

**Penerapan *Cost, Volume and Profit Analysis*
Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba
Pada Pabrik Paving Wahyu Agung**

Fena Ulfa Aulia

Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Pamekasan

fenauaulia@gmail.com

Abstrak: Orientasi perusahaan *profit oriented* adalah pencapaian laba maksimum yang diinginkan. Laba maksimum yang diinginkan perusahaan tidak akan mudah tercapai tanpa adanya perencanaan laba. Adanya perencanaan laba dapat membantu perusahaan untuk mengetahui jumlah penjualan yang harus terpenuhi agar target laba tercapai. Salah satu alat bantu dalam perencanaan laba adalah analisis biaya, volume, laba. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang dilakukan di perusahaan pabrik paving WAHYU AGUNG yang bergerak di bidang industri paving yang berlokasi di Desa Teja Barat Dusun Tengah Kabupaten Pamekasan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung dan wawancara. Teknik analisa penelitian ini terdiri dari empat langkah yaitu mengetahui rasio margin kontribusi, menentukan *break event point* perusahaan, menentukan laba yang akan dicapai pada periode selanjutnya serta menghitung *margin of safety* perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat rasio margin kontribusi sebesar 38,12%. *Break Event Point* pabrik paving WAHYU AGUNG sebesar Rp 32.124.941,71 atau 1.647 unit/ 33 meter paving. Target laba yang ingin dicapai pada periode November 2017 sebesar 30% dari laba yang telah dicapai pada periode Oktober 2017 sehingga penjualan yang harus ditingkatkan sebanyak 1.829,46 unit/ 33 meter paving dari tingkat penjualan Oktober 2017 dengan *margin of safety* sebesar 21,55%.

Kata Kunci: cost; volume; profit analysis; perencanaan laba.

Abstract: The orientation of the profit-oriented company is the desired maximum profit achievement. Maximum profit desired by the company will not be easy to achieve without any profit planning. The existence of profit planning can help the company to know the amount of sales that must be met in order to achieve profit targets. One of the tools in profit planning is Cost

Volume Profit Analysis. This research is a quantitative descriptive research conducted at WAHYU AGUNG paving factory which is engaged in paving industry located in Teja Barat Village, Central Hamlet of Pamekasan Regency. The type of data used in this study is quantitative data obtained by conducting direct observation and interviews. The analysis technique of this research consists of four steps: to know the contribution margin ratio, to determine the break event point of the company, to determine the profit to be achieved in the next period and to calculate the margin of safety of the company. The results of this study indicate that there is a contribution margin ratio of 38.12%. Break Event Point paving factory WAHYU AGUNG Rp 32.124.941,71 or 1.647 units / 33 meters paving . The target of profit to be achieved in November 2017 is 30% of the profit achieved in October 2017 so that the sales to be increased by 1,829.46 units / 33 meters paving from the sales rate in October 2017 with a margin of safety of 21.55%.

Key Word: cost; volume; profit analysis; profit planning.

PENDAHULUAN

Perencanaan merupakan aktivitas yang penting dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Secara umum, tujuan dari perusahaan yang berorientasi laba adalah pencapaian laba pada titik maksimum yang diinginkan. Untuk mencapai titik laba maksimum yang diinginkan (target laba) diperlukan adanya perencanaan laba yang harus disusun dan dilakukan secara sistematis oleh perusahaan. Tanpa adanya perencanaan laba yang sistematis, target laba akan sulit dicapai.

Laba merupakan selisih antara pendapatan dan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan. Laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga jual produk, biaya dan volume penjualan¹. Biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk akan mempengaruhi harga jual produk, dan harga jual produk akan berdampak pada volume penjualan yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap tingkat laba perusahaan. Semakin besar biaya yang diserap oleh produk maka akan semakin tinggi harga pokok produksi dan harga jual yang ditetapkan. Harga jual produk yang tinggi pada umumnya akan menciptakan volume penjualan yang rendah

¹ Ana Nofitasari, "Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Perusahaan Pia Latief Kediri", (Skripsi, Universitas Nisantara PGRI Kediri, 2017), hlm. 5.

dengan adanya faktor daya beli. Untuk itu dalam perencanaan laba harus memperhatikan hubungan antara biaya, volume dan laba dengan menggunakan *Cost, Volume and Profit (CVP) analysis*.

Penggunaan CVP dapat memberikan informasi tentang jumlah penjualan yang harus dicapai perusahaan agar perusahaan berada dalam kondisi tidak mendapat laba dan tidak menderita kerugian². Setelah mengetahui titik impas penjualan yang harus dicapai, perusahaan juga harus dapat menentukan *margin of safety* (titik keamanan). *Margin of safety* merupakan kelebihan penjualan yang dianggarkan atau realisasi di atas titik impas³. *Margin of safety* dapat menunjukkan tingkat penurunan penjualan yang diisyaratkan sehingga sampai pada titik impas. Dengan mengetahui *margin of safety*, perusahaan dapat melakukan tindakan-tindakan strategi dan langkah-langkah operasional untuk bertahan agar penjualan tidak mengalami abrasi sampai melebihi *margin of safety* sehingga target laba dapat tercapai.

Pabrik paving Wahyu Agung merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur paving dan didirikan sejak tahun 2014. Sebagai pendatang baru di industri bahan bangunan, pabrik paving Wahyu Agung harus selalu berbenah demi kelangsungan hidup perusahaan dengan cara menciptakan laba maksimum yang diinginkan. Untuk itu perusahaan pabrik paving Wahyu Agung seharusnya dapat menentukan target laba yang akan dicapai baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Penjualan paving berdasarkan pesanan namun proses produksi dilakukan setiap hari merupakan suatu tantangan tersendiri bagi perusahaan Wahyu Agung untuk mencapai tingkat penjualan yang tinggi sehingga dibutuhkan alat perencanaan laba untuk mencapai target laba. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang penerapan perencanaan laba usaha pabrik paving Wahyu Agung dengan menggunakan analisis CVP dengan judul "Penerapan *Cost, Volume and Profit Analysis* Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Pabrik Paving Wahyu Agung".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti ini adalah deskriptif kuantitatif yang membahas tentang perencanaan laba dengan

² R. Radhika Widya Dirhotsaha, "Penerapan *Cost, Volume, Profit Analysis* Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba (Studi Pada PT. Industri Kemasan Semen Gresik)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.6, No.2, (Desember,2013), hlm. 2.

³ L.M. Samryn, *Akuntansi Manajemen Edisi Revisi*, (Jakarta: KENCANA, 2012), hlm. 181.

menggunakan CVP analysis sebagai alat bantu di perusahaan pabrik paving WAHYU AGUNG.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa data kuantitatif. Data tersebut diperoleh dari dalam perusahaan berupa data mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan dan tingkat penjualan dalam satu periode di perusahaan pabrik paving WAHYU AGUNG. Periode pengamatan ini dilakukan hanya untuk perencanaan laba pada bulan November 2017 karena keterbatasan penelitian

Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer, yaitu data diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung pada perusahaan serta melakukan proses wawancara secara langsung dengan pihak – pihak yang bersangkutan. Lokasi objek penelitian ini terletak di Desa Teja Barat Dusun Tengah Kabupaten Pamekasan.

Teknik analisa data yang digunakan untuk menentukan perencanaan laba dengan menggunakan CVP analysis antara lain: Menentukan rasio margin kontribusi, Menentukan BEP, Menentukan target laba/ laba yang ingin dicapai, dan Menghitung *margin of safety*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah Berdirinya Perusahaan

Pabrik paving WAHYU AGUNG merupakan pabrik yang berada di Desa Teja Barat Dusun Tengah Kabupaten Pamekasan, jenis paving yang diproduksi diantaranya paving merah, hijau, abu-abu, dan hitam.

Pemilik usaha paving ini menggeluti usaha paving sejak tahun 20 september 1978 dengan bekerja pada salah satu perusahaan paving Warna Agung di jalan Jungcangcang Kabupaten Pamekasan. Kemudian pemilik membuka usaha sendiri dikediamannya pada 13 Agustus 2014 dengan kemampuan yang sudah pemilik dapatkan selama bekerja di Warna Agung. Usaha pabrik paving WAHYU AGUNG berjalan dengan pesat dan sudah dikenal di seluruh pamekasan karena jenis produk yang dihasilkan terbilang bagus dan kuat karena tidak ada campuran bahan bahan yang dapat membuat kualitas produk tidak bertahan lama.

Penjualan paving telah dilakukan di berbagai wilayah, yaitu di Pamekasan dan di luar Pamekasan dengan biaya angkut berbeda. Harga pokok per unit paving Rp 1.927,00 dengan harga jual Rp 2.100.00 per unit paving. Perusahaan pabrik Wahyu Agung menjual produknya secara pesanan akan tetapi memproduksi setiap hari. Kapasitas produksi pabrik paving Wahyu Agung sebanyak 300 unit atau 6 meter per hari. Paving yang diproduksi Wahyu Agung merupakan paving segi empat

berwarna hijau ukuran 10 x 20, per meter terdiri dari 50 unit paving dengan harga jual Rp 105.000 per meter.

Proses produksi Paving pada Wahyu Agung masih dilakukan secara konvensional. Pembuatan paving blok cara konvensional dilakukan dengan menggunakan alat gablokan dengan beban pemadatan yang berpengaruh terhadap tenaga orang yang mengerjakan. Berikut langkah-langkah atau prosedur pembuatan paving blok dengan menggunakan metode konvensional:

- a. Tentukan perbandingan campuran yang akan dipergunakan (misal: 1 PC : 5 pasir atau 1 PC : 3 pasir).
- b. Setelah bahan ditakar sesuai dengan perbandingan campuran, campur dan aduk sampai rata dalam keadaan lembab.
- c. Masukkan bahan yang telah dicampur kedalam cetakan dan padatkan dengan cara ditumbuk-tumbuk dalam cetakan, kemudian cetakan dibalik dan diangkat secara perlahan-lahan.
- d. Setelah tercetak, simpan paving ditempat yang teduh dan lembab.
- e. Setelah 24 jam, paving dilepas dari plat alasnya dan direndam dalam air selama 3 hari.
- f. Selanjutnya paving diangin-anginkan dan diangkat selama 14 hari, setelah kering paving siap dipakai setelah umur 28 hari.

ANALISIS BIAYA, VOLUME, DAN LABA

Perencanaan (*planning*) merupakan jembatan yang penting antara masa kini dan masa depan yang mampu meningkatkan kemungkinan tercapainya hasil yang diinginkan. Perencanaan dapat memiliki dampak positif terhadap kinerja organisasional dan individual. Perencanaan memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi serta menarik manfaat dari berbagai peluang eksternal sekaligus meminimalkan dampak dari ancaman-ancaman eksternal. Perencanaan lebih dari sekedar upaya memperhitungkan kemungkinan masa lalu dan masa kini ke masa depan. Perencanaan juga mencakup pengembangan misi, peramalan kejadian dan tren masa depan, penetapan tujuan, serta memilih strategi untuk dijalankan.

Berhasilnya tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa mendatang, baik jangka pendek maupun panjang. Oleh karena itu tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaan sehingga semua kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang telah diperkirakan dan direncanakan bagaimana cara mengatasinya.

Ukuran yang digunakan untuk suksesnya manajemen suatu perusahaan adalah tingkat laba yang diperoleh perusahaan. Dimana laba mempengaruhi tiga faktor yang saling berkaitan, yaitu harga jual, biaya dan volume penjualan. Perencanaan laba merupakan suatu manajemen kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat. Perencanaan laba ditujukan pada sasaran akhir organisasi dan berlaku sebagai pedoman untuk mengendalikan arah kegiatan pasti.

Dalam menetapkan sasaran laba pihak manajemen harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut⁴ :

1. Laba atau rugi yang diakibatkan oleh jumlah atau volume penjualan tertentu.
2. Volume penjualan yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya yang dipakai, untuk menghasilkan laba yang memadai agar dapat membayar dividen bagi saham dan untuk menahan sisa hasil usaha yang cukup guna memenuhi kebutuhan perusahaan dimasa yang akan datang.
3. *Break Event* dimana suatu perusahaan berada dalam keadaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak pula menderita kerugian.
4. Volume penjualan yang dihasilkan oleh kapasitas operasi perusahaan selama periode akuntansi.
5. Volume penjualan yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya yang dipakai, untuk menghasilkan laba yang memadai agar dapat membayar dividen bagi saham dan untuk menahan sisa hasil usaha yang cukup guna memenuhi kebutuhan perusahaan dimasa yang akan datang.

Salah satu alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yaitu analisis biaya-volume-laba. Analisis *cost-volume-profit* adalah analisis yang mengukur keterkaitan antara pendapatan (penjualan = *revenue*), pengeluaran (biaya = *cost*), dan keuntungan (*profit*)⁵. Alat ini membantu manajemen suatu perusahaan untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume dan laba organisasi dengan memfokuskan pada interaksi antarlima lima elemen berikut: harga jual produk, volume atau tingkat aktivitas, biaya variabel per unit, total biaya tetap, dan bauran produk yang dijual.

⁴ Dahlia HB, "Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba PT Pabrik Gula Takalar", (Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makasar, 2011), hlm.11.

⁵Christina, Ellen et.al, *Anggaran Perusahaan: Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta:Salemba Empat, 2001), hlm.20

Analisis biaya, volume, dan laba adalah suatu metode analisis terhadap hubungan biaya, harga jual dan tingkat *output* atau volume penjualan terhadap perencanaan laba yang diharapkan⁶.

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis *cost- volume-profit* merupakan alat yang dapat digunakan manajemen untuk mengetahui hubungan antara harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba.

Biaya adalah beban terhadap penghasilan karena perusahaan menggunakan sumber daya ekonomi yang ada. Biaya berasal dari aktiva atau terjadi langsung tanpa melalui aktiva. Dalam melakukan pencatatan serta analisis terlebih dahulu kita harus untuk menggolongkan biaya. Penggolongan tersebut harus selalu diperhatikan menurut tujuan keperluan digunakannya informasi tersebut. Klasifikasi biaya yang tepat merupakan hakekat bagi manajemen untuk mengumpulkan dan menggunakan informasinya dengan cara seefektif mungkin. Biaya diklasifikasikan berdasarkan :

1. Unsur produk

Unsur biaya suatu produk, atau komponen yang utuh terdiri dari bahan-bahan, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Penggolongan ini menyediakan manajemen dengan keperluan informasi untuk mengukur suatu pendapatan dan menetapkan harga suatu produk. Biaya bahan-bahan terbagi lagi menjadi bahan baku dan bahan penolong. Sedangkan tenaga kerja terdiri atas tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Sedangkan biaya overhead pabrik merupakan keseluruhan biaya selain dari bahan baku dan tenaga kerja.

2. Kaitannya dengan produksi

Penggolongan menurut produksi sangat erat kaitannya dengan unsur biaya suatu produk dan tujuan pengawasan. Kategori ini terdiri atas biaya utama dan biaya konversi. Biaya utama adalah biaya yang berhubungan langsung dengan produksi sedangkan biaya konversi adalah biaya yang berkaitan dengan pengolahan bahan-bahan ke dalam produk jadi.

3. Kaitannya dengan volume

Biaya akan berubah-ubah sejalan dengan perubahan volume produksi. Memahami perilakunya merupakan hal yang sangat penting bagi penyiapan anggaran dan analisa pelaksanaan. Menurut kategori ini, biaya dikelompokkan ke dalam biaya variabel, biaya tetap, biaya semi

⁶Hansen, Don R & Maryanne M. Mowen, Management Accounting, Buku 2, Edisi 7 (Jakarta : Salemba Empat, 2005), hlm.274.

variabel, dan biaya penutupan. Biaya variabel adalah total biaya yang cenderung berubah sesuai dengan perubahan volume atau hasil, sedangkan biaya per unit tidak berubah (konstan), contoh biaya variabel adalah bahan baku, buruh langsung, serta biaya listrik mesin. Biaya tetap adalah total biaya yang cenderung tetap sampai dengan tingkat *output* tertentu, sedangkan biaya per unit berubah-ubah menurut outputnya. Contoh biaya tetap adalah biaya pemeliharaan gedung, biaya penyusutan, biaya pajak dan asuransi, dan biaya sewa gedung. Biaya semi variabel adalah biaya yang memiliki sifat tetap dan sifat variabel. Contohnya jasa *utility* (telepon, listrik, dan air). Biaya penutupan merupakan biaya tetap yang masih terus dibebankan meskipun tidak ada produksi, misalnya pajak dan asuransi gabungan.

4. Departemen yang dibebani

Suatu departemen adalah suatu divisi fungsi utama dari suatu bisnis. Penetapan biaya per departemen membantu manajemen mengawasi biaya overhead dan mengukur pendapatan. Berbagai departemen berikut ini dapat dijumpai di berbagai perusahaan industri. Departemen yang dimaksud adalah departemen produksi dan departemen non produksi.

5. Bidang fungsi

Biaya yang dikelompokkan menurut fungsi dikumpulkan sesuai dengan aktivitas yang dikerjakan. Semua biaya yang terjadi di perusahaan industri dibagi ke dalam biaya pabrik (biaya produksi), pemasaran, administrasi serta keuangan.

6. Periode pembebanan

Biaya dapat juga dikelompokkan berdasarkan kapan mereka dibebankan kepada pendapatan. Ada kalanya biaya dicatat pertamanya sebagai harta atau aktiva dan kemudian sebagai biaya sewaktu mereka dipakai atau habis waktunya. Dua kategori yang digunakan adalah biaya produk (*product cost*) dan biaya atas dasar waktu (*period cost*).

7. Pertimbangan-pertimbangan ekonomi-asumsikan biaya kesempatan (*opportunity cost*)

Sumber kekayaan perusahaan sering terbatas, perencanaan yang tepat adalah sangat penting. Biaya dan manfaat yang diharapkan dari berbagai keputusan melibatkan investasi jangka panjang yang seharusnya dianalisa secara hati-hati oleh manajemen. Manajemen sebaiknya memasukkan analisa biaya kesempatan untuk setiap kesempatan. Biaya kesempatan didefinisikan sebagai nilai manfaat yang

dapat diukur yang dapat diperoleh dengan memilih serangkaian tindakan alternatif.

Volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan⁷. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk (produk lini) selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari market share (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu. Menjual merupakan aktivitas atau kegiatan yang dapat menguntungkan apabila rencana atau bagian dari menjual tersebut sudah menjadi aksi⁸. Volume penjualan memiliki arti penting yang besarnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara efektif oleh penjualan untuk mendorong agar konsumen melakukan pembelian. Dan tujuan dari volume penjualan ini adalah untuk memperkirakan besarnya keuntungan yang diterima dengan menjual produk kepada konsumen serta biaya yang sudah dikeluarkan. Naik turunnya volume penjualan perusahaan dapat dilihat dari intensitas pembelian konsumen dan area perusahaan.

Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum. Secara umum mata rantai saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan. Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu⁹ Mencapai volume penjualan, Mendapatkan laba tertentu, dan Menunjang pertumbuhan perusahaan

Laba merupakan *main goals* atau tolok ukur keberhasilan manajemen perusahaan berbasis bisnis atau *profit seeking* terlebih pada bagian manajemen keuangan. Laba bisnis berbeda dengan laba

⁷ Swasta,B, Manajemen Penjualan, Cetakan Kedua Belas (Yogyakarta: BFSF, 2007), hlm 65.

⁸ Stanton,W, Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid Kedua, Edisi Ketujuh (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm 69.

⁹ Swasta,B, Manajemen Penjualan, Cetakan Kedua Belas (Yogyakarta: BFSF, 2007), hlm 404.

ekonomi¹⁰. Laba bisnis (*business profit*) mengacu pada penerimaan perusahaan dikurangi biaya eksplisit atau biaya akuntansi perusahaan. Biaya eksplisit merupakan biaya yang benar-benar dikeluarkan dari kantong perusahaan untuk membeli atau menyewa *input* yang dibutuhkan dalam produksi. Sedangkan laba ekonomi merupakan penerimaan perusahaan dikurangi oleh biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya implisit mengacu pada nilai *input* yang dimiliki perusahaan dan dipergunakan untuk proses produksinya sendiri.

Ada beberapa asumsi dasar yang digunakan dalam menganalisis *Cost-Volume-Profit* yaitu¹¹ :

- a. Harga jual konstan dalam cakupan yang relevan. Harga jual produk atau jasa ringan berubah meskipun volumenya berubah.
- b. Biaya bersifat linier dalam rentang cakupan yang relevan dan dapat dibagi secara akurat ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel. Elemen biaya variabel per unit konstan dan elemen total biaya tetap juga konstan dalam cakupan yang relevan.
- c. Dalam perusahaan dengan multi produk, bauran penjualannya tetap.
- d. Dalam perusahaan manufaktur, persediaan tidak mengalami perubahan. Unit yang diproduksi sama dengan unit yang terjual.

Mengikuti asumsi yang telah dipaparkan, analisis *cost-volume-profit* memiliki asumsi harga jual konstan, unit yang digunakan adalah unit yang terjual, serta melakukan klasifikasi biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel terlebih dahulu.

Pengetahuan dasar yang sangat menentukan dalam analisis biaya, volume, dan laba adalah pemahaman tentang penyusunan laporan laba rugi dengan menggunakan pendekatan *variable costing*. Pendekatan ini menghasilkan suatu model laporan laba rugi dimana biaya diklasifikasikan menurut perilakunya. Agar lebih informatif, maka sebaiknya laporan laba rugi diuraikan dalam bentuk laporan penjualan secara total dan penjualan per unit. Selain itu diperlukan juga hasil analisis vertikal yang menunjukkan persentase biaya variabel dan rasio margin kontribusi dari nilai penjualan.

Informasi margin kontribusi menjadi faktor penting pada banyak keputusan dalam sebuah perusahaan seperti produk apa yang akan diproduksi atau dijual, kebijakan harga mana yang akan diikuti, strategi pemasaran yang akan digunakan, dan jenis fasilitas produktif apa yang

¹⁰ Salvatore, Dominick, *Managerial Economics: Ekonomi Manajerial Dalam Perekonomian Global* (Jakarta:Salemba Empat, 2005), hlm. 15.

¹¹ Christina, Ellen, et.al, *Anggaran Perusahaan: Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm.206

akan dibeli. Berikut merupakan cara menghitung margin kontribusi dan menentukan rasio margin kontribusi.

$$\text{Contribution Margin (nilai uang)} = \text{penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

Rasio margin kontribusi pada usaha manufaktur paving WAHYU AGUNG ditentukan dengan cara mengklasifikasikan biaya terlebih dahulu kemudian memisahkan biaya berdasarkan tingkah laku biaya. Berikut ini merupakan klasifikasi biaya yang terjadi pada usaha paving WAHYU AGUNG selama satu periode:

Tabel 1
Klasifikasi Biaya

Biaya Produksi	Satuan	Jumlah
Biaya bahan baku		22.132.000
Biaya tenaga kerja langsung:		
- Biaya gaji bulanan	.420.000	
- Biaya uang makan	1.560.000	5.980.000
Biaya overhead:		2.122.027,78
- Biaya bahan bakar	346.000	
- Biaya transport	1.300.000	
- Biaya peralatan	476.027,78	
Total biaya produksi		30.234.027,78
Biaya non-produksi:		
- Biaya perawatan mesin cetak	200.000	
- Biaya perawatan diesel	150.000	
- Biaya gaji pemilik (Prive)	7.000.000	
Total biaya non-produksi		7.350.000
Total biaya keseluruhan		37.584.027,78

Biaya-biaya pada tabel di atas diklasifikasikan berdasarkan departemen yang dibebani, yaitu departemen produksi dan non produksi. Biaya produksi pada usaha Pabrik Paving Wahyu Agung terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung (gaji bulanan dan uang makan) serta biaya *overhead* pabrik. Setelah pengklasifikasi biaya berdasarkan departemen terjadinya biaya, untuk menentukan rasio margin kontribusi dilakukan pemisahan biaya berdasarkan tingkah

laku biaya antara biaya tetap dan biaya variabel yang terjadi di Pabrik Paving Wahyu Agung. berikut ini merupakan tabel pemisahan biaya berdasarkan tingkah laku biaya:

Tabel 2
Pemisahan Biaya

Jenis Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Total
Biaya produksi:			
Biaya bahan baku		22.132.000	22.132.000
B. tenaga kerja langsung:			
Biaya gaji bulanan	4.420.000		4.420.000
Biaya uang makan		1.560.000	5.980.000
Biaya overhead:			
Biaya bahan bakar		346.000	346.000
Biaya transport		1.300.000	1.300.000
Biaya peralatan	476.027,78		476.027,78
Biaya non-produksi:			
B. perawatan mesin cetak	200.000		200.000
B. perawatan diesel	150.000		150.000
Biaya gaji pemilik	7.000.000		7.000.000
Jumlah	12.246.027,78	25.338.000	37.584.027,78

Setelah mengklasifikasikan serta memisahkan biaya berdasarkan tingkah laku biaya, kemudian dapat dilakukan perhitungan margin kontribusi dan rasio margin kontribusi. Berikut merupakan perhitungan rasio margin kontribusi:

Tabel 3
Margin kontribusi

Penjualan	40.950.000
Biaya variabel:	
Biaya bahan baku	22.132.000
Biaya tenaga kerja langsung:	
Biaya uang makan	1.560.000
Biaya bahan bakar	346.000
Biaya transport	1.300.000
Total biaya variabel	<u>25.338.000</u>
Margin kontribusi	15.612.000
Rasio margin kontribusi	<u>38,12%</u>

$$\begin{aligned}
 \text{Rasio margin kontribusi} &= \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100 \\
 &= \frac{\text{Rp 15.612.000}}{\text{Rp 40.950.000}} \times 100 \\
 &= 38,12\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil kalkulasi di atas, diketahui bahwa rasio margin kontribusi pabrik paving Wahyu Agung bernilai positif sebesar 38,12%. Hal ini menunjukkan bahwa 38,12% bagian dari setiap rupiah penjualan paving yang tersedia dapat menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Berikut ini merupakan uraian biaya-biaya yang terjadi di Pabrik Paving Wahyu Agung per bulan.

Biaya bahan baku yang diserap oleh produk di WAHYU AGUNG sebesar Rp 22.132.000,00 per bulan terdiri dari: mil putih sebanyak 80 Kg/hari dengan harga sebesar Rp 700,00/ Kg; semen putih sebanyak 10 Kg/hari dengan harga sebesar Rp 2.500,00/Kg; semen hitam sebanyak 40 Kg/hari dengan harga Rp 1.200,00/Kg; pasir hitam 1,44 m³/hari dengan harga Rp 340.000/1,2 m³; cat hijau dan merah masing-masing sebanyak 2 Kg/ hari dengan harga Rp 85.000,00/Kg (hijau) dan Rp 72.500,00/Kg. Selain menyerap biaya bahan baku dalam proses produksi, pabrik paving WAHYU AGUNG juga menyerap biaya tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik. Biaya tenaga kerja langsung terdiri dari gaji harian sebesar Rp 43.000,00/orang (terdapat 4 orang pekerja) dan uang makan sebesar Rp 15.000,00/hari selama 26 hari kerja setiap bulan. Untuk biaya *overhead* pabrik, BOP dibebankan dengan menggunakan biaya penyusutan peralatan yang digunakan dalam proses produksi. Berikut adalah tabel daftar peralatan yang digunakan oleh pabrik paving WAHYU AGUNG:

Tabel 4
Peralatan dan Penyusutan Peralatan

No	Nama Alat	Harga Satuan (Rp)	Unit	Total H. Perolehan (Rp)	Umur Ekonomis (Thn)	Penyusutan/ Tahun (Rp)	Penyusutan /Bulan (Rp)
1	Diesel	5.500.000	1	5.500.000	5	1.100.000	91.666,67
2	Mesin cetak	45.000.000	1	45.000.000	10	4.500.000	375.000
3	Cetakan	700.000	2	1.400.000	15	93.333,33	7.777,78
4	Skroup	30.000	1	30.000	10	3.000	250
5	Cangkul	80.000	1	80.000	5	16.000	1.333,33
Jumlah						5.712.333,33	476.027,78

ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP)

Suatu perusahaan dapat dikatakan impas (*break event*) yaitu apabila setelah disusun laporan perhitungan rugi laba untuk suatu periode tertentu perusahaan dengan kata lain laba sama dengan nol atau ruginya sama dengan nol. Hasil penjualan (*sales revenue*) yang diperoleh untuk periode tertentu sama besarnya dengan keseluruhan biaya (*total cost*), yang telah dikorbankan sehingga perusahaan tidak menderita kerugian.

Titik impas merupakan tingkat aktivitas dimana suatu organisasi tidak mendapat laba dan juga tidak menderita rugi. Titik impas berada pada posisi total pendapatan sama dengan total biaya atau sebagai tingkat penjualan dimana total margin kontribusi sama dengan total biaya tetap.

Dengan menggunakan metode persamaan, titik impas dapat dihitung dengan menggunakan rumus¹²:

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya variabel} + \text{Biaya tetap} + \text{Laba atau}$$

Berbeda dengan metode persamaan, BEP juga dapat dihitung menggunakan metode margin kontribusi dengan formula sebagai berikut¹³:

1. Titik impas (dalam rupiah penjualan) =
$$\frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$
2. Titik impas (unit penjualan) =
$$\frac{\text{Biaya tetap}}{\text{margin kontribusi per unit}}$$

Dalam perhitungan atau formula di atas perlu diperhatikan bahwa rasio margin kontribusi per unit produk akan selalu sama dengan rasio margin kontribusi dari total unit penjualan. Kesamaan tersebut disebabkan perhitungan margin kontribusi dan rasionya hanya mempertimbangkan penjualan yang diikuti perubahan biaya-biaya variabel secara proporsional. Dengan demikian, perubahan unit penjualan akan diikuti oleh kenaikan total penjualan, biaya variabel, dan margin kontribusi secara proporsional. Karena kenaikan elemen-elemen laba rugi yang proporsional itulah sehingga kenaikan penjualan tidak diikuti oleh kenaikan atau perubahan rasio margin kontribusi.

¹² L.M. Samryn, *Akuntansi Manajemen Edisi Revisi*, (Jakarta: KENCANA, 2012), hlm. 175.

¹³ L.M. Samryn, *Akuntansi Manajemen Edisi Revisi*, (Jakarta: KENCANA, 2012), hlm. 176.

Sebelum memproduksi atau menghasilkan suatu produk, pada umumnya perusahaan terlebih dahulu merencanakan laba yang akan dicapai. Untuk mencapai laba yang diinginkan, maka salah satu cara yang harus dilakukan adalah dengan mengetahui titik impas. Analisis titik impas (*Break Event Point*) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan. Analisis BEP sering juga disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*)¹⁴.

Salah satu kegunaan analisis BEP adalah untuk mengetahui pada jumlah berapa unit hasil penjualan sama dengan jumlah biaya atau perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak rugi atau laba sama dengan nol. Melalui analisis BEP dapat diketahui hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, tingkat keuntungan yang diinginkan dan volume penjualan. Oleh karena itu, analisis ini juga sering disebut dengan *cost, volume, profit analysis*. Analisis BEP memberikan pedoman tentang jumlah produk minimal yang harus diproduksi atau dijual. Tujuannya adalah agar perusahaan mampu memperoleh laba yang maksimal. Dengan memproduksi sejumlah barang dengan kapasitas produksi yang dimiliki, perusahaan akan tahu batas minimal yang harus dijual.

Beberapa hal penting yang harus diperhatikan agar titik impas dapat ditentukan dengan tepat, yaitu¹⁵:

- a. tingkat laba yang ingin dicapai dalam suatu periode.
- b. besarnya kapasitas produksi yang tersedia atau yang mungkin dapat ditingkatkan.
- c. jumlah biaya yang harus dikeluarkan, baik biaya tetap maupun biaya variabel.

Selain memiliki beberapa manfaat, analisis BEP juga memiliki beberapa keterbatasan. Beberapa keterbatasan analisis BEP adalah dalam analisis titik impas hanya digunakan dua macam biaya, yaitu biaya tetap dan variabel sehingga penting untuk memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel yang membutuhkan biaya dan tenaga tidak sedikit. Pemisahan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan variabel dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu:

- a. Pendekatan analitis, yaitu proses pemisahan biaya semi variabel menjadi kelompok biaya tetap dan variabel dengan meneliti setiap

¹⁴ Kasmir, Pengantar Manajemen Keuangan, Edisi Kedua, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hlm 168.

¹⁵ Kasmir, Pengantar Manajemen Keuangan, Edisi Kedua, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hlm 169.

jenis dan unsur biaya yang terkandung satu per satu dari biaya yang ada, beserta sifat-sifat dari biaya tersebut.

- b. Pendekatan historis, yaitu proses pemisahan biaya semi variabel menjadi kelompok biaya tetap dan variabel berdasarkan angka-angka dan data biaya masa lampau.

Selain memiliki keterbatasan, analisis *Break Event Point* juga memiliki beberapa kelemahan. Berikut merupakan beberapa kelemahan dari analisis *Break Event Point*, yaitu¹⁶:

- a. Perlu adanya asumsi, analisis BEP membutuhkan banyak asumsi terutama mengenai hubungan antara biaya dan pendapatan. Faktanya sering kali asumsi yang digunakan tidak sesuai dengan realita.
- b. Bersifat statis, analisis BEP hanya digunakan pada titik tertentu dan bukan pada periode tertentu.
- c. Tidak digunakan untuk mengambil keputusan akhir, analisis BEP hanya baik digunakan jika ada penentuan kegiatan lanjutan yang dapat dilakukan.
- d. Tidak menyediakan pengujian aliran kas yang baik, jika aliran kas telah ditentukan melebihi aliran kas yang harus dikeluarkan maka proyek dapat diterima dan variabel lain dianggap sama.

Setelah menentukan rasio margin kontribusi Pabrik Paving Wahyu Agung selanjutnya adalah menentukan *Break Event Point* untuk mengetahui berapa jumlah penjualan atau uang yang diterima agar perusahaan tidak mengalami kerugian atau memperoleh laba. Berikut ini adalah hasil perhitungan BEP per Oktober 2017 berdasarkan data yang telah diperoleh:

	<i>Biayatetap</i>
<i>BEP</i> (Dalam rupiah penjualan)	= $\frac{\text{Rasio margin kontribusi}}{\text{Rp 12.246.027,78}}$
	= $\frac{38,12\%}{\text{Rp 32.124.941,71}}$
	= $\frac{\text{BEP (Dalam rupiah penjualan)}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$
<i>BEP</i> (per meter)	= $\frac{\text{Rp 32.124.941,71}}{19.500}$
	= 1.647 unit atau 33 meter paving

¹⁶ Kasmir, Pengantar Manajemen Keuangan, Edisi Kedua, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hlm 171.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa posisi BEP yang harus dicapai oleh pabrik paving WAHYU AGUNG adalah sebanyak 1.647 unit atau 33 meter penjualan paving, atau sebesar Rp 32.124.941,71 agar perusahaan tidak mengalami kerugian maupun memperoleh laba.

Setelah mengetahui titik impas penjualan, maka langkah selanjutnya adalah menentukan target laba yang akan dicapai pada periode selanjutnya. Analisis target laba dalam aplikasi hubungan biaya volume dan laba pada dasarnya sama dengan analisis titik impas. Perbedaannya hanya terletak pada jumlah laba yang diperhitungkan dalam formulanya. Dalam perhitungan titik impas target laba sama dengan nol, sementara dalam analisis target laba seperti yang di maksudkan di atas jumlah laba yang diperhitungkan dalam formulanya disesuaikan dengan jumlah laba yang diinginkan, biasanya lebih besar dari nol. Berikut cara menentukan target laba dengan menggunakan metode margin kontribusi:

Penjualan dalam unit = (biaya tetap + target laba)/ margin kontribusi per unit

Target laba yang ingin dicapai pada periode November 2017 sebesar 30% dari target laba yang sudah dicapai pada bulan Oktober 2017. Target laba yang sudah dicapai pada bulan Oktober 2017 sebesar Rp 3.715.972,22 sehingga laba yang harus dicapai pada bulan November 2017 sebesar Rp 4.830.763,89. Untuk mencapai target laba pada bulan November 2017, dengan menggunakan formula metode persamaan maka penjualan paving yang harus dicapai adalah sebanyak 21.329,46 unit atau 427 meter penjualan atau harus meningkat sebanyak 1.829,46 unit atau 37 meter paving. Berikut ini adalah perhitungan banyaknya paving yang harus terjual.

$$\begin{aligned} &\text{Target Penjualan (unit/meter)} \\ \text{Penjualan} &= \text{VC} + \text{FC} + \text{Profit} \\ 2.100x &= 1.299,38x + 12.246.027,78 + 4.830.763,89 \\ 800,62x &= 17.076.791,67 \\ X &= 21.329,46 \text{ unit atau } 427 \text{ meter paving} \end{aligned}$$

Adanya peningkatan jumlah penjualan yang harus dicapai oleh perusahaan Wahyu Agung untuk mencapai target laba yang telah ditentukan di bulan November, tidak diikuti oleh penambahan biaya variabel. Hal tersebut terjadi karena perusahaan Wahyu Agung tetap

melakukan proses produksi setiap hari meskipun tidak ada pesanan pembelian. Dampak dari aktivitas produksi setiap hari yang dilakukan perusahaan Wahyu Agung adalah terdapat persediaan paving yang selesai diproduksi. Diperlukan adanya inovasi-inovasi pemasaran dan strategi penjualan untuk dapat meningkatkan jumlah penjualan paving agar target laba periode November 2017 dapat tercapai.

MARGIN OF SAFETY

Dalam mengevaluasi risiko dalam pengoperasian suatu usaha, para manajer dapat menggunakan beberapa indikator. Salah satu indikator yang paling penting adalah *margin of safety*. *Margin of safety* adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan di atas BEP. Dengan demikian maka perusahaan dapat menentukan seberapa banyak penjualan boleh diturunkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. *Margin of safety* dapat dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut¹⁷:

Marjin keamanan = total penjualan – titik impas

Setelah mengetahui target laba yang harus dicapai perusahaan, maka langkah selanjutnya adalah menentukan *margin of safety* untuk mengetahui sejauh mana penurunan penjualan dapat ditoleransi. Berdasarkan data penelitian, maka *margin of safety* pabrik paving WAHYU AGUNG adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{MOS} &= \text{Total penjualan} - \text{Penjualan titik impas (Rasio margin kontribusi)} \\ &= \text{Rp } 40.950.000 - \text{Rp } 32.124.941,71 \\ &= \text{Rp } 8.825.058,29 \\ \text{MOS Rasio} &= \frac{\text{Margin Of Safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100 \\ &= \frac{\text{Rp } 8.825.058,29}{\text{Rp } 40.950.000} \times 100 \\ &= 21,55\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa pabrik paving WAHYU AGUNG tidak akan menderita kerugian jika penjualan turun sebesar Rp 8.825.058,29 atau 21,55%. Hal itu disebabkan penurunan penjualan sampai sebesar angka tersebut, pabrik paving WAHYU AGUNG baru akan mencapai titik impas. Berbeda hal jika penurunan penjualan melebihi Rp 8.825.058,29 atau 21,55% dari penjualan yang dicapai maka perusahaan akan mengalami kerugian.

¹⁷ L.M. Samryn, *Akuntansi Manajemen Edisi Revisi*, (Jakarta: KENCANA, 2012), hlm. 181.

PENUTUP

Penerapan *cost, volume, and profit analysis* sebagai alat bantu dalam perencanaan laba usaha pabrik paving Wahyu Agung, memberikan informasi mengenai perencanaan penjualan yang harus dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk mencapai target laba yang akan dicapai pada periode November 2017 maka pabrik paving Wahyu Agung harus mencapai penjualan paving sebanyak 21.329,46 unit dengan *Break Event Point* sebanyak 1.647 unit atau 33 meter paving atau sebesar Rp 32.124.941,71 . Rasio margin kontribusi perusahaan pabrik Wahyu Agung sebesar 38,12% yang menunjukkan bahwa 38,12% dari penjualan dapat menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Penurunan jumlah penjualan yang aman (*margin of safety*) agar pabrik paving Wahyu Agung tidak mengalami kerugian adalah sebesar 21,55% atau Rp 8.825.058,29.

Daftar Rujukan

- Aulia, Fena Ulfa, dan Khairul Anam. "PENERAPAN ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM DALAM PERHITUNGAN PROFITABILITAS PRODUK PADA UD. NIAGA BAKTI." *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 2, no. 1 (1 Juni 2015): 44–62. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v2i1.838>.
- Christina, Ellen et.al. *Anggaran Perusahaan: Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- David, Fred R. *Manajemen Strategis, Edisi 12, Buku 1*, Jakarta : Salemba Empat, 2009.
- Dirhotsaha, R. Radikha Widya dkk, "Penerapan *Cost, Volume, Profit Analysis* Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba (Studi Pada PT. Industri Kemasan Semen Gresik)". *Jurnal Administrasi (JAB)*, Vol. 6 No.2 (Desember, 2013).
- Fahrurrozi, Fahrurrozi. "Konsep Perjanjian Profit and Loss Sharing dalam Ekonomi Islam." *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 3, no. 2 (20 Desember 2016): 307–23. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v3i2.1080>.
- Garison, Ray H, dkk, *Akuntansi Manajemen, Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Hansen, Don R & Maryanne M. Mowen. *Management Accounting*, Buku 2, Edisi 7, Jakarta : Salemba Empat, 2005.
- HB, Dahlia, "Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada PT. Pabrik Gula Takalar". Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makassar, 2011.

*Penerapan Cost, Volume and Profit Analysis Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba
Pada Pabrik Paving Wahyu Agung*

- Kasmir, “*Pengantar Manajemen Keuangan*, Edisi Kedua, Jakarta: Prenada Media, 2016.
- Nofitasari, Ana, “Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Perusahaan Pia Latief Kediri”. Skripsi, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2017.
- Salvatore, Dominick. *Managerial Economics : Ekonomi Manajerial Dalam Perekonomian Global*, Jakarta: Salemba Empat, 2005.
- Samryn, L. M. *Akuntansi Manajemen, Edisi Revisi*, Jakarta : Kencana, 2012.
- Stanton, W, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Swasta, B, *Manajemen Penjualan. Cetakan Kedua Belas.*, Yogyakarta: BFSF , 2007
- Repository.binus.ac.id/content/MG542/MG54284652.doc, *Konsep Biaya*, Google, 2017.