Anggaran Biaya Pemasaran Variabel Tahun 2018

Keterangan	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Total (Rp)
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	11.820.051	8.617.760	20.437.810
Biaya Pengiriman Paving	290.839.951	212.045.528	502.885.479
Biaya Sumbangan	945.726	689.510	1.635.236
Total	303.605.727	221.352.798	524.958.525

Sumber: (Data Diolah)

Setelah biaya administrasi dan umum diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikan biaya administrasi dan umum ke dalam biaya tetap dan biaya variabel pada tabel berikut:

Tabel 44 Klasifikasi Anggaran Biaya Pemasaran Tahun 2018

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Gaji Karyawan	110.000.000		110.000.000
Biaya Pengiriman Paving		502.885.479	502.885.479
Biaya Pemeliharaan & Reparasi Kend	4.184.319	20.437.810	24.622.129
Biaya Penyusutan Pemeliharaan Kend	15.207.300		15.207.300
Biaya Sumbangan & Entertainment		1.635.236	1.635.236
Biaya Lain-Lain	2.121.000		2.121.000
Total	131.512.619	524.958.525	656.471.144

Sumber: (Data Diolah)

Rekap biaya produksi variabel dan biaya operasi variabel disajikan padatable berikut:

Tabel 45 Rekapitulasi Biaya Produksi Variabel Tahun 2018

BIAYA PRODUKSI	PV. T6 (Rp)	PV. TU 6 (Rp)	JUMLAH (Rp)
Bahan Baku	521.032.003	379.873.900	900.905.903
Biaya Tenaga Kerja Langsung	182.840.369	133.305.217	316.145.586
Biaya FOH	66.604.282	48.559.836	115.164.118
Total	770.476.654	561.738.952	1.332.215.607

Sumber: (Data Diolah)

Rekap biaya produksi variabel dan biaya operasi variabel disajikan pada tabel berikut untuk mempermudah dalam perhitungan BEP:

Tabel 46 Rekapitulasi Biaya Variabel Tahun 2018

Keterangan	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Jumlah
Biaya Produksi	770.476.654	561.738.952	1.332.215.607
Biaya Administrasi & Umum	8.014.548	5.843.245	13.857.794
Biaya Pemasaran	303.605.727	221.352.798	524.958.525
Total	1.082.096.930	788.934.995	1.871.031.925

Sumber: (Data Diolah)

4) Biaya Tetap Tahun 2018

a) Biaya Produksi Tetap

Berdasarkan asumsi, bahwa meskipun terdapat perubahan volume produksi atau penjualan biaya tetap total tahun 2018 jumlahnya tetap dan tidak berubah. Pada tahun 2018, besarnya biaya overhead pabrik tetap sama dengan tahun 2017 yaitu sebesar Rp 242.938.201 besarnya biaya overhead pabrik tetap untuk tahun 2018 adalah:

- PV T6

$$= \frac{\text{anggaran penjualan PV T6 th 2018}}{\text{penjualan th 2018}} \times \text{b. FOH tetap th 2018}$$

$$= \frac{1.619.745.000}{2.800.668.333} \times 242.938.201$$

$$= 104.501.441$$

- PV TU T6

$$= \frac{\text{anggaran penjualan PV TU T6 th 2018}}{\text{penjualan th 2018}} \times \text{b. FOH tetap th 2018}$$

$$= \frac{1.619.745.000}{2.800.668.333} \times 242.938.201$$

$$= 110.436.760$$

b) Biaya Administrasi & Umum

Pada tahun 2017, total biaya administrasi dan umum adalah

Rp 215.691.461, maka besarnya biaya administrasi dan umum tetap tahun

2018 adalah:

- PV T6

$$= \frac{\text{anggaran penjualan PV T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{b. Adm tetap tahun 2018}$$

$$= \frac{1.619.745.000}{2.800.668.333} \times 215.691.461$$

$$= 124.743.498$$

- PV TU T6

$$= \frac{\text{anggaran penjualan PV TU T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{b. Adm tetap tahun 2018}$$

$$= \frac{1.180.923.333}{2.800.668.333} \times 215.691.461$$

$$= 90.947.963$$

c) Biaya Pemasaran

Besarnya biaya pemasaran tahun 2017 adalah Rp 131.512.619, maka

biaya pemasaran masing-masing produk tahun 2018 adalah:

- PV T6

$$= \frac{\text{anggaran penjualan PV T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{b. Pemasaran tetap tahun 2018}$$

$$= \frac{1.619.745.000}{2.800.668.333} \times 131.512.619 = 76.059.312$$

- PV TU T6

$$= \frac{\text{anggaran penjualan PV TU T6 th 2018}}{\text{penjualan tahun 2018}} \times \text{b. Pemasaran tetap tahun 2018}$$

$$= \frac{1.180.923.333}{2.800.668.333} \times 131.512.619 = 55.453.307$$

Hasil perhitungan diatas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 47 Rekapitulasi Biaya Tetap Tahun 2018

Keterangan	PV T6 (Rp)	PV TU T6 (Rp)	Total
Biaya Overhead Tetap	140.501.441	102.436.760	242.938.201
Biaya Administrasi & Umum	124.743.498	90.947.963	215.691.461
Biaya Pemasaran	76.059.312	55.453.307	131.512.619
Total	341.304.251	248.838.029	590.142.281

Sumber: (Data Diolah)

5) Marjin Kontribusi

Perhitungan marjin kontribusi untuk tahun 2018 adalah:

Tabel 48 Marjin Kontribusi Tahun 2018

Keterangan	Jenis Produk		Total
	PVT6 (Rp)	PVTU T6 (Rp)	
Penjualan	1.619.745.000	1.180.923.333	2.800.668.333
Biaya Variabel	1.082.096.930	788.934.995	1.871.031.925
Marjin Kontribusi	537.648.070	391.988.338	929.636.408
Biaya Tetap	341.304.251	248.838.029	590.142.281
Laba Operasi	196.343.819	143.150.309	339.494.127

Sumber: (Data Diolah)

Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa laba yang diperoleh sebesar Rp 339.494.127, dengan asumsi barang produksi terjual habis.

6) Menentukan Tingkat BEP

Selanjutnya menghitung titik impas (*break even point mix*) masing-masing produk sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{BEP mix} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 590.142.281}{1 - \frac{\text{Rp } 1.871.031.925}{\text{Rp } 2.800.668.333}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 590.142.281}{0,331934} \\
 &= \text{Rp } 1.777.891.639
 \end{aligned}$$

Jadi titik impas bauran penjualan terjadi saat penjualan mencapai Rp 1.777.891.639, dengan menggunakan perbandingan antara penjualan PV T6 dan PV TU T6 dengan penjualan tahun 2018, maka dilakukan perhitungan bauran penjualan dalam rupiah dan unit menggunakan komposisi penjualan sebagai berikut:

$$\text{PV T6} \quad : \quad \text{PV TU T6}$$

$$\begin{array}{lcl} \text{Rp 1.619.745.000} & : & \text{Rp 1.180.923.333} \\ 1 & : & 0,7291 \end{array}$$

Perhitungan BEP (Rp) masing-masing produk:

$$\begin{aligned} \text{PV T6} &= \frac{1}{1,7291} \times \text{Rp 1.777.891.639} \\ &= \text{Rp 1.028.229.962} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PV TU T6} &= \frac{1}{1,7291} \times \text{Rp 1.777.891.639} \\ &= \text{Rp 749.661.678} \end{aligned}$$

Untuk mengetahui titik impas dalam unit, maka dapat dihitung dengan cara membagi penjualan masing-masing dengan harga jual per unit.

Berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned} \text{PV T6} &= \frac{\text{Rp 1.028.229.962}}{\text{Rp 45.000}} \\ &= 22.850 \text{ m}^2 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PV TU T6} &= \frac{\text{Rp 749.661.678}}{\text{Rp 35.000}} \\ &= 21.419 \text{ m}^2 \end{aligned}$$

Jadi pada perencanaan tahun 2018 titik impas (*break even point*) akan terjadi jika penjualan sebesar Rp 1.777.891.639, dengan rincian penjualan masing-masing produk sebagai berikut:

$$\text{PV T6} \quad : \text{Rp 1.028.229.962 dengan unit terjual sebanyak 22.850 m}^2$$

$$\text{PV TU T6} \quad : \text{Rp 749.661.678 dengan unit terjual sebanyak 21.419 m}^2$$

Untuk membuktikan bahwa perusahaan mencapai BEP *mix* pada penjualan sebesar Rp 1.777.891.639, maka dapat dilihat pada perhitungan berikut:

Penjualan	= Rp 1.777.891.639
B. Variabel	$= \frac{1.777.891.639}{2.800.668.333} \times \text{Rp } 1.871.031.925 = 1.187.749.359$
Marjin Kontribusi	= 590.142.281
B. Tetap	= 590.142.281
Laba Operasi	= Rp 0

7) Perhitungan *Margin of Safety* (MoS)

Berdasarkan perhitungan anggaran penjualan tahun 2018 diatas, maka perhiungan *margin of savety* sebagai berikut:

$$\text{MoS} = \frac{\text{penjualan yang direncanakan} - \text{penjualan BEP}}{\text{penjualan yang direncanakan}} \times 100\%$$

$$\text{MoS} = \frac{\text{Rp } 2.800.668.333 - \text{Rp } 1.777.891.639}{\text{Rp } 2.800.668.333} \times 100\%$$

$$\text{MoS} = 36,52\%$$

Setelah melakukan perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa penurunan yang diperbolehkan dan perusahaan tidak memperoleh kerugian adalah sebesar 36,52 %. Jika penurunan penjualan < dari 36,52% maka perusahaan masih memperoleh keuntungan, akan tetapi jika penurunan penjualan > dari 36,52% maka perusahaan akan mengalami kerugian.

8) Perhitungan *Sales Minimal*

Jika laba yang diharapkan perusahaan sebesar 15% tahun 2018, maka *sales* minimalnya adalah:

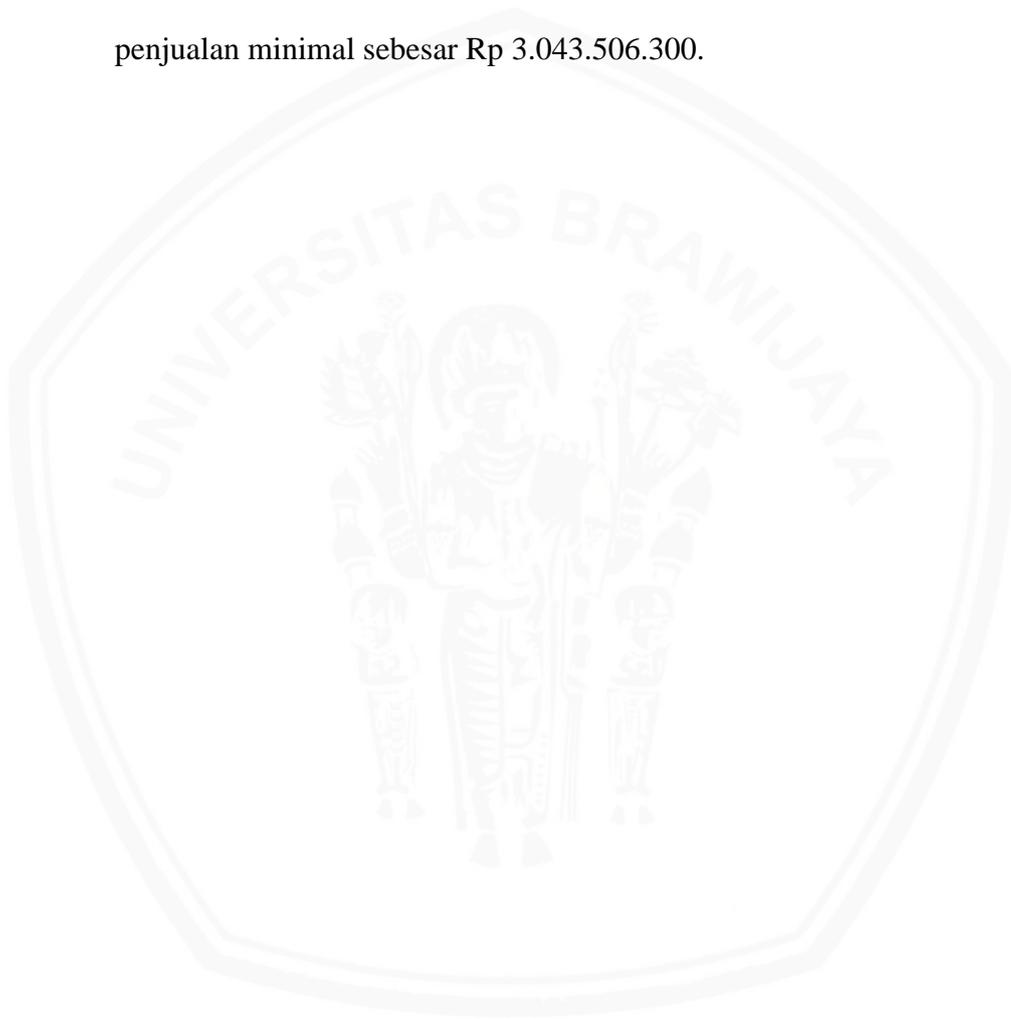
$$\text{sales minimal} = \frac{\text{FC} + \text{Profit}}{1 - \frac{\text{vc}}{\text{s}}}$$

$$\text{sales minimal} = \frac{\text{Rp } 590.142.281 + \text{Rp } 420.100.250}{1 - \frac{\text{Rp } 1.871.031.925}{\text{Rp } 2.800.668.333}}$$

$$\text{sales minimal} = \frac{\text{Rp}1.010\text{p.}242.531}{0,331934}$$

$$\text{sales minimal} = \text{Rp } 3.043.506.300$$

Berdasarkan perhitungan diatas, laba yang ditargetkan oleh perusahaan sebesar Rp 420.100.250 akan terealisasi apabila tercapai penjualan minimal sebesar Rp 3.043.506.300.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan perhitungan yang telah dilakukan pada CV. Djenggolo dengan menggunakan analisis horizontal untuk mengetahui peningkatan (penurunan) laporan keuangan tahun 2015-2017, dan analisis biaya volume laba sebagai dasar perencanaan penjualan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis Horizontal

Pada tahun 2016-2017 penjualan meningkat sebesar 20,21% lebih besar dibandingkan tahun 2015-2016 sebesar 11,32%, sedangkan untuk laba tahun 2016-2017 mengalami penurunan sebesar (Rp 55.972.524) atau -18,32% dibandingkan tahun 2015-2016 yang mengalami peningkatan sebesar 15,01%. Hal ini terjadi karena pada tahun 2017 terdapat kenaikan biaya gaji karyawan karena adanya penambahan karyawan, kenaikan biaya angkut karena perluasan pemasaran yang membutuhkan biaya lebih besar, dan peningkatan biaya FOH akibat penambahan kapasitas produksi.

2. Titik impas (*Break Even Point*)

Pada tahun 2017, CV. Djenggolo mencapai titik impas pada penjualan sebesar Rp 1.777.891.639, dengan rincian penjualan PV T6 sebesar Rp 1.031.264.348 dan volume penjualan sebanyak 22.917 m², PV TU T6 sebesar Rp 746.627.291 dan volume penjualan sebanyak 21.332 m². Dari hasil tersebut didapatkan rasio margin kontribusi antara PV T6 dan PV TU T6 tahun

2017 sama besar, yaitu 33% yang berarti bahwa perubahan komposisi penjualan tidak mengubah kedudukan titik impas.

3. *Margin of Safety* (MoS)

Margin of Safety yang diperoleh adalah sebesar 30,80%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan mengalami penurunan penjualan < dari 30,80% maka perusahaan masih memperoleh keuntungan dan tidak akan mengalami kerugian. Akan tetapi apabila penurunan penjualan perusahaan > dari 30,80% maka perusahaan akan mengalami kerugian.

4. Dengan menggunakan BEP, maka dapat dihitung perencanaan penjualan tahun 2018 dengan hasil berikut:

- a. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan analisis *trend* dapat diketahui, bahwa volume penjualan yang direncanakan pada tahun 2018 untuk PV T6 sebesar 35.994 m² dan PV TU T6 sebesar 33.741 m², dengan hasil penjualan naik sebesar Rp 2.800.668.333.
- b. Pada perencanaan tahun 2018, titik impas tidak mengalami perubahan dari tahun 2017 yaitu sebesar Rp 1.777.891.639. Hal ini karena rasio margin kontribusi dari produk PV T6 dan PV TU T6 sama besar. BEP untuk PV T6 terjadi pada penjualan sebesar Rp 1.028.229.962 dengan unit sebanyak 22.850 m², dan penjualan paving segi enam sebesar Rp 749.661.678 dengan unit sebanyak 21.419 m².
- c. *Margin of safety* tahun 2018 sebesar 36,52% yang berarti bahwa tingkat keamanan perusahaan agar tidak mengalami kerugian.

- d. Apabila pada tahun 2018 perusahaan ingin menaikkan laba sebesar 15%, maka penjualan minimal yang harus dicapai perusahaan adalah sebesar Rp 3.043.506.300.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari perhitungan dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang bisa diajukan untuk CV. Djenggolo adalah:

1. Sebaiknya CV. Djenggolo mampu menggunakan analisis horizontal supaya dapat mengetahui perkembangan perusahaan baik peningkatan atau penurunan serta penyebabnya dengan baik.
2. Sebaiknya analisis biaya volume laba dapat digunakan untuk merencanakan laba secara tepat. Akan tetapi, sebelum menerapkan analisis biaya volume laba sebaiknya terlebih dahulu dilakukan pemisahan biaya semivariabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.
3. Perhitungan *margin of safety* dapat membantu perusahaan mengetahui kondisi penjualan yang sedang terjadi, apakah perusahaan sudah berada pada titik aman atau sebaliknya sehingga dapat membantu pihak manajemen dalam melakukan tindakan yang tepat
4. Analisis biaya volume laba dapat membantu pihak manajemen dalam meningkatkan penjualan dan perencanaan tingkat laba dimasa datang. Akan tetapi, perlu diketahui bahwa analisis biaya volume laba mempunyai asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam penerapannya. Misalnya, biaya yang dikeluarkan dapat digolongkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, tingkat persediaan adalah konstan, dsb.

Dari kesimpulan dan saran tersebut, diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi CV. Djenggolo dalam menghadapi masalah yang ada pada perusahaan baik di dalam maupun di luar perusahaan yang berkaitan dengan pemenuhan keinginan konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Anggaran Perusahaan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arizal, 2015, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Arizal, M.F., Dzulkirom M., dan Rahayu, S.M. (2014). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Penetapan Harga Jual dan Perencanaan Laba yang Diharapkan (Studi Pada Perusahaan Sumber Agung Kec. Sukun Kota Malang Periode 2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.13, (No2), hal 1-8
- Azwar. (2012). *Metode Penelitian*: Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Basu, Swastha. 2012. *Manajemen Penjualan*, Edisi 3. Yogyakarta: BPF
- Bloch, Chendan Lin. 2011. *Manajemen Biaya* Buku I. Jakarta: Salemba Empat
- Bustami, Bastian, Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Carter, William K dan Milton F. Usry. 2011. *Akuntansi Biaya*, Penerjemah: Krista, Buku 1, Edisi Ketiga Belas, Salemba Empat, Jakarta.
- Carter, William K. 2009. *Akuntansi Biaya (Cost Accounting)*. Buku 2. Edisi 14. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Cecily A. Raiborn, Michael R. Kinney. 2011, *Akuntansi Biaya: Dasar dan Perkembangan* Edisi Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat Jakarta.
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* Edisi Pertama. BPF, Yogyakarta
- Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen. 2009. *Managerial Accounting (Akuntansi Manajemen)*. Buku 1. Edisi 8. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Hansen, Don R. dan Mowen, Maryanne M. 2013. *Cornerstones os Cost Management*. Cengage Learning
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2009. *Manajemen Operasi* Buku 1 Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.

- Henry Simamora (2012, *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Star Gate Publisher
- Herjanto, Eddy, 2008, *Manajemen Operasi* Edisi Ketiga, Jakarta: Grasindo
- Horngren, Charles T., et al. 2008. *Akuntansi Biaya*. Edisi PT INDEKS kelompok GRAMEDIA: Jakarta
- Jumingan, 2008. *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan Pertama, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kusnadi, dkk., 2012, *Pengantar Manajemen*, Malang: Unibraw.
- M.Nafarin. 2012. *Penganggaran Rencana Kerja Perusahaan*. Edisi Kesatu. Jakarta: Salemba Empat
- Mulyadi. 2008. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. 2014. *Sistem Akuntansi*. Yogyakarta: Salemba Empat
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Murahartawaty. 2009. *Peramalan*. Sekolah Tinggi Teknologi Telkom.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen (Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis)*. Jakarta: Penertbit Erlangga.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Supriyono, 2011. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta: BPFE
- Widilestariningtyas, Ony, dkk. 2012. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wicaksono, Armanto. 2013. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.