

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan analisis *cost-volume-profit* sebagai alat dalam membantu manajemen meningkatkan laba, di mana yang menjadi objek penelitian adalah distributor PT CWI untuk wilayah kotamadya dan kabupaten Bandung yang bergerak di bidang distribusi manufaktur sabun krem dan deterjen produksi PT CWI yang terletak di Bandung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis di mana penulis mengumpulkan data-data dari perusahaan, mengamati kegiatan perusahaan, dan wawancara dengan bagian yang terkait dengan masalah yang dibahas, serta mempelajari literatur, majalah, catatan kuliah, maupun referensi lainnya untuk menunjang penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan memberi hasil bahwa selama ini, perusahaan tidak pernah melakukan analisis terhadap laba menggunakan metode analisis *cost-volume-profit*. Terlihat dari penggolongan biaya yang tidak berdasarkan perilaku biaya, yang menggolongkan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Selama ini, dalam menganalisis laba, perusahaan hanya melakukan analisis laba berdasarkan laba tahun sebelumnya, kondisi pasar, dan persaingan dengan manufaktur sejenis lainnya. Selain itu pula, kenaikan harga produk ditentukan oleh perusahaan pusat sehingga distributor tidak bebas dalam menaikkan harga.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis *cost-volume-profit* bisa berperan dalam pengambilan keputusan bagi manajemen untuk meningkatkan laba perusahaan di masa mendatang. Di mana, dengan menggunakan analisis *cost-volume-profit* diperoleh beberapa alternatif tindakan yang bisa diambil oleh manajemen melalui analisis *break even point* yang ada di dalamnya. Bila manajemen mengambil tindakan yang tepat dari alternatif yang tersedia, maka tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba diharapkan dapat tercapai. Tercapai tidaknya laba dipengaruhi juga oleh faktor eksternal dan internal perusahaan.

Dari pembahasan yang dilakukan penulis, ada beberapa alternatif yang bisa diambil oleh perusahaan. Untuk perubahan yang ditimbulkan dari satu faktor, perusahaan bisa mendapatkan laba tertinggi yaitu sebesar Rp 5.160.282.590 jika mampu meningkatkan volume penjualan untuk tiap produk sebesar 10 %. Untuk perubahan yang ditimbulkan lebih dari satu faktor, peningkatan semua komponen biaya tetap sebesar 10 % dan harga jual sebesar 8 %, perusahaan memperoleh laba tertinggi yaitu sebesar Rp 5.042.603.758,00.

Kata kunci: *Cost-volume-profit, break even point*

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Rerangka Penelitian.....	6
1.6 Metodologi Penelitian.....	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Akuntansi Manajemen	
2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen.....	10
2.1.2 Pengertian Sistem Informasi Manajemen.....	11
2.1.3 Perbedaan Biaya dan Beban.....	11
2.1.4 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilakunya.....	13
2.1.4.1 Biaya Tetap (<i>Fixed Cost</i>).....	14

2.1.4.2	Biaya Variabel (<i>Variable Cost</i>).....	16
2.1.4.3	Biaya Semivariabel (<i>Semivariable Cost</i>)	18
2.1.5	Metode yang Digunakan Dalam Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....	19
2.1.5.1	Metode Tinggi-Rendah (<i>The High-Low Method</i>).....	20
2.1.5.2	Metode Grafik Statistik (<i>The Scattergraph Method or Visual-Fit Method</i>).....	21
2.1.5.3	Metode Kuadrat Terkecil (<i>The Least Square Method</i>).....	22
2.2	Laba	
2.2.1	Pengertian Laba.....	24
2.2.2	Jenis-Jenis Laba.....	25
2.2.3	Perencanaan dan Pengendalian Untuk Meningkatkan Laba.....	26
2.3	Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i>	
2.3.1	Pengertian <i>Cost-Volume-Profit</i>	28
2.3.2	Manfaat Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i>	29
2.3.3	Asumsi-Asumsi Dalam Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i>	30
2.3.4	Pengertian <i>Break Even Point</i>	32
2.3.4.1	Metode Persamaan (<i>Equation Method</i>).....	33
2.3.4.2	Metode Margin Kontribusi (<i>Contribution Margin Method</i>).....	33
2.3.4.3	Metode Grafik (<i>Graph Method</i>).....	34
2.3.5	Pengertian <i>Contribution Margin</i> dan <i>Margin of Safety</i>	35
2.3.5.1	Pengertian <i>Contribution Margin</i>	35

2.3.5.2	Pengertian <i>Margin of Safety</i>	37
2.4	Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i> Sebagai Alat Dalam Membantu Manajemen Untuk Meningkatkan Laba.....	38
2.4.1	Perubahan Biaya Tetap.....	38
2.4.2	Perubahan Biaya Variabel.....	40
2.4.3	Perubahan Harga Jual.....	42
2.4.4	Perubahan Komposisi Penjualan (<i>Sales Mix</i>).....	43
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian.....	46
3.1.1	Struktur Organisasi.....	46
3.1.2	Uraian Tugas.....	47
3.2	Metode Penelitian.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	54
4.1.1	Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	54
4.1.2	Aktivitas Perusahaan.....	56
4.1.3	Pendapatan dan Biaya PT CWL.....	59
4.1.3.1	Pendapatan PT CWL.....	59
4.1.3.2	Biaya PT CWL.....	60
4.1.4	Pemisahan Biaya Semivariabel Ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....	61
4.1.5	Perhitungan <i>Break Even Point</i>	65
4.1.6	Perhitungan <i>Margin of Safety Ratio</i>	71

4.2	Pembahasan.....	73
4.2.1	Pengaruh Perubahan Beberapa Faktor Terhadap Peningkatan Laba.....	73
4.2.1.1	Perubahan Harga Jual.....	73
4.2.1.2	Perubahan Volume Penjualan.....	76
4.2.1.3	Perubahan Biaya Variabel.....	78
4.2.2	Perubahan Kombinasi Berbagai Faktor.....	81
4.2.2.1	Perubahan Biaya Variabel dan Harga Jual.....	81
4.2.2.2	Perubahan Volume Penjualan dan Harga Jual.....	84
4.2.2.3	Perubahan Biaya Tetap dan Harga Jual.....	87
4.2.2.4	Perubahan Biaya Variabel, Volume Penjualan, dan Harga Jual.....	89
4.3	Peranan Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i> Sebagai Alat Dalam Membantu Manajemen Untuk Meningkatkan Laba.....	93
BAB V		
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....		xiii
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Grafik Biaya Tetap.....	15
2.2 Grafik Biaya Variabel.....	17
2.3 Grafik Biaya Semivariabel.....	19
2.4 Grafik <i>Cost-Volume-Profit</i>	35

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Penjualan PT CWI Periode Mei – Agustus 2006.....	60
4.2 Penggolongan Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Biaya Semivariabel Periode Mei – Agustus 2006.....	62
4.3 <i>Least Square Regression Method</i> Biaya Gaji dan Insentif Periode Mei – Agustus 2006.....	63
4.4 Penggolongan Biaya Tetap dan Biaya Variabel Periode Mei – Agustus 2006.....	65
4.5 Daftar Biaya Iklan dan Promosi Periode Mei – Agustus 2006.....	66
4.6 Daftar Biaya Sampel/ Bendit/ Bonus Periode Mei – Agustus 2006.....	66
4.7 Daftar Biaya BBM Periode Mei – Agustus 2006.....	67
4.8 Daftar Biaya Akomodasi, Retribusi, Parkir Periode Mei – Agustus 2006.....	67
4.9 Total Biaya Variabel per Unit.....	68
4.10 Total Biaya Variabel per Jenis Produk.....	68
4.11 <i>Contribution Margin</i>	68
4.12 Titik Impas Masing-Masing Produk.....	71
4.13 Pendapatan Setelah Kenaikan Harga Jual.....	74
4.14 Daftar Harga Jual dan <i>Contribution Margin</i> per Unit Setelah Kenaikan Harga Jual.....	74
4.15 Titik Impas Setelah Kenaikan Harga Jual.....	76
4.16 Pendapatan Setelah Peningkatan Volume Penjualan.....	76

4.17	Titik Impas Setelah Kenaikan Volume Penjualan.....	77
4.18	Total Biaya Variabel per Unit Setelah Penurunan Biaya Variabel.....	78
4.19	<i>Contribution Margin</i> Setelah Penurunan Biaya Variabel.....	78
4.20	Daftar Biaya Sampel/ Bendit/ Bonus Setelah Penurunan.....	79
4.21	Penggolongan Biaya Tetap dan Biaya Variabel Setelah Penurunan Biaya Variabel.....	79
4.22	Titik Impas Setelah Penurunan Biaya Variabel.....	81
4.23	Biaya Variabel dan <i>Contribution Margin</i> yang Baru.....	82
4.24	Biaya Variabel Setelah Kenaikan Biaya Variabel dan Harga Jual.....	83
4.25	Titik Impas Setelah Kenaikan Biaya Variabel dan Harga Jual.....	83
4.26	Pendapatan Setelah Kenaikan Harga Jual.....	84
4.27	Pendapatan Setelah Kenaikan Harga Jual dan Penurunan Volume Penjualan.....	85
4.28	<i>Contribution Margin</i> Setelah Kenaikan Harga Jual.....	85
4.29	Titik Impas Setelah Kenaikan Harga Jual dan Penurunan Volume Penjualan.....	86
4.30	Pendapatan Setelah Kenaikan Harga Jual.....	87
4.31	<i>Contribution Margin</i> Setelah Kenaikan Harga Jual.....	88
4.32	Titik Impas Setelah Kenaikan Biaya Tetap dan Harga Jual.....	89
4.33	Pendapatan Setelah Kenaikan Harga Jual dan Penurunan Volume Penjualan.....	90
4.34	Biaya Variabel Setelah Terjadi Kenaikan.....	90
4.35	<i>Contribution Margin</i> Setelah Kenaikan Biaya Variabel.....	90

4.36	Total Biaya Variabel Setelah Kenaikan.....	91
4.37	Penggolongan Biaya Tetap dan Biaya Variabel Setelah Kenaikan Biaya Variabel.....	91
4.38	Titik Impas Setelah Kenaikan Biaya Variabel dan Harga Jual, Serta Penurunan Volume Penjualan.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Struktur Organisasi PT CWI
- Lampiran 2 Data Biaya PT CWI Periode Mei – Agustus 2006