



PENERAPAN ANALISIS COST VOLUME DAN PROFIT  
DALAM PERENCANAAN LABA GUNA  
MENINGKATKAN PROFITABILITAS  
PADA PT MUSTIKA RATU TBK

Skripsi

Diajukan Oleh :

Muhammad Taufik Hidayah  
022109138

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

2016

PENERAPAN ANALISIS COST VOLUME DAN PROFIT DALAM PERENCANAAN  
LABA GUNA MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA  
PT MUSTIKA RATU TBK

Skripsi

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA.)

Ketua Program Studi

(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., M.B.A., CMA.,  
CCSA., CA., CSEP., QIA)

PENERAPAN ANALISIS COST VOLUME DAN PROFIT DALAM PERENCANAAN  
LABA GUNA MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA  
PT MUSTIKA RATU TBK

Skripsi

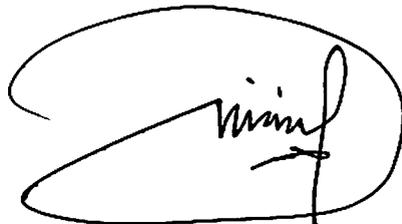
Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada Hari: Sabtu Tanggal: 12/November/2016

Muhammad Taufik Hidayah

022109138

Menyetujui,

Dosen Penilai,



(Ketut Sunarta, Ak., MM., CA)

Pembimbing,

Co.Pembimbing



(H. Akhsanul Haq, M.B., Ak., CFE., CMA., CA.)



(Retno Martanti El., M.Si., SE)

## ABSTRAK

MUHAMMAD TAUFIK HIDAYAH. NPM 022109138. Penerapan Analisis Cost, Volume, Profit dalam Perencanaan Laba guna Meningkatkan Profitabilitas pada PT Mustika Ratu Tbk. Dibawah bimbingan AKHSANUL HAQ, dan RETNO MARTANTI.

Penelitian mengenai Analisis Cost, Volume, Profit dalam Perencanaan Laba guna Meningkatkan Profitabilitas pada PT Mustika Ratu Tbk, yang berlokasi di Jl. Raya Bogor KM 26 Ciracas, Jakarta Timur yang bergerak dalam bidang produksi obat tradisional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Cost, Volume, Profit dalam Perencanaan Laba.

Metode atau jenis penelitian yang digunakan adalah Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Data diperoleh dari lokasi penelitian dengan menggunakan data operasional perusahaan pada tahun 2011-2014, dimana penulis menguji hipotesis dengan mengolah data-data, informasi yang diperoleh selama penelitian, dan diproses serta memberikan deskripsi yang mendetail tentang keadaan perusahaan terkait Analisis Cost, Volume, Profit dalam Perencanaan Laba guna Meningkatkan Profitabilitas di perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, Analisis Cost, Volume, Profit dalam Perencanaan Laba perusahaan sudah efektif. Perencanaan laba pada PT Mustika Ratu yaitu pada tahun 2011 memperoleh realisasi laba 89,29% yaitu sebesar Rp 227.510.492.563. Tahun 2012 pencapaian laba sebesar yaitu 98,27% dari rencana. Sedangkan tahun 2013 pencapaian laba perusahaan sebesar 66,07% dari rencana yang merupakan perolehan laba yang paling kecil dibandingkan tahun-tahun sebelumnya dan pada tahun 2014 perolehan laba perusahaan kembali meningkat menjadi sebesar Rp 246.996.856.171. Pada tahun 2011 perusahaan mencapai titik impas pada tingkat penjualan sebesar Rp 87.064.493.053. Pada tahun 2012 perusahaan dapat meningkatkan penjualan sebesar Rp 97.808.121.553. Pada tahun 2013 perusahaan mencapai titik impas pada tingkat penjualan sebesar Rp 105.515.259.920. Serta tahun 2014 perusahaan dapat meningkatkan proporsi penjualan dan memperoleh titik impas sebesar Rp 90.737.883.146,-. Analisis *Margin of Safety* tahun 2011 sebesar 71,26%, tahun 2012 sebesar 71,34%, tahun 2013 sebesar 67,07% dan pada tahun 2014 sebesar 71,80%.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, serta shalawat dan salam semoga dilimpahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta Keluarga dan para sahabat-Nya, serta kepada kedua Orang Tua dan seluruh keluargaku atas dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan makalah ini dengan judul “Penerapan Analisis Cost, Volume dan Profit dalam Perencanaan Laba guna Meningkatkan Profitabilitas pada PT Mustika Ratu Tbk”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademis yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Penulisan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan semangat dan dorongan berserta inspirasi, ucapan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ayah dan Ibu beserta keluargaku yang tercinta atas dukungan moril maupun materil, dan semangat yang selalu diberikan. Serta kakak-kakakku, Susi Sulilawati, Hesti, Sri Handayani dan Tetra Arsentti yang selalu mendukung dan membimbing penulis sampai saat ini.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, MM., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., M.B.A., CMA., Ccsa., CA. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Ellyn Octavianty, MM., SE. selaku Sekertaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

5. Ibu Desy Herlisnawati MSi., SE. selaku Koordinator Pelaksana Seminar Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah mengarahkan penulis dalam seminar akuntansi.
6. Bapak Akhsanul Haq, M.B.A., CMA., CFE. selaku Dosen Pembimbing skripsi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Bogor.
7. Ibu Retno Martanti El., M.Si., SE. selaku Dosen CO. Pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
8. Seluruh dosen Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tidak ternilai kepada penulis.
9. Seluruh sahabat-sahabatku Umbu Randja, Irfan Afandi (Tom) dan Rahmat Nur Fajar terimakasih atas saran dan arahnya.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi jurusan Akuntansi, Sabda Firdaus, Sailendra Dwi Putra, Rizky Subangkit, Dede Ozon, Rifty, Rizal, Amon, Ucup, Bayu Yulistio, Akbar Ramdhani, Arief Triadi Darma, serta Resa Marlis. Terima kasih atas dukungan dan semangat kebersamaannya selama dalam perjuangan.
11. Seluruh kawan-kawan yang senantiasa mendukung dan memotivasi selama berjalannya penyusunan skripsi ini, terima kasih Hasan (li), Firmansyah (Ceceng), Ardiyansah, Dani, Janot (Suryana), Azis (Jonas), Priyadi, Dede (Gondel), Arfan (Uche), dan Buyung.
12. Dan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Segala saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan terbuka untuk memperbaiki segala kekurangan yang ada dan untuk penyempurnaannya di masa datang. Akhir kata, semoga penelitian ini berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan mempermudah penulis penyusunan skripsi, Amin.

Bogor, 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah .....	5
1.2.1. Perumusan Masalah .....	5
1.2.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Tinjauan Pustaka .....	8
2.1.1. Pengertian Biaya .....	8
2.1.1.1. Klasifikasi Biaya .....	9
2.1.2. Pengertian Volume .....	14
2.1.3. Pengertian Laba .....	15
2.1.4. Pengertian Analisis Cost-volume-profit .....	15
2.1.5. Pengertian Perencanaan Laba .....	17
2.1.6. Parameter Analisis Cost-Volume-Profit dalam Perencanaan Laba .....	19
2.1.7. Profitabilitas .....	23
2.1.7.1. Rasio Profitabilitas .....	24
2.1.8. Penerapan Analisis Cost-volume-profit dalam Perencanaan Laba guna Meningkatkan Profitabilitas .....	26
2.2. Penelitian sebelumnya .....	30
2.3. Kerangka pemikiran dan paradigma penelitian .....	32
2.3.1. Kerangka Pemikiran .....	32
2.3.2. Paradigma Pemikiran .....	43
2.4. Hipotesis Penelitian .....	44
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	45
3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian .....	45
3.2.1. Objek Penelitian .....	45
3.2.2. Unit Analisis .....	45
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	46
3.3.1. Jenis Data .....	46

3.3.2. Sumber Data Penelitian .....	46
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	46
3.5. Metode Penarikan Sampel .....	47
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	48
3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data.....	49

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian .....	50
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	50
4.1.2. Kegiatan Usaha.....	53
4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	59
4.1.4. Deskripsi Jabatan .....	61
4.2. Isi dan Pembahasan .....	67
4.2.1. Penerapan Cost, Volume dan Profit pada PT Mustika Ratu..	67
4.2.2. Perencanaan dan pencapaian laba pada PT Mustika Ratu.....	68
4.2.3. Pengaruh penerapan Cost, Volume dan Profit dalam perencanaan laba demi meningkatkan profitabilitas pada PT. Mustika Ratu.....	75

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Simpulan.....	87
5.2. Saran .....	89

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1 : Perbandingan Laba Rugi Kotor PT Mustika Ratu.....	4
Tabel 2 : Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3 : Operasionalisasi Variabel .....	47
Tabel 4 : Biaya Tetap dan Biaya Variabel PT Mustika Ratu.....	68
Tabel 5 : Penjualan (Unit), Harga Jual per Unit dan Penjualan .....	69
Tabel 6 : Target dan Realisasi Penjualan Per Unit PT Mustika Ratu.....	70
Tabel 7 : Target dan Realisasi Penjualan PT Mustika Ratu.....	70
Tabel 8 : Target dan Realisasi Biaya Variabel PT Mustika Ratu .....	72
Tabel 9 : Target dan Realisasi Margin Kontribusi.....	73
Tabel 10 : Target dan Realisasi Biaya Tetap.....	74
Tabel 11 : Target dan Realisasi Laba .....	75
Tabel 12 : Laporan Laba Kontribusi .....	77
Tabel 13 : BEP ( <i>Breack Event Point</i> ).....	80
Tabel 14 : Perbandingan BEP .....	81

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1 : Grafik Perbandingan Laba Rugi Kotor .....	4
Gambar 2 : Paradigma Penelitian .....	43
Gambar 3 : Struktur Organisasi .....	60
Gambar 4 : Grafik Target dan Realisasi Penjualan .....	71
Gambar 5 : Grafik Target dan Realisasi Biaya Variabel .....	72
Gambar 6 : Grafik Target dan Realisasi Margin Kontribusi .....	73
Gambar 7 : Grafik Target dan Realisasi Biaya Tetap .....	74
Gambar 8 : Grafik Target dan Realisasi Laba .....	76
Gambar 9 : Grafik <i>Contribution of Margin Ratio</i> .....	78
Gambar 10 : Grafik <i>Break Event Point</i> .....	82
Gambar 11 : Grafik <i>Margin Of Safety</i> .....	84

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Struktur Organisasi PT Mustika Ratu Tbk

Lampiran 2. Surat Riset

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal agar kelangsungan hidup perusahaan terus berjalan dari waktu ke waktu. Besar kecilnya laba perusahaan akan menjadi ukuran sukses tidaknya manajemen dalam mengelola perusahaan. Pada perusahaan manufaktur atau perusahaan jasa lainnya faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat laba adalah harga jual, biaya dan volume penjualan.

Ketiga faktor tersebut saling berkaitan, dan memegang peranan yang sangat penting dalam mengambil keputusan dan perumusan kebijakan perusahaan masa yang akan datang. Pengaruh perubahan salah satu faktor tersebut terhadap laba yang akan dicapai tidak tampak dalam suatu program anggaran, karena anggaran biasanya hanya merencanakan laba untuk suatu kapasitas kegiatan tertentu.

Berhasil atau tidaknya perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan bergantung pada manajemen perusahaan tersebut, apakah perusahaan sudah mampu mencapai tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang perusahaan. Ukuran yang dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengukur laba yang diperoleh perusahaan tersebut.

Perencanaan laba dilakukan manajemen dalam proses penyusunan anggaran perusahaan. Dalam perencanaan laba, hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan penting karena merupakan teknik

untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam penyusunan anggaran. Manajemen perusahaan akan mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan yang berakibat pada perubahan harga jual, volume penjualan, biaya variabel, dan atau biaya tetap yang akhirnya akan berdampak pada laba bersih perusahaan.

Untuk dapat mencapai tujuannya dalam memaksimalkan laba (profitabilitas), pihak manajemen perusahaan harus menyesuaikan strategi dan pada gilirannya perubahan strategi tersebut menuntut perubahan inisiatif strategi dan aktivitas yang digunakan untuk menjalankan bisnis dalam usaha melipat gandakan pendapatan dan mengurangi biaya secara signifikan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Salah satu langkah yang dapat ditempuh oleh manajemen perusahaan adalah dalam hal penerapan sistem informasi akuntansi biaya.

Dalam perencanaan, manajemen dihadapkan pada pengambilan keputusan yang menyangkut memilih suatu pilihan yang terbaik dari berbagai macam alternatif pilihan. Dalam hal ini manajemen memerlukan informasi yang dapat mengurangi ketidakpastian, sehingga pihak manajemen perusahaan dapat menentukan pilihan terbaik bagi perusahaan.

Informasi mengenai biaya perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan karena digunakan dalam penetapan harga, efisiensi penggunaan sumber daya dan bahkan evaluasi tentang lini produk yang paling menguntungkan. Jumlah biaya diperlukan untuk memantau dukungan berbagai fungsi dalam

bisnis termasuk keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai macam alternatif.

Dalam mengelola perusahaan sehari-hari manajer sering dihadapkan pada berbagai masalah pengambilan keputusan. Semua bentuk pengambilan keputusan untuk merencanakan operasinya dengan baik atau bahkan tidak meneruskan operasinya. Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan tersebut adalah faktor biaya yang selama satu periode kerja adalah tetap jumlahnya, dan tidak mengalami perubahan. Biaya variabel merupakan biaya yang dipengaruhi oleh perubahan volume produksi atau penjualan.

Analisis target laba digunakan untuk menentukan berapa volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Aplikasi konsep *cost-volume-profit* akan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perubahan faktor-faktor yang erat kaitannya dengan *cost-volume-profit* seperti perubahan biaya variabel, biaya tetap, harga jual, dan volume penjualan.

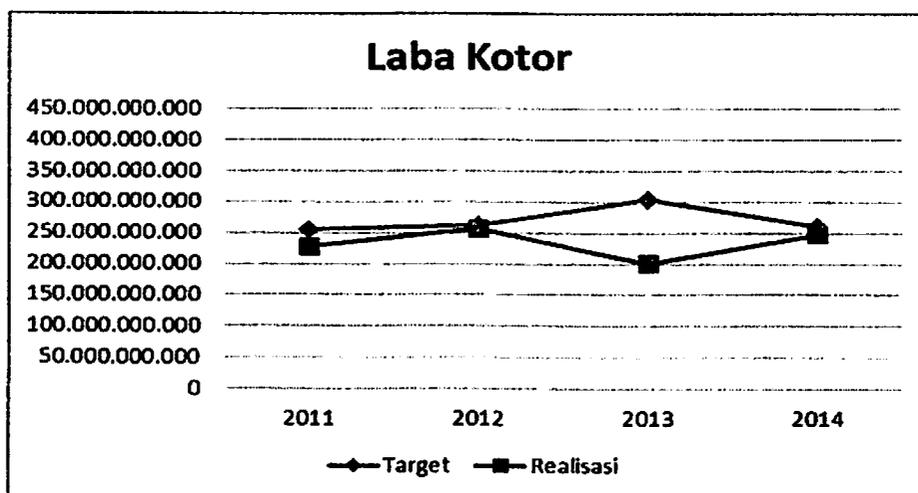
PT Mustika Ratu didirikan pada tanggal 14 Maret 1978 di Jakarta, bergerak dibidang pengolahan jamu dan kosmetik. Pembuat keputusan memerlukan berbagai macam informasi yang dapat membantunya untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan perolehan pendapatan sehingga laba (profitabilitas) yang diharapkan dapat tercapai.

**Tabel 1.**  
**PT Mustika Ratu**  
**Perbandingan Laba Rugi Kotor**  
**Tahun yang Berakhir Tanggal 31 Desember 2011 s/d 2014**

Keterangan	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Total
Target laba bruto	254.811.751.671	261.637.066.447	303.387.379.072	260.574.793.647	1.340.985.784.484
Realisasi laba bruto	227.510.492.563	257.107.948.366	200.442.148.959	246.996.856.171	1.179.054.302.230
Selisih	27.301.259.108	4.529.118.081	102.945.230.113	13.577.937.476	161.931.482.254
Persentase	89,29%	98,27%	66,07%	94,79%	87,92%

Sumber PT Mustika Ratu Tbk)

Pada Tabel di atas menggambarkan bahwa, selisih antara target laba yang diharapkan dengan laba yang terealisasi mengalami peningkatan dan penurunan tiap tahunnya, yaitu pada tahun 2011 sebesar Rp 109.999.437, tahun 2012 sebesar Rp 908.634, tahun 2013 sebesar Rp 991.010.041, dan tahun 2014 sebesar Rp 870.898.829.



**Gambar 1.**  
**Grafik Perbandingan Laba Rugi Kotor**  
**PT Mustika Ratu Tbk**  
**Tahun 2011-2014**

Peningkatan selisih laba yang di harapkan perusahaan dengan laba yang terealisasi banyak di pengaruhi oleh peningkatan biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan.

Perusahaan dituntut untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang maksimal dalam tercapainya suatu laba yang maksimum sehingga diperlukannya alat analisis dalam membantu target penjualan yang dicapai perusahaan yaitu menggunakan penerapan *cost volume* dan *profit* dalam upaya meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan data perusahaan di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Penerapan Analisis Cost Volume dan Profit dalam Perencanaan Laba Guna Meningkatkan Profitabilitas Pada PT Mustika Ratu”.

## 1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah

### 1.2.1. Perumusan Masalah

Latar belakang masalah penulis menyiratkan pokok permasalahan yaitu bahwa perusahaan dituntut untuk meningkatkan upaya penjualan berdasarkan alat bantu analisis yang digunakan berupa indikator yang diperlukan, seperti *cost volume profit*.

### 1.2.2. Identifikasi Masalah

Dari perumusan masalah tersebut, maka penulis melakukan pembatasan masalah yang akan dibahas dan mengidentifikasi masalah tersebut sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan Cost, Volume dan Profit pada PT Mustika Ratu?
2. Bagaimana perencanaan dan pencapaian laba pada PT Mustika Ratu?

3. Bagaimana pengaruh penerapan Cost, Volume dan Profit dalam perencanaan laba demi meningkatkan profitabilitas pada PT Mustika Ratu?

### 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

#### 1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud penulis melakukan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan identifikasi masalah pada PT Mustika Ratu, sebagai bahan untuk memenuhi persyaratan akademik dalam penyusunan makalah seminar di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

#### 1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan Cost, Volume dan Profit pada PT Mustika Ratu.
2. Untuk mengetahui penerapan dan pencapaian laba pada PT Mustika Ratu.
3. Untuk mengetahui pengaruh Cost, Volume dan Profit terhadap perencanaan laba pada PT Mustika Ratu.

### 1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi pihak-pihak berikut:

## 1. Kegunaan Teoritis

### a. Bagi penulis

- 1) Dengan penelitian ini penulis dapat menerapkan ilmu dan telah diperoleh selama di perkuliahan dan memberikan pengetahuan, pemahaman serta pengalaman untuk menghadapi masalah konkrit yang terjadi.
- 2) Sebagai studi banding antara pengetahuan teori dengan praktek yang terjadi di lapangan.

### b. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi maupun sebagai acuan khususnya bagi yang berminat pada permasalahan perencanaan laba jangka pendek.

## 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan perusahaan dalam perencanaan dan pengendalian khususnya dalam pengalokasian biaya, volume dan laba dari berbagai alternatif untuk menentukan penyusunan perencanaan laba.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Pengertian Biaya

Pada perusahaan manufaktur, kegiatan produksi merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Karena dari kegiatan produksi ini, perusahaan dapat melakukan penjualan dan menghasilkan dana untuk membiayai seluruh aktivitas yang ada. Oleh karena itu, biaya produksi merupakan variabel yang penting dalam pelaksanaan kegiatan produksi perusahaan.

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan yang berkaitan untuk mengolah bahan baku menjadi suatu produk jadi yang siap dijual.

Biaya menurut Anthony A. Atkinson, *et,all* (2009, 16) adalah nilai moneter barang dan jasa yang dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat sekarang atau masa depan. Pengertian biaya yang dikemukakan oleh Darsono dan Ari Purwanti (2008, 49). "Biaya ialah kas dan setara kas yang dikorbankan untum memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan dimasa mendatang". Sedangkan menurut Bustami, Bastian dan nurlela (2010, 4) "Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang di ukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu."

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi untuk memperoleh aktiva, dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, dimana pengorbanan tersebut untuk mencapai tujuan tertentu.

#### 2.1.1.1 Klasifikasi Biaya

Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang digunakan untuk berbagai tujuan, sehingga penggolongan biaya juga didasarkan atas disesuaikan dengan tujuan tersebut.

Tujuan atau manfaat biaya produksi adalah menyediakan salah satu informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan, yaitu untuk :

1. Perencanaan dan Pengendalian Laba. Akuntansi biaya menyediakan informasi atau data biaya masa lalu yang diperlukan untuk menyusun perencanaan, dan selanjutnya atas dasar perencanaan tersebut, biaya dapat dikendalikan dan akhirnya pengendalian dapat dipakai sebagai umpan balik untuk perbaikan dimasa yang akan datang.
2. Penentuan Harga Pokok Produk atau Jasa. Penetapan harga pokok akan dapat membantu dalam: (a) penilaian persediaan baik persediaan barang jadi maupun barang dalam proses, (b) penetapan harga jual terutama harga jual yang didasarkan kontrak, walaupun tidak selamanya

penentuan harga jual berdasarkan harga pokok, (c) penetapan laba dan pengambilan keputusan oleh manajemen.

Fungsi biaya merupakan hubungan antara biaya dengan jumlah produksi yang dihasilkan, fungsi biaya dapat digambarkan ke dalam kurva dan kurva biaya menggambarkan titik-titik kemungkinan besarnya biaya di berbagai tingkat produksi.

Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar unsur-unsur biaya produksi terdiri dari: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering pula disebut dengan istilah biaya konversi (*conversi cost*), yang merupakan biaya untuk konversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

#### 1. Biaya Bahan Baku Langsung

Dalam proses produksi suatu perusahaan manufaktur membutuhkan bahan baku untuk menghasilkan suatu produk. Carter dan Usry (2009, 40) menjelaskan bahwa ada dua macam bahan baku, yaitu:

- a. Bahan baku langsung, adalah semua bahan baku yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Contoh dari

bahan baku langsung adalah kayu yang digunakan untuk membuat mebel dan minyak mentah yang digunakan untuk membuat bensin.

- b. Bahan baku tidak langsung, adalah bahan baku yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu produk tetapi tidak diklasifikasikan sebagai bahan baku langsung karena bahan baku tersebut tidak menjadi bagian dari produk atau karena secara jumlah tidak signifikan. Contohnya adalah amplas pola kertas, dan pelunas.

Charles T. Horngren, (2008,35), menyatakan “Biaya Langsung merupakan suatu obyek biaya terkait dengan suatu obyek biaya dan dapat dilacak ke objek biaya tertentu dengan cara yang layak secara ekonomi (Biaya-efektivitasnya)”.

Biaya langsung (*Direct cost*) adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai di dalam proses produksi. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Bahan baku langsung adalah bahan yang dapat ditelusuri ke barang atau jasa yang sedang diproduksi. Biaya bahan ini dapat langsung dibebankan ke produk karena pengamatan fisik dapat digunakan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk. Bahan yang

menjadi bagian produk berwujud atau bahan yang digunakan dalam penyediaan jasa pada umumnya diklasifikasikan sebagai bahan langsung.

## 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah jasa yang diberikan kepada tenaga kerja langsung oleh perusahaan. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang dapat diidentifikasi dengan suatu operasi atau proses tertentu yang diperlukan untuk menyelesaikan produk-produk dari perusahaan.

Bastian Bustami dan Nurlela (2010,12) mengemukakan bahwa tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dapat ditelusuri pada barang atau jasa yang sedang diproduksi. Seperti halnya bahan langsung, pengamatan fisik dapat digunakan dalam mengukur kuantitas karyawan yang digunakan dalam memproduksi suatu produk dan jasa. Karyawan yang mengubah bahan baku menjadi produk atau menyediakan jasa kepada pelanggan diklasifikasikan sebagai tenaga kerja langsung.

## 3. Biaya *Overhead* Pabrik

Semua biaya produksi selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung dikelompokkan ke dalam satu kategori yang disebut ongkos *overhead*. Pada perusahaan

manufaktur, *overhead* juga dikenal sebagai beban pabrik atau *overhead manufaktur*.

Kategori biaya *overhead* memuat berbagai item yang luas. Banyak input selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung diperlukan untuk membuat produk. Contohnya termasuk penyusutan bangunan dan peralatan, tenaga listrik, perlengkapan dan keamanan pabrik.

*Overhead* Pabrik adalah bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung serta biaya tidak langsung lainnya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke produk selesai atau tujuan akhir biaya. (Bastian Bustami dan Nurlala, 2012,227)

Sedangkan menurut Mulyadi (2008, 117) pengertian biaya *overhead* dinyatakan sebagai berikut :

Biaya *Overhead* adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang elemennya dapat digolongkan kedalam : 1. Biaya bahan penolong, 2. Biaya reparasi dan pemeliharaan, 3. Biaya tenaga kerja tidak langsung, 4. Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap, 5. Biaya yang timbul akibat berlalunya waktu, dan 6. Biaya *overhead* lain.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa biaya *overhead* pabrik merupakan biaya tidak langsung yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung kepada produk selesai yang menggunakannya atau mengkonsumsinya.

### 2.1.2 Pengertian Volume

Volume memiliki arti yaitu besarnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara efektif dari kuantitas produksi atau penjualan untuk mendorong agar perusahaan dapat memenuhi kapasitas produksi atau tingkat penjualan yang diharapkan. Tujuan dari volume penjualan ini adalah untuk memperkirakan besarnya keuntungan yang diterima dengan menjual produk kepada konsumen serta biaya yang sudah dikeluarkan. Menurut Schiffan dalam Ragam Pendidikan (2012, blogspot.com), “volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah)”. Volume adalah ukuran fisik unit atau rupiah dari pendapatan penjualan (*sales revenue*). Fisik unit dapat berupa unit keluaran atau unit yang dijual. Dapat disimpulkan bahwa volume yaitu banyaknya unit yang terjual sesuai dengan keperluan *analisis cost-volume-profit*.

Dalam perencanaan laba, manajemen memerlukan informasi akuntansi untuk mempertimbangkan dampak perubahan volume penjualan, harga jual dan biaya terhadap laba perusahaan. Karena hal tersebut umumnya menyangkut atau mengakibatkan penambahan atau pengurangan volume kegiatan, maka informasi biaya yang dipisahkan menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan akan sangat membantu manajemen.

### 2.1.3 Pengertian Laba

Memaksimalkan keuntungan adalah salah satu keharusan yang harus dicapai oleh perusahaan agar memperoleh kekayaan. Pengertian laba menurut Darsono Prawirinegoro, Ari Purwanti (2008,121) “Laba ialah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (*expense*).” Sedangkan menurut Ardiyos (2008, 219) mengatakan bahwa “Profit (keuntungan) yaitu selisih antara pendapatan yang diperoleh perusahaan dengan biaya yang diperlukan untuk memproduksi barang dan jasa tersebut”. Dari pengertian di atas, dikatakan bahwa yang disebut laba adalah selisih lebih antara pendapatan dengan pembiayaan.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan laba adalah kelebihan atas biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

### 2.1.4 Pengertian Analisis Cost-Volume-Profit

Manajemen perusahaan akan berupaya memperoleh dan mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya dengan cara yang paling murah dari segi biaya dan paling banyak memberikan manfaat dalam pencapaian tujuan perusahaan. Pemahaman konsep biaya, volume dan laba dapat digunakan oleh manajemen sebagai dasar untuk merencanakan komposisi tingkat biaya, volume dan laba yang menguntungkan.

Cost-volume-profit merupakan tiga elemen pokok dalam penyusunan laporan laba rugi sebuah perusahaan. Analisis tersebut adalah pemahaman tentang penyusunan laporan laba rugi dengan pendekatan *variable costing*. Pendekatan ini menghasilkan suatu model laporan laba rugi dimana biaya diklasifikasikan menurut perilakunya. Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012,207) mendefinisikan analisis cost-volume-profit sebagai berikut:

Analisis biaya volume laba (*cost-volume-profit*) adalah suatu analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, laba dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan.

Berdasarkan pengertian tersebut maka dengan menggunakan analisis CVP manajemen dapat mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan dan laba untuk mencapai laba yang telah direncanakan. Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012,207) menyatakan bahwa:

Analisis biaya, volume laba dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu.
3. Mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
4. Mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan.
5. Menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa analisis CVP sangat berguna untuk manajemen perusahaan dalam merencanakan labanya dan agar laba yang telah direncanakan tersebut dapat terealisasi sesuai dengan yang telah direncanakan.

#### 2.1.5 Perencanaan Laba

Seperti yang diketahui bahwa laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu biaya, harga jual dan volume penjualan. Oleh karena itu memperoleh laba yang diinginkan perusahaan harus dapat mengatur biaya, harga jual dan meningkatkan volume penjualan. Hal tersebut dapat dilaksanakan dengan baik bila melakukan perencanaan laba dengan baik pula.

Perencanaan adalah sebuah proses pemetaan tindakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan yang tentunya hal ini dilakukan oleh pihak terkait dalam sebuah organisasi. Adapun pengertian perencanaan menurut Dian Wijayanto (2012,75) “Perencanaan merupakan proses menetapkan tujuan dan memilih cara untuk merealisasikan tujuan tersebut”. Adapun menurut Schermerhorn Jr. dalam Dian Wijayanto (2012, 76)

Proses perencanaan meliputi lima tahapan yaitu :

1. Penetapan sasaran. Sasaran merupakan spesifikasi hasil yang diharapkan
2. Evaluasi kondisi sekarang. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sekarang dengan sasaran
3. Pengembangan kondisi masa depan. Hal itu dilakukan dengan mengembangkan scenario kondisi masa depan

4. Analisis alternatif tindakan dan rencana pencapaian sasaran
5. Implementasi rencana dan evaluasi hasilnya.

Tujuan yang menjadi sasaran utama bagi perusahaan laba adalah meraih keuntungan yang semaksimal mungkin dari hasil operasinya, sedangkan tujuan yang menjadi sasaran utama dari perusahaan nirlaba adalah mencapai keberhasilan, dalam mencapai keberhasilan dalam melakukan operasi batas anggaran tertentu, tanpa perlu adanya pengeluaran biaya tambahan. Agar semua kegiatan perusahaan terarah dan tidak menimpang dari tujuan yang akan dicapai, manajemen perlu membuat perencanaan yaitu perencanaan laba perusahaan.

Pengertian laba menurut Darsono dan Ari Purwanti (2008, 121) menyatakan tentang pengertian laba yaitu "Laba ialah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban". Sedangkan menurut Ardiyos (2008, 219) mengatakan bahwa "Profit (keuntungan) yaitu selisih antara pendapatan yang diperoleh perusahaan dengan biaya yang diperlukan untuk memproduksi barang dan jasa tersebut". Dari pengertian di atas, dikatakan bahwa yang disebut laba adalah selisih lebih antara pendapatan dengan pembiayaan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah sangat baik untuk rencana operasional dengan pertimbangan yang matang dalam pencapaian tujuan. Disamping itu perencanaan laba juga merupakan proses penyusunan rencana operasi perusahaan dengan adanya perencanaan laba, manajemen dapat memperkirakan sumber-sumber dan besarnya pendapatan serta biaya yang akan terjadi selama periode yang tercakupi dalam rencana, selain itu perencanaan laba memungkinkan yang dapat terjadi selama periode mendatang sehingga perencanaan laba untuk periode tersebut dapat diandalkan sebagai pedoman kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

#### 2.1.6. Parameter Analisis Cost-Volume-Profit dalam Perencanaan Laba :

Analisis biaya volume laba memiliki parameter (angka yang menggambarkan suatu keadaan) yang dibutuhkan oleh manajemen untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan dari berbagai usulan kegiatan dalam perencanaan laba.

Alat analisis yang mampu memberikan kontribusi yang sangat besar dalam proses penyusunan anggaran dan berbagai parameter yang bermanfaat untuk perencanaan laba yaitu:

1. Titik Impas (*Breack Even Point*)
2. Marjin Keamanan (*Margin of safety*)
3. Titik Penutupan Usaha (*Shut - down point*)
4. Tingkat Leverage Operasi (*Degree of operating leverage*)

### 5. Marjin Kontribusi per unit (*Contribution margin*)

(Darsono dan Ari, 2008, 125)

Berdasarkan pernyataan di atas, pengertian dari alat perencanaan laba tersebut yaitu sebagai berikut:

#### 1. Titik Impas (*Break-even*)

Titik Impas memberikan informasi tingkat penjualan suatu usaha yang labanya sama dengan nol.

Menurut Mulyadi (2008, 232) “Impas (*Break-even*) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi”.

Analisis *Break Even Point* (BEP) sangat bermanfaat untuk merencanakan laba perusahaan. Dengan mengetahui besarnya BEP maka kita dapat menentukan berapa jumlah minimal produk yang harus dijual (*budget sales*) dan harga jualnya (*sales price*) apabila kita menginginkan laba tertentu. (Agus Harjito, 2012, 307)

Paramater ini memberikan informasi kepada manajemen, dari jumlah target pendapatan penjualan yang dianggarkan, berapa pendapatan penjualan minimum yang harus dicapai agar usaha perusahaan tidak mengalami kerugian.

#### 2. Marjin Keamanan (*Margin of safety*)

Memberikan informasi berapa volume penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu maksimum boleh turun agar suatu usaha tidak menderita rugi.

Margin keamanan (*margin of safety*) merupakan kelebihan penjualan yang dianggarkan atau realisasi di atas titik impas. Hasil perhitungannya menunjukkan jumlah sampai berapa besar penjualan dapat turun sehingga sampai pada titik impas. (Samryn, 2012, 181)

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

### 3. Titik Penutupan Usaha (*Shut – down point*)

Memberikan informasi pada tingkat penjualan berapa suatu usaha secara ekonomis sebaiknya ditutup karena penjualannya hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tunai saja.

Titik penutupan usaha yaitu informasi yang dibutuhkan oleh manajemen tentang berapa jumlah nilai penjualan minimum sehingga perusahaan tidak layak untuk dilanjutkan (atau harus ditutup). (Darsono 2008, 125)

Sebuah perusahaan dapat dipertimbangkan untuk ditutup bila hasil penjualan tidak dapat menutupi biaya tetap tunai atau biaya tetap yang segera memerlukan pengeluaran kas. Dengan mengetahui titik penutupan usaha, maka perusahaan dapat berjaga-jaga untuk mengantisipasi turunnya penjualan agar tidak mencapai titik tersebut.

4. Tingkat Leverage Operasi (*Degree of operating leverage*)

Memberikan informasi berapa kali lipat presentase tertentu perubahan pendapatan penjualan mengakibatkan perubahan laba bersih. Menurut Mulyadi (2008, 229) "*Degree of operating leverage* menunjukkan persentase perubahan laba bersih sebagai dampak terjadinya sekian persen perubahan pendapatan penjualan". Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Agus Harjito (2012, 317) yaitu:

Tingkat leverage operasi atau *Degree of Operating Leverage* (DOL) adalah persentase perubahan dalam laba operasi (EBIT) yang disebabkan perubahan satu persen dalam output (penjualan).

5. Laba kontribusi per-unit (*Contribution margin*)

Memberikan informasi atas kemampuan perusahaan dalam menghasilkan suatu produk dalam memanfaatkan sumber daya untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba. (kelebihan pendapatan penjualan di atas biaya variabel).

Mulyadi (2008,230-231) mengemukakan bahwa laba kontribusi merupakan kelebihan pendapatan penjualan di atas biaya variabel. Sedangkan laba kontribusi perunit merupakan laba kontribusi dibagi dengan volume penjualan.

Berbagai parameter tersebut memberikan bantuan yang penting bagi manajemen dalam mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan dalam proses penyusunan anggaran perusahaan.

Dalam proses perencanaan laba jangka pendek manajemen memerlukan informasi akuntansi berupa analisis *cost-volume-profit* untuk mempertimbangkan dampak perubahan volume penjualan, harga jual dan biaya terhadap laba perusahaan.

#### 2.1.7 Profitabilitas

Setiap perusahaan akan melakukan pengukuran terhadap profitabilitas yang diperolehnya. Pengukuran terhadap profitabilitas akan memungkinkan bagi perusahaan dalam hal ini pihak manajemen untuk mengevaluasi tingkat *earning* dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva, dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan.

Menurut Sutrisno dalam buku Manajemen keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi (2009, 16) dinyatakan bahwa “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya”.

Sedangkan menurut Agus Sartono (2008,122), menjelaskan bahwa “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri”.

Profitabilitas menurut Sofyan Syafri Harahap dalam buku Analisis Kritis Atas laporan keuangan (2009, 304) dinyatakan bahwa :

Mengambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut Brigham and Houston dalam buku dasar Manajemen Keuangan oleh Ali Akbar Yulianto (2009, 190) dinyatakan bahwa “ Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan”.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan, bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba pada periode tertentu, dengan membandingkan antara laba perusahaan dengan aktiva, penjualan dan modal yang menghasilkan laba tersebut.

#### 2.1.7.1 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan manajemen perusahaan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Laba yang diperoleh perusahaan bukan merupakan satu-satunya tujuan perusahaan. Tujuan lain dari suatu perusahaan adalah adanya efisiensi dari efektivitas penggunaan aset yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Cara yang paling umum yang digunakan perusahaan untuk menilai dan mengukur efektivitas laba yang adalah melalui analisis rasio margin laba kotor, laba atas penjualan, laba atas investasi dana, laba atas modal sendiri dan laba bersih per saham.

Menurut Siswanto Sutojo, (2000,56), ada beberapa rasio keuangan utama yang dipergunakan sebagai tolak ukur untuk menilai kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan adalah:

1. Margin laba kotor (*Gross Profit Margin*)

Merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih. Gross Profit Margin (GPM) dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

2. Laba atas Penjualan (*Profit on Sales*)

Merupakan perbandingan jumlah hasil penjualan yang di peroleh selama masa tertentu dengan laba sesudah pajak. Rasio *profit on sales* dipergunakan untuk menilai profitabilitas, sekaligus kemampuan manajemen perusahaan menekan biaya operasional. *Profit on sales* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Profit on Sales} = \frac{\text{lab a sesudah pajak}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100 \%$$

3. Laba atas Investasi Dana (*Return on investment*)

Membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva. *Return on investment* dapat dihitung dengan formula berikut:

$$\text{Return on investment} = \frac{\text{laba sesudah pajak} \times 100\%}{\text{Total aktiva}}$$

4. Laba atas Modal Sendiri (*Return on Equity*)

Atau sering disebut rentabilitas modal sendiri dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri. *ROE* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{laba sesudah pajak} \times 100\%}{\text{Total modal sendiri}}$$

5. Laba bersih Per Saham (*Earning per Share*)

Merupakan tingkat profitabilitas tiap satuan saham dan dapat dihitung dengan mempergunakan rumus rasio laba bersih per saham atau *earning per share* sebagai berikut:

$$\text{Earning per Share} = \frac{\text{laba sesudah pajak} \times 100\%}{\text{Jumlah saham biasa}}$$

### 2.1.8 Penerapan Analisis Cost-volume-profit dalam Perencanaan Laba demi meningkatkan profitabilitas

Dalam perencanaan laba, manajemen dihadapkan pada pengambilan keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai alternatif tindakan. Oleh karena itu, manajemen memerlukan

informasi yang dapat diandalkan sehingga dapat mengurangi ketidakpastian yang dihadapi dan memungkinkan manajemen menentukan pilihan dengan tepat.

Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah memutuskan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang. Ukuran yang seringkali dipakai untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan.

Laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor: volume produk yang dijual, 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. (Mulyadi, 2008,225)

Dalam proses perencanaan laba manajemen memerlukan informasi akuntansi berupa analisis cost-volume-profit untuk mempertimbangkan dampak perubahan volume penjualan, harga jual dan biaya terhadap laba perusahaan. Karena pengambilan keputusan tersebut umumnya menyangkut atau mengakibatkan penambahan atau pengurangan volume kegiatan, maka informasi biaya yang dipisahkan menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan akan sangat membantu manajemen.

Samryn (2012, 348) berpendapat bahwa "Harga merupakan salah satu jenis informasi penting yang diterima

pelanggan tentang suatu produk". Harga secara otomatis akan mempengaruhi volume penjualan yang dikeluarkan untuk dapat menghasilkan laba bagi perusahaan.

Oleh karena itu, dalam perencanaan laba manajemen membutuhkan informasi akuntansi berupa analisis cost-volume-profit yang terdiri dari perhitungan biaya, volume produksi dan penjualan serta pendapatan yang berdampak terhadap laba bersih. Dampak terhadap laba bersih ini yang menjadi salah satu pertimbangan penting manajemen dalam memutuskan berbagai usulan kegiatan dalam proses penyusunan anggaran perusahaan.

Analisis cost-volume-profit mengukur seberapa besar biaya dan volume kegiatan yang terjadi jika manajemen memilih suatu alternatif. Biaya dan pendapatan tersebut akan secara langsung mempengaruhi perubahan volume produksi dan volume penjualan yang berakibat pada perubahan laba yang diharapkan perusahaan.

Jadi berdasarkan uraian di atas, dapat terlihat jelas bahwa informasi analisis cost-volume-profit adalah salah satu informasi yang mempunyai peranan yang cukup besar dalam proses pengambilan keputusan terutama dalam memilih tindakan penambahan volume penjualan yang dituangkan dalam perencanaan laba.

Dalam kegiatannya, biasanya perusahaan memulai usahanya dengan membeli bahan baku yang kemudian di proses

menjadi bahan jadi, yang pada intinya berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba .

Kemampuan menghasilkan laba biasa disebut profitabilitas atau tingkat laba bagi perusahaan, laba merupakan hasil akhir yang harus dicapai, tetapi pencapaian laba harus dilakukan mekanisme yang ada seperti kegiatan produksi yang harus berlangsung secara terus menerus dan aliran kas perusahaan kas stabil. Laba juga bisa dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan.

Oleh karena itu dalam perencanaan laba, hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan penting karena merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran. Manajemen mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan yang berakibat terhadap perubahan harga jual, volume penjualan, biaya variabel dan atau biaya tetap yang akhirnya akan berdampak terhadap laba bersih. Dampak terhadap laba bersih ini yang menjadi salah satu pertimbangan penting manajemen dalam memutuskan berbagai usulan kegiatan dalam proses penyusunan anggaran perusahaan.

## 2.2. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.  
Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil penelitian
Hardiansyah 2014 Universitas pakuan	Peranan analisis biaya volume laba terhadap pencapaian laba pada PT. Sierad rumah potong ayam	X : Analisis biaya-volume-laba  Y : Pencapaian laba	Berdasarkan analisis hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa analisis biaya volume laba memiliki peranan terhadap pencapaian laba dan terjadi selisih antara laba dengan realisasi penjualan
Riki Martusa (2014) Universitas Kristen Maranatha	Peranan Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i> dalam Upaya Merencanakan Laba Perusahaan CV. Permata Sari	X : Analisis biaya-volume-laba  Y : Upaya merencanakan laba	Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa variabel biaya pemasaran dan volume penjualan mempunyai angka signifikan di bawah 0,05. Biaya pemasaran dengan perencanaan laba memiliki arah korelasi negatif dan mempunyai hubungan yang berlawanan. Hal ini berarti terdapat hubungan yang kuat sekali antara biaya pemasaran dengan perencanaan laba atau dengan kata lain jika biaya pemasaran naik maka tingkat laba akan turun atau sebaliknya.
Yunita Wulandari (2006) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	Analisis Biaya - Volume - Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba (Studi Kasus pada "quality" Hotel Yogyakarta )	X : Analisis biaya-volume-laba  Y : Alat bantu merencanakan laba	Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap data "Quality" Hotel Yogyakarta maka diperoleh beberapa kesimpulan hasil observasi yang dilakukan terhadap data "Quality" Hotel Yogyakarta, "Quality" Hotel Yogyakarta dalam perencanaan labanya menggunakan metode biaya relevan untuk mengukur berapa tingkat <i>break even</i> , volume penjualan, dan tingkat <i>Margin of Safety</i> yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian.

Dahlia 2011 Universitas Hasanudin Makasar	analisis <i>biaya-volume-laba</i> sebagai alat bantu dalam perencanaan laba PT Pabrik gula takalar	X : Analisis biaya-volume-laba  Y : Alat bantu merencanakan laba	Analisis <i>Time Series</i> untuk meramalkan kondisi perusahaan dua tahun ke depan masih menunjukkan hasil yang memprihatikan.
Nelly Wiharjo Universitas Hasanuddin Makassar	Analisis Hubungan <i>Cost-Volume-Profit (CVP)</i> untuk Perencanaan Laba pada Hotel Losari Beach	X : Analisis biaya-volume-laba  Y : Perencanaan laba	Dari hasil perhitungan, diketahui bahwa jumlah laba yang terealisasi lebih besar dibandingkan dengan jumlah laba yang direncanakan. BEP dan Margin of safety dalam penelitian ini mempunyai peranan dalam perencanaan laba.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya adapun yang menjadi persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini yaitu variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini cost volume dan laba sesuai dengan variabel independen yang digunakan penelitian sebelumnya oleh Hardiansyah, Riki Martusa, Yunita Wulandari, Dahlia dan Nelly Wiharjo. Tetapi, yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini yaitu variabel independen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu upaya dalam meningkatkan tingkat profitabilitas bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan alat bantu dalam perencanaan laba serta perusahaan dan periode yang dijadikan sampel dalam penelitian tersebut.

## 2.3. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian

### 2.3.1. Kerangka Pemikiran

Setiap perusahaan besar maupun kecil perlu mengadakan perencanaan laba untuk menjaga kelancaran produksinya dan untuk mencapai tujuan perusahaan. Informasi akuntansi merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk merencanakan penyusunan anggaran dalam penentuan laba perusahaan.

Berhasil atau tidaknya perusahaan adalah dapat melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Karena itu tugas manajemen untuk membuat perencanaan yang pada dasarnya kegiatan membentuk masa depan, yang pada intinya memutuskan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang.

Ukuran yang dipakai untuk melihat berhasil tidaknya manajemen perusahaan adalah laba yang diperoleh oleh perusahaan. Laba dipengaruhi oleh tiga faktor :

1. Volume produk yang dijual yang langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi laba.
2. Harga jual produk yang mempengaruhi volume penjualan.
3. Biaya yang menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki.

Informasi sangat dibutuhkan, baik oleh pribadi maupun oleh organisasi atau perusahaan. Dengan adanya informasi semua aktivitas

dapat dilakukan dengan baik dan sesuai dengan apa yang seharusnya dilakukan. Dan dengan adanya informasi, perencanaan dan pengendalian baik individu maupun untuk organisasi atau perusahaan akan lebih baik.

Chr. Jimmy (2008,7) mendefinisikan informasi adalah segala sesuatu keterangan yang bermanfaat untuk para pengambil keputusan/manajer dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan sebelumnya. Oleh karena itu, pengambilan keputusan selalu mengumpulkan informasi untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapinya dalam pemilihan alternatif tindakan tersebut.

Sedangkan pengertian informasi menurut Azhar Susanto (2009,40) adalah sebagai berikut:

Informasi merupakan hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut bisa menjadi informasi, hasil pengolahan data yang tidak memberikan makna atau arti serta tidak bermanfaat bagi seseorang bukanlah merupakan informasi bagi orang tersebut.

Menurut Susanto, informasi merupakan rangkaian data yang memiliki nilai dan dapat memberikan kejutan untuk penerimanya pada saat menggunakan informasi tersebut. Baik digunakan untuk pengambilan keputusan maupun hanya untuk memberikan gambaran mengenai keadaan suatu individu atau perusahaan.

Sehingga dari kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi si penerima mempunyai sifat sementara,

tergantungan dengan waktu dan mempunyai nilai yang nyata yang dapat dirasakan dalam pemilihan keputusan-keputusan baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Informasi akuntansi sebagai bahasa bisnis dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan, yaitu :

#### 1. Informasi Operasi

Informasi operasi ini merupakan bahan baku untuk mengolah tipe informasi akuntansi yang lain : informasi akuntansi keuangan dan informasi akuntansi manajemen.

#### 2. Informasi Akuntansi Keuangan

Informasi akuntansi keuangan ini dihasilkan oleh sistem pengolahan informasi keuangan yang disebut akuntansi keuangan.

#### 3. Informasi Akuntansi Manajemen

Informasi akuntansi manajemen ini dihasilkan oleh sistem pengolahan informasi keuangan yang disebut akuntansi manajemen.

Salah satu alat untuk memberikan informasi dalam perusahaan adalah informasi keuangan. Keuangan tersebut dapat dicatat melalui sebuah proses penting secara akuntansi. Untuk itu, penting bagi kita mengetahui pengertian dari akuntansi itu sendiri. Pengertian Akuntansi Menurut Charles T. Horngren, dan Walter T. Harrison (2007,4) menyatakan bahwa: Akuntansi adalah sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, memroses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan.

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa akuntansi adalah suatu informasi yang memberikan hasil berupa sebuah laporan yang akan diserahkan atau diberikan kepada pihak-pihak yang berkaitan dan berwenang atas laporan tersebut, dimana isi dari laporan tersebut mengenai aktivitas ekonomi yang dijalankan oleh perusahaan dan kondisi perusahaan pada periode tersebut.

Seperti yang telah diketahui bahwa salah satu fungsi utama manajemen adalah perencanaan, didalam perencanaan ini manajemen dihadapkan pada pengambilan keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai alternatif yang tersedia. Di dalam pengambilan keputusan, manajemen seringkali dihadapkan pada ketidakpastian. Oleh karena itu, manajemen memerlukan informasi yang relevan dan dapat diandalkan sehingga dapat mengurangi ketidakpastian yang dihadapi dan manajemen dapat mengambil keputusan lebih cepat. Salah satu informasi yang sangat penting, dan biasanya diperlukan sebagai dasar perencanaan dan pengambilan keputusan adalah analisis *cost-volume-profit*.

Pengertian Biaya yang di kemukakan Bustami, Bastian dan nurlela (2012, 4) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang di ukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Anthony A. Atkinson, *at.all* (2009, 16). Biaya adalah nilai moneter barang dan jasa yang dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat sekarang atau masa depan.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012,9) ada 3 klasifikasi biaya dalam manajemen biaya yang diterapkan secara luas adalah sebagai berikut :

1. Produk
2. Volume Produksi
3. Departemen dan pusat biaya
4. Periode Akuntansi
5. Pengambilan Keputusan

Sedangkan Menurut Nasution, Arman hakim Yudha Prasetyawan (2008, 13) ada 3 Jenis keputusan yang dibuat pada organisasi manufaktur yaitu sebagai berikut:

1. Keputusan-keputusan strategis, yaitu keputusan-keputusan yang mempunyai efek dalam jangka waktu lama dan menjadi landasan bagi keseluruhan arah organisasi.
2. Keputusan-keputusan taktik, yang bersifat jangka menengah.
3. Keputusan-keputusan operasional, yang bersifat jangka pendek.

Beberapa persoalan yang dihadapi perusahaan dapat diselesaikan dengan mempergunakan dan memanfaatkan perbedaan perilaku di antara biaya-biaya yang dimiliki perusahaan. Salah satu metode yang di gunakan adalah dengan menggunakan analisis *cost-volume-profit*.

Analisis *cost-volume-profit* digunakan untuk menentukan kanaan pendapatan, biaya, dan marjin laba sehubungan dengan beberapa kemungkinan cara untuk menggunakan fasilitas tetap atau kapasitas yang tersedia.

Dalam analisis *cost-volume-profit*, biaya variabel sangat relevan karena lazimnya biaya variabel dapat dihindari ketika proyek masih dalam tahap evaluasi. Sebaliknya, biaya tetap biasanya tidak dapat dihindari dalam kondisi apapun, karena itu tidak relevan bagi setiap keputusan sehubungan dengan biaya atau profitabilitas relatif dari berbagai alternatif. Akan tetapi, jika biaya tetap terpaksa dinaikkan, misalnya karena keputusan untuk menyewa ruang tambahan, membeli fasilitas tambahan atau penyebab pengeluaran ekstra lainnya maka biaya tetap semacam itu dapat dikelompokkan sebagai biaya relevan.

Biaya dan pendapatan yang relevan untuk pengambilan keputusan tergantung pada konteks keputusan dan alternatif-alternatif yang tersedia. Dalam tahap akhir proses pengambilan keputusan, manajer-manajer membandingkan dua tahap atau lebih rangkaian alternatif tindakan. Keputusan berlandaskan pada prediksi perbedaan dalam kinerja mendatang pada setiap alternatif yang ada. Pada saat memilih diantara alternatif-alternatif yang berbeda, manajer sepatutnya hanya berkonsentrasi hanya pada biaya dan pendapatan yang berbeda diantara alternatif-alternatif keputusan.

Salah satu tolak ukur atas pengambilan keputusan yang benar dan disertai keberhasilan kinerja semua lapisan karyawan adalah tercapainya sesuatu yang ditargetkan oleh perusahaan. Hal ini bisa berupa laba yang didapatkan oleh perusahaan Adapun pengertian laba menurut Darsono dan Ari Purwanti (2008,121) menyatakan tentang

pengertian laba yaitu Laba ialah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban.

Dari pengertian diatas, dikatakan bahwa yang disebut laba adalah selisih lebih antara pendapatan dengan pembiayaan. Sedangkan menurut Stice, Stice, Skousen (2009, 240) mengatakan bahwa:

laba adalah pengambilan atas investasi kepada pemilik. Hal ini mengukur nilai yang dapat diberikan oleh entitas kepada investor dan entitas masih memiliki kekayaan yang sama dengan posisi awalnya.

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa laba merupakan selisih antara pendapatan operasional diatas biaya operasional dalam suatu periode yang dapat dijadikan sebagai ukuran efisiensi dan efektivitas dalam sebuah unit kerja.

Laba perusahaan dipengaruhi oleh pendapatan (hasil kali volume penjualan dengan harga jual), biaya variabel, dan biaya tetap. Perencanaan laba dilakukan oleh manajemen dalam proses penyusunan anggaran. Dalam proses perencanaan laba tersebut, manajemen memerlukan informasi akuntansi yang terdiri dari informasi analisis *cost-volume-profit* untuk mempertimbangkan dampak perubahan volume penjualan, harga jual, dan biaya terhadap laba perusahaan.

Dalam pembiayaan suatu produk ataupun kegiatan usaha lainnya diperlukan adanya perencanaan. Hal itu berguna untuk pengawasan semua pembiayaan sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara maksimal.

Perencanaan adalah sebuah proses pemetaan tindakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan yang tentunya hal ini dilakukan oleh pihak terkait dalam sebuah organisasi. Adapun pengertian perencanaan menurut M Nafarin (2007,4) yaitu perencanaan merupakan tindakan yang dibuat berdasarkan fakta dan asumsi mengenai gambaran kegiatan yang dilakukan pada waktu yang akan datang dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Perencanaan Laba (*profit planning*) yaitu analisis yang sistematis terhadap pendapatan dan biaya dan setiap unit di suatu perusahaan yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan (untung) atau laba dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Perencanaan jangka pendek didefinisikan sebagai proses berkelanjutan dalam membuat keputusan sekarang secara sistematis dan dengan kemungkinan pengetahuan terhadap masa depannya. Laba jangka pendek yaitu keuntungan yang diperoleh dari penjualan yang berjangka waktu kurang dari satu tahun.

Dalam proses penyusunan anggaran, manajemen selalu dihadapkan pada pemilihan alternatif tindakan yang harus dipertimbangkan dampaknya terhadap laba perusahaan. Dengan mengetahui dampak terhadap laba, setiap alternatif tindakan yang dipertimbangkan sekarang, manajemen akan memiliki dasar yang kuat untuk memilih, sehingga manajemen akan mampu mengambil keputusan secara ekonomis.

Oleh karena itu dalam perencanaan laba, hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan penting karena merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam proses penyusunan anggaran. Manajemen mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan yang berakibat terhadap perubahan harga jual, volume penjualan, biaya variabel dan atau biaya tetap yang akhirnya akan berdampak terhadap laba bersih. Dampak terhadap laba bersih ini yang menjadi salah satu pertimbangan penting manajemen dalam memutuskan berbagai usulan kegiatan dalam proses penyusunan anggaran perusahaan.

Alat analisis yang mampu memberikan kontribusi yang sangat besar dalam proses penyusunan anggaran dan berbagai parameter yang bermanfaat untuk perencanaan laba yaitu:

1. Titik Impas (*Breack Even Point*)
  2. Marjin Keamanan (*Margin of safety*)
  3. Titik Penutupan Usaha (*Shut – down point*)
  4. Tingkat Leverage Operasi (*Degree of operating leverage*)
  5. Marjin Kontribusi per unit (*Contribution margin*)
- (Darsono, 2008, 125)

Berbagai parameter tersebut memberikan bantuan yang penting bagi manajemen dalam mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan dalam proses penyusunan anggaran perusahaan.

Dalam proses perencanaan laba, manajemen memerlukan informasi akuntansi untuk mempertimbangkan dampak perubahan volume penjualan, harga jual dan biaya terhadap laba perusahaan.

Analisis impas dan analisis biaya-volume-laba merupakan teknik untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba.

Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Ramalan penjualan yang tepat sangatlah diperlukan, agar proses penjualan produk dapat maksimal sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan menggunakan rasio *growth*, perusahaan dapat mengetahui trend penjualan dari produk dari tahun ke tahun dan dapat mencapai keuntungan atau profitabilitas yang diharapkan perusahaan. *Growth* memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Dengan mengetahui seberapa besar *growth*, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari kegiatan bisnis yang dilakukannya. Profitabilitas mengukur tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas mencakup seluruh pendapatan dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas digunakan manajemen perusahaan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

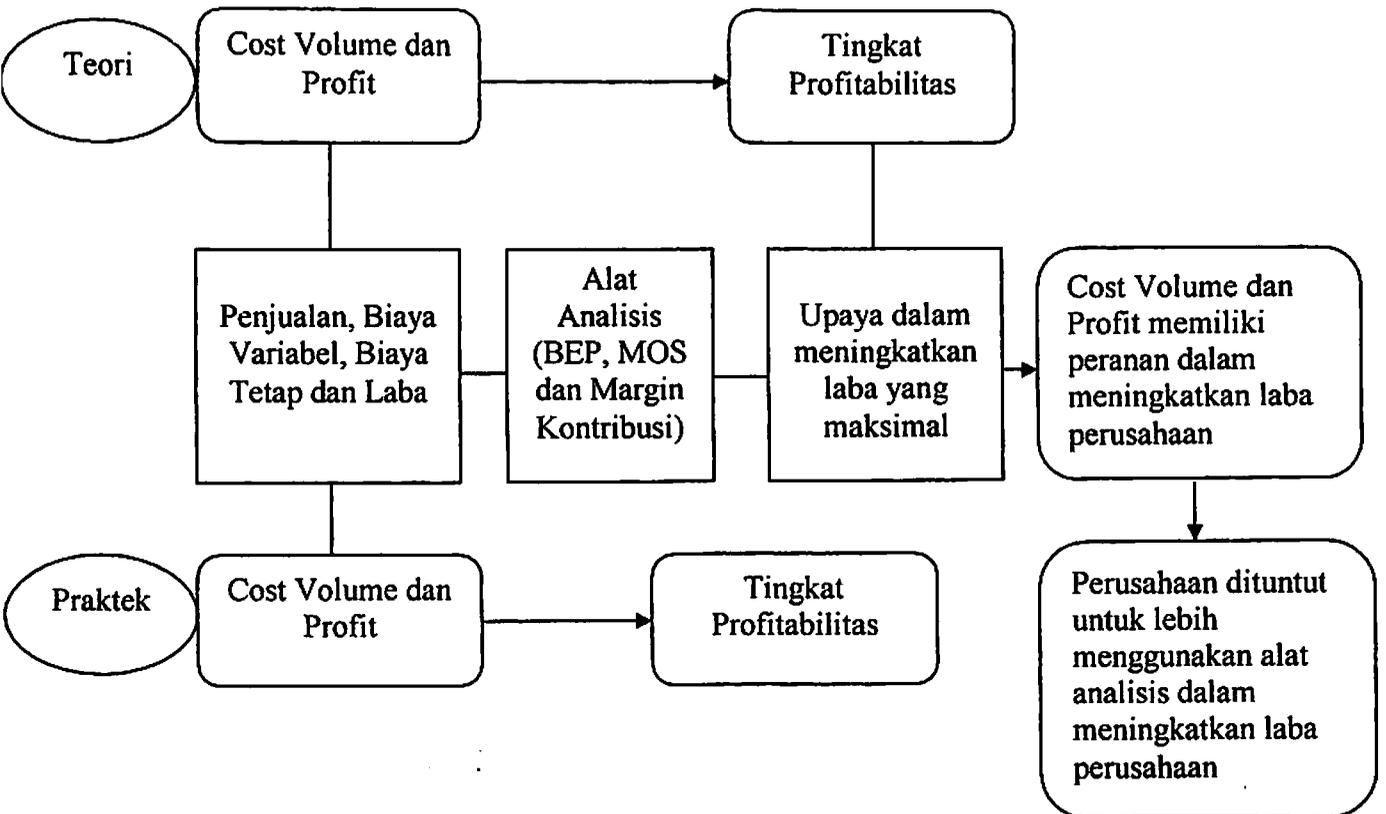
*Gross profit margin* atau margin laba kotor digunakan untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan yang berasal dari penjualan setiap produknya. Rasio ini sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka *gross profit margin* akan menurun begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain, rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya

produksi, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien.

Untuk itu perusahaan dapat menentukan langkah yang akan diambil untuk mengantisipasi kemungkinan naik atau turunnya penjualan pada tahun yang akan datang. Bila penjualan ditingkatkan, maka biaya atau harga pokok penjualan pun akan meningkat sedangkan di sisi lain, jika perusahaan mengetahui dengan pasti peningkatan penjualannya di masa mendatang, maka perusahaan juga dapat memprediksi tingkat biaya yang harus dikorbankan agar sesuai dengan arus kas bersih yang tersedia di masa mendatang. Akibatnya, laba akan dapat dimaksimalkan dengan cara melakukan pengendalian pada biaya-biaya produksi yang mempunyai proporsi terbesar dalam harga pokok penjualan.

### 2.3.2. Paradigma Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka paradigma penelitian penulis dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.  
Paradigma Penelitian

#### 2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap identifikasi masalah penelitian. Dengan demikian, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap identifikasi masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2009,159) “Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.”

Berdasarkan uraian pada kerangka pemikiran, penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. Penerapan Cost, Volume dan Profit pada PT Mustika Ratu belum optimal.
2. Pencapaian profitabilitas pada PT Mustika Ratu Abadi International belum efektif.
3. Penerapan Cost, Volume dan Profit dalam perencanaan laba memiliki peranan yang sangat besar terhadap peningkatan profitabilitas pada PT Mustika Ratu.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Dalam hal ini penulis menggunakan teknik penelitian Analisis Kualitatif dan kuantitatif, karena penelitian yang dilakukan tidak berhubungan dengan statistik. Penelitian kualitatif pada umumnya sulit diberi pembenaran secara sistematis, karena lebih cenderung pada penyampaian perasaan atau pengetahuan yang datanya diambil berdasarkan sampel. Walaupun demikian, riset kualitatif dapat menyediakan informasi penting yang dapat ditelusuri lebih lanjut melalui riset kuantitatif.

#### **3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian**

##### **3.2.1. Objek Penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini yang dijadikan variabel penelitian adalah penerapan analisis cost volume dan profit dalam perencanaan laba demi meningkatkan profitabilitas. Objek penelitian yang diteliti penulis yaitu mengenai alternatif tindakan dalam pengambilan keputusan mengenai informasi biaya dan laba terkait dengan penyusunan anggaran dalam pencapaian laba.

##### **3.2.2. Unit Analisis**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan unit analisis *organization*, yaitu sumber data yang unit analisisnya berdasarkan informasi dari divisi organisasi/perusahaan yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan PT Mustika Ratu tahun 2011-2014.

### 3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

#### 3.3.1. Jenis Data

Data yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama (perusahaan) yang dijadikan objek penelitian. Data tersebut berupa laporan keuangan (*annually report*) PT Mustika Ratu tahun 2011-2014.

#### 3.3.2. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang diperoleh untuk penelitian ini yaitu diperoleh melalui riset pada perusahaan yaitu PT Mustika Ratu.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Untuk memudahkan proses analisis, maka terlebih dahulu peneliti mengklasifikasikan variabel-variabel peneliti ke dalam dua kelompok, yaitu :

1. Variabel Independen (Variabel Tidak Terikat/Bebas) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen. Dalam makalah ini yang menjadi variabel independen adalah *cost volume dan profit*.
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat/Tidak Bebas) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam makalah ini yang menjadi variabel dependen adalah tingkat profitabilitas yang diukur dengan *Gross Profit Margin* dan *Profit on Sales*.

Kedua variabel tersebut selanjutnya dapat dioperasionalkan dan dituangkan dalam bentuk tabel seperti berikut:

Tabel 3.  
Operasionalisasi Variabel  
analisis cost volume dan profit dalam perencanaan  
laba guna meningkatkan profitabilitas

Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Penerapan Cost-Volume-Profit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Break Event Point (BEP)</li> <li>• Margin of Safety (MOS)</li> <li>• Margin Kontribusi Ratio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unit Produksi</li> <li>• Harga / Unit</li> <li>• Biaya Tetap</li> <li>• Biaya Variabel</li> </ul>	Ordinal Rasio Rasio Rasio
Profitabilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laba Kotor</li> <li>• Penjualan Bersih</li> <li>• Laba setelah pajak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gross Profit Margin = (Laba Kotor / Penjualan Bersih) x 100%</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profit on Sales = laba sesudah pajak / Penjualan bersih x 100%</li> </ul>	Ordinal

### 3.5. Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini, penulis tidak menggunakan metode penarikan sampel, karena disesuaikan dengan jenis penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Jenis penelitiannya adalah Deskriptif dengan metode Studi Kasus. Meskipun tidak menggunakan metode penarikan sampel, penulis tetap mengambil data yang memadai yang berhubungan dengan objek yang diteliti dalam penelitian ini, seperti laporan biaya produksi. Data-data tersebut diambil langsung dari Bagian Akuntansi dan Bagian Produksi di PT Mustika Ratu.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan informasi sebagai materi pendukung dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data dengan riset kepustakaan ini dilakukan untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari literatur-literatur serta teori-teori dari berbagai buku yang erat kaitannya dengan masalah yang di teliti.

#### 2. Riset Lapangan (*Field Research*)

Merupakan kegiatan untuk memperoleh data primer atau data praktis dengan cara mencari data dan informasi dan melakukan peninjauan secara langsung pada objek yang diteliti, yaitu perusahaan yang menjadi lokasi penelitian. Adapun teknik-teknik yang digunakan adalah:

- a. Wawancara (*interview*), yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan serta tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terkait atau pihak berwenang di perusahaan, guna memperoleh informasi yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
- b. Observasi, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung pada objek dan data yang diteliti lebih lanjut.
- c. Dokumentasi, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mempelajari catatan atau dokumen perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. dokumen dari perusahaan yang dapat memberikan gambaran mengenai keadaan perusahaan seperti laporan keuangan.

### 3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis Deskriptif Kualitatif (*non statistik*), yaitu dengan menggambarkan keadaan objek penelitian yang sebenarnya dengan mengumpulkan data relevan yang tersedia, kemudian disusun, dipelajari, dan analisis lebih lanjut.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan**

PT Mustika Ratu didirikan pada tanggal 14 Maret 1978 di Jakarta. Akte pendirian dibuat dihadapan notaris G.H.S Loemban Tobing SH, dengan nomor akte 35. Akte tersebut disahkan dengan keputusan Menteri Kehakiman pada tanggal 22 Desember 1978, dengan nomor Y.A.S/188/15 serta termuat dalam berita negara R.I nomor 45 tahun 1980. Kemudian pada tanggal 18 Maret 1981 diresmikan bangunan pabrik jamu dan kosmetik PT Mustika Ratu oleh Menteri Kesehatan Dr. Soewaryono Suryaningrat.

Pendirian PT Mustika Ratu Tbk ini dirintis oleh B.R.A Moeryati Soedibyo. Beliau merupakan cucu langsung dari Sri Susuhan Pakubowono x, sebagai putri keraton sejak usia remaja ia mendapat pelajaran meramu jamu untuk merawat kecantikan dan kesehatan tubuh. Ramuan-ramuan tersebut merupakan tradisi keraton yang diwariskan secara turun temurun dan pada dasarnya merupakan rahasia kecantikan putri keraton.

Dari keraton dan rasa tanggung jawabnya untuk melestarikan warisan leluhur serta keinginan untuk memperkenalkan resep tradisional ini ke dunia luar, maka timbullah keinginannya untuk memproduksi ramuan tradisionalnya itu, sehingga pada tahun 1973 usaha tersebut mula-mula dilakukan secara kecil-kecilan, masih

bersifat “Industri Rumah Tangga”. Pelanggannya pun masih terbatas yaitu tetangga, kerabat dan teman dekat saja usaha ini terus berkembang hingga tahun 1975 dan mulai dikenal dengan nama Mustika Ratu.

Selanjutnya pada tahun 1977, beliau mendirikan salon sebagai pusat pendidikan dan perawatan kecantikan di Jl. Wachid Hasyim 33, mooryati soedibyo memperbesar usahanya yang kemudian beliau mendirikan Mustika Ratu dengan berdirinya perusahaan tersebut maka pengolahan jamu dan kosmetika ini untuk memenuhi konsumsi masyarakat luas bahkan untuk konsumsi luar negeri sebagai peningkatan ekspor non migas.

Menurut pendirian perusahaan nama “Mustika Ratu” diambil dari bahasa sansekerta yang terdiri dari Mustika dan Ratu. Mustika berarti pusaka atau mukjizat yang merupakan kekuatan atau khasiat tinggi untuk menjaga kesehatan dan kecantikan, sedangkan Ratu mempunyai arti yaitu istri atau permaisuri raja.

Bila dilihat dari kemasan produk Mustika Ratu, maka akan ditemukan lambang sepasang pengantin yaitu pria dan wanita. Maksud dari lambang tersebut adalah produk yang dihasilkan oleh Mustika Ratu tidak hanya dapat dikonsumsi oleh wanita saja melainkan dapat dikonsumsi pula oleh pria, dan lambang tersebut merupakan simbol dari keserasian hubungan antara suami dan istri. Selain itu juga menggambarkan tujuan utama pendirian perusahaan ini, yaitu untuk melestarikan nilai-nilai dan filsafah budaya bangsa

Indonesia dengan jalan meningkatkan derajat kesehatan dan kecantikan melalui jamu kosmetik alami yang dibuat dari tumbuh-tumbuhan yang berkhasiat tinggi yang berasal dari tanah air.

Seluruh kebutuhan tersebut dipasok dari ladang bahan baku milik PT Mustika Ratu yang terletak di Citereup, Singaraja, Kabupaten Bogor, ladang ini dikembangkan sejak 10 tahun lalu. Dengan memiliki ladang bahan baku sendiri, Mustika Ratu setidaknya memperoleh dua keuntungan nyata. Pertama, menjamin suplai bahan baku yang dibutuhkan dan kedua, bahan-bahan baku tersebut telah sesuai dengan standar kualitas Mustika Ratu.

Semua produk Mustika Ratu diracik dan dimonitor sendiri oleh BRA Mooryati Soediby. Formula yang digunakan diramu sesuai tradisi yang diwarisi eyangnya, sedangkan bahan baku yang dipakai telah disesuaikan dengan standar Mustika Ratu yang sama dengan bahan-bahan alami yang sejak dahulu digunakan di lingkungan keraton, namun kualitasnya lebih baik karena dikembangkan dengan teknologi pertanian mutakhir.

Salah satu keunggulan jamu dan kosmetika tradisional adalah khasiatnya telah diuji secara turun temurun selama ratusan tahun. Kendati demikian, sebelum dipasarkan produk-produk Mustika Ratu tetap harus menjalani proses pengujian mutu yang dilakukan secara berkala, untuk menjamin bahwa secara laboratoris produk tersebut tidak berbahaya dan memenuhi syarat klinis. Pengujian dilakukan di laboratorium milik Mustia Ratu yang lengkap dan modern.

Laboratorium pengujian mutu ini ditangani oleh analisis-analisis berpengalaman. Selain fungsi pengawasan mutu, laboratorium ini juga bermanfaat untuk tujuan penelitian dan pengembangan.

#### 4.1.2. Kegiatan Usaha

Seiring makin menggemamnya “Black To Nature” banyak orang di seluruh dunia kini makin menyenangi produk-produk yang terbuat dari bahan alami dan proses produksinya tidak merusak kelestarian alam.

Seluruh proses produksi dilakukan di pabrik Mustika Ratu seluas 7000 meter persegi yang terletak di atas 20.000 meter persegi lahan di Ciracas, Pasar Rebo, Jakarta Timur. Di pabrik tersebut telah digunakan mesin-mesin modern yang canggih buatan Jerman, Swiss, Swedia, Inggris dan Belanda. Sebagai pengganti tenaga manusia. Dukungan teknologi canggih tersebut terbukti telah melahirkan produk-produk tradisional keraton warisan leluhur dalam wujud baru yang lebih baik, halus dan bersih.

Bersama empat divisi usahanya, Mustika Ratu disamping memproduksi jamu kesehatan dan kecantikan serta kosmetika tradisional, jua memproduksi produk-produk perawatan pribadi (toiletries), minuman segar tradisional, jamu kesehatan rakyat, air mineral dan produk-produk perawatan rambut bermerk dagang L’Oreal. Total produksi dari empat divisi grup Mustika Ratu saat ini berjumlah lebih dari 600 jenis.

Dari empat divisi tersebut, dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jamu Mustika Ratu dan Kosmetik

Terdiri dari 300 jenis jamu kesehatan dan kecantikan yang terbuat dari bermacam-macam ramuan untuk berbagai kegunaan.

Bentuk yang ditawarkan adalah :

- Jamu seduh / serbuk (cespleng)
- Jamu godog ( rajangan)
- Jamu pil
- Jamu celup

Dari segi pemakainya, jamu-jamu Mustika Ratu bersifat unisex, atau dapat diminum pria, wanita dan anak-anak, meskipun memang sebagian besar adalah untuk keperluan wanita. Jamu Mustika Ratu ditujukan untuk pangsa pasar menengah, menengah atas dan atas saat ini, disamping kosmetik jamu tergolong kategori produk andalan Mustika Ratu.

Jamu jaga raga kelompok jamu yang dikembangkan sebagai jamu kesehatan rakyat dengan harga relatif rendah/murah, khusus ditujukan untuk pasar menengah bawah. Terdapat 42 jenis jamu yang terbuat dari bermacam-macam ramuan untuk berbagai kegunaan. Ditawarkan hanya dalam bentuk pil dan jamu seduh/serbuk (cespleng).

Produk kosmetik atau tata rias merupakan kategori produk terbesar dan Mustika Ratu. Terbesar dalam jumlah 325 jenis, omset penjualan serta kontribusinya bagi keuntungan perusahaan

Ditinjau dari pangsa pasar yang dilayani, produk-produk kosmetika Mustika Ratu dapat dikelompokkan dalam dua bagian besar, yaitu untuk pasar menengah dan pasar menengah atas.

Sementara dari segi kegunaan, terbagi dalam lima kelompok, yaitu :

a. Produk – produk untuk pangsa pasar menengah :

- Perawatan kulit wajah
- Tata rias dasar
- Tata rias dekoratif
- Perawatan rambut
- Perawatan tubuh

b. Produk-produk untuk pangsa pasar menengah atas dan atas

- Perawatan kulit wajah dari aloe
- Tata rias dasar ratu mas
- Tata rias dekoratif ratu mas
- Perawatan rambut ratu mas
- Perawatan tubuh ratu mas

2. Divisi Minuman Segar

Dibuat dan buah asli atau bahan-bahan alami lainnya, dan dikemas dalam Tetrapack yang higienis. Terdiri dari dua belas sari rasa, yaitu :

- Gula asam
- Beras
- Teh melati
- pisang jeruk
- mangga
- sirsak

- Nanas
- Cocopandan
- Serbat
- lychee
- jambu
- melon

### 3. Divisi Air Mineral

Mustika Ratu juga memproduksi tiga jenis air mineral khusus untuk keperluan khusus, yaitu :

- a. FRESH, air minum untuk keperluan sehari-hari. Merupakan produk substitusi dari air-air mineral sejenis. Dikemas dalam botol plastik berbagai ukuran, termasuk kemasan 5 galon ( 19 liter) untuk konsumsi massal dengan menggunakan dispenser khusus yang dapat melayani kebutuhan kantor-kantor dan rumah tangga.
- b. KIDS, mengisi kebutuhan para ibu akan air mineral khusus untuk keperluan bayi dan anak-anak. Untuk menyeduh susu, membuat makanan dan keperluan khusus lain yang memerlukan air yang benar-benar higienis.
- c. BEAUTY, diciptakan khusus dengan menghilangkan, mengurangi maupun menambah beberapa kandungan mineral di dalamnya. Merupakan satu-satunya air mineral khusus untuk perawatan kecantikan. Tersedia dalam kemasan botol dan spray.

### 4. Divisi Yusulor

Mustika Ratu juga melakukan kerjasama dengan L'Oreal de Paris, sebuah perusahaan kosmetika besar dari perancis, untuk

memproduksi produk-produk perawatan rambut dengan merk dagang L'Oreal.

Hasil produksi PT Yosulor Indonesia, hasil dari perusahaan *merger* itu, sebagian besar diekspor. Pada awal tahun 1990, 60% produksi PT Yosulor Indonesia diekspor ke negara-negara Asia Pasifik.

Terbagi dalam dua kelompok besar produk, yaitu :

a) Produk perawatan rambut untuk salon. Terdiri dari 46 jenis produk dalam bentuk :

- Shampo
- Conditioner
- Craem Creambath
- cat rambut
- Hair Tonic
- Obat keriting

b) Produk kosmetik rambut untuk umum, terdiri dari 45 jenis produk dalam bentuk :

- Shampo
- Conditioner
- Hair Tonic
- Styling Gel
- Hair Spray

BRA Mooryati Soediby bersama Mustika Ratu bukan hanya tampil sebagai pelopor dalam memasyarakatkan seni perawatan kesehatan dan kecantikan tradisional dari keraton untuk dinikmati manfaatnya oleh segenap lapisan masyarakat.

Selama ini PT Mustika Ratu juga aktif menyebarkan tradisi-tradisi keraton lainnya melalui berbagai macam kegiatan, seperti :

- Seminar – Seminar dan Lokakarya
- Lomba NGADI SALIRO dan NGADI BUSONO sejak tahun 1984

Bahkan di Pusat Perawatan dan Pendidikan Kecantikan Tradisional “Mustika Ratu“ , jalan KH Wahid Hasyim 33, Jakarta Pusat, secara rutin diselenggarakan aneka bentuk kursus tradisional, antara lain yaitu :

- Kursus Perawatan Kecantikan Tradisional
- Kursus Ngadi Saliro dan Ngadi Busono
- Kursus Merias Pengantin berbagai daerah
- Kursus Busana Tradisional Keraton
- Kursus Instruktur Senam
- Kursus Pranata Cara (*Master of Ceremony*)

Semua wanita Indonesia yang mendabakan kecantikan paripurna melalui perawatan dari dalam dengan jamu dan dari luar dengan kosmetika alamiah, saat ini tidak lagi menghadapi kesulitan seperti masa lampau.

Dengan sangat mudah produk-produk Mustika Ratu dapat diperoleh karena terdistribusi secara merata di 30 propinsi di Indonesia Mustika Ratu memang sudah “merakyat”, dalam arti bisa diperoleh di warung, toko, apotik atau pasar swalayan besar dan kecil. Untuk menunjang kekuatan ini, Mustika Ratu membuka kantor perwakilan di tiap ibukota propinsi yang

berfungsi sebagai pusat kegiatan pemasaran dan penjualan di daerah.

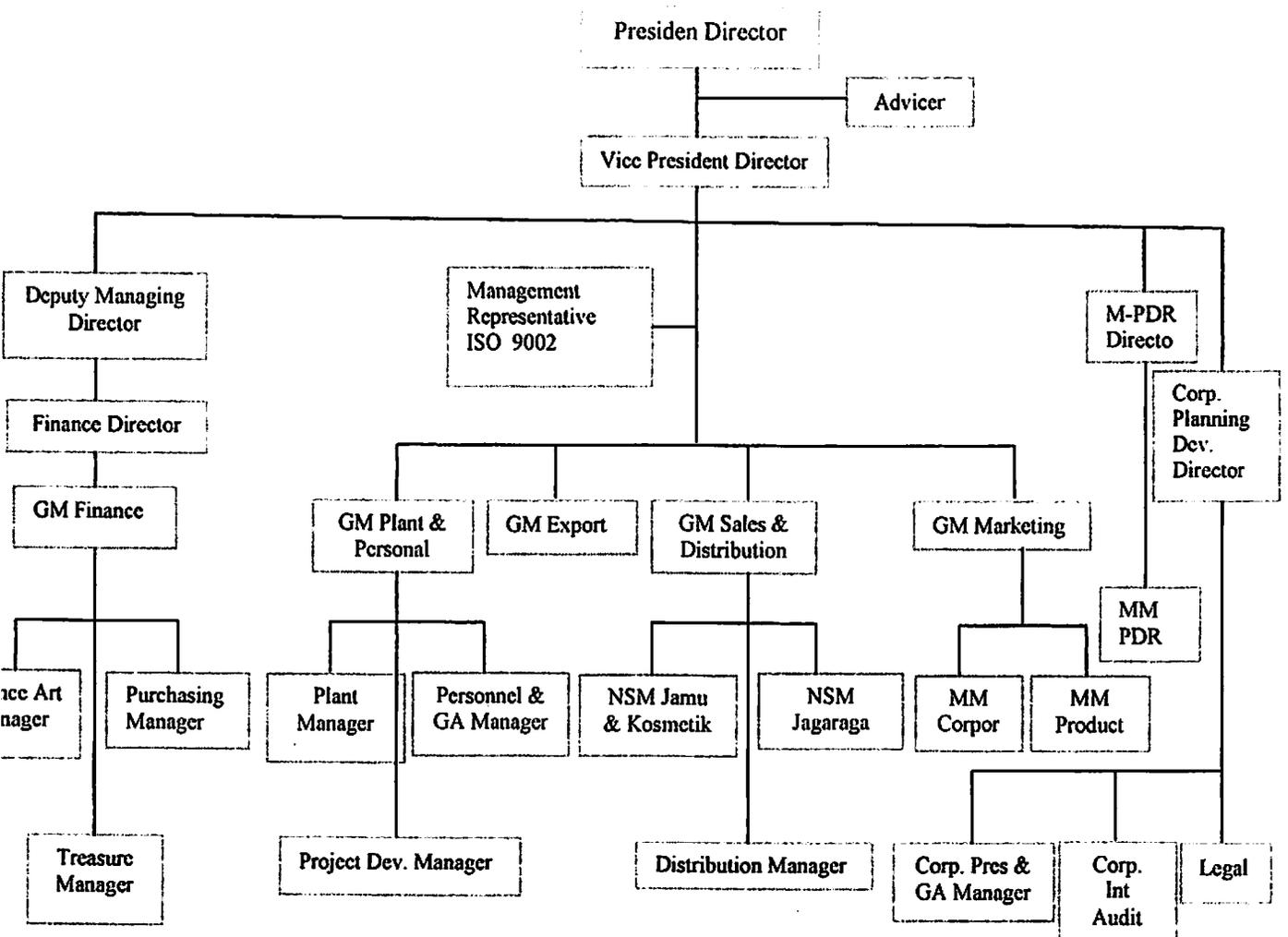
#### 4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Demi kelancaran dan terciptanya etos kerja yang baik dan bertanggungjawab dalam lingkungan perusahaan maka untuk mencapai tujuan tersebut perlu dibuat suatu struktur organisasi yang memberikan gambaran tugas dan tanggung jawab masing-masing karyawan sesuai dengan bidangnya. Dengan adanya struktur organisasi maka pembagian tugas dan wewenang setiap bagian pada suatu perusahaan akan jelas, sehingga koordinasi yang baik antara atasan dan bawahan akan tercapai.

Struktur organisasi merupakan susunan yang terdiri dari fungsi-fungsi dan hubungan-hubungan yang menyatakan keseluruhan kegiatan untuk mencapai tujuan. Secara fisik struktur organisasi dapat dinyatakan dalam bentuk bagan yang memperlihatkan hubungan unit-unit organisasi dan garis-garis wewenang yang ada penggambaran organisasi. Bagan organisasi merupakan suatu hasil keputusan yang telah tercapai tentang suatu struktur organisasi yang bersangkutan. Struktur organisasi yang tepat bagi suatu perusahaan belum tentu baik bagi perusahaan lain. Perbedaan struktur organisasi di antara berbagai perusahaan dipengaruhi oleh jenis perusahaan, luas perusahaan, dan penyebaran daerah operasi.

Struktur organisasi adalah suatu kerangka yang menunjukkan hubungan antara jabatan maupun kegiatan kerja yang satu dengan

yang lainnya, sehingga jelas kedudukan, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam satu kesepakatan untuk mencapai tujuan organisasi.



Gambar 3.  
Struktur Organisasi  
PT Mustika Ratu Tbk

PT Mustika Ratu mempunyai struktur organisasi lini atau garis. Dalam struktur organisasi ini terlihat adanya kesatuan kepemimpinan dan wewenang kekuasaan dari pimpinan, dalam hal ini direksi dilimpahkan ke bagian-bagian di bawahnya, sehingga bagian-bagian tersebut berhak memerintah kepada bawahan-bawahan mereka.

#### 4.1.4 Deskripsi Jabatan

Dari struktur organisasi maka deskripsi jabatan dari masing-masing bagian yang ada pada PT Mustika Ratu Tbk adalah sebagai berikut:

##### 1. *President Director*

- a. Tugas dan tanggung jawabnya adalah menentukan apa yang menjadi kebijaksanaan perusahaan
- b. Merumuskan rencana-rencana perusahaan serta merumuskan struktur perusahaan
- c. Menentukan pengambilan keputusan terakhir atas investasi yang dilakukan

##### 2. *Internal Auditing Manager*

- a. Membantu tugas President Diretor didalam proyeksi keuangan
- b. Mengawasi penggunaan uang kearah yang tepat
- c. Mengontrol keuangan yang termasuk ke perusahaan
- d. Mencatat kredit perusahaan

##### 3. *Vice President Director*

- a. Membantu memberi saran dan nasehat kepada pemimpin
- b. Bertanggungjawab atas apa yang di lakukan oleh managing director

##### 4. *Managing director*

- a. Mengkoordinir dan mengawasi aktivitas General Manager
- b. Membantu memberi saran dan nasehat kepada *Vice President Director*

- c. Bertanggungjawab untuk menggerakkan apa yang direncanakan perusahaan untuk mencapai keuntungan yang diharapkan
- d. Mengadakan penelitian atas kelemahan atau kekuatan perusahaan
- e. Mengadakan pengawasan terhadap bawahan agar berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan

#### 5. *Deputy Managing Director/Finance Director*

Membantu memberikan pertimbangan kepada General Manager dalam melaksanakan tugas sehari-hari dalam pengambilan keputusan mengenai keuangan.

#### 6. *General Manager*

##### a. *GM Finance*

- 1) Bertanggungjawab atas pengaturan keuangan perusahaan yang menyangkut kebijaksanaan penggunaan dana atas kegiatan perusahaan.
- 2) *GM Finance membawahi financedan Accounting Manager, Treasure Manager dan Purchasing Manager*

##### a. *GM Plant and Personel*

- 1) Bertanggungjawab atas pengendalian secara langsung aktifitas perusahaan yang terkait dalam *Visi Plant and Personil*
- 2) Mengatur seluruh karyawan baik di pabrik maupun karyawan kantor
- 3) Bertanggungjawab atas semua aktifitas produksi sehingga tercipta kelancaraan kegiatan sistem produksi, sehingga dapat

mengembangkan sesuai kebijakan produk yang telah digariskan

- 4) Membawahi personil dan GA Manager yang terdiri dari Project Manager, production Manager, QA Manager dan PPIC/Ware House Manager

b. GM Ekspor

- 1) Bertanggungjawab atas seluruh kegiatan ekspor perusahaan ke berbagai negara, mulai dari perencanaan, mengkoordinir dan mengontrol semua aktifitas ekspor
- 2) Membuat kebijakan dan strategi untuk target penjualan

c. GM Sales dan Distribution

- 1) Merencanakan dan menyelenggarakan semua kegiatan dan pemasaran dan penjualan hasil produksi
- 2) Mengusahakan agar volume penjualan meningkat dengan memperhatikan langganan lama dan mencari langganan baru serta memperluas daerah pemasaran
- 3) Bertanggungjawab atas barang-barang yang disalurkan dan dipasarkan dengan mendelegasikan wewenang kepada National Sales Manager, Distribution Manager

d. GM Marketing

- 1) Bertanggungjawab atas seluruh kegiatan pemasaran produk
- 2) Memperkenalkan produk-produk terutama produk-produk baru dan melakukan survei pasar atas produk
- 3) Membuat kebijaksanaan dan strategi pemasaran

### e. Manager-manager

#### 1) Finance & Accounting Manager

- a) Tugas dan tanggung jawab adalah mengendalikan dan mengawasi seluruh kekayaan perusahaan baik berupa uang, surat-surat berharga dan investasi perusahaan
- b) Bertanggung jawab atas laporan perusahaan
- c) Membuat perhitungan biaya guna kelancaraan produksi
- d) Memperhitungkan gaji karyawan

#### 2) Treasure Manager

Membantu GM Finance dalam menyusun dan memperoleh sumber-sumber dana sehingga diperoleh dana dengan Out of Capital yang rendah dan mempergunakan secara efisien dan efektif

#### 3) Purchasing Manager, terdiri dari dua bagian yaitu :

##### Purchasing

Manager I : Dengan pengawasan langsung dari Finance Director, Purchasing Manager mengendalikan dan mengkoordinir secara langsung aktivitas pada pembelian rutin yaitu pembelian bahan baku jamu dan kosmetik maupun bahan baku produk yang telah dikembangkan.

##### Purchasing

Manager II : Dengan pengawasan langsung Finance Director, Purchasing Manager Mengendalikan dan

mengkoordinasi secara langsung seluruh aktivitas pada pembelian non rutin, yaitu pembelian berupa keperluan proses produksi dan keperluan lainnya untuk kegiatan perusahaan.

4) Personal dan GA Manager

- a) Bertanggungjawab terhadap segala aturan kepersonaliaian ataupun terhadap pelayanan umum
- b) Mengendalikan proses recruitment dan promosi/ mutasi / KKB
- c) Melayani kebutuhan-kebutuhan dari departemen lain

7. Plant Manager

a. Project Manager

Melaksanakan fungsi-fungsi dan tanggung jawab dalam tugas-tugas yang menyangkut koordinasi, komunikasi dan pengendalian pada seluruh tahap kegiatan di lingkungan pabrik yang meliputi persiapan, pelayanan, pengembangan dan kebutuhan fisik dengan tujuan untuk mencapai hasil yang optimal dalam segi biaya, waktu dan mutu.

b. PEM Manager

Bertanggungjawab atas pengendalian, mengkoordinasi secara langsung seluruh aktifitas yang meyangkut perawatan mesin-mesin operasi pabrik, instalasi listrik, telephone serta perawatan bangunan.

c. Production Manager

Bertanggungjawab atas pengendalian, mengkoordinasikan secara langsung seluruh kegiatan aktivitas produksi jamu dan kosmetik maupun produk-produk lainnya yang telah dikembangkan.

d. QA Manager

Bertanggungjawab atas pengendalian, mengkoordinasi secara langsung seluruh aktivitas yang berkaitan dengan kebijaksanaan tentang Quality Control terhadap seluruh produk

e. PPIC Manager

Bertanggungjawab atas pengendalian, mengkoordinasi secara langsung aktivitas pergudangan serta mengarahkan fungsi-fungsi yang ada di bawah PPIC agar sejalan dengan kebijaksanaan perusahaan

f. Ware House Manager

Bertanggungjawab atas pengendalian, mengkoordinasikan secara langsung atas perencanaan umum untuk kebutuhan ruang gudang serta memonitor keluar masuknya barang/produk.

## 4.2. Isi dan Pembahasan

### 4.2.1. Penerapan Cost, Volume dan Profit pada PT Mustika Ratu.

Klasifikasi biaya pada perusahaan sangatlah penting dilakukan sebelum melakukan analisis cost-volume-profit untuk memperoleh hasil perhitungan yang tepat dan akurat. Seperti yang diketahui bahwa analisis cost- volume profit sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu harga jual, volume penjualan, serta biaya yang digolongkan menurut tingkat aktivitasnya. Dalam pengaplikasian analisis cost-volume-profit diperlukan klasifikasi biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

#### 1. Biaya Tetap

Biaya tetap yaitu biaya yang selalu tetap secara keseluruhan tanpa terpengaruh oleh tingkat aktivitas.

#### 2. Biaya Variabel

Biaya variable adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas.

#### 3. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel juga dapat disebut biaya campuran adalah biaya yang memperlihatkan baik karakteristik- karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel.

Tabel 4.  
Biaya Tetap dan Biaya Variabel  
PT. Mustika Ratu.

Tahun	Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel
2011	Bahan Baku Yang Digunakan		97.040.504.526
	Upah Buruh Langsung		19.719.351.227
	Beban Pabrikasi	62.045.436.365	
	<b>Jumlah</b>	<b>62.045.436.365</b>	<b>116.759.855.753</b>
2012	Bahan Baku Yang Digunakan		109.134.442.688
	Upah Buruh Langsung		22.176.929.282
	Beban Pabrikasi	69.778.018.489	
	<b>Jumlah</b>	<b>69.778.018.489</b>	<b>131.311.371.969</b>
2013	Bahan Baku Yang Digunakan		110.680.700.903
	Upah Buruh Langsung		22.491.140.435
	Beban Pabrikasi	70.766.659.945	
	<b>Jumlah</b>	<b>70.766.659.945</b>	<b>133.171.841.338</b>
2014	Bahan Baku Yang Digunakan		101.895.074.388
	Upah Buruh Langsung		20.705.835.877
	Beban Pabrikasi	65.149.335.164	
	<b>JUMLAH</b>	<b>65.149.335.164</b>	<b>122.600.910.265</b>

Berdasarkan tabel 4 di atas menunjukkan bahwa total biaya tetap PT. Mustika Ratu untuk tahun 2011 sebesar Rp 62.045.436.365 dan serta 2012 sebesar Rp 69.778.018.489 lalu tahun 2013 sebesar Rp 70.766.659.945 kemudian untuk tahun 2014 sebesar Rp 65.149.335.164.

#### 4.2.2. Perencanaan dan pencapaian laba pada PT Mustika Ratu.

Salah satu tujuan pendirian perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Hal ini merupakan tugas manajemen untuk mencapai laba yang diinginkan yaitu dengan menyusun perencanaan laba agar semua sumber daya yang ada dalam perusahaan dapat diarahkan secara terorganisir dan terkendali. Perencanaan merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Pada dasarnya perencanaan itu merupakan fungsi manajemen yang berhubungan

dengan pemilihan berbagai alternatif tindakan dan perumusan kebijakan. Suatu perencanaan bisa terealisasi apabila manajemen berhasil dalam menjalankan perusahaan yang diukur dengan besarnya laba (*profitability*).

Perencanaan laba dilakukan dan dimiliki oleh setiap perusahaan sebagai acuan dalam kegiatannya untuk mencapai tujuan perusahaan, yang selanjutnya ditujukan untuk sasaran akhir perusahaan dan bermanfaat sebagai pedoman untuk mempertahankan arah kegiatan yang pasti. Dalam perencanaan laba, harus mempertimbangkan unsur yang mempengaruhi laba yaitu pendapatan dan biaya dalam suatu periode. Menurut Kuswadi hal.17 “Secara sederhana, laba atau rugi adalah pendapatan dikurangi seluruh beban/biaya yang telah dikeluarkan, sebagaimana terlihat dalam persamaan laba rugi dibawah ini”  $PENDAPATAN - BEBAN/BIAYA = LABA (RUGI)$ .

Tabel 5.  
Penjualan (Unit), Harga Jual per Unit dan Penjualan  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2014

Keterangan	Tahun			
	2011	2012	2013	2014
Penjualan (unit)	23.900.929	26.925.785	21.066.326	25.573.359
Harga jual per unit	17.000	17.017	19.196	17.000
Penjualan	406.315.784.681	458.197.338.824	404.380.650.242	434.747.101.600

(Sumber : Laporan Keuangan PT Mustika Ratu, Tbk 2015)

Berdasarkan tabel 4 di atas menggambarkan bahwa tingkat penjualan PT. Mustika Ratu, Tbk mengalami fluktuasi dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014. Pada tahun 2011 penjualan berada pada tingkat Rp 406.315.784.681. Tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar Rp. 458.197.338.824. Pada tahun 2013 mengalami penurunan

menjadi sebesar Rp. 404.380.650.242 dan pada tahun 2014 penjualan perusahaan mengalami peningkatan kembali menjadi sebesar Rp. 434.747.101.600.

Tabel 6.  
Target dan Realisasi Penjualan Per Unit  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2014

Tahun	Penjualan (Unit)		Selisih
	Target	Realisasi	
2011	27.436.811	23.900.929	(3.535.882)
2012	29.329.765	26.925.785	(2.403.980)
2013	29.381.208	21.066.326	(8.314.882)
2014	31.520.133	25.573.359	(5.946.774)

(Sumber : Laporan Keuangan PT Mustika Ratu, Tbk 2015)

Berdasarkan tabel di atas, terjadi selisih antara target penjualan per unit dengan realisasi penjualan dari masing-masing tahunnya. Dari nilai penjualan per unit tersebut, berikut disajikan nilai dari target dan realisasi penjualan secara keseluruhan.

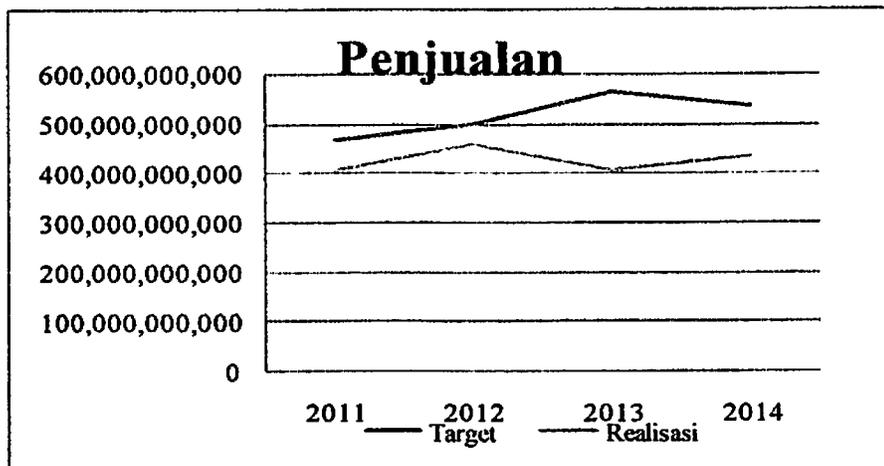
Tabel 7.  
Target dan Realisasi Penjualan  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2014

Tahun	Penjualan		Selisih
	Target	Realisasi	
2011	466.425.784.118	406.315.784.681	(60.109.999.437)
2012	499.105.972.824	458.197.338.824	(40.908.634.000)
2013	563.989.749.291	404.380.650.242	(159.609.099.049)
2014	535.842.264.160	434.747.101.600	(101.095.162.560)

(Sumber : Laporan Keuangan PT Mustika Ratu, Tbk 2015)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa perencanaan penjualan yang ditargetkan PT Mustika Ratu Tbk, tidak sebanding dengan realisasi yang dicapai perusahaan. Pada tabel tersebut terlihat jelas bahwa rencana penjualan di PT Mustika Ratu Tbk pada setiap tahunnya mengalami peningkatan dibanding tahun-tahun sebelumnya.

Namun, realisasi penjualan PT Mustika Ratu tidak mencapai target yang dianggarkan, meskipun mengalami peningkatan pula dari setiap tahunnya kecuali tahun 2013 yang mengalami penurunan nilai penjualan sebesar Rp 53.816.688.582 yang merupakan penurunan tertinggi dari penjualan masing-masing tahun.



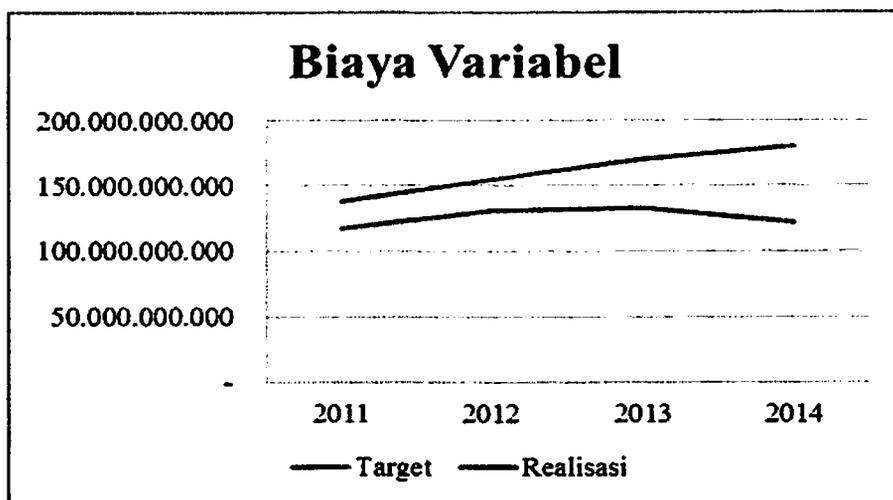
Gambar 4.  
Grafik Target dan Realisasi Penjualan  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2014

Berdasarkan tabel dan grafik di atas menunjukkan bahwa realisasi penjualan PT. Mustika Ratu, Tbk tahun 2011-2014 tidak mencapai target yang diharapkan oleh perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari selisih angka target penjualan dan realisasi penjualan pada periode 2011-2014. Selisih tersebut terjadi dikarenakan beberapa faktor dalam perusahaan seperti kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, dan organisasi perusahaan.

**Tabel 8.**  
**Target dan Realisasi Biaya Variabel**  
**PT. Mustika Ratu, Tbk**  
**Tahun 2011-2104**

Tahun	Biaya Variabel		Selisih
	Target	Realisasi	
2011	138.183.963.188	116.759.855.753	(21.424.107.435)
2012	155.067.195.864	131.311.371.969	(23.755.823.895)
2013	170.173.347.753	133.171.841.338	(37.001.506.416)
2014	179.749.658.245	122.600.910.265	(57.148.747.980)

(Sumber : Laporan Keuangan PT Mustika Ratu, Tbk 2015)



**Gambar 5.**  
**Grafik Target dan Realisasi Biaya Variabel**  
**PT. Mustika Ratu, Tbk**  
**Tahun 2011-2014**

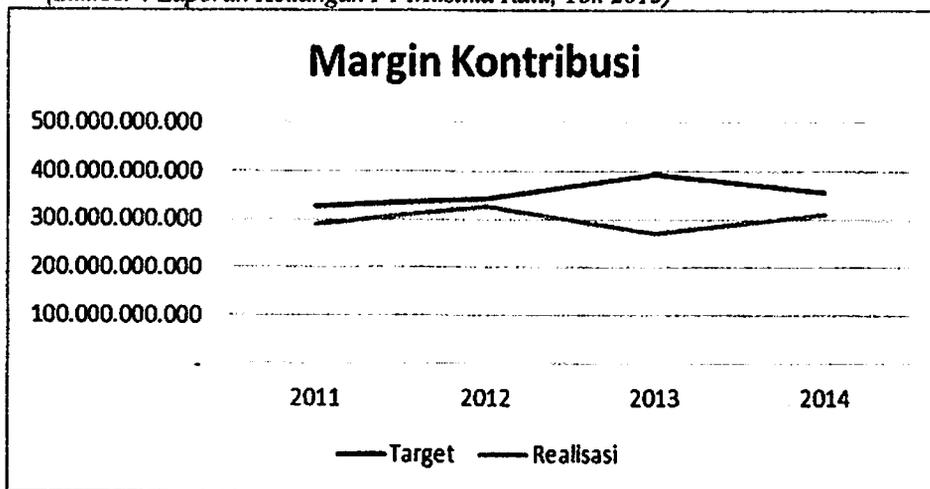
Berdasarkan tabel dan grafik di atas menunjukkan bahwa realisasi biaya variabel PT. Mustika Ratu, Tbk tahun 2011-2014 dimana realisasinya lebih kecil dari target perusahaan. Hal ini menggambarkan perusahaan sangat mengoptimalkan dan meminimalisir biaya yang akan dikeluarkan setiap periodenya bagi operasional atau manajemen perusahaan. Akan tetapi, hal ini tidak seimbang atau tidak sesuai dengan pencapaian penjualan perusahaan

periode 2011-2014. Perusahaan harus lebih memperhatikan pencapaian penjualan dengan biaya yang dikeluarkan.

Tabel 9.  
Target dan Realisasi Margin Kontribusi  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2104

Tahun	Margin Kontribusi		Selisih
	Target	Realisasi	
2011	328.241.820.930	289.555.928.928	(421.412.654.213)
2012	344.038.776.960	326.885.966.855	(453.297.402.238)
2013	393.816.401.538	271.208.808.904	(339.290.331.239)
2014	356.092.605.915	312.146.191.335	(422.277.858.649)

(Sumber : Laporan Keuangan PT Mustika Ratu, Tbk 2015)



Gambar 6.  
Grafik Target dan Realisasi Margin Kontribusi  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2014

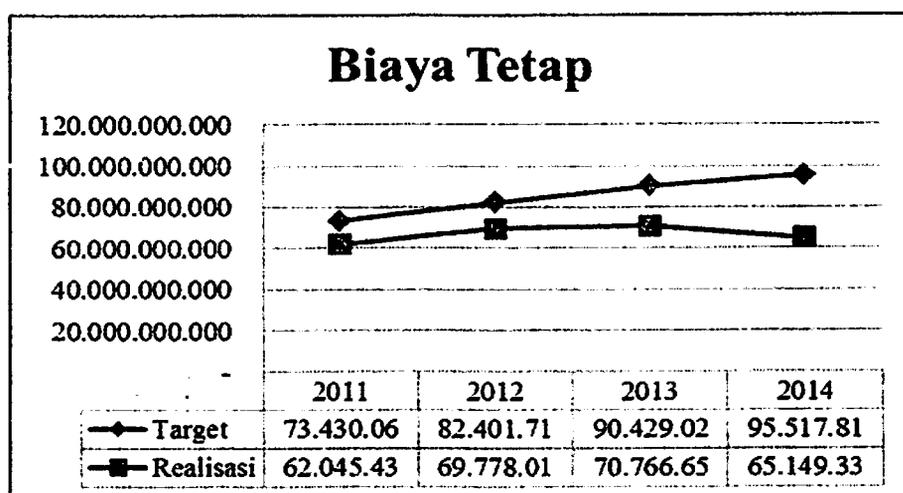
Berdasarkan tabel dan grafik di atas menunjukkan bahwa Margin Kontribusi kurang diharapkan oleh perusahaan, dimana realisasinya tidak satu tahun pun mencapai target yang diharapkan. Dalam hal ini margin kontribusi sangat menjadi ukuran kinerja PT. Mustika Ratu, Tbk karena dalam merencanakan laba yang baik, penjualan perusahaan harus lebih maksimal namun kenyataannya

bahwa penjualan PT. Mustika Ratu, Tbk tidak sesuai yang diharapkan atau tidak mencapai target.

Tabel 10.  
Target dan Realisasi Biaya Tetap  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2104

Tahun	Biaya Tetap		Selisih
	Target	Realisasi	
2011	73.430.069.259	62.045.436.365	(11.384.632.894)
2012	82.401.710.513	69.778.018.489	(12.623.692.024)
2013	90.429.022.466	70.766.659.945	(19.662.362.521)
2014	95.517.812.268	65.149.335.164	(30.368.477.104)

(Sumber : Laporan Keuangan PT Mustika Ratu, Tbk 2015)



Gambar 7.  
Grafik Target dan Realisasi Biaya Tetap  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2014

Berdasarkan tabel dan grafik di atas menunjukkan bahwa realisasi biaya tetap PT. Mustika Ratu, Tbk tahun 2011-2014 dimana realisasinya lebih kecil dari target perusahaan. Dalam teorinya bahwa biaya tetap merupakan biaya yang tidak bisa berubah-ubah atau di pengaruhi oleh faktor lain, akan tetapi banyak faktor juga yang dapat mempengaruhinya seperti kondisi internal perusahaan, siklus ekonomi global, kondisi pasar dan lainnya. Akan tetapi, perusahaan akan

berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan laba sesuai dengan tergetnya setiap periode.

#### 4.2.3. Pengaruh penerapan Cost, Volume dan Profit dalam perencanaan laba demi meningkatkan profitabilitas pada PT. Mustika Ratu.

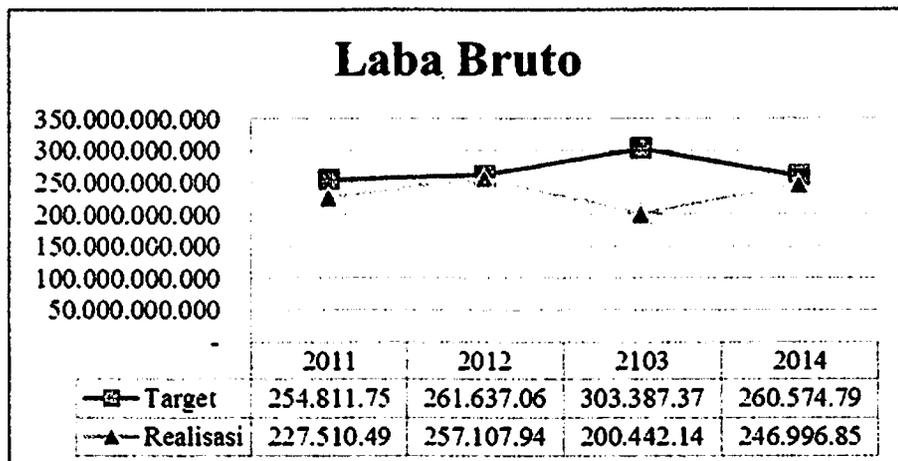
Analisis biaya, volume dan laba adalah analisis yang berkaitan dengan penentuan volume penjualan dan komposisi produk untuk mencapai laba yang optimal yang diinginkan. Analisis biaya, volume, dan laba menghendaki adanya pemisahan biaya berdasarkan perilakunya. Biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan sesuai perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan kegiatan atau aktifitas perusahaan. Dalam analisis ini penulis menggunakan metode *Total Cost* yang terdiri dari 2 golongan biaya yaitu *Fixed Cost* (Biaya Tetap) dan *Variable Cost* (Biaya Variabel).

Adapun perencanaan laba PT Mustika Ratu, Tbk. Periode 2011-2014 sebagai berikut :

Tabel 11.  
Target dan Realisasi Laba  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2104

Tahun	Laba		Selisih
	Target	Realisasi	
2011	254.811.751.671	227.510.492.563	(27.301.259.108)
2012	261.637.066.447	257.107.948.366	(4.529.118.081)
2013	303.387.379.072	200.442.148.959	(102.945.230.113)
2014	260.574.793.647	246.996.856.171	(13.577.937.476)

(Sumber : Laporan Keuangan PT Mustika Ratu, Tbk 2015)



Grafik Gambar 8.  
Grafik Target dan Realisasi Laba  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2014

Berdasarkan tabel dan grafik di atas menunjukkan bahwa laba kotor PT. Mustika Ratu, Tbk pada tahun 2011 sampai dengan 2012 mengalami peningkatan, namun pada tahun 2013 mengalami penurunan, hal tersebut dikarenakan realisasi laba pada tahun 2013 tidak mencapai target yang dianggarkan. Meskipun realisasi laba perusahaan tidak ada yang mencapai target namun perusahaan masih memperoleh laba. Realisasi laba diatas menunjukkan bahwa, pada tahun 2013 merupakan penurunan laba yang paling besar diantara tahun-tahun sebelumnya, hal ini dikarenakan kapasitas penjualan perusahaan yang mengalami penurunan atau tidak tercapainya target yang ditetapkan.

Berikut disajikan tabel laba kontribusi PT Mustika Ratu, Tbk periode tahun 2011 smpai dengan 2014:

Tabel 12.  
Laporan Laba Kontribusi  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2104

	2011	2012	2013	2014
Penjualan	406.315.784.681	458.197.338.824	404.380.650.242	434.747.101.600
Biaya Variabel	(116.759.855.753)	(131.311.371.969)	(133.171.841.338)	(122.600.910.265)
Margin Kontribusi	289.555.928.928	326.885.966.855	271.208.808.904	312.146.191.335
Biaya Tetap	( 62.045.436.365)	( 69.778.018.489)	(70.766.659.945)	(65.149.335.164)
Laba (Rugi)	227.510.492.563	257.107.948.366	200.442.148.959	246.996.856.171

Berdasarkan data-data di atas, dapat dihitung kontribusi margin dan laba (rugi) sebagai berikut:

#### Analisis Contribution Margin Ratio

Rumus Analisi Contribution Margin Ratio

$$CMR = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Contribution Margin Ratio tahun 2011.

$$CMR = \frac{289.555.928.928}{406.315.784.681} \times 100\% = 71,26\%$$

Contribution Margin Ratio untuk tahun 2012.

$$CMR = \frac{326.885.966.855}{458.197.338.824} \times 100\% = 71,34\%$$

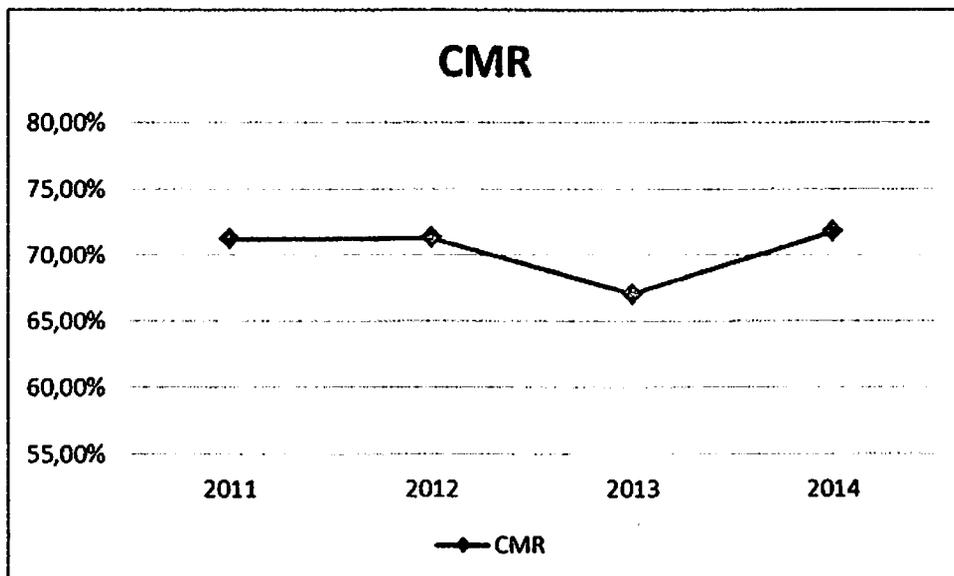
Contribution Margin Ratio untuk tahun 2013.

$$CMR = \frac{271.208.808.904}{404.380.650.242} \times 100\% = 67,07\%$$

Contribution Margin Ratio untuk tahun 2014.

$$CMR = \frac{312.146.191.335}{434.747.101.600} \times 100\% = 71,80\%$$

Hasil perhitungan *contribution margin* menunjukkan persentase pendapatan yang diperoleh perusahaan untuk menutupi biaya tetap. *Ratio contribution margin* (RCM) sangat penting dalam menentukan kebijakan bisnis, karena menunjukkan bagaimana *contribution margin* akan dipengaruhi oleh total penjualan.



Gambar 9.  
Grafik *Contribution of Margin Ratio*  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2014

Berdasarkan grafik tersebut, *contribution margin ratio* perusahaan mengalami fluktuasi pada tahun 2011 *contribution margin ratio* perusahaan adalah sebesar 71,26% tahun 2012 sebesar 71,34% tahun 2013 sebesar 67,07% dan pada tahun 2014 sebesar 71,80% Hal ini berdampak pada peningkatan laba yang diperoleh perusahaan, pada tahun 2011 perusahaan memperoleh laba sebesar Rp 227.510.492.563, tahun 2012 sebesar Rp 257.107.948.366, tahun 2013 laba perusahaan mengalami kerugian sebesar Rp 200.442.148.959, dan tahun 2014 sebesar Rp 246.996.856.171, Karena *contribution margin* sangat

berpengaruh dengan berapa pendapatan yang diterima setiap triwulannya sehingga berakibat pula pada laba operasi yang diterima. Namun dengan selisih ketidakstabilan penjualan menghasilkan *contribution margin* yang dapat menutupi biaya tetap, sehingga masih mendapatkan laba.

Titik Impas pada PT. Mustika Ratu, Tbk dapat dihitung dengan rumus :

#### Analisis Break Even Point

Rumus Analisis Break Even Point (Rp)

$$BEP (Rp) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{CMR}$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus BEP (Rp) di atas, dapat diketahui jumlah BEP dari tahun-tahun berikutnya sebagai berikut :

#### Analisis Break Even Point tahun 2011

$$BEP(Rp) = \frac{62.045.436.365}{71,26\%} = 87.064.493.053$$

#### Analisis Break Even Point tahun 2012

$$BEP (Rp) = \frac{69.778.018 .489}{71,26\%} = 97.808.121 .553$$

#### Analisis Break Even Point tahun 2013

$$BEP(Rp) = \frac{70.766.659.945}{67,07\%} = 105.515.259.920$$

#### Analisis Break Even Point tahun 2014

$$BEP(Rp) = \frac{65.149.335.164}{71,80\%} = 90.737.883.146$$

Jika perusahaan mampu memperoleh pendapatan penjualan di atas impas, perusahaan baru dapat menghasilkan laba. Semakin rendah impas berarti semakin besar kemungkinan perusahaan memperoleh kesempatan untuk mendapatkan laba. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, disajikan tabel BEP (Rp) sebagai berikut:

Tabel 13.  
BEP (Rp)  
PT. Mustika Ratu, Tbk  
Tahun 2011-2014

	2011	2012	2013	2014
Biaya Tetap	62.045.436.365	69.778.018.489	70.766.659.945	65.149.335.164
CMR	71,26%	71,34%	67,07%	71,80%
BEP (Rp)	87.064.493.053	97.808.121.553	105.515.259.920	90.737.883.146

Sumber : PT Mustika Ratu Tbk (diolah penulis)

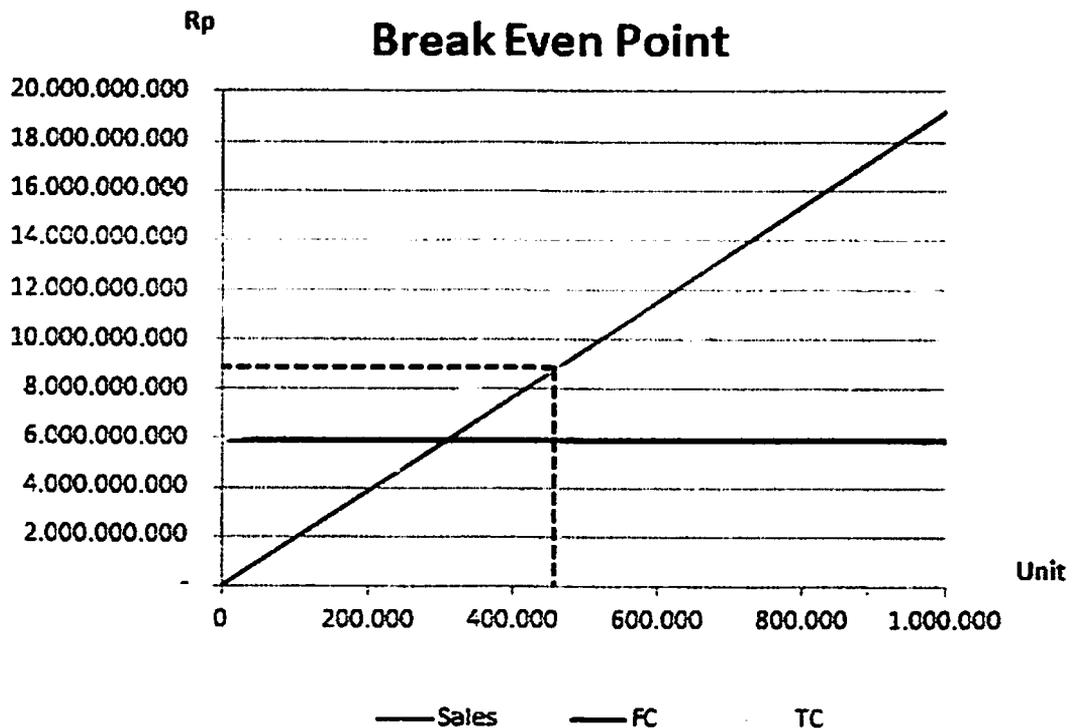
Dari perhitungan BEP tersebut, diketahui bahwa pada tahun 2011 perusahaan mencapai titik impas pada tingkat penjualan sebesar Rp 87.064.493.053,-. Pada tahun 2012 perusahaan dapat meningkatkan penjualan sebesar Rp 97.808.121.553,-. Pada tahun 2013 perusahaan mencapai titik impas pada tingkat penjualan sebesar Rp 105.515.259.920,-. Tahun 2014 perusahaan dapat meningkatkan proporsi penjualan sebesar Rp 90.737.883.146,-.

Tabel 14.  
Perbandingan BEP  
PT Mustika Ratu, Tbk  
2011 - 2014

	2011	2012	2013	2014
Penjualan	406.315.784.681	458.197.338.824	404.380.650.242	434.747.101.600
Biaya Variabel	116.759.855.753	131.311.371.969	133.171.841.338	22.600.910.265
Margin Kontribusi	326.885.966.855	271.208.808.904	312.146.191.335	326.885.966.855
Biaya Tetap	62.045.436.365	69.778.018.489	70.766.659.945	65.149.335.164
Laba (Rugi)	227.510.492.563	257.107.948.366	200.442.148.959	246.996.856.171
BEP (Rp)	87.064.493.053	97.808.121.553	105.515.259.920	90.737.883.146
CMR	71,26%	71,34%	67,07%	71,80%

Dalam analisis *break even point* PT. Mustika Ratu, tingkat penjualan yang dicapai perusahaan pada tahun 2013 berada pada posisi yang tidak jauh dari titik impas yaitu sebesar 26% dari penjualan. Sehingga tahun 2013 tersebut merupakan tingkat penjualan yang beresiko menurunkan laba perusahaan yang tidak mencapai tingkat penjualan yang optimal, hal tersebut dikarenakan besarnya realisasi biaya variabel tetap dan rendahnya tingkat penjualan. Hal tersebut mengakibatkan perusahaan memperoleh laba yang optimal karena terlalu besarnya biaya dan rendahnya penjualan yang dicapai yang terjadi di tahun tersebut.

Berikut disajikan grafik *Break Even Point* PT Mustika ratu, Tbk pada tahun 2013:



Gambar 10.  
 Grafik *Break Event Point*  
 PT. Mustika Ratu, Tbk  
 Tahun 2011-2014

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa BEP terjadi pada tingkat penjualan unit sebesar 432.863 unit yang dapat dibuktikan dengan perhitungan rumus BEP (Unit) sebagai berikut :

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM per unit}}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{5.897.221.662}{13.624} = 432.863 \text{ unit}$$

Titik Impas memberikan informasi tingkat penjualan suatu usaha yang labanya sama dengan nol. Paramater ini memberikan informasi kepada manajemen, dari jumlah target pendapatan penjualan yang dianggarkan, berapa pendapatan penjualan minimum yang harus dicapai agar usaha perusahaan tidak mengalami kerugian.

### ***Analisis Margin of Safety***

Rumus Analisis Margin Of safety

$$MS(Rp) = \text{Penjualan Aktual} - \text{Penjualan BEP}$$

$$MS(\%) = \frac{\text{Penj. Aktual} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan Aktual}}$$

Analisis Margin Of safety tahun 2011

$$MS(Rp) = 406.315.784.681 - 87.064.493.053 = 319.251.291.628$$

$$MS(\%) = \frac{319.251.291.628}{406.315.784.681} = 78,57\%$$

Analisis Margin Of safety tahun 2012

$$MS(Rp) = 458.197.338.824 - 97.808.121.553 = 360.389.217.271$$

$$MS(\%) = \frac{360.389.217.271}{458.197.338.824} = 78,65\%$$

Analisis Margin Of safety tahun 2013

$$MS(Rp) = 404.380.650.242 - 105.515.259.920 = 298.865.390.322$$

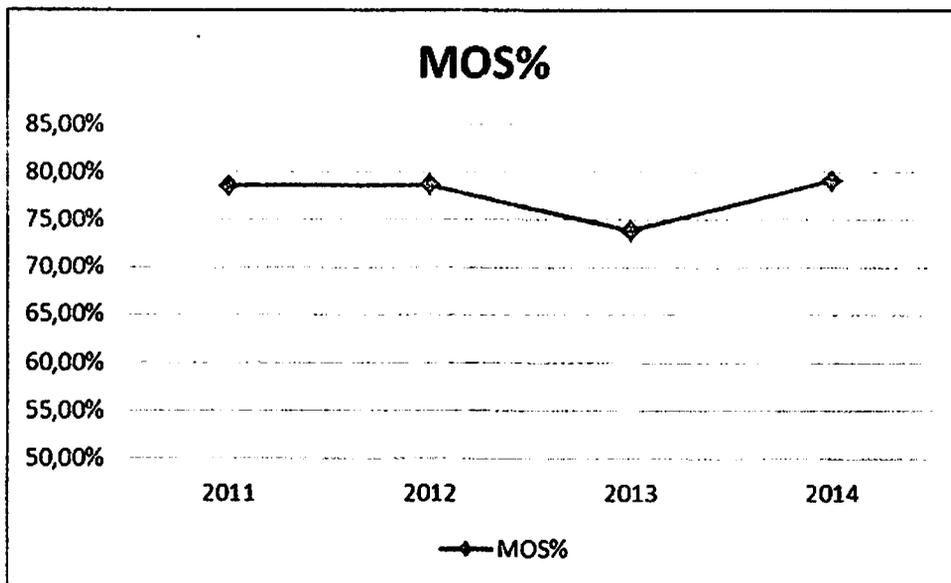
$$MS(\%) = \frac{298.865.390.322}{404.380.650.242} = 73,91\%$$

Analisis Margin Of safety tahun 2014

$$MS(Rp) = 434.747.101.600 - 90.737.883.146 = 344.009.218.454$$

$$MS(\%) = \frac{344.009.218.454}{434.747.101.600} = 79,13\%$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus MS di atas, dapat diketahui MS dari tahun-tahun berikutnya, berikut disajikan grafik pertumbuhan *Margin of Safety* yaitu sebagai berikut :



Gambar 11.  
 Grafik *Margin Of Safety*  
 PT. Mustika Ratu, Tbk  
 Tahun 2011-2014

Semakin besar *margin of safety* semakin besar kesempatan perusahaan memperoleh laba, semakin kecil *margin of safety* semakin rawan perusahaan terhadap penurunan target pendapatan penjualan. Angka *margin of safety* ini memberikan informasi berapa maksimum dari volume penjualan yang direncanakan tersebut boleh turun, agar perusahaan tidak menderita rugi atau dengan kata lain angka *margin of safety* memberikan petunjuk jumlah maksimum penurunan volume penjualan yang direncanakan, yang tidak mengakibatkan kerugian.

Penjelasan di atas memberikan gambaran bahwa secara garis besar tingkat perencanaan laba pada PT Mustika Ratu, Tbk mengalami peningkatan dari tahun 2011 - 2014. *Margin Of Safety* PT Mustika Ratu, Tbk mengalami peningkatan setiap tahunnya, kecuali pada tahun 2013 *Margin Of Safety* perusahaan turun sebesar 73,91%.

Penurunan tingkat *Margin Of Safety* yang terjadi pada PT Mustika Ratu, Tbk tersebut masih dalam batas yang dapat ditangani oleh perusahaan, maksudnya yaitu total biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan dalam setiap proses produksinya berada dalam tingkat yang lebih rendah dibandingkan dengan tingkat volume penjualan, sehingga perusahaan masih dapat merealisasikan laba.

Analisis *Cost-Volume-Profit* dengan menggunakan beberapa dasar-dasar analisis yaitu *contribution margin*, *break even point*, *margin of safety* perlu kita terapkan pada PT. Mustika Ratu dan dapat kita simpulkan beberapa gabungan teori dan hasil perhitungan bahwa peranan perilaku biaya yang terjadi di PT. Mustika Ratu selama kurun waktu 4 tahun tersebut sangat berhubungan dan bermanfaat untuk perencanaan laba yang akan terjadi ditahun selanjutnya. Pada klasifikasi biaya dengan menggunakan metode *least-square* dapat memberikan kemudahan kepada PT. Mustika Ratu dalam pengelompokkan perilaku biaya yang terjadi setiap tahunnya. Hal ini juga di dukung oleh Jamiyla Indriyana S (2012:97) bahwa analisis biaya, volume dan laba menghendaki adanya pemisahan biaya berdasarkan perilakunya.

Biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan sesuai perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan kegiatan atau aktifitas perusahaan. Dengan kata lain pengelompokkan biaya dalam perusahaan harus diterapkan pada manajemen PT. Mustika Ratu. Dengan perhitungan tersebut perusahaan dapat dengan mudah untuk memberikan keputusan yang tepat untuk penjualan setiap

tahunnya, sehingga dapat memberikan laba yang stabil setiap tahunnya dan sesuai target yang telah direncanakan sebelumnya.

Dengan adanya penjelasan di atas sudah dapat dipastikan bahwa penerapan *cost-volume-profit* pada PT. Mustika Ratu akan memberikan kemudahan seperti halnya efektif dan efisien untuk membuat perencanaan laba agar target laba untuk tahun berikutnya tercapai. Oleh karena itu kita menyarankan untuk dapat menerapkan analisis *cost volume-profit* pada PT. Mustika Ratu untuk penjualan di tahun selanjutnya.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Penerapan Cost, Volume dan Profit pada PT Mustika Ratu yaitu sebagai berikut:
  - a. Total biaya tetap PT. Mustika Ratu Tbk untuk tahun 2011 sebesar Rp 62.045.436.365 dan 2012 sebesar Rp 69.778.018.489 lalu tahun 2013 sebesar Rp 70.766.659.945 kemudian untuk tahun 2014 sebesar Rp 65.149.335.164.
  - b. Total biaya variabel PT. Mustika Ratu Tbk untuk tahun 2011 sebesar Rp 116.759.855.753 dan 2012 sebesar Rp 131.311.371.969 lalu tahun 2013 sebesar Rp 133.171.841.338 kemudian untuk tahun 2014 sebesar Rp 122.600.910.265.
  - c. Total realisasi laba PT. Mustika Ratu Tbk untuk tahun 2011 sebesar Rp 227.510.492.563 dan 2012 sebesar Rp 257.107.948.366 lalu tahun 2013 sebesar Rp 200.442.148.959 kemudian untuk tahun 2014 sebesar Rp 246.996.856.171.
2. Perencanaan laba pada PT Mustika Ratu yaitu pada tahun 2011 sebesar Rp 254.811.751.671, namun perusahaan memperoleh realisasi laba hanya 89,29% yaitu sebesar Rp 227.510.492.563. Tahun 2012 pencapaian laba sebesar Rp 257.107.948.366 yaitu 98,27% dari

rencana. Sedangkan tahun 2013 pencapaian laba perusahaan sebesar Rp 200.442.148.959, yaitu 66,07% dari rencana yang merupakan perolehan laba yang paling kecil dibandingkan tahun-tahun sebelumnya dan pada tahun 2014 perolehan laba perusahaan kembali meningkat menjadi sebesar Rp 246.996.856.171.

3. Penerapan Cost, Volume dan Profit dalam perencanaan laba dalam meningkatkan profitabilitas pada PT Mustika Ratu yaitu sebagai berikut:

a. Pada tahun 2011 *contribution margin ratio* perusahaan adalah sebesar 71,26% tahun 2012 sebesar 71,34% tahun 2013 sebesar 67,07% dan pada tahun 2014 sebesar 71,80%.

b. Pada tahun 2011 perusahaan mencapai titik impas pada tingkat penjualan sebesar Rp 87.064.493.053. Pada tahun 2012 perusahaan dapat meningkatkan penjualan sebesar Rp 97.808.121.553. Pada tahun 2013 perusahaan mencapai titik impas pada tingkat penjualan sebesar Rp 105.515.259.920. Serta tahun 2014 perusahaan dapat meningkatkan proporsi penjualan dan memperoleh titik impas sebesar Rp 90.737.883.146,-.

c. Analisis *Margin of Safety* tahun 2011 sebesar 71,26%, tahun 2012 sebesar 71,34%, tahun 2013 sebesar 67,07% dan pada tahun 2014 sebesar 71,80%.

## **5.2. Saran**

Dari kesimpulan diatas tadi maka penulis mencoba untuk memberikan saran agar kondisi keuangan dapat terus membaik dan dapat ditingkatkan, maka penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut :

1. Meningkatkan penjualan agar pendapatan arus kas dari aktivitas operasi dapat terus bertambah atau meningkat, sehingga dapat mencapai profit perusahaan.
2. Dalam menerapkan analisis cost volume profit sebagai alat kendali produksi dan penjualan sehingga perusahaan dapat memelihara labanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono. 2008. *Manajemen Keuangan (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: BPFE
- Agus Harjito., Martono. 2012. *Manajemen Keuangan*. Edisi 2. Ekonisia. Yogyakarta
- Ardiyos. 2008. *Kamus Besar Akuntansi*. Jakarta : Citra Harta Firma
- Atkinson, Anthony A, Robert S. Kaplan, Ella Mae Matsumura, S. Mark Young. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : PT Indeks.
- Bustami, Bastian., Nurlela. *Akuntansi Biaya*. 2012. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Blocher, Chen, Lin diterjemahkan oleh Hendrawati 2007. *Manajemen Biaya*, Salemba Empat, McGraw Hill Companies Inc.
- Brigham, and Houston alih Bahasa oleh Ali Akbar Yulianto. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh, Salemba Empat, Jakarta.
- Carter, William K. Milton F. Usry. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi 13. Alih Bahasa Krista SE., AK. Jakarta : Salemba Empat.
- Charles T.Horngren., Walter T.Harison Jr. 2007. *Akuntansi Jilid 1*. Edisi 7. Jakarta : Erlangga
- Chr. Jimmy L.Gaol. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta : Grasindo
- Dian Wijayanto. 2012. *Pengantar Manajemen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Horngren, Charles T. Srikant M. Datar. George Foster. 2008. *Akuntansi Biaya : Penekanan Manajerial*. Alih Bahasa. Desi Adhariani. Jakarta : PT Indeks
- Nasution, Arman Hakim., Yudha Prasetyawan. 2008. *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- LM, Samryn. 2010. *Akuntansi Biaya* . Yogyakarta : BPFE
- Mulyadi. 2008. *Akuntansi Manajmen*. Edisi 3, Jakarta : Salemba Empat.
- M. Nafarin. 2007. *Penganggaran Perusahaan*. Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat
- Praironegoro, Darsono., Ari Purwanti. 2008. *Akuntansi Manajemen Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- R.A. Supriyono. 2010. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan Buku 2 Edisi 2*. Yogyakarta. BPFE Yogyakarta.

- Sofyan Syahfri Harahap. 2010. *Teori Akuntansi Edisi Revisi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Stice, James D., Stice, E. Kay. & Skousen, K. Fred. 2009. *Akuntansi Intermediate*. Buku Satu Edisi 16. Jakarta Salemba Empat.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Susanto, Azhar. 2007. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung : Lingga Jaya
- Sutojo Siswanto. 2000. *Mengenal arti dan penggunaan neraca perusahaan*; Seri Manajemen. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Sutrisno. 2009 . *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Edisi pertama. Cetakan ketujuh, penerbit Ekonisia, Yogyakarta



# mustika ratu

PUSAKA INDONESIA

PT. Mustika Ratu Tbk.  
Head Office:  
Graha Mustika Ratu, Penthouse Floor  
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 74-75  
Jakarta 12870

T +6221 830 6754 (hunting)  
F +6221 8370 6085

Factory / Sales Center:  
Jl. Raya Bogor Km. 26,4  
Ciracas, Pasar Rebo  
Jakarta Timur 13740

T +6221 871 1291 (hunting)

## SURAT KETERANGAN

Nomor : 005 /MR/HRD/P/Rst/1/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini ,menerangkan bahwa nama :

Nama : Muhamad Taufik Hidayat  
Npm / Jurusan : 022109138 / Akuntansi  
Akademi / Univ. : Universitas Pakuan  
Semester : Akhir  
Judul : Analisis Cost Volume Profit Dalam Perencanaan Laba Demi  
Meningkatkan Profitabilitas Pada PT. Mustika Ratu, Tbk.

Nama tersebut di atas telah melakukan Riset / Observasi selama bulan Januari s/d Pebruari 2016 di PT. Mustika Ratu, Tbk.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 Januari 2016

  
Sahiran



Cc : File  
(c:\Riset\SK\_Riset)

