

ABSTRAK

Setiap perusahaan pada dasarnya mempunyai tujuan yaitu untuk mendapatkan laba. Laba perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu harga jual, volume penjualan dan biaya oleh karena itu perencanaan laba memegang peranan penting dalam mengkombinasikan faktor-faktor tersebut untuk mencapai laba yang ditargetkan oleh perusahaan.

Salah satu alat bantu yang dapat digunakan manajemen dalam perencanaan laba adalah *Cost-Volume-Profit Analysis*. Dengan analisis ini dapat diketahui perubahan harga jual, biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan terhadap laba yang direncanakan sehingga manajemen dapat menentukan alternatif mana yang memiliki kontribusi paling menguntungkan bagi perusahaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggolongkan kos yang ada di perusahaan menjadi kos tetap dan kos variabel untuk kepentingan analisis *cost-volume-profit* serta untuk menggunakan analisis *cost-volume-profit* di perusahaan sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan laba perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan di PT."X", yang bergerak dalam bidang industri tekstil khususnya pencelupan, penulis menggunakan metode deskriptif analitis. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan (wawancara dan observasi) dan studi kepustakaan.

Dari hasil pembahasan yang dilakukan penulis, perusahaan mengalami *break even point* pada penjualan sebesar Rp 3.227.432.016,00 atau sebesar 503.168 unit. Untuk mencapai laba yang direncanakan sebesar Rp 960.000.000,00 perusahaan harus melakukan penjualan sebesar Rp 6.160.162.510,00 atau sebesar 960.392 unit, sedangkan laba yang diperoleh adalah sebesar Rp 514.749.397,00. Jadi, laba yang direncanakan PT "X" belum tercapai sebesar Rp 445.250.603,00. Dalam melakukan perencanaan laba, perusahaan memiliki beberapa alternatif yang dapat digunakan. Dari hasil analisis, dapat diketahui bahwa alternatif yang paling menguntungkan untuk perubahan yang ditimbulkan dari beberapa faktor adalah menaikkan volume penjualan untuk setiap produk sebesar 10 %. Dengan alternatif ini, perusahaan akan memperoleh laba maksimal yaitu sebesar Rp 994.749.397,00.

Informasi yang dihasilkan oleh analisis *cost-volume-profit* dapat digunakan oleh manajemen sebagai bahan pertimbangan dalam memilih alternatif yang ada, sehingga manajemen dapat memilih alternatif yang terbaik dalam usaha mencapai tingkat laba yang direncanakan. Jadi dapat dikatakan bahwa analisis *cost-volume-profit* merupakan alat yang dapat digunakan perusahaan untuk membantu manajemen dalam merencanakan laba

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

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
 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.....	4
1.5. Rerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	5
1.6. Metoda Penelitian.....	10
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Akuntansi Manajemen.....	11
2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen.....	11
2.1.2 Tujuan Akuntansi Manajemen.....	12
2.2 Biaya	
2.2.1 Pengertian Biaya.....	12
2.2.2 Perbedaan Biaya dengan Beban.....	13

2.2.3	Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilakunya.....	14
2.2.3.1	Biaya Tetap (<i>Fixed Cost</i>).....	15
2.2.3.2	Biaya Variabel (<i>Variable Cost</i>).....	17
2.2.3.3	Biaya Semivariabel (<i>Semivariable Cost</i>)	19
2.2.4	Metode yang Digunakan Dalam Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....	20
2.2.4.1	Metode Tinggi-Rendah (<i>The High-Low Method</i>).....	20
2.2.4.2	Metode Grafik Statistikal (<i>The Scattergraph Method or Visual-Fit Method</i>).....	22
2.2.4.3	Metode Kuadrat Terkecil (<i>The Least Square Regression Method</i>).....	23
2.3	Titik Impas (<i>Break Even Point</i>).....	25
2.3.1	Pengertian Titik Impas (<i>Break Even Point</i>).....	25
2.3.2	Kegunaan Analisis <i>Break Even</i>	26
2.3.3	Metode Perhitungan <i>Break Even Point</i>	27
2.1.2.1	Metode Persamaan (<i>Equation Method</i>).....	27
2.1.2.2	Metode Margin Kontribusi (<i>Contribution Margin Method</i>).....	28
2.1.2.3	Metode Grafik (<i>Graph Method</i>).....	28
2.4	<i>Contribution Margin</i> dan <i>Margin of Safety</i>	30
2.4.1	Pengertian <i>Contribution Margin</i>	30
2.4.2	Pengertian <i>Margin of Safety</i>	31

2.5	Laba.....	33
2.5.1	Pengertian Laba.....	33
2.5.2	Jenis-Jenis Laba.....	33
2.5.3	Perencanaan dan Pengendalian Laba.....	34
2.6	Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i>	36
2.6.1	Pengertian Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i>	36
2.6.2	Manfaat Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i>	37
2.6.3	Asumsi-Asumsi Dalam Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i>	38
2.7	Analisis <i>Cost - Volume - Profit</i> Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pencapaian Laba yang Direncanakan.....	40
2.7.1	Perubahan Biaya Tetap.....	40
2.7.2	Perubahan Biaya Variabel.....	41
2.7.3	Perubahan Harga Jual.....	42
2.7.4	Perubahan Komposisi Penjualan (<i>Sales Mix</i>).....	42

BAB III OBJEK DAN METODA PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	44
3.1.1	Sejarah Perusahaan.....	44
3.1.2	Aktivitas Perusahaan.....	45
3.1.3	Struktur Organisasi.....	47
3.1.4	Uraian Tugas.....	49
3.2	Metoda Penelitian.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Pendapatan dan Biaya PT “X”.....	58
-----	----------------------------------	----

4.1.1	Pendapatan PT “X”	58
4.1.2	Biaya PT “X”	59
4.1.2.1	Biaya Produksi	59
4.1.2.2	Biaya Umum Dan Administrasi	61
4.1.2.3	Biaya Pemasaran	62
4.2	Pemisahan Biaya Semivariabel Ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel	63
4.2.1	Perhitungan <i>Break Even Point</i>	68
4.2.2	Perhitungan <i>Margin of Safety Ratio</i>	73
4.3	Target Penjualan Pada Tingkat Laba yang Direncanakan	74
4.4	Pengaruh Perubahan Beberapa Faktor Terhadap Pencapaian Laba Yang Direncanakan	76
4.4.1	Perubahan Harga Jual	77
4.4.2	Perubahan Volume Penjualan	80
4.4.3	Perubahan Biaya Variabel	83
4.5	Perubahan Kombinasi Berbagai Faktor	87
4.5.1	Perubahan Biaya Tetap dan Harga Jual	87
4.5.2	Perubahan Biaya Variabel dan Harga Jual	90
4.5.3	Perubahan Volume Penjualan dan Harga Jual	94
4.5.4	Perubahan Biaya Variabel, Volume Penjualan, dan Harga Jual	97
4.6	Peranan Analisis <i>Cost - Volume - Profit</i> Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pencapaian Laba yang Direncanakan	104

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....106

5.2 Saran.....109

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Grafik Biaya Tetap.....	17
2.2 Grafik Biaya Variabel.....	18
2.3 Grafik Biaya Semivariabel.....	20
2.4 Grafik <i>Break Even Point</i>	29

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Penjualan PT “X” Tahun 2006.....	58
4.2 Penggolongan Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semivariabel Tahun 2006.....	64
4.3 <i>Least Square Regression Method</i> Biaya Listrik Tahun 2006.....	65
4.4 Penggolongan Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2006.....	67
4.5 Daftar Biaya Bahan Baku obat.....	68
4.6 Total Biaya Variabel per Unit (Rp).....	70
4.7 Total Biaya Variabel per Jenis Produk.....	70
4.8 <i>Contribution Margin</i>	71
4.9 <i>Break Even Point</i> Masing-masing Produk.....	73
4.10 Perbandingan Volume Sasaran Dengan Volume Sebenarnya.....	76
4.11 Pendapatan Setelah Peningkatan Harga Jual.....	77
4.12 Daftar Harga Jual dan <i>Contribution Margin</i> per Unit Setelah Kenaikan Harga Jual.....	78
4.13 <i>Break Even Point</i> Setelah Kenaikan Harga Jual.....	79
4.14 Pendapatan Setelah Peningkatan Volume Penjualan.....	80
4.15 <i>Break Even Point</i> Setelah Kenaikan Volume Penjualan.....	81
4.16 Total Biaya Variabel per Unit (Rp) Setelah Kenaikan Biaya Variabel.....	83
4.17 <i>Contribution Margin</i> Setelah Penurunan Biaya Variabel.....	83
4.18 Pendapatan Setelah Peningkatan Volume Penjualan.....	84
4.19 Daftar Biaya Bahan Baku Setelah Kenaikan.....	84

4.20	Penggolongan Biaya Tetap dan Biaya Variabel Setelah Kenaikan Biaya Variabel.....	84
4.21	<i>Break Even Point</i> Setelah Kenaikan Biaya Variabel.....	86
4.22	Pendapatan Setelah Kenaikan Harga Jual.....	88
4.23	<i>Contribution Margin</i> Setelah Kenaikan Harga Jual.....	88
4.24	<i>Break Even Point</i> Setelah Kenaikan Biaya Tetap dan Harga Jual.....	89
4.25	<i>Contribution Margin</i> Setelah Kenaikan Harga Jual dan Biaya Variabel....	91
4.26	Total Biaya Variabel Setelah Kenaikan Biaya Variabel dan Harga Jual....	91
4.27	Pendapatan Setelah Kenaikan Harga Jual.....	92
4.28	<i>Break Even Point</i> Setelah Kenaikan Biaya Variabel dan Harga Jual.....	92
4.29	Pendapatan Setelah Penurunan Harga Jual Dan Kenaikan Volume Penjualan.....	94
4.30	<i>Contribution Margin</i> Setelah Penurunan Harga Jual.....	95
4.31	<i>Break Even Point</i> Setelah Penurunan Harga Jual dan Kenaikan Volume Penjualan.....	96
4.32	Pendapatan Setelah Kenaikan Harga Jual dan Penurunan Volume Penjualan.....	97
4.33	Biaya Variabel Setelah Terjadi Kenaikan.....	98
4.34	<i>Contribution Margin</i> Setelah Kenaikan Biaya Variabel dan Harga Jual....	98
4.35	Total Biaya Variabel Setelah Kenaikan.....	98
4.36	<i>Break Even Point</i> Setelah Kenaikan Biaya Variabel dan Harga Jual Serta Penurunan Volume Penjualan.....	99
4.37	Perbandingan Keadaan Awal Dengan Alternatif Tindakan.....	101

