



**PERANAN COST VOLUME PROFIT ANALYSIS SEBAGAI
ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM PERENCANAAN
LABA JANGKA PENDEK PADA PT. SEMASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor

Diajukan Oleh :
HENRI YULIANSYAH
Nrp : 022192133
Nirm : 41043403920119

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR
1998**

PERANAN COST VOLUME PROFIT ANALYSIS SEBAGAI
ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM PERENCANAAN
LABA JANGKA PENDEK PADA PT. SEMASI

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah syarat
dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor

Menyetujui :

Dekan Fakultas Ekonomi,



Fazariah

(Hj. Fazariah Mahruzar, Dra., Ak., MM.)

Ketua Jurusan,

(Signature)

(Ketut Sunarta, Drs., k., MM.)

PERANAN COST VOLUME PROFIT ANALYSIS SEBAGAI ALAT
BANTU MANAJEMEN DALAM PERENCANAAN
LABA JANGKA PENDEK PADA PT. SEMASI

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor

Menyetujui :

Penguji,

(Hj. Fazariah Mahruzar, Dra., Ak., MM.)

Pembimbing,

1. (Eddy Mulyadi S, Drs., Ak., MM.)

2. (Buntoro H. Prasetyo, Drs., Ak.)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT. yang telah memberikan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Peranan Cost Volume Profit Analysis Sebagai alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek”**.

Maksud penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Sidang Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, telah banyak menerima bantuan serta bimbingan pemikiran dari berbagai pihak. Untuk itulah pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam, kepada :

1. Ibu, Bapak (Alm), Kakak dan adik-adik yang telah banyak memberikan bantuan, motivasi dan do'a restu kepada Allah SWT. sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Eddy Mulyadi S, Ak., M.M. selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Buntoro Heri Prasetyo Ak. selaku Co. pembimbing yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Dra. Hj. Fazariah M., Ak. M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
5. Bapak Drs. Ketut Sunarta, Ak. M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Pakuan Bogor.
6. Bapak Suwita selaku Manajer keuangan PT. SEMASI, yang telah memberikan ijin penelitian dan bantuannya kepada penulis.
7. Segenap Staf pengajar dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
8. Keluarga Pen Supendi dan Keluarga, nenek dan sanak saudara serta rekan-rekan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan penulis baik dalam hal kemampuan, pengetahuan maupun pengalaman penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak yang menaruh minat terhadap skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi mereka yang memerlukannya.

Bogor, Nopember 1998

Penulis

ABSTRAKSI

PERANAN COST VOLUME PROFIT ANALYSIS SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM PERENCANAAN LABA JANGKA PENDEK PADA PT. Sepatu Mas Idaman (SEMASI)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana analisis cost volume profit dan break even point dapat diterapkan dalam perencanaan laba perusahaan serta bagaimana pengaruh volume penjualan, kenaikan harga, dan biaya variabel terhadap laba yang direncanakan sehingga manajemen dapat mengambil keputusan yang paling menguntungkan bagi perusahaan.

Perusahaan yang menjadi objek penelitian adalah PT. Sepatu Mas Idaman (SEMASI) yang berlokasi di jalan Sukaraja Desa Pasir Laja Kecamatan Sukaraja Ciluar Kabupaten Bogor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan study kepustakaan dan study lapangan dimana dalam hal ini penulis melakukan observasi dan wawancara dengan pihak perusahaan.

Berdasarkan hasil pembahasan, untuk mencapai laba yang telah direncanakan ada beberapa alternatif yang bisa diterapkan, antara lain peningkatan volume penjualan, peningkatan harga jual dan penurunan biaya

variabel. Dari beberapa alternatif tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penurunan komponen biaya variabel merupakan alternatif yang paling baik dalam mencapai laba yang telah direncanakan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, sebaiknya perusahaan melakukan analisis cost volume profit dimasa mendatang agar manajemen dapat mengambil keputusan dan bertindak dengan cepat dan tepat sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan perusahaan.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL DAN GRAFIK	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.3. Kegunaan Penelitian.....	4
1.4. Kerangka Pemikiran	4
1.5. Metodologi Penelitian	7
1.6. Lokasi Penelitian.....	7
1.7. Sistematika Pembahasan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Pengertian Biaya, Laba dan Manajemen.....	10
2.1.1. Pengertian Biaya.....	10
2.1.2. Pengertian Laba.....	12
2.1.3. Pengertian Manajemen	14

2.2. Penggolongan Biaya Sesuai Dengan Tingkah Lakunya Dalam Menetapkan Komponen Tetap dan Variabel Suatu Biaya.....	14
2.2.1. Biaya Tetap.....	16
2.2.2. Biaya Variabel.....	17
2.2.3. Biaya Semi Variabel.....	18
2.2.4. Beberapa Metode Dalam Menentukan Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....	19
2.3. Pengertian Analisis Break Even Point Serta Manfaatnya.....	22
2.3.1. Pengertian Analisis Break Even Point.....	22
2.3.2. Manfaat Analisis Break Even Point.....	23
2.3.3. Asumsi Break Even Point.....	24
2.3.4. Cara Menghitung Break Even Point.....	25
2.3.5. Pengertian Contribution Margin dan Margin Safety of Ratio.....	27
2.4. Pengertian Analisis Cost Volume Profit dan Manfaatnya.....	29
2.4.1. Pengertian Analisis Cost Volume Profit.....	29
2.4.2. Manfaat Analisis Cost Volume Profit.....	30
2.4.3. Asumsi Analisis Cost Volume Profit.....	31
2.4.4. Cara Menghitung Analisis Cost Volume Profit.....	31
2.5. Penggunaan Analisis Cost Volume Profit Dalam Perencanaan Laba Pada Kondisi yang Berubah.....	34

2.5.1. Pengaruh Perubahan Harga Jual Pada Laba.....	35
2.5.2. Pengaruh Perubahan Biaya Tetap Pada Laba.....	35
2.5.3. Pengaruh Perubahan Biaya Variabel Pada Laba.....	36
BAB III OBJEK PENELITIAN	38
3.1. Objek Penelitian.....	38
3.1.1. Sejarah Singkat PT. SEMASI.....	38
3.1.2. Struktur Organisasi dan Uraian Kerja.....	40
3.1.3. Hasil Produksi dan Proses Produksi	44
3.2. Metode Penelitian.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Penggolongan Biaya.....	49
4.2. Volume Pada Titik Break Even	64
4.3. Volume Sasaran Pada Laba yang Direncanakan	66
4.4. Margin of Safety Ratio	67
4.5. Beberapa Alternatif Untuk Mencapai Laba yang Direncanakan	76
4.6. Peranan Analisis Cost Volume Profit dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek	81

BAB V RANGKUMAN KESELURUHAN	87
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	92
6.1. Kesimpulan	92
6.2. Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GRAFIK DAN TABEL

	Halaman
Grafik :	
2.1. : Grafik Break Even	26
2.2. : Grafik Contribution Profit Graph	34
4.1. : Grafik Break Even Berdasarkan Perhitungan Yang Telah Dilakukan	69
4.2. : Grafik Contribution Profit Graph Berdasarkan Perhitungan Yang Telah Dilakukan	70
Tabel :	
4.1. : Tabel Biaya Semivariabel	58
4.2. : Tabel Metode Least Square	60
4.3. : Tabel Ikhtisar Rugi Laba	63
4.4. : Tabel Perubahan Sales Mix Sepatu Casual	73
4.4. : Tabel Perubahan Sales Mix Sepatu Dress	74
4.5. : Tabel Perbandingan Sebelum Dan Sesudah Adanya Perubahan Sales Mix	75
4.7. : Perbandingan Antara Ketiga Alternatif Dengan Keadaan Semula	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 3.1. Struktur Organisasi PT. Semasi A-1

Lampiran 4.1. Laporan Rugi Laba PT. Semasi A-2

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam kondisi perekonomian yang semakin tidak menentu perkembangannya saat ini, secara langsung maupun tidak langsung membawa pengaruh pada peningkatan produktivitas perusahaan. Hal ini menuntut para pimpinan perusahaan atau manajemen untuk dapat bekerja lebih baik, dengan memanfaatkan kesempatan yang ada untuk mencapai tujuan perusahaan.

Tujuan perusahaan di samping berusaha untuk mempertahankan kelangsungan operasinya, juga berusaha secara maksimal untuk memperoleh laba yang optimal dengan mempertimbangkan kapasitas dan potensi sumber daya yang dimiliki sesuai dengan rencana dan program kerja yang telah ditetapkan. Laba merupakan hal yang mutlak bagi perusahaan karena dengan laba kehidupan perusahaan terjamin karena laba tersebut menggambarkan bahwa perusahaan telah dapat menutup biaya-biaya dan perusahaan memperoleh kelebihan pendapatan.

Jumlah laba yang di peroleh merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan yang orientasinya mencari laba. Agar di peroleh laba sesuai yang di kehendaki manajemen perlu menyusun perencanaan yang baik. Hal tersebut di tentukan oleh kemampuan manajemen untuk memprediksi kondisi

usaha pada masa yang akan datang yang penuh ketidakpastian, serta mengamati kemungkinan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan.

Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan yaitu volume produk yang di jual, harga jual produk, dan biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki; harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain. Oleh karena itu, dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting, sehingga dalam pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang manajemen memerlukan informasi untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat terhadap laba yang akan datang

Analisis hubungan biaya volume laba (cost volume profit analysis) merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba, untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Dengan mengetahui dampak terhadap laba, setiap alternatif tindakan yang di pertimbangkan sekarang, manajemen akan memiliki dasar yang kuat untuk memilih, sehingga akan mampu mengambil keputusan secara ekonomis rasional.

Dari latar belakang pemikiran yang di kemukakan di atas penulis tertarik untuk memilih judul penelitian sebagai berikut: "Peranan Cost Volume Profit Analysis Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek".

Dari uraian di atas, penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Berapakah laba atau rugi yang akan terjadi pada volume penjualan tertentu dan pada tingkat volume berapakah perusahaan akan mencapai titik break even.

2. Bagaimana analisis cost volume profit yang di tunjang oleh perhitungan break even di terapkan pada perusahaan dalam perencanaan laba jangka pendek.

3. Bagaimana pengaruh perubahan faktor-faktor perencanaan laba terhadap laba yang direncanakan

1.2. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah :

1. Untuk mengetahui laba atau rugiakah perusahaan pada tingkat volume penjualan tertentu dan berapa volume penjualan pada titik break even.

2. Untuk mengetahui bagaimana analisis cost volume profit yang ditunjang break even dapat di terapkan oleh perusahaan dalam perencanaan labanya.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh perubahan faktor- faktor perencanaan laba yang telah di rencanakan sebelumnya.

1.3. Kegunaan Penelitian

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berguna bagi perusahaan.
2. Untuk meningkatkan pengetahuan penulis mengenai analisis cost volume profit dalam perencanaan laba.

1.4. Kerangka Pemikiran

Didalam suatu kegiatan usaha yang aktivitas kegiatannya sudah begitu kompleks, perencanaan merupakan suatu fungsi dari manajemen yang harus di jalankan dengan baik apabila perusahaan tersebut ingin tetap bertahan ataupun meningkatkan kegiatannya.

Bagaimana cara perusahaan merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengendalikan berbagai aktivitas yang di lakukan, serta bagaimana cara penyediaan informasi yang baik tertuma untuk kepentingan intern akan memudahkan tugas manajemen dalam mencapai sasaran perusahaan.

Pengertian perencanaan laba menurut Adolf Matz & Usry adalah sebagai berikut :

“Profit Planning is well thought out operational plan with its financial implication expressed in the from of long and short range income statement, balance sheet,and cash working capital projection.” (11 : 424)

Perencanaan laba adalah suatu rencana operasional yang telah dipertimbangkan masak-masak dengan implikasi keuangannya terutama dalam bentuk laporan-laporan keuangan, rugi laba jangka panjang dan jangka pendek, neraca-neraca dan rencana modal kerjanya.

Teknik analisis yang dapat di gunakan untuk membantu manajemen dalam perencanaan labanya adalah dengan analisa break even dan analisis cost volume profit.

Pengertian analisis break even menurut Mulyadi mengemukakan sebagai berikut : "laba Impas (break even) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi." (13 : 230)

Dengan kata lain, suatu usaha di katakan impas jika jumlah pendapatan (revenues) sama dengan jumlah biaya, atau bila laba kontribusinya hanya dapat di gunakan untuk menutup biaya tetap saja. Jadi analisis impas (break even) adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol).

Analisis break even ini dalam penggunaannya harus menggunakan asumsi-asumsi tertentu yang di nyatakan tetap sehingga analisis ini merupakan analisis yang bersifat statis.

Mulyadi mengemukakan asumsi-asumsi yang mendasari analisis break even point sebagai berikut :

1. Variabilitas biaya di anggap akan mendekati pola perilaku yang diramalkan. Biaya tetap akan selalu konstan dalam kisar volume yang di pakai dalam perhitungan impas, sedangkan biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volume penjualan.
2. Harga jual produk di anggap tidak berubah-ubah pada berbagai tingkat kegiatan. Jika dalam usaha menaikkan volume penjualan di lakukan penurunan harga jual atau dengan memberikan potongan harga, maka hal ini mempengaruhi hubungan biaya volume laba.
3. Kapasitas produksi pabrik di anggap secara relatif konstan. Penambahan fasilitas produksi akan berakibat pada penambahan biaya tetap dan akan mempengaruhi hubungan biaya volume laba.
4. Harga faktor-faktor produksi di anggap tidak berubah. Jika harga bahan baku dan tarif upah menyimpang terlalu jauh di banding dengan data yang di pakai sebagai dasar perhitungan impas, maka hal ini akan mempengaruhi hubungan biaya volume laba.
5. Efisiensi produksi di anggap tidak berubah. Apabila terjadi penghematan biaya karena adanya penggunaan bahan pengganti yang harganya lebih rendah atau perubahan metode produksi, maka hal ini akan mempengaruhi hubungan biaya volume laba.
6. Perubahan jumlah persediaan awal dan akhir di anggap tidak signifikansi.
7. Komposisi produk yang akan di jual di anggap tidak berubah. Jika perusahaan menjual lebih dari satu macam produk, maka meskipun volume penjualan sama tetapi apabila komposisinya berbeda, maka hal ini akan mempunyai pengaruh terhadap pendapatan penjualan.

(13 : 259)

Pengertian cost volume profit analisis menurut Adolf Matz & Usry menyatakan demikian : **“Cost volume profit is integrally related to the break even analysis, is concerned with determining the optimal level and mix output to be produced with available resources”**. (13 : 609)

Jadi cost volume profit analisis ini bersifat dinamis karena analisis ini melihat pada kecenderungan perubahan yang terjadi.

Dari uraian kerangka pemikiran di atas dapat diuraikan hipotesis sebagai berikut : **“Penggunaan cost volume profit analisis pada perusahaan akan membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek.”**

1.5. Metodologi Penelitian

Dalam usaha mencari dan mengumpulkan bahan atau data yang diperlukan oleh penulis dalam menyusun skripsi ini, penulis menggunakan metode deskriptif analisis dengan metode pengumpulan data :

1. Dengan melakukan library reseach yaitu penulis mengambil bahan-bahan yang di perlukan dari buku-buku yang berkaitan dengan judul skripsi yang penulis pilih.
2. Dengan melakukan field reseach yaitu dengan melakukan wawancara dengan pihak perusahaan dalam hal ini PT. SEMASI.

1.6. Lokasi Penelitian

Penelitian yang di lakukan penulis yaitu pada PT. SEMASI Jalan Sukaraja Ciluar Bogor.

1.7. Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran dalam memahami skripsi ini, maka penulis menyajikan sistematika skripsi kedalam 6 (enam) Bab, yaitu mulai dari Bab Pendahuluan sampai dengan Bab Kesimpulan dan Saran.

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang penelitian, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, lokasi penelitian, dan sistematika skripsi.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini merupakan landasan teori mengenai pengertian biaya, laba dan manajemen, penggolongan biaya sesuai dengan tingkah lakunya dalam menetapkan komponen tetap dan variabel suatu biaya, beberapa metode dalam menentukan unsur biaya tetap dan biaya variabel, pengertian, manfaat dan asumsi break even point, cara menghitung break even point, pengertian contribution margin dan margin safety of ratio, pengertian, manfaat dan asumsi analisis cost volume profit, cara menghitung cost volume profit, penggunaan analisis cost volume profit dalam perencanaan laba pada kondisi yang berubah terdiri dari pengaruh perubahan harga jual, biaya tetap

dan biaya variabel pada laba.

Bab III Objek dan Metode Penelitian

Bab ini merupakan uraian mengenai sejarah singkat perusahaan, Struktur organisasi dan uraian kerja, aktivitas perusahaan dan metode-metode yang digunakan dalam penyusunan skripsi.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan mengenai penggolongan biaya, volume pada titik break even, volume sasaran pada laba yang direncanakan, margin of safety ratio, beberapa alternatif untuk mencapai laba yang direncanakan, serta peranan analisis cost volume profit dalam perencanaan laba jangka pendek.

Bab V Rangkuman Keseluruhan

Bab VI Kesimpulan dan Saran.

6.1. Kesimpulan

6.2. Saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2. 1. Pengertian Biaya, Laba dan Manajemen.

2.1.1. Pengertian Biaya.

Charles T. Horngren mendefinisikan biaya sebagai berikut
“Accountans usually define cost as resources sacrificed of foregone to achieve a specific objective.” (8 : 26)

Sedangkan menurut Hendrikson yang di terjemahkan oleh Wim Liyono pengertian biaya adalah :

“ Biaya diukur dengan nilai sekarang sumberdaya ekonomi pada saat berjalan yang dikorbankan atau yang akan diberikan dalam memperoleh barang dan jasa yang akan digunakan dalam operasi perusahaan”.

(9 : 180)

Pengertian biaya menurut MP. Simangunsong adalah sebagai berikut :
“Pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dengan uang, yang telah terjadi atau kelak akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu”.

(14 : 1)

Dari definisi-definisi diatas, maka dapat di simpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis, yang di ukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Maka dari itu dapat terlihat bahwa biaya memiliki karakteristik atau atribut sebagai berikut :

1. Merupakan pengukur (a measurement) dalam unit moneter dalam suatu sumber ekonomi yang di gunakan atau di korbankan.
2. Dinyatakan dalam unit moneter, khususnya dalam kerangka akuntansi sebagai penyedia informasi kuantitatif.
3. Pengukuran biaya selalu di hubungkan dalam suatu fokus atau objek atau dengan tujuan (purpose) atau pusat perhatian tertentu.

Dalam beberapa literatur pengertian biaya seringkali di kacaukan dengan pengertian beban. Istilah "biaya" (cost) seringkali di gunakan dalam arti yang sama dengan istilah "beban" (expense).

Matz, Usry and Hammer memberikan pengertian yang berbeda antara cost dan expense.

"Cost as an exchange price, a forgoing a sacrifice made to secure benefit". However, an expense may be defined as a measured outflow of goods or services, which is matched with revenue to determine income".

(11 : 17)

Sedangkan pengertian beban menurut R.A. Supriyono :**"Beban adalah biaya yang dikorbankan atau di konsumsi dalam rangka memperoleh pendapatan (revenue) dalam suatu periode akuntansi tertentu". (18 : 186)**

Dari definisi di atas terlihat bahwa biaya harus di bedakan dari beban. Biaya adalah suatu nilai tukar atau pengorbanan sumber ekonomis, sedangkan beban adalah biaya yang secara langsung atau tidak langsung telah di manfaatkan dalam usaha menghasilkan pendapatan dalam suatu periode, atau yang sudah tidak memberikan manfaat ekonomis untuk kegiatan masa berikutnya. Beban tersebut harus di bandingkan dengan pendapatan pada periode akuntansi yang bersangkutan.

2.1.2. Pengertian Laba.

Salah tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh laba karena ukuran yang seringkali di pakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang di peroleh perusahaan.

Charles T. Hongren mendefinisikan laba sebagai berikut : **"Profit or earning or income can simply defined as he excess of revenue over expense". (8 : 626)**

Sedangkan pengertian laba menurut R.A. Supriyono : **"Laba adalah hasil dari proses mempertemukan secara wajar antara semua penghasilan dan semua biaya dalam periode akuntansi yang sama".**

(18 : 188)

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa laba merupakan kelebihan penghasilan atas biaya-biaya pada periode tertentu. Dalam hal ini penulis membatasi pengertian laba sampai dengan laba bersih sebelum

pajak, dengan mengabaikan biaya dan hasil lain di luar operasi normal perusahaan.

Seperti telah diketahui bahwa laba di pengaruhi oleh tiga faktor yaitu biaya, harga jual, dan volume penjualan. Untuk memperoleh laba yang diharapkan harus di lakukan perencanaan biaya, harga jual, dan meningkatkan volume penjualannya.

Hal di atas dapat di laksanakan dengan baik bila melakukan perencanaan laba yang baik pula. Untuk melakukan perencanaan laba ini harus ada penyesuain dengan faktor-faktor sosial, ekonomi, politik yang ada dan tentu juga dengan faktor-faktor teknologi yang selalu berubah setiap saat.

Dalam perencanaan laba harus di tetapkan sasaran laba yang akan dicapai sehingga dapat diestimasi hal-hal yang mungkin di hadapi oleh manajemen dalam mencapai sasaran yang telah di tetapkan sebelumnya.

Perencanaan laba dapat di bagi menjadi :

1. Perencanaan laba jangka panjang
2. Perencanaan laba jangka pendek

Perencanaan laba jangka panjang adalah proses yang berkesinambungan untuk mengambil keputusan saat ini secara sistematis, disertai dengan perkiraan terbaik mengenai keadaan dimasa mendatang, mengorganisasi kegiatan yang diperlukan secara sistematis guna melaksanakan keputusan ini, dan menilai serta membandingkan hasil keputusan terhadap hasil yang diharapkan melalui umpan balik yang

terorganisasi dan sistematis. Sedangkan perencanaan laba jangka pendek merupakan bagian dari perencanaan laba jangka panjang.

2.1.3. Pengertian Manajemen.

Pengertian lain yang perlu diketahui adalah pengertian manajemen, dimana menurut James A.F. Stoner pengertian manajemen adalah : "The process of planning, organizing, leading, and controlling the work organization members and of using available organization resources to reach stated organization goals". (16 : 3)

Dari definisi diatas dapat di simpulkan bahwa manajemen menentukan tujuan dan berusaha mencapainya dengan memadukan pengetahuan dan keahliannya melalui kerjasama dengan orang lain. Agar tujuan ini tercapai, manajemen harus efektif dalam melaksanakan fungsi-fungsi dasar yaitu perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pengarahan dan kepemimpinan (leading), dan pengendalian (controlling).

2.2. Penggolongan Biaya Sesuai dengan Tingkat Lakunya dalam Menetapkan Komponen Tetap dan Variabel suatu Biaya.

Manajer yang bijaksana akan mengelola perusahaan berdasarkan informasi biaya yang di kumpulkan. Meskipun biaya bukanlah satu-satunya faktor yang harus di pertimbangkan, tetapi informasi biaya merupakan informasi yang sangat penting bagi manajer untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan sebelumnya.

Oleh karena akuntansi biaya bertujuan menyajikan informasi biaya yang dibutuhkan oleh manajer, maka dalam mencatat atau menggolongkan biaya harus selalu diperhatikan untuk tujuan apa manajer memerlukan informasi tersebut. Hal ini sesuai dengan konsep "*different cost for different purposes*".

Menurut Matz, Usry and Hammer biaya dapat di klasifikasikan sebagai berikut :

"These clasifications are based on the relationship of costs to :

- 1. The product.**
- 2. Volume of production.**
- 3. Manufacturing departments.**
- 4. An accounting period.**

(11 : 21)

Disini penulis hanya akan membahas penggolongan biaya yang relevan dengan masalah yang di bahas dalam skripsi ini, yaitu penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan volume produksi sebab analisis break even dan cost volume profit hanya dapat di terapkan dengan baik bila biaya-biaya yang ada dapat di pisahkan secara tepat kedalam biaya tetap dan biaya variabel.

Atas dasar penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan volume produksi maka biaya dapat di golongkan menjadi tiga yaitu :

1. Biaya tetap
2. Biaya variabel
3. Biaya semi variabel

2.2.1. Biaya Tetap.

Matz, Usry and Hammer mendefinisikan biaya tetap sebagai berikut :
“A fixed cost is defined as one that does not change in total as business activity increases or decreases”. (11 : 294)

Sedangkan menurut Amin Widjaja Tunggal menyatakan bahwa **”Biaya tetap adalah biaya yang tidak bervariasi dengan perubahan dalam volume dalam relevan range”.** (3 : 208)

Berdasarkan definisi di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya akan tetap konstan, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.

Hal ini berarti bahwa biaya tetap akan mengalami perubahan apabila di hitung per unit, selain itu total biaya tetap akan berubah apabila batas-batas yang relevan untuk biaya tetap di lampai. Apabila unit produksi yang di hasilkan semakin banyak, maka biaya produksi per unitnya akan semakin kecil dan sebaliknya apabila unit produksi yang di hasilkan semakin sedikit, maka biaya produksi per unit akan semakin besar.

Adapun karakteristik biaya tetap terdiri dari :

1. Jumlah keseluruhan yang tetap dalam rentang (range) keluaran yang relevan
2. Penurunan biaya per unit bila volume bertambah dalam rentang yang relevan

3. Dapat di bebaskan kepada departemen-departemen berdasarkan keputusan manajemen atau menurut metode alokasi biaya
4. Tanggung jawab pengendalian lebih banyak di pikul oleh manajemen eksekutif daripada oleh penyelia operasi

Lebih lanjut biaya tetap di bedakan menjadi dua jenis yaitu :

a. Biaya tetap komited

Merupakan jenis biaya tetap yang tidak mudah di eliminasi atau dikurangi oleh manajemen, karena pada umumnya biaya ini timbul dari pendirian perusahaan atau pemilikan equipment. Dengan perkataan lain biaya ini timbul sebagai akibat keputusan manajemen dalam jangka panjang. Contoh biaya penyusutan atau amortisasi, sewa dan lain-lain.

b. Biaya Tetap Diskresionari

Biaya ini timbul dari kebijakan manajemen. Merupakan jenis biaya tetap yang dapat di eliminasi atau di kurangi oleh manajemen karena pada umumnya biaya ini terjadi dalam penyusunan anggaran. Contoh : biaya promosi, riset dan pengembangan dan lain-lain.

2.2.2. Biaya Variabel

Matz, Usry and Hammer mendefinisikan biaya variabel sebagai berikut
"Variable cost is defined as one that increases in total proportionately with increases in activity and decreases proportionately with decreases activity". (11 : 295)

Sedangkan Amin Widjaja Tunggal memberikan pengertian biaya variabel sebagai berikut : "Biaya variabel adalah biaya yang bervariasi langsung sesuai dengan perubahan volume". (3 : 207)

Jadi biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah bila volume produksi mengalami perubahan, di mana perubahan biaya variabel ini dapat progresif, regresif maupun proporsional. Sehingga dengan demikian biaya variabel tidak akan timbul bila perusahaan tidak berproduksi.

Biaya variabel secara keseluruhan selalu berubah, tetapi biaya per unitnya akan selalu tetap. Adapun karakteristik biaya variabel terdiri dari :

1. Perubahan jumlah total dalam proporsi yang sama dengan perubahan volume
2. Biaya per unit relatif konstan meskipun volume berubah dalam rentang (range) yang relevan
3. Dapat dibebankan kepada departemen operasi dengan cukup mudah dan tepat
4. Dapat di kendalikan oleh seorang kepala departemen tertentu

2.2.3. Biaya Semi Variabel.

Matz, Usry and Hammer mendefinisikan biaya semi variabel sebagai berikut : "Semi variable cost is defined as one that displays both fixed and variable characteristics". (11 : 296)

Sedangkan menurut Masoed Mahfoedz pengertian biaya semi variabel

adalah :

“Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah dengan adanya perubahan kapasitas kegiatan tetapi perubahan jumlah biaya tersebut tidak proporsional dengan perubahan kapasitas kegiatan”. (15 : 244)

Dari definisi diatas terlihat bahwa biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel ini memiliki jumlah tertentu yang bersifat tetap dalam batas output yang relevan dan memiliki pula jumlah tertentu yang berubah sebanding dengan perubahan output. Biaya semi variabel ini pada umumnya mencerminkan suatu bagian besar dari biaya-biaya perusahaan, contoh : biaya pemeliharaan.

Untuk biaya semi variabel dalam hubungannya dengan penggunaan analisis break even dan analisis cost volume profit perlu adanya pemisahan yang jelas antara biaya variabel dan biaya tetap.

2.2.4. Beberapa Metode dalam Penentuan Biaya Tetap dan Biaya Variabel.

Menurut Matz, Usry and Hammer ada tiga metode yang biasa digunakan dalam memisahkan biaya variabel dan biaya semi variabel, yaitu :

1. High and low point method
2. Statistical scattergraph method
3. Method and least square (11 : 298)

Karena metode least square menggunakan perhitungan matematis yang lebih akurat dari metode-metode lainnya maka penulis memilih metode tersebut untuk menguraikan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

RA. Supriyono memberikan pengertian metode least square sebagai berikut :

“Metode kuadrat terkecil (least square method) adalah metode pemisahaan biaya variabel dan biaya tetap dengan cara menentukan hubungan variabel tergantung (dependent variable) dengan variabel bebas (independent variable) dari sekumpulan data.”.

(18 : 431)

Dengan demikian metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan $y = a + bx$, dimana y merupakan variabel tidak bebas (dependent variable), yaitu variabel yang perubahannya di tentukan oleh perubahan pada variabel x yang merupakan variabel bebas (independent variable). Variabel y menunjukkan biaya, sedangkan variabel x menunjukkan volume kegiatan.

Di dalam persamaan tersebut a menunjukkan unsur biaya tetap dalam variabel y , sedangkan b menunjukkan unsur biaya variabel dan n menunjukkan jumlah sampel.

Dengan menggunakan metode least squares, dari persamaan garis lurus diatas maka nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan dua persamaan yang serupa :

$$\Sigma y = na + b\Sigma x$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2$$

Dari persamaan tersebut maka dapat di ambil rumus :

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

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

Apabila terdapat data x dan y selama suatu periode maka langkah-langkah yang diperlukan untuk dapat menggunakan persamaan diatas :

1. Menentukan rata-rata dari x dan rata-rata dari y.
2. Menentukan selisih antara x dengan rata-rata x dan menentukan selisih antara y dengan rata-rata y.
3. Kuadratkan selisih antara x dengan rata-rata x.
4. Kalikan selisih antara x dengan rata-rata x dengan selisih antara y dengan rata-rata y.
5. b adalah jumlah total dari langkah 4 dibagi dengan jumlah total dari langkah 3, dimana b adalah biaya variabel per unit aktivitas.
6. Berdasarkan persamaan garis lurus :
rata-rata y = a + bx (rata-rata x)
maka a dapat ditemukan (di mana a adalah biaya tetap).

Selain ketepatan dalam perhitungan metode ini memiliki kebaikan-kebaikan lain, yaitu :

1. Metode ini sifatnya objektif.
2. Memakai semua data atau n.
3. Dapat menyelenggarakan informasi statistikal tambahan yang dapat dipakai menaksir biaya.

2.3. Pengertian Analisis Break Even Point serta Manfaatnya.

2.3.1. Pengertian Analisis Break Even Point.

Pengertian break even point menurut Matz, Usry and Hammer adalah sebagai berikut : **“Break even point is the point at which cost and revenue are equal. There is neither a profit nor loss at the break even point”.** (11 : 609)

Sedangkan pengertian break even point menurut Masoed Mahfoedz adalah : **“Break even point adalah suatu keadaan dimana perusahaan tidak mendapat laba atau menderita rugi”.** (15 : 296)

Jadi dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa break even point adalah suatu keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh laba ataupun rugi. Hal ini di sebabkan oleh total biaya sama dengan total penghasilan.

Analisis break even merupakan suatu metodologi manajemen dalam perencanaan laba, karena menggunakan analisis break even dapat di ketahui pada tingkat penjualan berapa perusahaan tidak mendapatkan keuntungan

dan juga tidak menderita rugi, sedangkan dalam perencanaan laba yang diinginkan untuk selanjutnya dapat menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai.

Analisis yang menyelidiki hubungan antara perubahan dalam biaya, volume dan laba lebih tepat disebut dengan analisis cost volume profit, karena fokus utama yang dipelajari adalah pada pengaruh berbagai keputusan yang menyangkut penjualan dan biaya pada laba operasi.

Jika dalam analisis impas titik berat analisis di letakkan pada penaksiran tingkat penjualan minimum yang menghasilkan laba sama dengan nol, maka dalam analisis biaya volume laba ini titik berat analisis diletakkan sampai seberapa besar perubahan-perubahan biaya, volume dan harga jual berdampak terhadap laba perusahaan.

2.3.2. Manfaat Analisis Break Even Point.

Adapun manfaat dari analisis break even point adalah :

1. Membantu pengendalian melalui anggaran.
2. Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan.
3. Menganalisis dampak perubahan volume.
4. Menganalisis harga jual dan dampak perubahan harga.
5. Merundingkan upah.
6. Menganalisis bauran produk.
7. Menilai keputusan kapitalisasi dan ekspansi lanjutan.
8. Menganalisis margin pengaman.

Dari uraian di atas maka secara garis besar kegunaan dari analisis break even point adalah :

1. Untuk perencanaan laba.
2. Untuk perumusan kebijakan
3. Untuk pengambilan keputusan.

2.3.3. Asumsi Break Even Point.

Meskipun break even analisis sudah banyak di gunakan dalam dunia bisnis, tetapi tetap memiliki keterbatasan-keterbatasan tertentu dalam pemakaiannya. Secara umum keterbatasan-keterbatasan itu adalah :

1. Bahwa biaya harus dapat di pisahkan atau di klasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel.
2. Biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh.
3. Bahwa biaya variabel akan berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan.
4. Harga jual per satuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang di jual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
5. Bahwa hanya ada satu barang yang di produksi atau di jual atau jika lebih maka kombinasi atau komposisi penjualannya akan tetap konstan.

3.3.4. Cara Menghitung Break Even Point.

Perhitungan untuk menentukan tingkat break even dapat di lakukan dengan menggunakan suatu rumus tertentu, tetapi untuk menggambarkan tingkat volume dan labanya maka diperlukan grafik atau bagan break even. Dengan demikian tingkat break even dapat di tentukan dengan dua pendekatan, yaitu :

1. Mathematical Approach
2. Graphical Approach

2.3.4.1. Mathematical Approach.

Dalam pendekatan matematis perhitungan break even dapat dinyatakan dalam :

- a. Satuan atau unit

$$\text{Rumus : Penjualan Break Even (dalam unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit - Biaya Variabel per unit}}$$

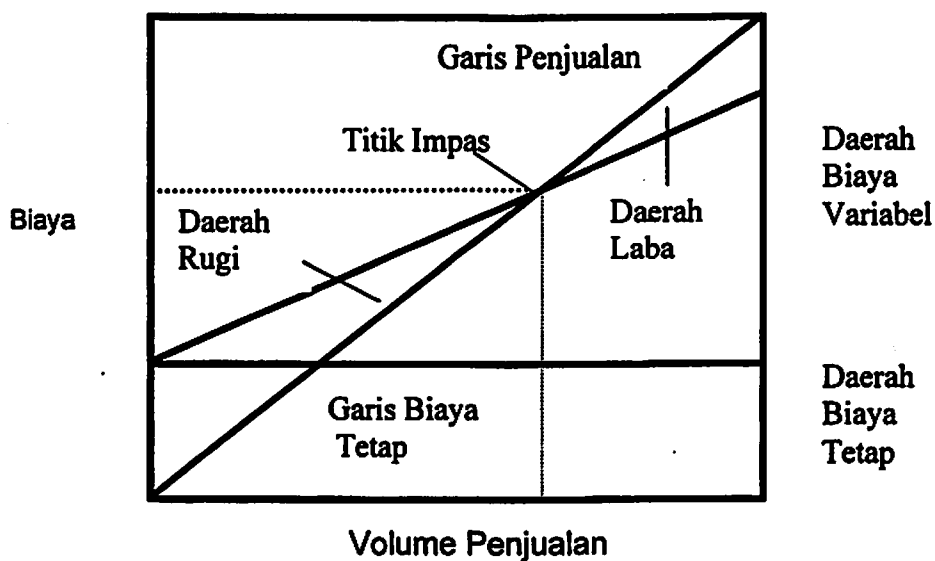
- b. Nilai Uang

$$\text{Rumus : Penjualan Break Even (dalam rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya tetap}}{\frac{1 - \text{total biaya variabel}}{\text{total penjualan}}}$$

Perhitungan break even dalam unit digunakan oleh perusahaan yang hanya memproduksi satu jenis produk saja, sedang yang memproduksi lebih dari satu jenis produk menggunakan perhitungan break even dalam nilai uang.

2.3.4.2. Graphical Approach.

Pada pendekatan grafis dapat di lihat hubungan antara biaya, volume, dan profit. Didalam bagan break even dapat di ketahui jumlah rupiah penjualan, jumlah biaya total (yang terdiri dari jumlah biaya variabel dan biaya tetap), contribution margin, laba atau rugi pada tingkat volume penjualan tertentu dan titik break evennya.



GAMBAR 2.1.

Grafik Break Even

2.3.5. Pengertian Contribution Margin dan Margin of Safety Ratio.

Menurut Edward B. Deakin pengertian dari contribution margin adalah:

"The difference between revenue and variable costs". (5 : 425)

Sedangkan menurut Masoed Mahfoedz pengertian contribution margin adalah : **"Margin kontribusi adalah sisa hasil penjualan setelah dikurangi dengan biaya variabel". (15 : 299)**

Dari definisi di atas dapat di simpulkan bahwa margin kontribusi merupakan kelebihan pendapatan penjualan di atas biaya variabel. Margin kontribusi memberikan gambaran jumlah yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba.

Jadi bila dirumuskan maka :

Contribution Margin = Revenue - Variabel Cost

Contribution margin dapat dinyatakan dalam contribution margin ratio yang besarnya ditentukan dari contribution margin dibagi penjualan.

Jadi Contribution Margin Ratio =
$$\frac{\text{Contribution Margin}}{\text{penjualan}}$$

Ratio ini sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mengetahui perubahan contribution margin sebagai akibat perubahan setiap rupiah penjualan.

Sedangkan pengertian dari margin of safety menurut Matz, Usry and Hammer adalah : **“Margin of safety, which indicates how much sales can decrease from the targetted level before the company will incur losses”.** (11 : 609)

Sedangkan pengertian margin of safety menurut Mulyadi adalah : **“Selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan impas”.** (13 : 252)

Jadi dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa margin of safety menunjukkan seberapa banyak penjualan bisa turun dari jumlah yang ditargetkan sebelum perusahaan menderita rugi.

Margin of safety ratio di hitung dengan cara membagi margin of safety dengan penjualan yang di anggarkan. Bila di nyatakan dalam bentuk matematis maka :

$$\text{Margin of Safety} = \text{Sales Budgeted} - \text{Sales Break Even}$$

$$\text{Margin of Safety Ratio} = \frac{\text{Margin of Safety} \times 100\%}{\text{Sales Budgeted}}$$

Semakin besar margin of safety suatu perusahaan semakin baik kondisi perusahaan tersebut, karena margin of safety menunjukkan indikasi kepada manajemen berapa penurunan penjualan yang dapat di tolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga tidak memperoleh laba.

2.4. Pengertian Analisis Cost volume Profit dan Manfaatnya .

2.4.1. Pengertian Analisis Cost Volume Profit.

Keberhasilan suatu perusahaan seringkali di hubungkan dengan kemampuan manajemen dalam menyumbangkan laba terhadap perusahaan dan menghadapi kondisi-kondisi yang mungkin akan di hadapi di masa yang akan datang.

Analisis cost volume profit menganalisis hubungan antara biaya, volume dan laba. Oleh karena itu, dalam perencanaan laba jangka pendek hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting, sehingga dalam pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang, manajemen memerlukan informasi untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat terhadap laba yang akan datang.

Pengertian cost volume profit menurut Edward B. Deakin adalah :
“The study of interrelationship between cost, and volume and how they impact profit”. (5 : 424)

Sedangkan pengertian cost volume profit menurut Bambang Hariadi adalah : **“Analisis cost volume profit adalah metode sistematis yang menjelaskan hubungan perubahan antara volume (output), hasil penjualan, biaya dan laba”. (4 : 45)**

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa analisis cost volume profit adalah suatu teknik analisis dengan menggunakan perbandingan biaya-

biaya yang bervariasi dan mengukur akibatnya terhadap volume penjualan dan juga akibatnya terhadap laba.

2.4.2. Manfaat Analisis Cost Volume profit.

Setelah kita mengetahui pengertian cost volume profit, maka sekarang kita beralih pada manfaat dari analisis cost volume profit.

Analisis cost volume profit merupakan faktor kunci dalam berbagai macam keputusan manajemen, misalnya pemilihan jenis atau kelompok produk, strategi pemasaran, pemanfaatan fasilitas produksi, dan sebagainya. Sehingga analisis ini berfungsi sebagai alat manajemen yang penting untuk mengetahui potensi laba yang belum di manfaatkan. Adapun manfaat dari analisis cost volume profit adalah :

1. Kebijakan penjualan dan harga jual.
2. Penentuan dampak perubahan biaya, harga jual dan volume penjualan terhadap laba yang dianggarkan.
3. Penentuan kombinasi produk yang paling menguntungkan.
4. Masalah produksi dan keuangan.

Analisis cost volume profit di pengaruhi oleh lima faktor atau suatu dari faktor-faktor berikut ini :

1. Harga jual per satuan
2. Volume penjualan
3. Komposisi produk yang dijual
4. Biaya variabel per satuan

5. Total biaya tetap

Jadi, supaya perencanaan laba perusahaan dapat efektif, manajemen harus dapat memperkirakan bagaimana pengaruh masing-masing faktor tersebut terhadap laba bersih, titik break even, dan return on investmen.

2.4.3. Asumsi Analisis Cost Volume Profit.

Adapun asumsi dari analisis cost volume profit adalah sebagai berikut :

1. Total biaya dan penghasilan merupakan garis linier.
2. Biaya tetap dan variabel dapat diukur secara tepat.
3. Komposisi penjualan konstan
4. Laba dihitung atas dasar variabel costing.

Jadi bila di tinjau lebih lanjut ternyata bahwa keterbatasan-keterbatasan yang timbul dengan di buatnya analisis cost volume profit dan analisis break even adalah hampir sama sebab kedua analisis tersebut tidak dapat di pisahkan satu dengan yang lainnya dan keduanya secara bersama-sama memberikan bantuan yang sangat berharga kepada manajemen.

2.4.4. Cara Menghitung Analisis Cost Volume Profit.

Perhitungan analisis cost volume profit dapat di lakukan dengan mendasarkan pada suatu persamaan matematis tertentu dan juga di lengkapi dengan suatu grafik untuk membantu manajer mengetahui perubahan volume terhadap profit.

2.4.4.1. Mathematical Approach.

Bentuk persamaan dari analisis cost volume profit adalah sebagai berikut :

$$\text{Operating profit} = \text{Total revenues} - \text{Total cost}$$

$$\text{Opt} = \text{TR} - \text{TC}$$

Di mana pendapatan total dan biaya total di pengaruhi oleh perubahan kuantitas output (volume penjualan). Bentuk persamaan antara laba, biaya, dan pendapatan yang di lengkapi kuantitas output akan memberikan informasi mengenai pengaruh dari pendapatan, biaya dan volume pada laba operasi.

Total pendapatan (TR) merupakan harga jual per unit (P) di kalikan jumlah unit output (x). Jadi $\text{TR} = \text{Tx}$, sedang total biaya terdiri dari gabungan biaya tetap (F) per periode dan biaya yang bersifat variabel per unit (V) dikalikan dengan kuantitas output (x), sehingga $\text{TC} = \text{VX} + \text{F}$.

Dengan demikian maka bentuk persamaan diatas dengan mengikut sertakan kuantitas output (volume) dapat di jabarkan sebagai berikut :

$$\text{Opt} = \text{PX} - (\text{VX} + \text{F})$$

Dan untuk lebih mudahnya maka menjadi :

$$\text{Opt} = (\text{P} - \text{V}) \text{X} + \text{F}$$

Rumus diatas hanya berlaku untuk perusahaan yang memproduksi satu produk saja, sedangkan untuk perusahaan yang memproduksi multi produk maka bentuk persamaannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Opt} = (P1 - V1) X1 + (P2 - V2) X2 + \dots(Pn - Vn) Xn - F$$

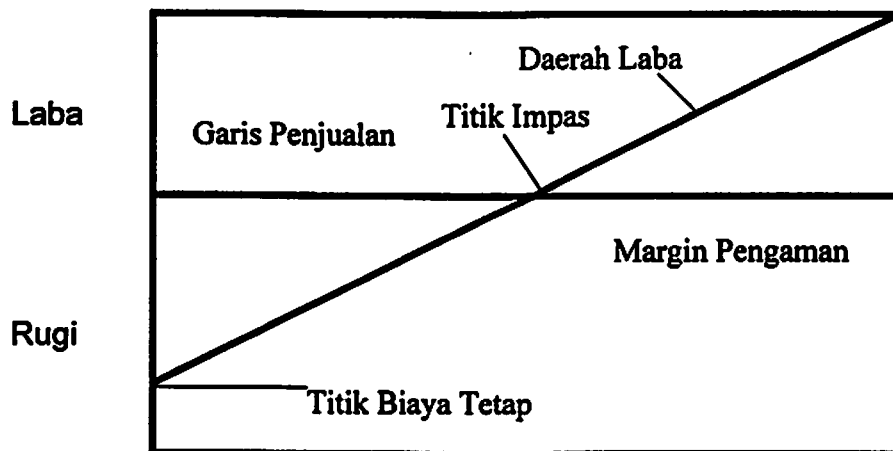
Satu persamaan lagi yang diperlukan dalam melakukan analisis cost volume profit maupun break even point adalah :

$$\text{Volume sasaran} = \frac{\text{Fixed Cost} + \text{Target profit}}{\text{Contribution Margin per unit}}$$

2.4.4.2. Graphical Approach.

Langkah-langkah membuat contribution profit graph.

1. Bidang graph terbagi menjadi dua bagian yang di pisahkan oleh garis penjualan.
2. Total biaya tetap terdapat di bawah garis penjualan pada sisi kiri garis vertikal. Titik laba/rugi bergerak sesuai dengan jumlah penjualan yang dicapai. Laba terdapat di atas garis penjualan dan rugi di bawah garis penjualan.
3. Biaya tetap dan garis laba atau rugi di hubungkan dan perpotongannya dengan garis penjualan di sebut break even.



GAMBAR 2.2.
Grafik Profit Volume Analisis

2.5. Penggunaan Analisis Cost Volume Profit dalam Perencanaan Laba pada Kondisi yang Berubah.

Dalam analisis break even point hanya dapat di ketahui tingkat penjualan minimum yang menghasilkan laba sama dengan nol, sedang untuk mengetahui bagaimana perubahan biaya, volume penjualan dan harga jual berakibat pada laba perusahaan maka perlu di gunakan apa yang disebut dengan analisis cost volume profit.

Berikut ini akan coba dibahas mengenai perubahan yang

mempengaruhi faktor-faktor dalam analisis cost volume profit dan di jabarkan

lebih lanjut dalam perhitungan-perhitungan dalam Bab IV.

2.5.1. Pengaruh Perubahan Harga Jual pada Laba.

Suatu perubahan dalam harga jual kemungkinan akan berdampak

terhadap volume penjualan. Harga jual yang meningkat tidak selalu

mengakibatkan volume penjualan berkurang. Sedangkan penurunan harga

belum cukup jika di barengi dengan kenaikan volume, tetapi juga harus

disertai dengan penurunan biaya produk. Biasanya pengaruh perubahan

harga jual terhadap volume penjualan tergantung pada elastisitas permintaan

terhadap produk perusahaan.

Apabila perusahaan telah memiliki target laba yang harus dicapai,

sedangkan harga dipertimbangkan akan di rubah, maka dengan

menggunakan bentuk persamaan untuk menemukan volume sasaran, kita

dapat menemukan volume penjualan yang harus dicapai oleh para salesman.

Dalam hal ini elastisitas permintaan dari produk perusahaan perlu

dipertimbangkan, agar perusahaan tidak membuat volume sasaran yang

tidak realistis. Agar efektif penetapan volume penjualan tersebut harus

dilindungi dengan pengurangan biaya.

2.5.2. Pengaruh Perubahan Biaya Tetap pada Laba.

Biaya tetap tidaklah statis dari tahun ke tahun. Biaya tetap dapat

dinalikan untuk memperoleh kombinasi yang menguntungkan dari produksi

dan distribusi. Misalnya perusahaan membeli mesin-mesin yang canggih sehingga dapat mengurangi biaya variabel per unitnya. Maka dengan demikian perusahaan akan memiliki titik break even yang lebih besar dari semula serta lebih "*highly leveraged*". Highly leveraged berarti bahwa sedikit perubahan dalam penjualan akan mengakibatkan perubahan yang besar pada pendapatan bersih.

Pada perusahaan tersebut biaya tetapnya memang menjadi lebih tinggi, tetapi karena biaya variabel menjadi lebih kecil maka hal ini akan menyebabkan perusahaan menjadi highly leveraged, sehingga untuk mencapai laba yang telah di rencanakan perusahaan memerlukan volume penjualan yang lebih kecil.

Berubahnya biaya tetap tidak selalu di ikuti oleh perubahan biaya variabel (per unit). Biaya tetap dapat saja berubah tetapi biaya variabel tidak berubah. Dalam hal ini titik break even akan bergeser tetapi perusahaan tidak menjadi lebih highly leveraged.

2.5.3. Pengaruh Perubahan Biaya Variabel Pada Laba.

Bila biaya variabel berubah maka besarnya penjualan pada tingkat break even-pun akan berubah pula sesuai dengan perubahan yang terjadi. Artinya bila terjadi kenaikan biaya variabel maka titik break even akan bergeser ke atas sehingga diperlukan jumlah penjualan yang lebih besar agar perusahaan tidak rugi ataupun tidak untung.

Dengan demikian laba yang akan di targetkan harus disesuaikan dengan kondisi tersebut karena semakin tinggi biaya variabel maka akan semakin kecil contribution margin yang akan di peroleh dan pada gilirannya akan semakin kecil juga laba yang akan di peroleh.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, perusahaan yang menjadi objek penelitian adalah PT. SEMASI yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur yang memproduksi bermacam-macam sepatu diantaranya jenis sepatu pria dewasa antara lain sepatu Casual dan sepatu Dress.

Penelitian skripsi ini membahas mengenai peranan cost volume profit sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Dipilihnya PT. SEMASI sebagai objek penelitian karena perusahaan tersebut bergerak dalam bidang manufaktur yang memproduksi bermacam-macam sepatu, sehingga dengan karakteristik tersebut sesuai dengan masalah yang berkaitan dengan skripsi ini.

3.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Pada tahun 1980, berdiri sebuah perusahaan swasta yang berstatus badan hukum berbentuk persekutuan komanditer, dengan nama CV. SALEMON UTAMA, berdasarkan akte notaris Esther Daniar Iskandar, SH. No.24 tanggal 17 Juli 1980.

Dengan berlokasi di wilayah Bogor, tepatnya di jalan raya Tajur Ciawi, di atas tanah seluas seluas + 700 m², CV. SALEMON UTAMA memproduksi

sepatu pria dewasa, dengan kapasitas produksi 35 pasang setiap hari. Tenaga kerja yang dipergunakan saat itu berjumlah 25 orang.

Pada tahun 1986, CV. SALEMON UTAMA berubah menjadi sebuah perusahaan perseroan terbatas yang diberi nama PT. SEPATU MAS IDAMAN (PT. SEMASI), yang di dirikan oleh bapak Herman Kintona berdasarkan Akte Notaris Trisnawati Mulia, SH No. 15 tanggal 4 Juli 1986 dan telah di rubah dan di tambah terakhir dengan Akte Notaris DR. Widjojo Wilami, SH No. 65 19 Juli 1993.

Akte pendirian perusahaan telah di sahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia malalui surat Keputusan No. C2-867. HT. 01.01. TH. 87 dan C2-10647. ht. 01. 04. TH. 93 tertanggal 31 Januari 1987 dan 12 Oktober 1993.

Berdasarkan Akte Notaris DR. Widjojo Wilami, SH No. 65 tanggal 19 Juli 1993 tersebut modal dasar perusahaan yang semula Rp 150.000.000,00 di tingkatkan menjadi Rp 5.000.000.000,00 yang terbagi atas 5.000 lembar saham dengan nilai minimal @ Rp 1.000.000,00, sedangkan modal disetor yang semula Rp 150.000.000,00 di tingkatkan menjadi Rp 2.600.000.000,00, yang di lakukan oleh PT. Gunung Sewu Kencana selaku pemegang saham tunggal.

Perusahaan berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta serta bergerak d bidang industri sepatu kulit dengan pangsa pasar 80% untuk di ekspor ke Jepang, Amerika dan Singapura, sedangkan 20% untuk di jual ke pasaran lokal.

Perusahaan memproduksi sepatu berdasarkan pesanan dari pembeli yang jenis-jenisnya antara lain sepatu pria dewasa yaitu sepatu Casual dan sepatu Dress. Perusahaan berlokasi di wilayah kota Bogor, tepatnya di jalan Sukaraja Ciluar Bogor. Perusahaan ini menyerap tenaga kerja +- 600 orang.

3.1.2. Struktur Organisasi

Agar suatu perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien, maka diperlukan organisasi. Bentuk organisasi suatu perusahaan dapat dilihat dengan jelas melalui struktur organisasinya. Struktur organisasi mencerminkan pembagian dan hirarki wewenang dalam suatu perusahaan. Melalui struktur organisasi, manajemen melakukan pendelegasian wewenang kepada manajemen tingkat bawah, agar dapat mencapai pembagian pekerjaan yang lebih bermanfaat.

Dari struktur organisasi yang ada dapat diketahui dengan tepat seseorang dalam organisasi kepada siapa harus bertanggungjawab dan bagaimana pula hubungannya dengan orang lain di dalam kerangka organisasi secara keseluruhan. Struktur organisasi yang baik juga memungkinkan para karyawan pada posisi yang tepat, dalam arti sesuai dengan keahliannya (*the right man in the right places*). Mengenai struktur organisasi PT. Sepatu Mas Idaman (PT. SEMASI), dapat dilihat pada lampiran berikut. (Lampiran 3.1.)

Manajemen PT. SEMASI, sehari-hari berada di bawah tanggung jawab para manajer. Adapun uraian dan tugas-tugas pokok menjadi tanggung jawab pada bagian-bagian yang terlihat dalam organisasi.

Berikut ini, penulis mencoba untuk mengemukakan struktur organisasi PT. SEMASI beserta tugasnya.

1. Presiden Direktur

- Merupakan pimpinan tertinggi dalam pelaksanaan semua kebijaksanaan dan keputusan-keputusan yang telah digariskan dalam seluruh kegiatan dan aktivitas perusahaan.
- Bertanggung jawab atas kelancaran operasi perusahaan.
- Menjaga nama baik perusahaan.

2. Penasihat Presiden Direktur

Penasihat presiden direktur bertugas dalam hal :

- Memberikan nasihat - nasihat kepada Presiden Direktur.
- Memberi saran-saran kepada Presiden Direktur.

3. Sekretaris

Sekretaris bertanggung jawab kepada Presiden Direktur dan tugasnya adalah melaksanakan semua tugas perusahaan yang berhubungan dengan pencatatan dalam kegiatan sehari-hari.

4. General Manager

Wewenang dan tanggung jawab general Manajer yaitu :

- General Manajer bertanggung jawab kepada Presiden Direktur
- Berfungsi menjabarkan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh pimpinan perusahaan.
- Mengevaluasi tindakan-tindakan bawahannya dalam melaksanakan kegiatannya.
- Mengkonsolidasikan atau menyatukan atau mengambil keputusan terhadap ide dan pendapat serta hasil laporan dari manajer-manajer yang ada agar dapat menghasilkan hasil kerja yang optimal.
- Membawahi manajer produksi, manajer penjualan, manajer keuangan dan manajer personalia.

5. Manager Produksi

Manager Produksi memiliki tugas sebagai berikut :

- Mengatur seberapa besar biaya produksi yang di gunakan berdasarkan pesanan.
- Mengawasi dan memimpin atas terselenggaranya proses produksi.

6. Manager Penjualan

Manager Penjualan mempunyai tugas mengurus segala pelaksanaan penjualan dan merencanakan daerah pemasaran dan memberi order, serta bertanggung jawab atas tagihan dari barang yang telah di jual.

7. Manager Keuangan

Manager Keuangan mempunyai tugas sebagai berikut :

- Membantu General Manager dalam hal permodalan dan keuangan perusahaan

- Merencanakan pembayaran dan mengawasi keuangan perusahaan

Manager Keuangan mempunyai bawahan yang bertanggungjawab kepada :

a. Finance Supervisi yang membawahi

- bagian pembelian yang mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian bahan-bahan dengan harga yang tepat dan waktu yang tepat.

2. Membantu melakukan pemilihan bahan-bahan dengan menyelidiki bahan-bahan baku dan bahan pengganti.

3. Untuk memperoleh sumber-sumber pilihan dari supply dan melakukan usaha-usaha pencarian paling sedikit dari dua sumber dan supply.

4. Menjaga hubungan dengan supplier.

5. Melakukan penelitian tentang keadaan perdagangan dan pasar.

6. Melakukan pembelian seluruh bahan-bahan dan perlengkapan yang dibutuhkan tepat pada waktunya, sehingga tidak mengganggu rencana produksi dari perusahaan.

- bagian kasir

b. Accounting Supervisi membawahi :

- Bagian General Supervisi

- Bagian Cost Accounting

7. Manager Personalia

- Bertanggung jawab mengenai urusan kepegawaian dan urusan-urusan dengan pihak luar.
- Bertanggung jawab atas keamanan dan ketertiban perusahaan.
- Memberikan pelatihan-pelatihan terarah kepada karyawan untuk peningkatan kualitas keterampilan karyawan perusahaan.
- Mengatur penetapan posisi karyawan berdasarkan kemampuannya, penetapan gaji karyawan dan pembayaran gaji karyawan.
- Mengurus masalah kesejahteraan dan kesehatan karyawan.
- Membuat catatan mengenai posisi dan aktivitas karyawan serta membuat laporan upah untuk setiap periode akuntansi.

Manajer Personalia membawahi :

- Administrasi umum dan gaji
- Keamanan
- Perawatan

3.1.3. Proses Produksi Perusahaan

Proses produksi adalah suatu usaha yang dilakukan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi, sehingga akan menambah kegunaan suatu barang dengan cara menambah bentuk yang ada.

PT. SEMASI dalam memproduksi sepatu sebelumnya harus menyediakan bahan-bahan yang dipergunakan baik bahan baku maupun bahan penolong, yang secara langsung maupun tidak langsung akan membantu kelancaran proses produksi.

Proses produksi dilakukan dengan cermat oleh tenaga-tenaga terampil yang terlatih dengan baik. Melalui peralatan produksi yang tepat dan peralatan yang baik akan menghasilkan produk yang prima.

Di dalam proses produksi, PT. SEMASI melakukan pengendalian mutu yang cermat sejak awal proses yaitu sejak pengepakan kulit. Pemeriksaan mutu yang cermat pada setiap proses akan mendapatkan hasil akhir yang baik.

Adapun proses produksi yang berlangsung di PT. SEMASI Bogor melalui tahap-tahap sebagai berikut :

1. Ware House

Berfungsi sebagai tempat penyimpanan material (stock) produksi atau menyediakan bahan-bahan yang akan digunakan atau dibutuhkan oleh bagian-bagian yang terlibat dalam proses produksi.

2. Cutting

Bagian awal dari proses produksi pembuatan sepatu, yaitu proses pemotongan bahan baku sesuai dengan pola sepatu yang sudah didesain sebelumnya oleh bagian pola berdasarkan pesanan yang masuk.

3. Sole

Bagian awal dari proses produksi sepatu bagian bawah (sole) pemotongan dan pembuatan sole.

4. Skiving

Proses penyesetan kulit yang telah dipotong pada bagian cutting sesuai dengan bentuk yaitu seluruh kulit tersebut agar lebih licin dan mudah dibentuk.

5. Stitching

Yaitu proses penempelan dan jahit tiap komponen sepatu menjadi menjadi bentuk sepatu tanpa sole sesuai potongan pola.

6. Rajut

Proses di mana sepatu untuk model tertentu harus di rajut (di kerjakan setelah bagian jahit selesai).

7. Insock

Proses pembuatan tatak sepatu dan menempelkan label sepatu. Label ini akan di tempelkan pada bagian finishing.

8. Assembling

Proses penempelan antara sole dan upper (sepatu bagian atas) sampai menjadi sepatu.

9. Finishing

Proses terakhir dari sepatu yang akan di kirim. Sepatu-sepatu tersebut di sempurnakan dengan menambah aksesoris secukupnya dan mewarnai sesuai dengan pesanan atau mencakup proses memperindah produk.

10. Packing

Yaitu tempat di mana sepatu telah siap di kirim dan dilakukan pengepakan sepatu.

Untuk membuat sepasang sepatu diperlukan bahan sekitar 60 cm², namun hal itu bersifat relatif. Pemilihan jenis kulit di dasarkan pada pesanan yang masuk. Setiap jenis kulit memiliki karakter yang berbeda sehingga tidak semua jenis kulit bisa menghasilkan jumlah sepatu yang sama. Seperti jenis kulit kelinci berukuran 60 cm² hanya bisa menghasilkan sepasang sepatu. Sedangkan kulit kambing, berukuran sama, bisa menghasilkan 3 pasang sepatu.

Adapun hasil produksi PT. Semasi yaitu sepatu pria dewasa yang jenisnya antara lain sepatu Casula dan sepatu Dress.

3.2. Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengadakan penelitian dengan menggunakan metode dan teknik pengumpulan data yang biasa dipergunakan. Adapun metode penelitian tersebut adalah metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode yang ada dan di jumpai pada saat penelitian dilakukan di mana data yang berhasil di kumpulkan kemudian diklasifikasikan dan di analisis untuk kemudian di interpretasikan ke dalam bentuk tulisan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Sebagai dasar teori didalam penyusunan skripsi ini, penulis melaksanakan study pustaka yaitu suatu metode penulisan di mana pengumpulan data di lakukan melalui buku-buku yang ada relevansinya dengan permasalahan yang akan di bahas.

2. Penelitian Lapangan (Field Research)

Yaitu penelitian untuk memperoleh data langsung dari lapangan, dengan mempergunakan cara sebagai berikut :

- a. Observasi, yaitu mengamati secara langsung terhadap keadaan perusahaan yaitu dengan mencatat aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan oleh perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang akan di bahas dalam skripsi ini, sehingga penulis memperoleh data yang sebenarnya.
- b. Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan. Wawancara di lakukan dengan menggunakan konsep tertulis berupa daftar pertanyaan, sehingga pokok-pokok yang akan di tanyakan lebih terarah sesuai dengan yang direncanakan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Penggolongan Biaya

Sebelum melakukan penggolongan biaya, penulis akan menguraikan mengenai hasil penelitian pada PT. Semasi. Data yang berhasil di peroleh adalah Laporan Rugi-laba periode 1 Januari 1997 sampai dengan 31 Desember 1997. Dengan demikian penulis akan melakukan analisis cost volume profit dengan data tersebut diatas.

Penggolongan biaya di perlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu manajemen dalam mencapai tujuannya. Untuk dapat melakukan analisis cost volume profit data biaya harus di kelompokkan kedalam biaya tetap dan variabel.

Karena perusahaan belum melakukan penggolongan biaya tetap dan variabel, dimana data yang berhasil penulis peroleh adalah laporan rugi-laba berdasarkan biaya absorpsi atau biaya penuh, sehingga pengaruh kegiatan biaya belum bisa ditentukan.

Perusahaan belum melakukan perencanaan laba dengan menggunakan analisis cost volume profit dan break even point sehingga untuk tujuan analisis cost volume profit dan break even point biaya harus dianalisis untuk menentukan komponen tetap dan variabel. Oleh karena itu penulis akan melakukan penggolongan biaya berdasarkan teori pada bab II.

Dibawah tertera Laporan Rugi-Laba periode 1 Januari sampai dengan 31 Desember 1997 (lampiran 4.1.).

Penjelasan Laporan Rugi Laba :

1. Penjualan

Merupakan jumlah hasil penjualan sepatu Casual dan sepatu Dress.

2. Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan merupakan penjumlahan atas persediaan awal dengan pembelian di kurangi dengan persediaan akhir, atau bisa juga di sebut menjadi biaya pemakaian bahan baku (biaya langsung) dan masih ditambah dengan biaya produksi.

3. Laba Kotor

Merupakan hasil pengurangan antara hasil penjualan dengan total biaya produksi untuk unit yang terjual.

4. Biaya Operasional

Biaya operasional meliputi biaya-biaya yang berhubungan dengan operasi perusahaan dan administrasi perusahaan.

5. Laba/Rugi Operasi

Merupakan laba/rugi operasi dari hasil operasi sebelum di potong pajak penghasilan.

6. Pendapatan/Biaya lain-lain

Pendapatan lain-lain merupakan hasil pendapatan bunga, jasa giro, penjualan aktiva dan lain-lain. Sedangkan biaya lain-lain meliputi biaya bunga pinjaman dan bunga lainnya.

Berikut ini penjelasan biaya-biaya dalam laporan rugi laba :

- Biaya Bahan Baku dan Pembantu

Yaitu biaya material (meliputi kulit, lem perekat, sol, benang dan lain-lain) yang masuk dan menjadi bagian dari suatu jenis produk tertentu.

- Upah Langsung

Yaitu upah untuk para pekerja yang langsung menangani perubahan bahan mentah menjadi hasil selesai.

- Tunjangan Makan

Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk makan para karyawan dan staff perusahaan.

- Lembur

Yaitu upah yang dibayarkan atas jam kerja lembur atau upah tambahan untuk jam kerja yang melebihi jam kerja biasa.

- Biaya Asuransi

Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk perlindungan karyawan maupun untuk harta-harta perusahaan.

- Biaya Kesehatan/Medical

Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk kesehatan karyawan.

- THR dan Bonus

Yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk tunjangan hari raya dan bonus untuk setiap karyawan.

- Biaya Listrik
Adalah biaya pemakaian listrik yang di gunakan untuk seluruh kegiatan perusahaan.
- Biaya Air
Yaitu biaya untuk pemakaian air yang di gunakan untuk seluruh kegiatan perusahaan.
- Gaji
Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk bagian staff, personil bagian administrasi dan umum yang di bayarkan secara bulanan
- Transportasi
Yaitu biaya yang di keluarkan untuk transportasi atau untuk keperluan operasional perusahaan dan untuk pengiriman barang
- Perjalan Dinas
Yaitu biaya untuk keluar kota atau luar negri dalam rangka dinas kantor, inspeksi kulit, mencari supplier material dan lain-lain.
- Product Development
Adalah biaya untuk pembuatan sampel-sampel sepatu.
- Biaya pemeliharaan
Adalah biaya untuk pemeliharaan dari kerusakan-kerusakan atau untuk perbaikan-perbaikan tergantung kondisinya.

- Penyusutan mesin, peralatan pabrik, bangunan kendaraan, peralatan kantor dan perabotan rumah tangga
- Adalah penyusutan yang di bebankan oleh perusahaan terhadap terhadap masing-masing aktiva tersebut berdasarkan tarif yang telah ditetapkan dan metode yang dianut oleh perusahaan.
- Bahan Bakar
- Adalah biaya yang di keluarkan atas pemakaian bahan bakar yang digunakan selama proses produksi.
- Biaya Impor
- Adalah biaya sehubungan dengan import barang.
- Perengkapan Karyawan
- Yaitu biaya untuk kelengkapan karyawan sehari-hari.
- Pengangkutan dan pengiriman
- Yaitu biaya atas pengangkutan barang dari pihak supplier kepada perusahaan ataupun dari pihak perusahaan terhadap barang yang dikirim kepada customer.
- Biaya Kantor
- Yaitu biaya untuk keperluan kantor sehari-hari seperti pulpen, buku, tinta dan lain-lain.
- Biaya Post dan Materai
- Yaitu biaya yang di keluarkan untuk materai, kuitansi, perangko dan lain-lain.

- Biaya Produksi Lain-lain
Yaitu biaya produksi tidak langsung yang di keluarkan untuk jumlah yang tidak di perkirakan untuk mempertahankan produksi.
- Biaya Entertainment
Yaitu biaya atas service atau jasa dari pihak lain yang diterima perusahaan untuk kelancaraan perusahaan.
- Biaya Perijinan
Yaitu biaya pengurusan surat-surat dari perusahaan termasuk pengurusan ijin untuk kelancaran perusahaan.
- Iklan dan Promosi
Yaitu biaya yang di keluarkan untuk advertising.
- Biaya Telepon
Merupakan biaya pemakaian telepon sehari-hari baik yang sifatnya rutin maupun yang menunjang produktivitas perusahaan.
- Biaya Pajak
Yaitu pajak yang di bayarkan kepada pemerintah.
- Biaya Export
Yaitu biaya sehubungan dengan pengurusan export, biaya cukai dan lain-lain.
- Biaya Penjualan Lain-lain
Yaitu biaya yang berkaitan dengan kegiatan penjualan yang jumlahnya relatif kecil.

- **Biaya Bank**

Adalah biaya yang dikeluarkan atas transaksi-transaksi yang mempergunakan jasa bank.

- **Sumbangan dan Extra**

Merupakan biaya yang dikeluarkan atas iuran, retribusi dan sumbangan kepada pemerintah daerah.

- **Biaya Umum dan Administrasi lain-lain**

Yaitu biaya yang berkaitan dengan operasi umum yang jumlahnya relatif kecil.

Berdasarkan data-data di atas maka penulis akan melakukan penggolongan biaya tetap dan variabel.

Biaya yang di golongkan sebagai biaya tetap adalah :

- Penyusutan mesin, peralatan pabrik, Bangunan, kendaraan, peralatan kantor dan perabotan rumah tangga	Rp	386.190.821
- Gaji Staff	Rp	482.069.424
- Astek	Rp	11.783.156
- Asuransi ,mesin, bangunan, kendaraan, equipment, jiwa dan asuransi lain-lain	Rp	48.757.707
- Pajak bumi dan bangunan	Rp	3.521.361
	<u>Rp</u>	<u>932.322.469</u>

Yang termasuk sebagai biaya variabel adalah :

- Tunjangan makan	Rp	108.887.225
- Lembur	Rp	2.883.000
- Medical	Rp	25.943.379
- THR dan Bonus	Rp	120.536.381
- Air	Rp	4.119.395
- Transportasi	Rp	47.869.074
- Perjalanan Dinas	Rp	43.192.627
- Product Development	Rp	17.360.628
- Biaya pemeliharaan bangunan, peralatan kantor, perabotan rumah tangga	Rp	11.799.225
- Pemakaian bahan baku dan pembantu	Rp	3.936.598.797
- Upah langsung	Rp	824.149.825
- Bahan bakar	Rp	4.100.000
- Biaya import	Rp	18.709.676
- Pengangkutan dan pengiriman	Rp	6.320.127
- Biaya kantor	Rp	38.607.844
- Biaya entertainment	Rp	253.674.009
- Biaya perizinan	Rp	12.497.450
- Biaya iklan dan Promosi	Rp	20.080.145
- Biaya post dan materai	Rp	5.959.650
- Biaya pajak	Rp	3.785.026

- Biaya export	Rp	85.632.829
- Biaya bank	Rp	81.863.072
- Biaya sumbangan dan extra	Rp	6.577.190
- Biaya penjualan lain-lain	Rp	4.025.544
		<hr/>
	Rp	5.685.172.118

Dan yang termasuk sebagai biaya semi variabel adalah

- Biaya telepon	Rp	87.597.918
- Biaya pemeliharaan kendaraan	Rp	44.201.250
- Biaya listrik	Rp	73.752.775
- Biaya pemeliharaan mesin	Rp	40.654.854
- Biaya lain-lain bagian administrasi dan umum	Rp	8.539.910
- Biaya produksi lainnya	Rp	13.288.409
- Biaya pemeliharaan peralatan pabrik	Rp	8.178.462
		<hr/>
	Rp	276.236.578

Rincian lebih lanjut mengenai biaya semivariabel dapat dilihat pada tabel 4.1.

TABEL 4.1.
TABEL BIAYA SEMIVARIABEL

Bulan	Biaya Telepon	Biaya Pemeliharaan Kendaraan	Biaya Pemeliharaan Peralatan Pabrik	Biaya lain-lain Bagian Umum dan Adm.	Biaya Listrik	Biaya Pemeliharaan Mesin	Biaya Produksi lainnya	Jumlah
Jan	Rp 7,742,455	Rp 2,107,050	Rp 498,550	Rp 873,000	Rp 5,806,805	Rp 2,407,500	Rp 1,134,808	Rp 20,170,168
Feb	Rp 8,842,143	Rp 2,651,250	Rp 618,750	Rp 481,850	Rp 6,930,155	Rp 2,282,950	Rp 930,425	Rp 21,517,523
Mar	Rp 8,450,744	Rp 3,238,375	Rp 919,100	Rp 746,060	Rp 7,222,870	Rp 4,904,000	Rp 1,238,000	Rp 28,719,149
Apr	Rp 5,381,722	Rp 2,039,325	Rp 514,750	Rp 402,200	Rp 4,614,745	Rp 2,165,250	Rp 627,500	Rp 15,745,492
Mei	Rp 7,013,739	Rp 5,057,900	Rp 741,202	Rp 715,400	Rp 4,880,720	Rp 3,203,900	Rp 900,500	Rp 22,493,381
Jun	Rp 5,285,070	Rp 3,020,550	Rp 772,200	Rp 853,450	Rp 6,541,130	Rp 3,927,750	Rp 938,580	Rp 21,138,730
Jul	Rp 5,305,767	Rp 2,873,150	Rp 464,000	Rp 854,200	Rp 6,428,105	Rp 2,436,447	Rp 1,120,719	Rp 19,483,388
Agust	Rp 7,120,805	Rp 2,440,100	Rp 788,500	Rp 931,300	Rp 8,063,215	Rp 2,717,778	Rp 1,425,125	Rp 23,488,824
Sep	Rp 8,788,527	Rp 3,123,450	Rp 578,500	Rp 627,600	Rp 7,451,800	Rp 5,944,950	Rp 1,126,892	Rp 27,651,719
Okt	Rp 5,174,252	Rp 5,799,800	Rp 401,510	Rp 970,900	Rp 5,840,450	Rp 3,149,700	Rp 947,002	Rp 22,083,614
Nop	Rp 10,467,914	Rp 1,975,150	Rp 1,413,850	Rp 819,900	Rp 5,244,830	Rp 3,671,820	Rp 1,085,490	Rp 24,478,554
Das	Rp 8,214,780	Rp 9,875,150	Rp 467,750	Rp 884,050	Rp 5,875,150	Rp 3,843,008	Rp 1,813,370	Rp 30,973,258
	Rp 87,597,918	Rp 44,201,250	Rp 8,178,482	Rp 8,539,910	Rp 73,480,975	Rp 40,654,854	Rp 13,288,409	Rp 278,238,570

Setelah di ketahui biaya tetap dan biaya variabel, maka selanjutnya perlu di lakukan pemisahan biaya semivariabel menjadi unsur biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode least square. (Tabel 4.2.)

Didalam bab II telah di terangkan bahwa metode least square menggunakan persamaan garis lurus : $y = a + bx$. Persamaan tersebut harus di modifikasi agar sesuai dengan data yang ada sehingga menjadi rata-rata $y = a + b$ kali rata-rata x , dimana :

- rata-rata y adalah rata-rata biaya semi variabel perusahaan per bulan
- rata-rata x adalah rata-rata volume penjualan perusahaan per bulan
- a adalah perkiraan biaya tetap perusahaan per bulan
- b adalah perkiraan biaya variabel perusahaan per bulan

TABEL 4.2.
METODE LEAST SQUARE

Bulan	Hasil Penjualan X	Perbedaan rata-rata penjualan Rp 669.699.976,75	Total biaya variabel Y	Perbedaan rata-rata biaya Rp 23.018.048,17	(x - x) ² Rp	(x - x)(y - y) Rp
Jan	Rp 755.882.981	Rp 86.183.004,25	Rp 20.170.166	Rp (2.847.882,17)	7,43E+15	(2,45E+ 14)
Feb	Rp 272.328.006	Rp (397.371.970,75)	Rp 21.517.523	Rp (1.500.525,17)	1,58E+17	5,96E+14
Mar	Rp 446.122.040	Rp (223.577.936,75)	Rp 26.719.149	Rp 3.701.100,83	5,00E+16	(8,27E+ 14)
Apr	Rp 373.531.920	Rp (296.168.056,75)	Rp 15.745.492	Rp (7.272.556,17)	8,77E+16	2,15E+15
Mei	Rp 568.351.302	Rp (101.348.674,75)	Rp 22.493.361	Rp (524.687,17)	1,03E+16	5,32E+13
Jun	Rp 552.046.704	Rp (117.653.272,75)	Rp 21.138.730	Rp (1.879.318,17)	1,38E+16	2,21E+14
Jul	Rp 400.685.470	Rp (269.014.506,75)	Rp 19.483.388	Rp (3.534.660,17)	7,24E+16	9,51E+14
Agust	Rp 456.746.593	Rp (212.953.383,75)	Rp 23.486.824	Rp 468.775,83	4,53E+16	(9,98E+ 13)
Sep	Rp 858.724.353	Rp 189.024.376,25	Rp 27.661.719	Rp 4.643.670,83	3,57E+16	8,78E+14
Okt	Rp 904.207.945	Rp 234.507.968,25	Rp 22.083.614	Rp (934.434,17)	5,50E+16	2,19E+14
Nop	Rp 1.335.484.302	Rp 665.784.325,25	Rp 24.478.554	Rp 1.460.505,83	4,43E+17	9,72E+14
Des	Rp 1.112.288.105	Rp 442.588.128,25	Rp 31.238.058	Rp 8.220.009,83	1,96E+17	3,64E+15
	Rp 8.036.399.721	(0)	Rp 276.216.578	(0)	1,17E+18	8,07E+15

- Menentukan b, di mana b adalah merupakan hasil bagi dari jumlah kuadrat dari selisih antara x dan rata-rata x dan jumlah hasil kali selisih antara y dengan rata-rata y dengan selisih x dengan rata-rata x.

$$b = \frac{\text{Rp } 8,07\text{E} + 15}{(\text{Rp } 1,17\text{E}+18)}$$

$$= 0,00687100389$$

Mencari biaya tetap per bulan yang dapat di peroleh dengan menggunakan persamaan :

$$\text{rata-rata } y = a + (b \cdot \text{rata-rata } x)$$

$$\text{Rp } 23.019.715 = a + (0,00687100389 \times \text{Rp } 669.699.977)$$

$$= \text{Rp } 18.418.204$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sekarang dapat diketahui jumlah biaya tetap dan variabel :

Untuk periode (Januari-Desember 1997) biaya tetap bertambah sebesar Rp 221.018.448,- (12 x Rp 18.418.204,-) dan biaya variabel bertambah Rp 55.218.130,- (Rp 276.236.578,- – Rp 221.018.448,-).

Sehingga jumlah biaya tetap dan variabel sekarang adalah sebagai berikut :

jumlah biaya tetap sebelumnya	Rp 932.322.469
Biaya tetap dari biaya semivariabel	Rp 221.018.448
	<u>Rp 1.153.340.917</u>
Jumlah biaya variabel sebelumnya	Rp 5.685.172.118
Biaya variabel dari biaya semivariabel	Rp 55.218.130
	<u>Rp 5.740.390.248</u>

Dengan demikian laba operasi dapat dihitung dengan rumus :

$$OPt = Px - (Vx + F) \text{ dimana :}$$

$$OPt = \text{Laba operasi}$$

$$Px = \text{Hasil penjualan}$$

$$Vx = \text{Biaya variabel total}$$

$$F = \text{Biaya tetap total}$$

$$\begin{aligned} OPt &= \text{Rp } 8.036.521.034 - (\text{Rp } 5.740.390.248 + \text{Rp } 1.153.340.917) \\ &= \text{Rp } 1.142.668.556 \end{aligned}$$

Sedangkan contribution margin perusahaan adalah sebesar 28,57%

yang didapat dengan menggunakan rumus :

$$CM = \frac{Px - V}{px} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} CM &= \text{Rp } \frac{8.036.399.721 - \text{Rp } 5.740.390.248}{\text{Rp } 8.036.399.721} \times 100\% \\ &= 28.57\% \end{aligned}$$

Berikut ini penulis sajikan Ikhtisar Rugi Laba periode (Januari-Desember) 1997 berdasarkan konsep variabel costing. (Tabel 4.3.)

PT. SEMASI
IKHTISAR RUGI LABA
PERIODE JANUARI-DESEMBER 1991

I. PENJUALAN (NETTO)	
- PENJUALAN	Rp 8.031.521.034
PENJUALAN LAIN-LAIN	Rp <u>4.878.687</u>
TOTAL PENJUALAN	Rp 8.036.399.721
II. BIAYA VARIABEL	
-BAHAN BAKU DAN PEMBANTU	Rp 3.936.598.797
-BIAYA PRODUKSI	Rp <u>1.803.791.451</u>
	Rp 5.740.390.248
III. CONTRIBUTION MARGIN	Rp 2.296.009.473
IV. BIAYA TETAP	Rp <u>1.153.340.917</u>
V. LABA/RUGI USAHA	Rp 1.142.668.556

TABEL 4.3. IKHTISAR RUGI LABA

Bila dilakukan perhitungan per jenis produk antara sepatu Casual dan sepatu Dress, biaya variabel dan hasil penjualan serta margin kontribusi masing-masing jenis sepatu sebagai berikut :

Produk	Hasil Penjualan Rp	Biaya Variabel Rp	Pendapatan Marginal Rp	% BV thdp Penjualan	Rasio PM	Biaya Tetap Rp
Casual	3.546.228.649	2.317.815.045	1.228.413.604	65,36 %	34,64%	486.704.585
Dress	4.490.171.072	3.442.575.203	1.067.545.809	76,22%	23,78%	666.636.332
Total	8.036.399.721	5.740.390.248	2.295.959.473	71,43%	28,57%	1.153.340.917

4.2. Volume Pada Titik Break Even

Dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut :

$$\text{BEx (Unit)} = \frac{F}{P - V}$$

$$\text{BEx (rupiah)} = \frac{F}{1 - (TV/S)}$$

Jumlah sepatu yang di jual selama satu tahun adalah sebesar 164.270 unit terdiri dari sepatu Casual 90.477 dan sepatu Dress 73.793. Sehingga volume pada titik Break Even adalah sebagai berikut :

Untuk sepatu Casual :

- Break Even (unit)

$$\frac{\text{Rp } 480.740.585}{\text{Rp } 39.195 - \text{Rp } 25.618} = 35.864 \text{ pasang}$$

- Break Even (Rupiah)

$$\frac{\text{Rp } 480.740.585}{1 - (\text{Rp } 2.317.815.045 / \text{Rp } 3.546.228.649)}$$

$$= \text{Rp } 1.405.689.480$$

Kebenaran break even point dapat diuji dengan cara sebagai berikut :

$$\text{BE (x)} = 35.864 \text{ Pasang}$$

$$\text{BE (Rp)} = 35.864 \times \text{Rp } 39.195$$

$$= \text{Rp } 1.405.689.480$$

Untuk sepatu Dress :

- Break even (unit)

$$\frac{\text{Rp } 666.636.332}{\text{Rp } 60.848 - \text{Rp } 46.381} = 46.080 \text{ pasang}$$

- Break even (rupiah)

$$\frac{\text{Rp } 666.636.332}{1 - (3.442.575.203 / 4.490.171.072)}$$

$$= \text{Rp } 2.803.875.840$$

Kebenaran break even dapat diuji dengan cara sebagai berikut :

$$BE(x) = 46.080 \text{ pasang}$$

$$\begin{aligned} BE(Rp) &= 46.080 \times \text{Rp } 60.848,- \\ &= \text{Rp } 2.803.875.840,- \end{aligned}$$

Sehingga dengan demikian jumlah penjualan sebesar 90.477 pasang untuk sepatu Casual dan 73.793 pasang untuk sepatu Dress, sebesar 35.864 dan 46.080 pasang merupakan volume pada titik Break Even.

4.3. Volume Sasaran Pada Laba Yang Direncanakan

Berdasarkan bentuk persamaan untuk menentukan volume sasaran, maka volume sasaran dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$X = \frac{F + QPt}{P - V}$$

Menurut data yang penulis peroleh jumlah laba yang dianggarkan adalah sebesar Rp 1.000.000.000,-. Di mana laba untuk untuk sepatu Casual Rp 400.000.000,- dan sepatu Dress Rp 600.000.000,- dengan demikian volume sasaran berdasarkan persamaan di atas adalah sebesar :

Untuk sepatu Casual :

$$\begin{aligned} X &= \frac{\text{Rp } 486.740.585 + \text{Rp } 400.000.000}{\text{Rp } 39.195 - \text{Rp } 25.618} \\ &= 65.312 \text{ pasang} \end{aligned}$$

Untuk sepatu Dress :

$$X = \frac{\text{Rp } 666.636.332 + \text{Rp } 600.000.000}{\text{Rp } 60.848 - \text{Rp } 46.381}$$

= 87.553 pasang

Berdasarkan perhitungan di atas dengan target laba yang direncanakan untuk sepatu Casual sebesar Rp 400.000.000,- maka volume penjualan sepatu Casual harus mencapai 65.312 pasang. Realisasi penjualan mencapai 90.477 pasang, sehingga terdapat tambahan laba sebesar Rp 986.342.175 dari penjualan sepatu Casual..

Sedangkan untuk sepatu Dress hasil penjualan yang dicapai satu tahun berjumlah 73.793 sehingga terdapat kekurangan sebesar 13.760 untuk mencapai laba yang telah direncanakan.

4.4. Margin of Safety Ratio

Seperti telah dibahas dalam Bab II, margin of safety ratio menunjukkan berapa persen penjualan boleh berkurang dari penjualan yang telah direncanakan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Sedangkan selisih antara penjualan yang di rencanakan dengan volume penjualan break even merupakan angka margin of safety.

Besarnya margin of safety ratio dapat di tentukan dengan menggunakan rumus :

$$\frac{\text{Penjualan yang direncanakan} - \text{Break Even}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\%$$

Untuk sepatu Casual :

$$\frac{65.312 - 35.864}{65.312} \times 100\%$$

$$= 45.09\%$$

Untuk sepatu Dress :

$$\frac{87.553 - 46.080}{87.553} \times 100\%$$

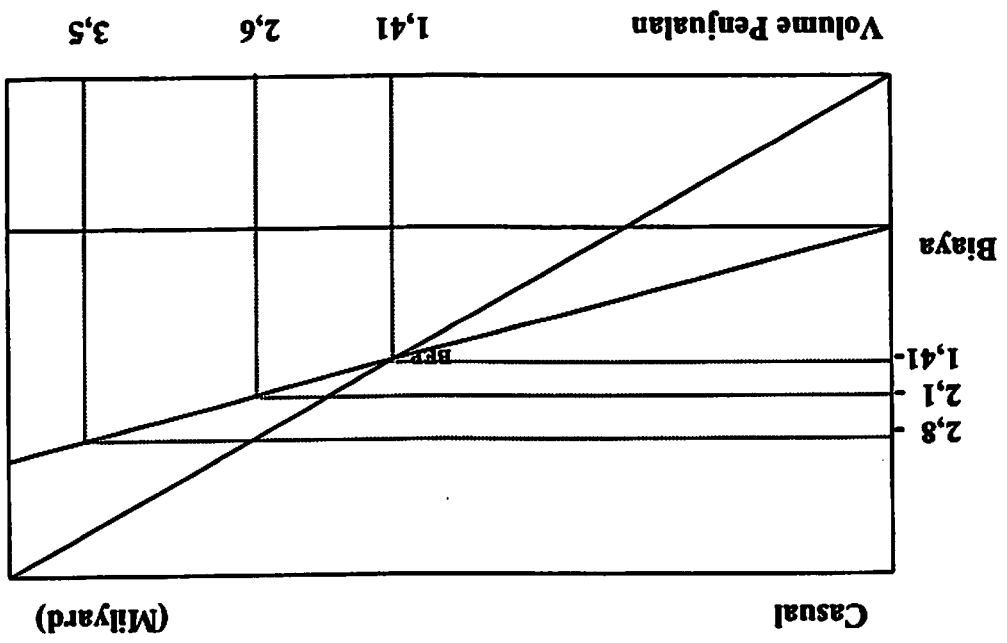
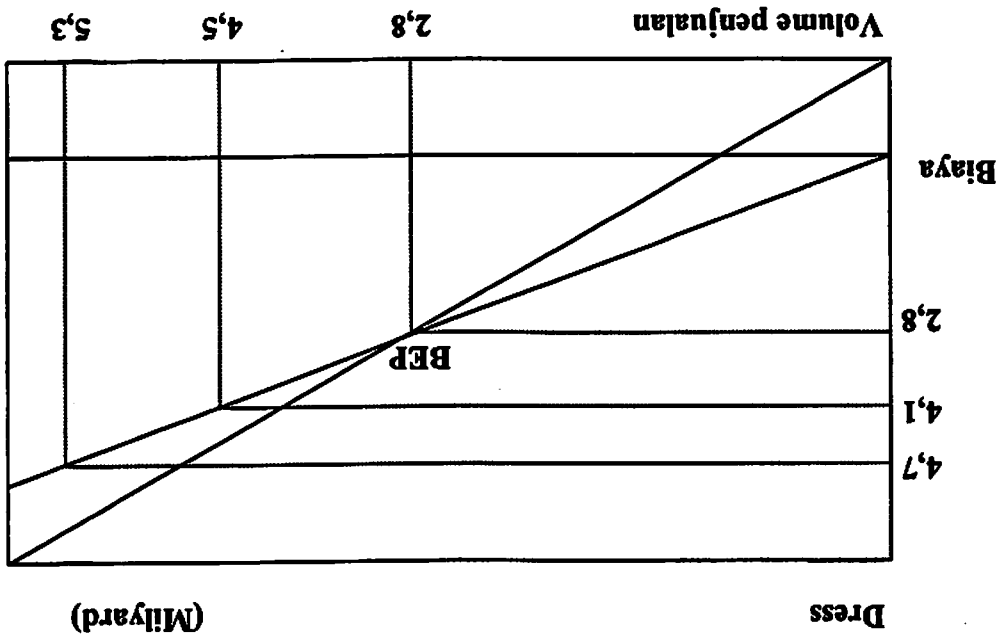
$$= 47,37\%$$

Dari perhitungan di atas besarnya margin of safety adalah sebesar 45,09% untuk sepatu Casual, dimana volume penjualan yang berhasil dicapai 90.477 pasang sepatu yang berarti melebihi volume sasaran yang direncanakan sebesar 25.165 pasang. Sehingga keuntungan yang diperoleh lebih besar dari keuntungan yang telah direncanakan sebelumnya.

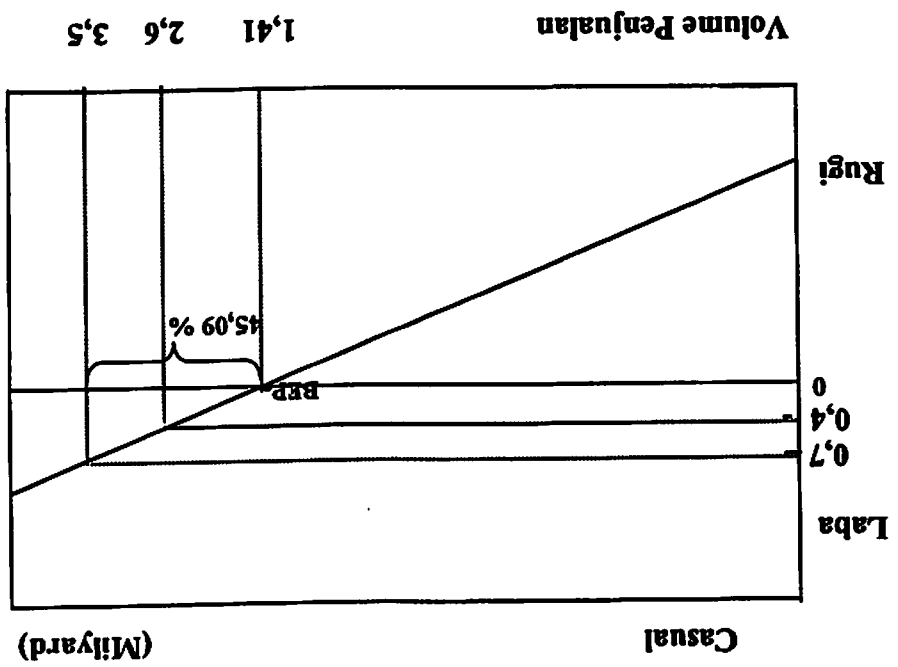
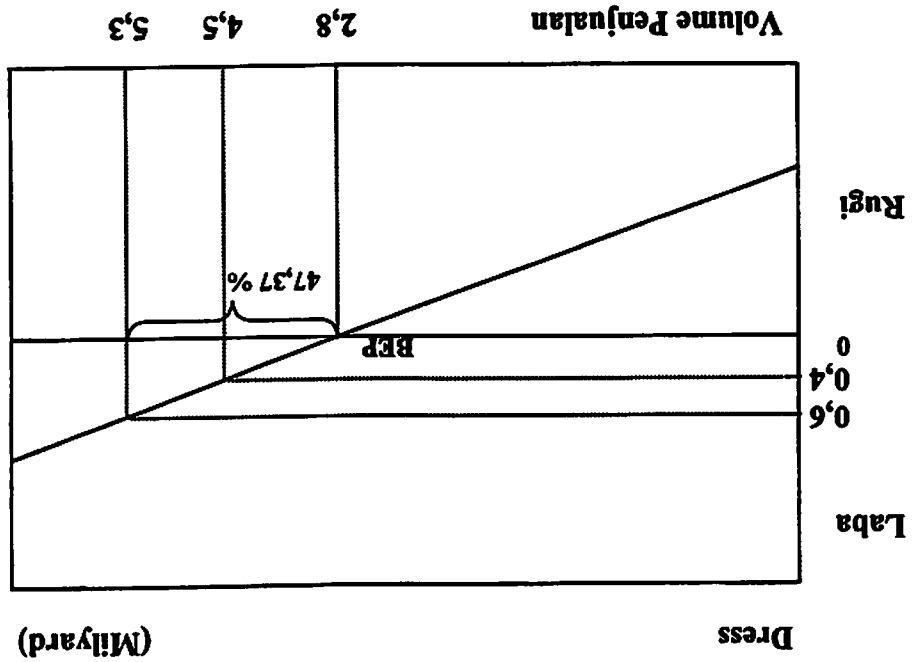
Sedangkan untuk sepatu Dress besarnya margin of safety ratio adalah 47,37% dan volume penjualannya kurang sebesar 13.760 pasang sepatu dari yang seharusnya atau 15,72% dari penjualan. Jadi belum melebihi batas margin of safety yang berarti perusahaan masih mendapat laba.

Bentuk grafik break even dan grafik profit volume analisis berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dapat dilihat pada gambar berikut :

GAMBAR 4.1.
GRAFIK BREAK EVEN



GAMBAR 4.2.
GRAFIK CONTRIBUTION PROFIT GRAPH



Salah satu asumsi dasar dalam analisis break even point bagi suatu perusahaan yang menghasilkan dua macam produk atau lebih ialah tidak adanya perubahan dalam sales mix-nya. Sales mix menggambarkan perimbangan sales revenue antara beberapa macam produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Apabila ada perubahan dalam sales mix, maka break even point secara totalitas akan berubah. Perusahaan dalam kegiatan produksinya menghasilkan jenis sepatu casual dan sepatu dress. Biaya variabel, hasil penjualan serta laba masing-masing jenis sepatu adalah sebagai berikut :

Sepatu Casual Rp		Sepatu Dress Rp		Total Rp
Penjualan :				
90.477	<u>3.546.228.649</u>	73.793	<u>4.490.171.072</u>	<u>8.036.399.721</u>
V.C 65.36%	2.317.815.045	(76,22%)	3.422.575.203	5.740.390.248
F.C	<u>486.704.585</u>		666.636.332	<u>1.153.340.017</u>
Biaya Total	<u>2.804.519.630</u>		<u>4.089.211.535</u>	<u>6.893.731.165</u>
Laba	741.709.019		400.959537	1.142.668.556

Dari data tersebut di atas diketahui bahwa :

Sales mix (Casual : Dress) = 1 : 1,3

Produk mix = 1,2 : 1

$$\begin{aligned} \text{BEP totalitas} &= \frac{\text{Rp } 1.153.340.917}{1 - \frac{\text{Rp } 5.740.390.248}{\text{Rp } 8.036.399.721}} \\ &= \text{Rp } 4.036.895.054 \end{aligned}$$

Sales mix Casual : Dress = 1 : 1,3

Sales Produk Casual :

$$1/2,3 \times \text{Rp } 4.036.895.054,- = \text{Rp } 1.755.171.763,-$$

Dalam Unit :

$$\frac{\text{Rp } 1.755.171.763}{\text{Rp } 39.195} = 44.781 \text{ pasang}$$

Sales Produk Dress :

$$1,3/2,3 \times \text{Rp } 4.036.895.054,- = \text{Rp } 2.281.723.291,-$$

Dalam unit :

$$\frac{\text{Rp } 2.281.723.291}{\text{Rp } 60.848} = 37.499 \text{ pasang}$$

Produk mix Casual : Dress = 44.781 : 37.499 = 1.2 : 1 sesuai dengan ketentuan produk mix diatas.

Braek even point dalam multiple produk tidak berarti bahwa masing-masing produk harus dalam keadaan break even. Dapat terjadi bahwa pada break even total, suatu produk menderita kerugian dan produk lain mendapatkan keuntungan sehingga secara keseluruhan perusahaan tidak mendapatkan keuntungan ataupun kerugian. Dari perhitungan di atas keuntungan dan kerugian dari kedua produk tersebut adalah sebagai berikut :

Sepatu Casual		Sepatu dress		Total
Rp		Rp		Rp
Penjualan	<u>1.755.171.763</u>		<u>2.281.723.291</u>	<u>4.036.895.054</u>
V.C 65,36%	1.147.180.263	76,22%	1.736.373.874	2.885.554.137
FC	<u>486.704.585</u>		<u>666.636.332</u>	<u>1.153.340.917</u>
Biaya total	<u>1.633.884.848</u>		<u>2.403.010.206</u>	<u>4.036.395.854</u>
Laba/Rugi	121.286.915		(121.286.915)	0

Apabila perusahaan merencanakan perubahan dalam sales mix maka bagaimana pengaruhnya terhadap break even point dengan adanya perubahan sales mix tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Jika produk sepatu Casual bertambah 50% sedangkan produk sepatu Dress tetap tidak berubah, perhitungan break even point adalah sebagai berikut :

TABEL 4.4.
Perubahan Sales Mix Apabila Sepatu Casual
Bertambah Sebesar 50%

Sepatu Casual		Sepatu Dress		Total
Rp		Rp		Rp
Penjualan				
13.5716	<u>5.319.342.974</u>	73.793	<u>4.490.171.072</u>	<u>9.809.514.046</u>
V.C	3.476.722.568	(76,22%)	3.422.575.203	6.899.287.771
FC	<u>486.074.585</u>		<u>666.636.332</u>	<u>1.153.340.917</u>
Biaya total	<u>3.963.427.153</u>		<u>4.089.211.535</u>	<u>8.052.638.686</u>
Laba	1.355.915.821		400.959.537	1.756.875.358

Sales mix = 1,2 : 1

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp } 1.153.340.917}{1 - \frac{\text{Rp } 6.899.297.771}{\text{Rp } 9.809.514.046}} = \text{Rp } 3.887.585.271,-$$

Apabila jumlah produk sepatu Casual tetap sedangkan jumlah produk sepatu Dress bertambah 50%, perhitungan break even point-nya adalah sebagai berikut :

TABEL 4.5.
Perubahan Sales Mix Apabila Sepatu Dress
Bertambah Sebesar 50%

	Sepatu Casual Rp		Sepatu Dress Rp	Total Rp
Penjualan	<u>3.546.228.649</u>	110.690	<u>6.735.256.608</u>	<u>10.281.485.257</u>
VC (65,36%)	2.317.815.045	(76,22%)	5.133.612.587	7.451.427.632
FC	<u>486.704.585</u>		<u>666.636.332</u>	<u>1.153.340.917</u>
Biaya total	<u>2.804.519.630</u>		<u>5.800.248.919</u>	<u>8.604.768.549</u>
Laba	741.709.019		935.007.689	1.676.716.708

Sales mix = 1 : 1.9

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp } 1.153.340.917}{1 - \frac{\text{Rp } 7.451.427.632}{\text{Rp } 10.281.485.257}} = \text{Rp } 4.190.041.054,-$$

Dari perhitungan-perhitungan di atas apabila dibandingkan dengan keadaan sebelum dan sesudah adanya perubahan-perubahan sales mix tersebut, maka akan nampak sebagai berikut :

TABEL 4.6.
Perbandingan Sebelum dan Sesudah
Adanya Perubahan Sales Mix

Keterangan	Sebelum ada Perubahan Rp	Sepatu Casual Bertambah 50% Rp	Sepatu Dress Bertambah 50% Rp
Sales mix (Casual : Dress)	1 : 1,3	1,2 : 1	1 : 1,9
Laba	1.142.668.556	1.756.875.358	1.676.716.708
Persentase perubahan laba (bertambah –berkurang)		53,75%	46,74%
BEP	4.036.895.054	3.887.585.271	4.190.041.054

Analisis tersebut diatas menunjukkan bahwa lebih baik perusahaan memperbanyak produk sepatu Casual, karena dengan bertambahnya produk sepatu Casual, (1) labanya lebih besar (2) break even poin-nya lebih rendah.

4.5. Beberapa Alternatif Untuk Mencapai Laba Yang Telah Direncanakan

Pada bagian ini penulis akan menguraikan mengenai beberapa alternatif untuk mencapai laba yang telah di rencanakan. Menurut data yang penulis peroleh, laba untuk periode Januari sampai dengan Desember 1997 yang di anggarkan untuk sepatu Dress adalah sebesar Rp 600.000.000,-. Dengan laba operasi yang di capai sebesar Rp 400.960.120,- maka terdapat selisih laba sebesar Rp 199.039.880,-. Untuk menutup kekurangan tersebut ada tiga alternatif yang mungkin bisa di laksanakan oleh perusahaan.

Alternatif pertama yaitu dengan strategi pemasaran dan biaya yang sama dengan yang di terapkan pada tahun 1997, yaitu perusahaan perlu menambah volume penjualan sebesar 13.760 pasang sepatu untuk mencapai laba yang telah di rencanakan.

Penambahan volume penjualan akan diikuti oleh tambahan pengeluaran biaya variabel sebesar Rp 638.202.560,- ($13.760 \times \text{Rp } 46.381,-$). Peningkatan biaya variabel ini di sebabkan karena pertambahan volume produksi dan bertambahnya kegiatan pemasaran. Alternatif ini sangat tergantung pada kemampuan bagian pemasaran dan besarnya permintaan konsumen terhadap produk.

Alternatif kedua untuk mendapatkan laba yang telah di rencanakan adalah dengan menaikkan harga jual. Hal ini menjadi salah satu pertimbangan perusahaan karena elastisitas permintaan terhadap produk tinggi, sebab produk yang dihasilkan adalah bukan merupakan kebutuhan

pokok sehingga jika ada perubahan harga jual, maka akan terjadi juga perubahan permintaan terhadap produk.

Apabila harga dinaikkan dari Rp 60.848,- menjadi Rp 65.000,- maka volume penjualan sarasannya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 X &= \frac{F + QPt}{P - V} \\
 &= \frac{\text{Rp } 666.636.332,- + \text{Rp } 600.000.000,-}{\text{Rp } 65.000,- - \text{Rp } 46.381,-} \\
 &= 68.030 \text{ Pasang}
 \end{aligned}$$

Bila di bandingkan dengan volume penjualan tahun 1997 maka dengan kenaikan harga menjadi Rp 65.000,- hanya di perlukan volume penjualan sebesar 68.030 pasang sepatu. Dengan demikian terjadi penurunan volume sebesar 5.763 pasang sepatu yang menyebabkan terjadinya juga penurunan biaya variabel sebesar Rp 267.293.703,- (5.763 x Rp 46.381,-). Alternatif ini sangat tergantung pada permintaan pasar dan harga jual pada produk sejenis.

Alternatif ketiga adalah dengan menurunkan atau menekan biaya variabel terutama pada pemakaian bahan baku dan pembantu. Meskipun terjadi kenaikan harga yang cukup tinggi pada bahan baku dan pembantu, namun perusahaan dapat menekan biaya variabel dengan jalan mencari alternatif pengganti bahan baku dan pembantu dan melakukan penghematan pada biaya produksi dan biaya operasi.

Apabila biaya variabel dapat di tekan dari Rp 46.381,- menjadi sebesar Rp 39.500,- maka dengan penurunan biaya variabel volume penjualan sasarannya adalah sebagai berikut :

$$X = \frac{\text{Rp } 666.636.332,- + \text{Rp } 600.000.000,-}{\text{Rp } 60.848,- - \text{Rp } 39.500,-}$$

$$= 59.333 \text{ pasang}$$

Dengan adanya penurunan biaya variabel menjadi Rp 39.500,- maka terjadi penurunan volume sebesar 14.460 pasang (73.793 – 59.333) maka biaya variabel turun sebesar Rp 1.078.921.703,- (Rp 3.422.575.203,- – 59.333 x Rp 39.500,-). Sehingga biaya variabel sekarang dengan volume penjualan sebesar 59.333 pasang menjadi hanya sebesar Rp 2.343.653.500,-

Penurunan biaya variabel terjadi karena adanya penurunan volume sasaran yang tinggi dan juga di sertai dengan adanya penurunan biaya variabel per unit yang cukup besar. Berbeda dengan alternatif pertama dan kedua alternatif ini tidak di pengaruhi oleh permintaan pasar dan lebih tergantung pada kemampuan pegawai di bagian pencatatan dan bagian produksi.

Dari uraian di atas ada tiga alternatif yang menjadi pilihan perusahaan untuk mencapai laba operasi yang telah di rencanakan sebelumnya, yaitu dengan cara meningkatkan volume penjualan, meningkatkan harga jual, dan menurunkan atau menekan biaya variabel per unit.

Ketiga alternatif tersebut bila dibandingkan dengan keadaan semula maka akan terlihat sebagai berikut :

TABEL 4.7.
PERBANDINGAN ANTARA KETIGA ALTERNATIF
DENGAN KEADAAN SEMULA

Keterangan	Keadaan Semula	Volume Penjualan Bertambah	Harga Jual Naik	Biaya Variabel Turun
Volume penjualan	73.793	87.553	68.030	59.333
Harga jual / pasang	Rp 60.848	Rp 60.848	Rp 65.000	Rp 60.848
Hasil penjualan	Rp 4.490.171.072	Rp 5.327.424.944	Rp 4.421.950.000	Rp 3.610.294.384
Biaya variabel	Rp 46.381	Rp 46.381	Rp 46.381	Rp 39.500
Biaya variabel	Rp 3.422.575.203	Rp 4.060.788.612	Rp 3.155.313.668	Rp 2.343.658.052
Contribution margin	Rp 1.067.545.809	Rp 1.266.636.332	Rp 1.266.636.332	Rp 1.266.636.332
%	23,78%	23,78%	28,64%	35,08%
Biaya tetap	Rp 666.636.332	Rp 666.636.332	Rp 666.636.332	Rp 666.636.332
L a b a	Rp 400.980.120	Rp 600.000.000	Rp 600.000.000	Rp 600.000.000
Titik Break Even Point	Rp 2.803.875.846	Rp 2.803.875.846	Rp 2.327.640.824	Rp 1.900.231.619
Margin of Safety	37,56%	47,37%	47,37%	47,37%

Dari tabel di atas, terlihat bahwa alternatif ketiga (menurunkan biaya variabel per unit) memiliki beberapa keunggulan di bandingkan dengan kedua alternatif lainnya.

Keunggulan alternatif ketiga tersebut yaitu berupa lebih rendahnya biaya variabel di bandingkan dengan dua alternatif lainnya dan lebih tingginya contribution margin yang dapat di capai dibandingkan dengan alternatif-alternatif lainnya.

Pada alternatif ketiga ini perlu juga di perhatikan bahwa volume penjualan yang di capai oleh alternatif ini jauh lebih kecil daripada kedua alternatif lainnya.

Di antara ketiga alternatif rencana perusahaan tersebut menurunkan biaya variabel merupakan cara yang paling tepat untuk mencapai laba yang telah di rencanakan. Hal ini di karenakan menurunkan biaya variabel dapat dikendalikan secara langsung oleh pihak intern perusahaan sedangkan peningkatan volume penjualan dan peningkatan harga jual sangat tergantung kepada pihak ekstern dalam hal ini tentunya pada konsumen dan produsen pesaing lainnya.

Untuk meningkatkan volume penjualan bagian pemasaran akan meningkatkan aktivitasnya yang berarti akan meningkatkan juga biaya variabel. Apabila ternyata volume penjualan tidak meningkat sebesar yang diharapkan maka laba yang diperoleh dapat lebih kecil dari laba yang diperoleh pada keadaan semula.

Peningkatan harga jual mengandung risiko larinya konsumen pada pesaing, bila konsumen berhasil mendapatkan produsen lain yang memproduksi barang yang sama tetapi dengan harga yang lebih rendah daripada yang ditawarkan oleh perusahaan. Sehingga dengan demikian volume penjualan sasaran perusahaan tidak akan terpenuhi.

Hal-hal tersebut di atas tidak akan terjadi pada alternatif ketiga, karena menurunkan biaya variabel tergantung pada kemampuan pihak intern perusahaan untuk memproduksi tanpa melakukan pemborosan-pemborosan dan melakukan pencatatan secara benar.

4.6. Peranan Analisis Cost Volume Profit Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek

Dalam sub bab 4.5. terlihat pentingnya analisis cost volume profit dalam perencanaan laba jangka pendek. Dengan mempergunakan analisis cost volume profit, manajemen dapat memilih strategi yang paling tepat untuk dipergunakan dalam mencapai laba yang telah direncanakan.

Analisis biaya volume laba (cost volume profit analysis) yang berkaitan secara terpadu dengan analisis break even, membahas penentuan tingkat dan bauran optimal keluaran yang harus diproduksi dengan sumber daya yang tersedia.

Jika dalam analisis break even, analisis di letakkan pada penaksiran tingkat penjualan minimum yang menghasilkan laba sama dengan nol, maka dalam analisis cost volume profit titik berat analisis diletakkan pada sampai

seberapa besar perubahan-perubahan biaya, volume, dan harga jual berdampak terhadap laba perusahaan.

Seperti diketahui bahwa laba di pengaruhi oleh tiga faktor, yaitu biaya, harga jual, dan volume penjualan. Jadi untuk memperoleh laba yang diharapkan harus dapat diestimasi biaya, harga jual, dan meningkatkan volume penjualannya.

Dalam perencanaan laba jangka pendek hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan yang sangat penting. Sehingga dalam pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang, manajemen memerlukan informasi untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat terhadap laba perusahaan.

Dari beberapa alternatif yang direncanakan, manajemen dapat memilih alternatif yang paling menguntungkan dan paling mungkin di terapkan berdasarkan input dari para manajer dibawahnya. Kemudian berdasarkan perencanaan laba jangka pendek dapat di buat rencana-rencana operasional lainnya.

BAB V

RANGKUMAN KESELURUHAN

Dalam kondisi perekonomian yang semakin tidak menentu perkembangannya saat ini baik kondisi yang terjadi di Indonesia khususnya dan dunia pada umumnya, secara langsung maupun tidak langsung membawa pengaruh pada peningkatan pendapatan perusahaan. Hal ini menuntut para pimpinan perusahaan atau manajemen untuk dapat bekerja lebih baik, dengan segala kemampuan dan sumberdaya yang tersedia. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu di lakukan suatu pelaksanaan operasi yang efisien dan efektif.

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya di tandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, adalah tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaannya, agar sedapat mungkin semua kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang telah disadari dan telah direncanakan cara menghadapinya sejak sekarang.

Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah memutuskan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan di laksanakan di masa yang akan datang.

Ukuran yang seringkali di pakai untuk menilai berhasil atau tidaknya suatu manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Laba merupakan hal yang mutlak bagi perusahaan karena dengan laba kehidupan perusahaan terjamin karena laba tersebut menggambarkan bahwa perusahaan telah dapat menutup biaya-biaya dan perusahaan memperoleh kelebihan pendapatan.

Laba terutama di pengaruhi oleh tiga faktor yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk, dan biaya. Biaya akan menentukan harga jual, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain.

Dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting, sehingga dalam pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang, manajemen memerlukan informasi untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat terhadap laba yang akan datang.

Teknik analisis yang dapat di gunakan untuk membantu manajemen dalam perencanaan labanya adalah dengan analisis break even point dan analisis cost volume profit.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap **"Peranan Cost Volume Profit Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek"**.

Objek penelitian di peroleh dari PT. Sepatu Mas Idaman (SEMASI), merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang industri sepatu kulit. Perusahaan ini berlokasi di jalan Sukaraja Desa Pasir Laja Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor.

Perusahaan memproduksi sepatu berdasarkan pesanan dari pembeli yaitu jenis sepatu pria dewasa antara lain sepatu Casual dan sepatu.Dress

Dalam hal ini perusahaan belum melakukan perencanaan laba dengan menggunakan analisis cost volume profit dan break even point. Perencanaan laba disusun hanya berdasarkan pengalaman dengan menggunakan data historis sebagai dasar.

Seperti telah disebutkan diatas, teknik analisis dalam membantu manajemen dalam perencanaan laba adalah dengan analisis break even point dan analisis cost volume profit. Sehingga untuk keperluan analisis tersebut diperlukan pemisahan antara biaya tetap dan biaya variabel.

Oleh karena perusahaan belum melakukan penggolongan biaya tetap dan biaya variabel, sehingga analisis ini sulit di lakukan karena pengaruh kegiatan terhadap biaya belum bisa ditentukan. Setiap pos biaya harus dianalisis guna menetapkan komponen tetap dan variabel.

Karena adanya unsur variabel disatu pihak dan unsur tetap dilain pihak, maka dapat terjadi bahwa suatu perusahaan dengan volume produksi tertentu menderita kerugian, karena penghasilan penjualannya hanya menutup biaya variabel dan sebagian saja dari biaya tetap. Ini berarti bahwa

bagian dari penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap tidak cukup untuk untuk menutup biaya tetapnya.

Penghasilan penjualan setelah dikurangi biaya variabel merupakan bagian dari penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap atau contribution margin.

Apabila contribution margin lebih besar dari pada biaya tetap, berarti penghasilan penjualan lebih besar dari pada biaya total, maka perusahaan mendapat keuntungan.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas maka sangatlah penting bagi perusahaan untuk mengetahui pada volume kegiatan atau volume produksi penjualan berapa penghasilan penjualan dapat tepat menutup biaya totalnya untuk dapat menghindari kerugian.

Setelah di ketahui biaya tetap dan biaya variabel serta biaya semivariabel, kemudian perlu di lakukan pemisahaan biaya semivariabel menjadi unsur biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode least square. Penentuan unsur-unsur tetap dan variabel pada biaya semivariabel di perlukan untuk mengukur atau mengevaluasi biaya dalam berbagai tingkat kegiatan.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan metode least square diketahui biaya tetap yang berasal dari biaya semivariabel sebesar Rp 221.018.448,- dan biaya variabel yang berasal dari biaya semivariabel sebesar Rp 55.218.130,-. Sehingga total biaya tetap perusahaan naik dari

Rp 932.322.469,- menjadi Rp 1.153.340.917 biaya variabel bertambah dari Rp 5.685.172.118,- menjadi Rp 5.740.390.248,-

Hasil penjualan yang di capai perusahaan selama satu tahun berjumlah Rp 8.036.399.721,- dengan laba operasi sebesar Rp 1.142.668.556,-, terdiri dari laba sebesar Rp 741.769.019,- untuk sepatu Casual dan sebesar Rp 400.959.537,- untuk sepatu Dress. Sedangkan contribution margin untuk masing-masing produk adalah sebesar 34,64% dan 23,78%.

Contribution margin memberikan gambaran jumlah yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba. Semakin besar contribution margin, semakin besar kesempatan yang di peroleh perusahaan untuk menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba..

Penjualan perusahaan tahun 1997 sebanyak 90.477 pasang sepatu Casual dan 73.793 pasang sepatu Dress, sedangkan titik impas adalah 35.864 dan 46.080 pasang.

Setelah biaya tetap tertutupi, contribution margin dari setiap tambahan hasil penjualan perusahaan akan menjadi laba. Oleh karena itu, untuk mengetahui hasil penjualan yang di perlukan untuk mencapai laba yang dianggarkan, maka hanya menambahkan laba yang dianggarkan kepada biaya tetap dan membaginya dengan contribution margin.

Jumlah laba usaha yang di anggarkan perusahaan adalah sebesar Rp 1.000.000.000,- terdiri dari Rp 400.000.000,- untuk sepatu Casual, sehingga perusahaan memerlukan penjualan sebesar 65.312 pasang sepatu di atas

penjualan titik impas. Dari target penjualan sebesar 65.312 pasang sepatu untuk mencapai laba yang di rencanakan terdapat kelebihan volume penjualan sebesar 25.165 pasang sehingga keuntungan perusahaan semakin bertambah. Sedangkan untuk sepatu Dress laba yang direncanakan sebesar Rp 600.000.000,- dan penjualan pada laba yang direncanakan sebesar 87.553 pasang sehingga terdapat kekurangan volume penjualan sebesar 13.760 pasang sepatu ($87.553 - 73.793$) untuk mencapai laba yang telah di rencanakan.

Meskipun lazimnya manajemen merencanakan sejumlah laba tertentu pada setiap periode, namun titik impas perlu diperhatikan. Apabila penjualan tidak mencapai break even, perusahaan akan merugi. Manajemen harus menentukan titik break even agar bisa menghitung margin pengaman (margin of safety) yang menunjukkan seberapa banyak penjualan bisa turun dari jumlah yang di targetkan sebelum perusahaan menderita rugi.

Margin of safety perusahaan adalah sebesar 45,09% dan 47,37%. Hal ini menunjukkan kalau jumlah penjualan berkurang atau menyimpang lebih besar dari 45,09% dan 47,37% (dari penjualan yang dianggarkan) maka perusahaan akan menderita kerugian. Dimana volume untuk mencapai laba yang di rencanakan untuk sepatu Dress kurang sebesar 13.760 pasang sepatu atau sebesar 15,72% dari penjualan, jadi belum melebihi batas margin of safety yang berarti perusahaan masih mendapat laba.

Bila dilihat dari laba yang dianggarkan perusahaan untuk sepatu Dress sebesar Rp 600.000.000,- dan dengan laba operasi yang dicapai sebesar Rp

400.959.537,- maka terdapat selisih laba sebesar Rp 199.039.880,-. Untuk menutup kekurangan tersebut ada tiga alternatif rencana yang mungkin bisa diterapkan oleh perusahaan.

Alternatif pertama yaitu perusahaan perlu menambah volume penjualan sebesar 13.760 pasang sepatu untuk mencapai laba yang telah direncanakan. Penambahan volume penjualan akan di ikuti tambahan pengeluaran biaya variabel sebesar Rp 638.202.560,-. Peningkatan biaya variabel ini di sebabkan karena pertambahan volume produksi dan bertambahnya kegiatan pemasaran.

Alternatif kedua untuk mendapatkan laba yang telah di rencanakan adalah dengan menaikkan harga jual. Bila dibandingkan dengan volume penjualan tahun 1997 maka dengan kenaikan harga menjadi Rp 65.000,- hanya diperlukan volume penjualan sebesar 68.030 pasang. Dengan demikian terjadi penurunan volume sebesar 5.763 pasang sepatu yang menyebabkan terjadinya juga penurunan biaya variabel sebesar Rp 267.293.703,-. Alternatif ini sangat tergantung pada permintaan pasar dan harga jual pada produk sejenis.

Alternatif ketiga adalah dengan menurunkan biaya variabel. Dengan penurunan biaya variabel menjadi Rp 39.500,- maka volume penjualan sarannya adalah 59.333 pasang sepatu.

Dengan adanya penurunan volume sebesar 14.460 pasang sepatu maka biaya variabel turun sebesar Rp 1.078.921.703,-. Sehingga biaya

variabel sekarang dengan volume penjualan sebesar 59.333 pasang sepatu menjadi hanya sebesar Rp 2.343.653.500,-.

Diantara ke tiga alternatif rencana perusahaan tersebut, menurunkan atau menekan biaya variabel merupakan cara yang paling tepat untuk mencapai laba yang telah di rencanakan, karena lebih rendahnya biaya variabel dan lebih tingginya contribution margin yang dapat dicapai dibandingkan dengan alternatif-alternatif lainnya. Hal ini dikarenakan menurunkan biaya variabel dapat di kendalikan secara langsung oleh pihak intern perusahaan. Sedangkan peningkatan volume penjualan dan peningkatan harga jual sangat tergantung kepada pihak ekstern dalam hal ini tentunya pada konsumen dan produsen pesaing lainnya.

Untuk meningkatkan volume penjualan bagian pemasaran akan meningkatkan aktivitasnya yang berarti akan meningkatkan juga biaya variabel. Sedangkan peningkatan harga jual mengandung risiko larinya konsumen pada pesaing bila konsumen berhasil mendapatkan produsen lain yang memproduksi barang yang sama dengan mutu yang sama tetapi dengan harga yang lebih rendah dari pada yang di tawarkan oleh perusahaan, sehingga dengan demikian volume penjualan sasaran perusahaan tidak akan terpenuhi.

Hal-hal tersebut di atas tidak akan terjadi pada alternatif ketiga karena menurunkan biaya variabel tergantung kepada kemampuan pihak intern perusahaan untuk memproduksi tanpa melakukan pemborosan-pemborosan dan melakukan pencatatan secara benar.

Dari uraian di atas terlihat pentingnya analisis cost volume profit dalam perencanaan laba jangka pendek. Dengan menggunakan analisis cost volume profit manajemen dapat memilih strategi yang paling tepat untuk dipergunakan dalam mencapai laba yang telah di rencanakan.

Dalam mencapai laba operasi yang telah di rencanakan ada tiga alternatif yang menjadi pilihan perusahaan yaitu dengan cara meningkatkan volume penjualan, meningkatkan harga jual, dan menurunkan atau menekan biaya variabel per unit.

Dari beberapa alternatif yang di rencanakan, manajemen dapat memilih alternatif yang paling menguntungkan perusahaan dan paling mungkin di terapkan. Kemudian berdasarkan perencanaan laba jangka pendek dapat di buat rencana-rencana operasional lainnya.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh penulis dari PT. Sepatu Mas Idaman (SEMASI) dan uraian pada bab-bab sebelumnya mengenai **“Peranan Cost Volume Profit Analysis sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba Jangka pendek”**, maka dapat di ambil kesimpulan yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang telah di bahas.

Setelah di buat suatu kesimpulan, penulis mencoba memberikan saran kepada perusahaan berdasarkan kelemahan-kelemahan yang di temukan dalam pembahasan sehingga di harapkan dapat diambil manfaatnya bagi perusahaan.

6.1. Simpulan

Beberapa simpulan yang dapat di ambil dari hasil penelitian di perusahaan adalah sebagai berikut :

1. PT. SEMASI adalah merupakan perusahaan industri swasta yang bergerak dalam bidang industri sepatu. Perusahaan memproduksi sepatu berdasarkan pesanan dari pembeli yaitu jenis sepatu pria dewasa antara lain sepatu Casual dan sepatu Dress.
2. Dalam melaksanakan pengelolaan terhadap organisasi, perusahaan telah di dukung oleh struktur organisasi yang telah mencerminkan

- rencanakan.
- 13.760 pasang sepatu untuk mencapai laba yang telah di Dress sebesar 87.553 pasang sepatu sehingga terdapat kekurangan
 - Jumlah volume penjualan pada laba yang di rencanakan untuk sepatu 46.080 pasang sepatu.
 - titik impas penjualan untuk masing-masing jenis adalah 35.864 dan pasang sepatu Casual dan 73.793 pasang sepatu Dress. Dimana Volume penjualan perusahaan selama satu tahun sebesar 90.477
- perusahaan mengungkapkan hal-hal sebagai berikut :
4. Dari analisis cost volume profit yang telah penulis lakukan pada direncanakan.
- even,margin of safety ratio, dan volume pada laba yang Perusahaan belum menghitung volume penjualan pada titik break penjualan.
 - Perusahaan belum menganalisis hubungan antara biaya, volume, dan tetap dan biaya variabel.
 - Perusahaan belum melakukan pengklasifikasian biaya kedalam biaya dengan kenyataan sebagai berikut :
3. Analisis cost volume profit belum berperan sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Hal ini ditinjau sehingga akan terwujud organisasi yang baik.
- pemisahan fungsi, tugas, wewenang dan tanggung jawab secara jelas

- Laba yang di peroleh perusahaan untuk sepatu Dress lebih kecil dari laba yang di rencanakan. Ada tiga alternatif yang dapat di laksanakan untuk mencapai laba yang telah di rencanakan yaitu dengan menaikkan volume penjualan, menaikkan harga jual, dan menurunkan biaya variabel. Dari ketiga alternatif tersebut menurunkan biaya variabel merupakan alternatif yang paling baik karena memiliki kemungkinan terbesar untuk mencapai laba yang telah di rencanakan
5. Analisis cost volume profit memegang peranan penting dalam perencanaan laba jangka pendek. Berdasarkan perhitungan analisis cost volume profit pimpinan perusahaan dapat menetapkan komposisi yang paling menguntungkan antara biaya yang di keluarkan, volume penjualan sasaran, dan harga jual produk.

6.2. Saran

Berdasarkan pada pembahasan dan kesimpulan yang telah di uraikan sebelumnya, maka penulis memberikan saran/rekomendasi sebagai berikut :

1. Perusahaan melakukan pengklasifikasian biaya, menganalisis hubungan biaya, volume, dan laba serta menghitung volume pada titik break even, margin of safety maupun volume penjualan pada laba yang di rencanakan agar analisis cost volume profit dapat di terapkan.
2. Perusahaan mencari alternatif pengganti bahan baku dengan kualitas yang sama tetapi dengan harga yang lebih murah, agar komponen biaya variabel dapat di turunkan sebab biaya variabel merupakan porsi terbesar dalam pembiayaan.
3. Perusahaan mempergunakan analisis cost volume profit sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Sehingga berdasarkan perhitungan analisis cost volume profit pimpinan perusahaan dapat mengambil keputusan yang tepat tentang komposisi biaya, volume penjualan, dan harga jual produk yang paling menguntungkan bagi perusahaan dan kemudian dapat menetapkan keputusan operasional lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim dan Bambang Supomo. Akuntansi Manajemen. Edisi-1
Yogyakarta : BPFE, 1990.
- A. Atkinson, Anthony., Rajiv D banker., Robert S. Kaplan., S Mark Young.
Management Accounting. New Jersey : Prentice Hall, Englewood cliffs,
1995.
- Amin Wijaya Tunggal. Akuntansi Manajemen. Jakarta : Penerbit PT. Rineka
Cipta, 1994.
- Bambang hariadi. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta : BPFE, 1991.
- Deakin, Edward B., Michael W. Maher. Cost Accounting. Boston : Richard D.
Irwin, Homewood, third edition, 1990.
- Garrison, Ray H., Eric W. Norren. Managerial Accounting : Concepts For
Planning, Control Decision Making. 7th-ed. Richad D Irwin, 1994.
- H. Hammer, Lawrence., William K. Carter., Milton F Usry. Cost Accounting.
11th-ed., Cincinnati : South Western Publishing, Co., 1994.
- Horngren, Charles T., Garry L. Sundem with Frank H. Selto. Management
Accounting. New Jersey : Prentice Hall, Englewood Cliffs, Ninth edition,
1993.
- Hendriksen, Eldon S. Teori Akuntansi. Edisi-1, diterjemahkan oleh Wim
Liyono. Jakarta : Penerbit Erlangga, 1991.
- Koonzt, Harold., Cyriil O'Donnel and Heinz Weirich. Manajemen. Jilid I,
Edisi-8, Jakarta : Penerbit Erlangga, 1991.
- Matz, Adolp., Milton F. Usry and Lawrence H. Hammer. Cost Accounting :
Planning and Control. Cincinnati Ohio : South Western Publishing Co.,
ninth edition, 1990.
- Matz, Adolp., Milton F Usry and Lawrence H. Hammer. Akuntansi Biaya :
Perencanaan dan Pengendalian. Jilid I, Edisi-9, Jakarta : Penerbit
Erlangga, 1993.
- Mulyadi. Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa. Edisi ke-2,
Yogyakarta : STIE YKPN, 1993.

MP. Simangunsong. Akuntansi Biaya. Jakarta : Penerbit Karya Utama, 1992.

Mas'ud Machfoedz. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta : BPFE, edisi 4, 1993.

Stoner, James AF., and R. Edward Freeman. Management. Fifth edition
Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, BPFE, 1991.

Supriyono. Akuntansi Manajemen : Konsep Dasar Alat Manajemen dan
Proses Perencanaan, Edisi pertama, Yogyakarta, BPFE, 1991.

Supriyono. Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta
Pembuatan Keputusan. Edisi-2, Yogyakarta, BPFE, 1993,

T. Hani Handoko. Manajemen. Edisi-2. Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1993.

Warren, Carl S., Philip E. Fess., James M. Reeve. Accounting. 18th-ed. South
Western Publishing Co. Cincinnati, Ohio, 1995.



Gunung Sewu Group

PT. SEPATU MAS IDAMAN

Leather Footwear Manufacturer & Exporter
of Fine Dress, Casual & Golf Shoes

Bogor, 25 September 1998

Kepada :

Ketua Jurusan Akuntansi

Universitas Pakuan Bogor

Jl. Pakuan, Ciheuleut Bogor

Dengan hormat,

Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa Saudara :

Nama : Henri Yuliansyah

Nrp : 022192133

Nirm : 41043403920119

Alamat : Jl. Kelapa Dua Rt. 03/III Kecamatan Cibungbulang Bogor

Dalam rangka memenuhi tugas penulisan skripsi dengan judul "Peranan Cost Volume Profit Analysis Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada PT. Semasi". Telah melaksanakan risetnya di PT. Semasi mulai bulan Juli sampai bulan Agustus 1998.

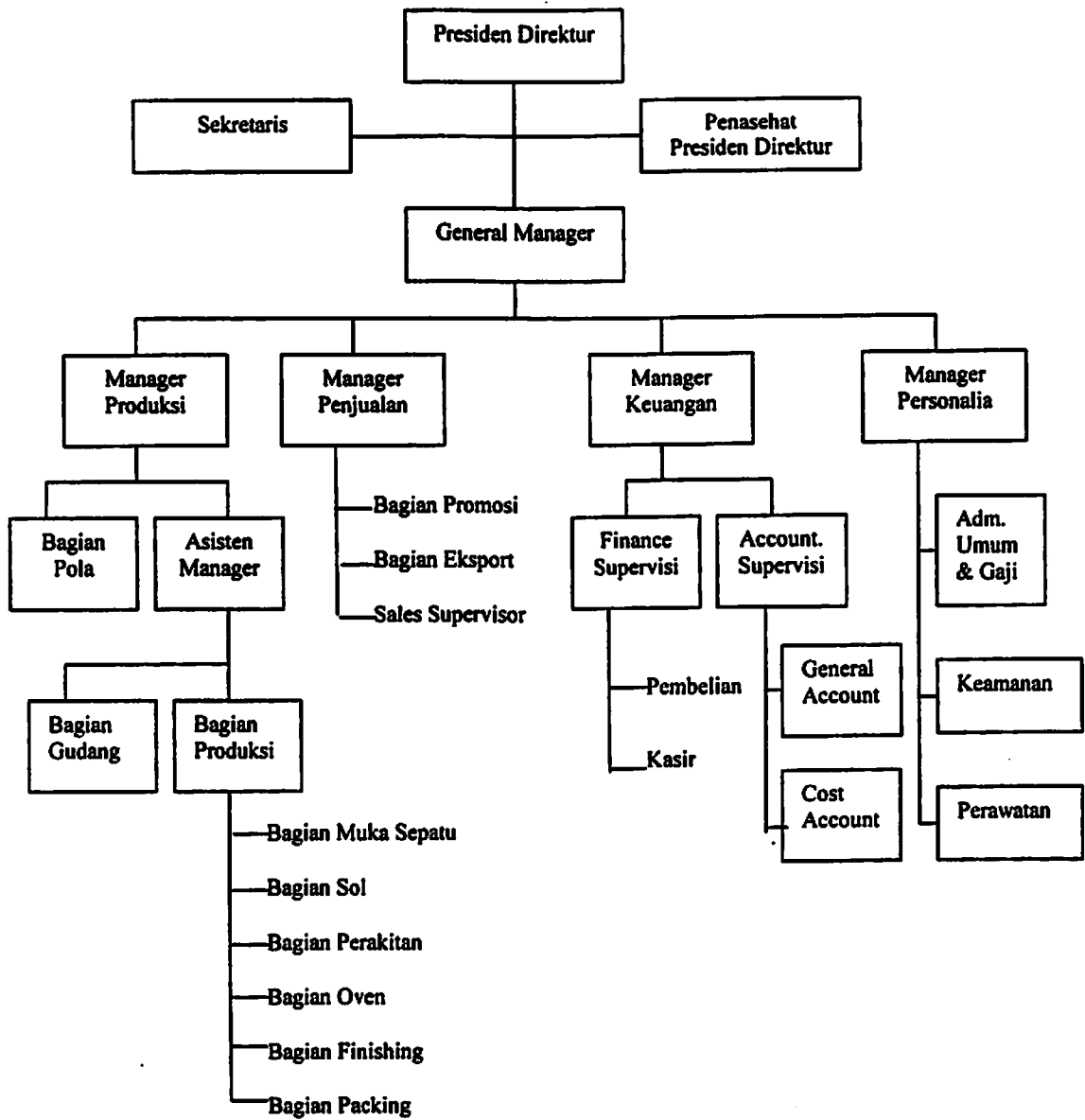
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Manajer Keuangan,

 PT. SEPATU MAS IDAMAN

(Suwita)

**STRUKTUR ORGANISASI
PT. SEPATU MAS IDAMAN**



LAMPIRAN 3.1.

**PT. SEMASI
LAPORAN RUGI LABA
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR TANGGAL 31-12-1997**

PERLENGKAPAN KARYAWAN	366.000
PENGANGKUTAN DAN PENGIRIMAN	6.320.127
PEMAKAIAN BAHAN BAKU	27.708.965
BIAYA KANTOR	11.004.240
POS & MATERAI	890.800
ENTERTAINMENT	160.511.568
PERIZINAN	8.108.750
ASURANSI JiWA	4.155.497
BIAYA PRODUKSI LAIN-LAIN	13.288.409

BIAYA PRODUKSI TIDAK LANGSUNG	1.295.122.708
W.I.P. - AWAL	2.612.076.586

W.I.P. - AKHIR	3.029.659.139

H.P. PRODUKSI SEPATU	5.512.470.827
FINISHED GOOD AWAL	8.038.568.950
FINISHED GOOD AKHIR	9.233.147.961
FG KONSINYASI AWAL	4.614.380.331
FG KONSINYASI AKHIR	4.943.616.037

HARGA POKOK PENJUALAN	3.988.656.110
PENDAPATAN KOTOR	3.990.226.607

BIAYA OPERASI	
BIAYA PENJUALAN	
ENTERTAINMENT	83.766.794
IKLAN DAN PROMOSI	19.965.645
TRANSPORTASI	9.126.755
PERJALANAN DINAS	30.697.459
TELEPON	90.000

POS & MATERAI	2.075.900
BIAYA PAJAK	
PAJAK LAIN-LAIN	13.582

BIAYA PAJAK	13.582
BIAYA EKSPOR	85.632.829
BIAYA PENJUALAN LAIN-LAIN	4.025.544

BIAYA PENJUALAN	235.394.508

BIAYA UMUM & ADMINISTRASI	
GAJI	196.359.308
LEMBUR	860.000
MEDICAL	16.686.813

PT. SEMASI
LAPORAN RUGI LABA
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR TANGGAL 31-12-1997

TUNJANGAN MAKAN	27.514.950
THR & BONUS	29.780.680
BIAYA KANTOR	27.603.604
ASURANSI	
ASURANSI EQUIPMENT	787.706
ASURANSI KENDARAAN	4.588.745
ASTEK	2.265.513
ASURANSI	7.641.964
LISTRIK	19.780.915
BIAYA AIR	2.288.550
BIAYA BANK	
BIAYA ADMINISTRASI BANK	6.039.404
BIAYA PROVISI	17.364.881
BIAYA BANK LAIN-LAIN	58.458.787
BIAYA BANK	81.863.072
BIAYA PENYUSUTAN	
BANGUNAN	57.539.790
PERALATAN KANTOR	15.964.273
KENDARAAN	22.184.309
PERABOTAN RUMAH TANGGA	2.357.418
BIAYA PENYUSUTAN	98.054.790
BIAYA PEMELIHARAAN	
BANGUNAN	2.041.325
PERALATAN KANTOR	4.588.300
KENDARAAN	18.329.840
PERABOTAN RUMAH TANGGA	35.000
BIAYA PEMELIHARAAN	24.994.465
ENTERTAINMENT	9.395.647
SUMBANGAN & EKSTRA	6.577.190
IKLAN & PROMOSI	114.500
TRANSPORTASI	17.126.755
PERIJINAN	4.388.700
TELEPON	87.507.918
POS & MATERAI	2.992.950
BIAYA PAJAK	
PBB	3.521.361
PAJAK LAIN-LAIN	3.771.444
BIAYA PAJAK	7.292.805
BIAYA UMUM DAN ADMINISTRASI LAIN-LAIN	8.539.910

PT. SEMASI
LAPORAN RUGI LABA
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR TANGGAL 31-12-1997

BIAYA UMUM DAN ADMINISTRASI	677.326.486
BIAYA OPERASI	912.720.994
OPERATING PROFIT	2.098.120.565
PENDAPATAN (BIAYA) LAIN-LAIN	
PENDAPATAN LAIN-LAIN	
PENDAPATAN BUNGA	60.213
PENDAPATAN JASA GIRO	6.846.683
LABA SELISIH KURS	322.354.808
LABA PENJUALAN AKTIVA TETAP	5.395.800
PENDAPATAN CLAIM	118.234.854
PENDAPATAN LAIN-LAIN	220.277.671
PENDAPATAN LAIN-LAIN	673.170.029
BIAYA LAIN-LAIN	
BIAYA BUNGA	
BUNGA PRK	48.719.541
BUNGA PINJ JK PANJANG	259.252.388
BUNGA PINJ JK PENDEK	625.698.505
BUNGA LAIN-LAIN	23.680.337
BIAYA BUNGA	957.350.771
RUGI SELISIH KURS	947.349.530
BIAYA CLAIM	29.998.952
KERUGIAN LAIN-LAIN	375.039.623
BIAYA LAIN-LAIN	2.909.738.876
PENDAPATAN (BIAYA) LAIN-LAIN	1.352.388.105
NET PROFIT	461.551.718

LAMPIRAN 4.1.