

ANALISIS *COST VOLUME PROFIT* SEBAGAI DASAR PERENCANAAN PENJUALAN DAN PERENCANAAN LABA (Studi Pada PT.Mitra Anugrah Gemilang, Ngoro-Mojokerto)

Nanda Puspita Ciptaning Dewi
Moch. Dzulkirom, AR.
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
Email : npuspita08@gmail.com

ABSTRACT

Analysis of cost volume profit shows the overall relationship between costs, volume and profit in the calculation of the company's sales and profit planning appropriately and scalable. This research aims to know the application of cost-volume-profit analysis on PT. Mitra Anugrah Gemilang. This research uses descriptive research. The data collection techniques used are observation and documentation on the financial data of PT. Mitra Anugrah Gemilang Ngoro-Mojokerto. The results of this study indicate that the separation of semivariable costs by using the least square method into a fixed cost and variable cost generate fixed cost of Rp 4.890.850.658,63 and variable costs of 26.333.199.582,37. Calculation of the BEP which is a step of the analysis of cost volume profit shows its product mix of BEP 33.564 units. In sales and profit planning, PT. Mitra Anugrah Gemilang plans an increase in earnings in the year 2017 amounts to 10%. To achieve the planned profit increase, PT. Mitra Anugrah Gemilang should raise the sales of Rp 36.109.056.166,66. The calculation result of the margin of safety for PT. Mitra Anugrah Gemilang amounts to 44% which means that if the company is experiencing a decrease in sales exceeding 44%, the company will suffer losses.

Key Word : *Cost Volume Profit, Sales Plan, Profit Plan*

ABSTRAK

Analisis cost volume profit memperlihatkan hubungan antara biaya, volume dan laba secara menyeluruh dalam perhitungan perencanaan penjualan dan perencanaan laba perusahaan secara tepat dan terukur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan analisis cost volume profit pada PT. Mitra Anugrah Gemilang. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi dan dokumentasi pada data keuangan PT. Mitra Anugrah Gemilang Ngoro-Mojokerto. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemisahan biaya semivariabel dengan menggunakan metode least square ke dalam biaya tetap dan biaya variabel menghasilkan biaya tetap sebesar Rp 4.890.850.658,63 serta biaya variabel sebesar Rp 26.333.199.582,37. Perhitungan BEP yang merupakan langkah dari analisis cost volume profit menunjukkan BEP mix produknya sebesar 33.564 unit. Dalam perencanaan penjualan dan laba PT. Mitra Anugrah Gemilang merencanakan kenaikan laba pada tahun 2017 sebesar 10%. Untuk mencapai kenaikan laba yang direncanakan maka PT. Mitra Anugrah Gemilang harus menaikkan penjualan sebesar Rp 36.109.056.166,66. Hasil perhitungan dari margin of safety untuk PT. Mitra Anugrah Gemilang adalah sebesar 44% artinya apabila perusahaan mengalami penurunan penjualan melebihi 44% maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Kata Kunci : *Cost Volume Profit, Perencanaan Penjualan, Perencanaan Laba*

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat, menyebabkan kompleksnya permasalahan yang harus dihadapi oleh setiap perusahaan. Manajemen perusahaan diharapkan untuk mengerahkan seluruh kemampuannya dalam menghadapi segala tantangan dan permasalahan yang ada agar perusahaan dapat tetap bertahan dalam persaingan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang perindustrian, perdagangan maupun jasa berusaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkannya. Secara umum tujuan utama didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal. Besar kecilnya laba yang mampu dicapai seringkali dijadikan tolak ukur keberhasilan manajemen perusahaan.

Salah satu peran manajemen yaitu melakukan perencanaan. Perencanaan merupakan pedoman untuk melakukan kegiatan perusahaan di masa yang akan datang. Menurut Siagian (2008:88) “Perencanaan adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang tentang hal-hal yang dikerjakan dimasa yang akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan.”

“Perencanaan penjualan adalah ramalan unit dan nilai uang penjualan suatu perusahaan untuk periode dimasa yang akan datang yang didasarkan pada tren penjualan terakhir” (Brigham dan Houston, 2001:117). Penyusunan perencanaan penjualan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga. Carter (2009:14) menyatakan bahwa “Dalam penetapan harga yang menguntungkan memerlukan pertimbangan atas biaya-biaya yang terjadi untuk membuat suatu produk”.

“Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan” (Carter dan Usry, 2005:4). Pada penyusunan perencanaan laba manajemen harus memperhatikan dan mengetahui sejauh mana keterkaitan antara faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat laba. Menurut Munawir (2007:184) bahwa perencanaan laba memiliki hubungan antara biaya, volume dan harga jual. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai laba yang diinginkan, harga jual mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Salah satu metode atau alat yang dapat digunakan untuk mengetahui keterkaitan

antara biaya, volume dan laba adalah dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit*.

Analisis *cost volume profit* memberikan gambaran seperti berapa jumlah unit yang harus dijual, berapa biaya yang harus dikeluarkan, dan berapa harga untuk suatu produk sesuai dengan tingkat laba yang dikehendaki. Analisis *cost volume profit* akan membantu manajemen dalam mengambil keputusan dengan melihat berbagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap laba. Konsep analisis *cost volume profit* dapat memberikan informasi tentang margin kontribusi, titik impas, dan *margin of safety*.

Semua perusahaan yang berskala besar maupun kecil harus melakukan perencanaan yang tepat untuk mencapai laba yang maksimal. Begitu pula dengan PT. Mitra Anugrah Gemilang merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi furnitur berupa Rak TV dan Almari. Dalam menjalankan bisnisnya PT. Mitra Anugrah Gemilang seringkali dihadapkan oleh berbagai tantangan seperti ketidakpastian bisnis ditengah persaingan yang semakin ketat. Situasi bisnis yang tidak menentu tersebut, mengharuskan perusahaan untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Biaya

Pengertian Biaya

Menurut Bustami dan Nurlela (2013:7) “Biaya (*cost*) adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.” Definisi lain menyatakan bahwa “Biaya adalah kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang dan jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan di masa mendatang” (Purwanti, 2013:19).

Klasifikasi Biaya

Menurut Bustami dan Nurlela (2013:13) klasifikasi biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungannya dengan:

1) Produk

Biaya dalam hubungannya dengan produk dapat dikelompokkan menjadi biaya produksi dan biaya non produksi.

2) Volume produksi

- 3) Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi diantaranya yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel
- 4) Departemen dan pusat biaya
Biaya dalam hubungannya dengan pusat biaya dibagi menjadi biaya departemen langsung dan biaya departemen tidak langsung.
- 5) Periode akuntansi
Biaya dalam hubungannya dengan periode akuntansi dikelompokkan menjadi biaya pengeluaran produk dan biaya pengeluaran pendapatan.
- 6) Pengambilan keputusan
Biaya dalam hubungan dengan pengambilan keputusan dibagi menjadi biaya relevan dan biaya tidak relevan.

Perilaku Biaya

Menurut Bustami dan Nurlela (2013:23) “Perilaku biaya adalah perubahan biaya yang terjadi akibat perubahan dari aktifitas bisnis”, sedangkan Simamora (2002:146) menyatakan bahwa “Analisis perilaku biaya (*cost behavior*) adalah penilaian bagaimana suatu biaya tertentu merespon perubahan tingkat aktivitas di dalam perusahaan”.

2.2. Metode Pemisahan Biaya

Menurut Bustami dan Nurlela (2013:28) terdapat tiga metode pemisahan biaya semivariabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel diantaranya yaitu:

- 1) Metode titik tertinggi dan terendah
Metode titik tertinggi dan terendah atau two point method adalah suatu metode dalam menghitung biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan titik tertinggi dan terendah. Apabila periode tertinggi dan terendah biaya tidak sama dengan aktivitas maka titik yang dipilih adalah berkaitan dengan aktivitas, karena aktivitas dipandang sebagai pemicu dari biaya.
- 2) Metode Scattegraph
Metode scattegraph merupakan suatu metode analisis sederhana yang menggunakan dua variabel.
- 3) Metode Analisis Regresi
metode ini disebut juga metode kuadrat terkecil (least square). Metode ini merupakan pendekatan yang efektif dan sederhana untuk mengukur rata-rata perubahan variabel dependen yang berkaitan dengan kenaikan unit dalam jumlah satu atau lebih variabel independen.

2.3. Perencanaan Penjualan

Menurut Rudianto (2013:30) Anggaran penjualan adalah aktivitas yang berhubungan dengan aktivitas penjualan perusahaan selama suatu periode tertentu. Wajib bagi perusahaan untuk mengetahui jumlah minimal penjualan yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian. Sehingga, dengan adanya perencanaan penjualan perusahaan dapat menentukan berapa besar jumlah biaya-biaya yang nantinya akan dipergunakan untuk membiayai suatu volume penjualan.

2.4. Perencanaan Laba

Menurut Carter dan Usry (2005:4) “Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan”. Rencana laba merupakan tingkat laba yang ditargetkan oleh perusahaan yang akan berusaha dicapai dimasa yang akan datang. Perencanaan laba yang baik terkadang sulit dilakukan karena adanya faktor-faktor eksternal antara lain perubahan teknologi, tindakan pesaing, ekonomi, selera serta pilihan pelanggan, serta faktor-faktor politik lainnya, dimana semua faktor-faktor tersebut arah perubahannya sulit diprediksi.

Menetapkan Tujuan Laba

Menurut Rudianto (2013:94), terdapat tiga metode yang dapat digunakan ketika menyusun dan menetapkan tujuan laba:

- 1) Metode a posteriori adalah metode penyusunan anggaran laba di mana jumlah laba ditetapkan sesudah penetapan rencana (*planning*) keseluruhan, termasuk penyusunan anggaran operasional. Berarti, metode ini menggunakan anggaran penjualan sebagai titik tolak penyusunan anggaran operasional.
- 2) Metode a priori adalah metode penyusunan anggaran laba dimana jumlah laba ditentukan terlebih dulu pada awal proses perencanaan (*planning*) secara keseluruhan. Jumlah laba yang ditetapkan pada awal proses perencanaan akan berpengaruh langsung terhadap seluruh anggaran operasional.
- 3) Metode pragmatis adalah metode penyusunan anggaran laba di mana jumlah laba yang direncanakan ditetapkan berdasarkan standar

tertentu yang telah teruji secara empiris dan didukung oleh pengalaman.

Jangka Waktu Perencanaan Laba

- a. Perencanaan Laba Jangka Pendek
Menurut Carter & Usry (2005:6) perencanaan laba jangka pendek dapat meliputi periode 3, 6, atau 12 bulan, bergantung pada karakter bisnis. Laba perusahaan dalam jangka pendek dipengaruhi oleh pendapatan (hasil kali volume penjualan dengan harga jual), biaya variabel, dan biaya tetap. Perencanaan laba jangka pendek dilakukan untuk menyusun anggaran perusahaan.
- b. Perencanaan Laba Jangka Panjang
Perkembangan bisnis yang pesat dan kompleks mengharuskan manajemen untuk mengembangkan perencanaan laba jangka panjang. Menurut Carter dan Usry (2005:5) Perencanaan jangka panjang didefinisikan sebagai proses terus-menerus untuk membuat keputusan-keputusan saat ini secara sistematis dengan melihat berbagai faktor atau dampak di masa depan.

Manfaat Perencanaan Laba

- Carter dan Usry (2005:6) menyatakan bahwa perencanaan laba memiliki manfaat sebagai berikut:
- a. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.
 - b. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
 - c. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi.
 - d. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.
 - e. Perencanaan laba menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

Keterbatasan Perencanaan Laba

- Carter dan Usry (2005:7) menyatakan, sementara keuntungan dari perencanaan laba tidak diragukan lagi bersifat impresif dan berwawasan luas, tetapi perencanaan labajuga memiliki keterbatasan dan kekurangan sebagai berikut:
- a. Perediksi bukanlah ilmu pasti
 - b. Perencanaan laba dapat memfokuskan perhatian manajemen pada tujuan yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan organisasi.

- c. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja sama dari semua anggota manajemen.
- d. Penggunaan perencanaan laba secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsional.
- e. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peran administrasi.
- f. Penyusunan perencanaan laba memakan waktu.

2.5. Analisis Cost Volume Profit

Pengertian Analisis Cost Volume Profit

Menurut Blocher (2013:504) menyatakan bahwa “Analisis *Cost Volume Profit* merupakan suatu metode untuk menganalisis bagaimana pengaruh keputusan operasi dan pemasaran terhadap laba berdasarkan pemahaman atas hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output.”

Manfaat Analisis Cost Volume Profit

Menurut Hansen dan Mowen (2003:664) manfaat analisis *cost volume profit* bagi manajemen perusahaan pada tahap perencanaan adalah sebagai berikut:

1. Membantu pengendalian melalui anggaran
2. Membantu meningkatkan penjualan
3. Membantu mengevaluasi akibat dari volume penjualan
4. Membantu menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya
5. Membantu menganalisis komposisi penjualan
6. Membantu menilai keputusan kapitalisasi dan ekspansi lanjutan
7. Membantu menganalisis *margin of safety*

Asumsi Cost Volume Profit Analysis

Horngren (2008:70) menyatakan bahwa analisis *cost volume profit* didasarkan pada asumsi-asumsi sebagai berikut:

- a. Perubahan tingkat pendapatan dan biaya hanya disebabkan oleh perubahan jumlah unit produk atau jasa yang diproduksi dan dijual.
- b. Biaya total dapat dipisahkan ke dalam komponen tetap dan tidak berubah mengikuti perubahan tingkat output dan komponen variabel yang berubah mengikuti tingkat output.
- c. Ketika disajikan secara grafik, perilaku pendapatan total dan biaya total bersifat linier (yaitu dapat digambarkan sebagai garis lurus)

ketika dihubungkan dengan tingkat output dalam rentang (dan periode waktu) yang relevan.

- d. Harga jual, biaya variabel per unit, serta biaya tetap total (dalam rentang dan periode waktu yang relevan) telah diketahui konstan.
- e. Analisis mencakup satu produk atau mengasumsikan bahwa proporsi produk yang berbeda ketika perusahaan menjual beragam produk adalah tetap konstan ketika unit yang terjual totalnya berubah.
- f. Seluruh pendapatan dan biaya dapat ditambahkan, dikurangkan, dan dibandingkan tanpa memperhitungkan nilai waktu dari uang.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian deskriptif. Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan. Penelitian ini dilakukan pada PT. Mitra Anugrah Gemilang yang berlokasi di Jalan Wotan Mas (Jalan Kontrak) Ngoro-Mojokerto merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri furnitur. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan dokumentasi serta instrumen penelitian yang digunakan berdasarkan pedoman observasi dan pedoman dokumentas. Tahapan-tahapan analisis data yang digunakan:

1. Menggolongkan biaya-biaya berdasarkan perilaku biaya ke dalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel
2. Analisis pemisahan biaya semivariabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square method*).
3. Menghitung kontribusi margin dan rasio margin kontribusi.
4. Menghitung titik impas (*Break Even Point*)
5. Menghitung analisis *cost volume profit* dengan perencanaan penjualan dan laba.
6. Menghitung margin pengamanan (*margin of safety*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Penggolongan Biaya Berdasarkan Perilaku Biaya

Tabel 1. Penggolongan biaya kedalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel PT. Mitra Anugrah Gemilang Tahun 2016

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Biaya Semivariabel (Rp)
Biaya Produksi:			
Biaya Bahan Baku	-	14.073.804.279	-
Biaya Tenaga Kerja Langsung	-	5.586.735.816	-
Biaya Produksi Tidak Langsung:			
Biaya Bahan Penolong	-	6.036.240.077	-
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	842.342.400	-	-
Biaya Tunjangan dan Asuransi TKTL	127.579.776	-	-
Biaya Listrik	-	-	547.567.820
Biaya Pemeliharaan Bangunan	143.529.310	-	-
Biaya Penyusutan Bangunan	1.053.430.210	-	-
Biaya Pemeliharaan Mesin	-	-	213.894.050
Biaya Penyusutan Mesin	407.561.722	-	-
Biaya Tidak Langsung Lain-lain	293.043.250	-	-
Biaya Administrasi dan Umum:			
Biaya Gaji Bagian Administrasi & Umum	654.489.000	-	-
Biaya Tunjangan dan Asuransi Adm & Umum	140.369.160	-	-
Biaya Telpon dan Internet Kantor	-	-	25.493.035
Biaya Perlengkapan Kantor	89.120.455	-	-
Biaya Pemeliharaan Perlengkapan Kantor	8.306.891	-	-
Biaya Penyusutan Perlengkapan Kantor	11.026.740	-	-
Biaya Administrasi Bank	37.340.300	-	-
Biaya Administasi dan Umum Lain-Lain	127.231.400	-	-
Biaya Pemasaran:			
Biaya Gaji Bagian Pemasaran	126.720.000	-	-
Biaya Tunjangan dan Asuransi Bagian Pemasaran	19.192.800	-	-
Biaya Expedisi	-	504.710.650	-
Biaya Pemasaran lain-lain	154.321.100	-	-
Total Biaya (Rp)	4.235.604.514	26.201.490.882	786.954.905
Total Seluruh Biaya (Rp)	31.224.050.241		

Sumber: PT. Mitra Anugrah Gemilang (Data Diolah)
Diolah)Diolah)

Tabel 1 menunjukkan hasil penggolongan biaya berdasarkan perilaku biaya ke dalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel pada PT. Mitra Anugrah Gemilang tahun 2016 yaitu biaya tetap sebesar Rp 4.235.604.514, biaya variabel

sebesar Rp 26.201.490.882 dan biaya semivariabel sebesar Rp 786.954.905.

4.2. Pemisahan Biaya Semivariabel

Tabel 2 Rekapitulasi Pemisahan Biaya Semivariabel kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel PT. Mitra Anugrah Gemilang Tahun 2016

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Total Biaya (Rp)
Biaya Listrik	497.365.240,15	50.202.579,85	547.567.820,00
Biaya Pemeliharaan Mesin	138.654.082,07	75.239.967,93	213.894.050,00
Biaya Telepon dan Internet Kantor	19.226.822,41	6.266.212,59	25.493.035,00
Total	655.246.144,63	131.708.760,37	786.954.905,00

Sumber: PT. Mitra Anugrah Gemilang (Data Diolah)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa biaya semivariabel pada PT. Mitra Anugrah Gemilang setelah dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel hasil perhitungannya adalah biaya tetap sebesar Rp 655.246.144,63 dan biaya variabel sebesar Rp 131.708.760,37. Setelah melakukan rekapitulasi pemisahan biaya semivariabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, langkah selanjutnya adalah melakukan rekapitulasi terhadap seluruh biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel yang dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3 Rekapitulasi Seluruh Biaya ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel pada PT. Mitra Anugrah Gemilang Tahun 2016

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)
Biaya Produksi:		
Biaya Bahan Baku	-	14.073.804.279
Biaya Tenaga Kerja Langsung	-	5.586.735.816
Biaya Produksi Tidak Langsung:		
Biaya Bahan Penolong	-	6.036.240.077
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	842.342.400	-
Biaya Tunjangan dan Asuransi TKTL	127.579.776	-
Biaya Listrik	497.365.240,15	50.202.579,85
Biaya Pemeliharaan Bangunan	143.529.310	-
Biaya Penyusutan Bangunan	1.053.430.210	-
Biaya Pemeliharaan Mesin	138.654.082,07	75.239.967,93
Biaya Penyusutan Mesin	407.561.722	-
Biaya Tidak Langsung Lain-lain	293.043.250	-
Biaya Administrasi dan Umum:		
Biaya Gaji Bagian Administrasi & Umum	654.489.000	-

Biaya Tunjangan dan Asuransi Adm & Umum	140.369.160	-
Biaya Telpon dan Internet Kantor	19.226.822,41	6.266.212,59
Biaya Perlengkapan Kantor	89.120.455	-
Biaya Pemeliharaan Perlengkapan Kantor	8.306.891	-
Biaya Penyusutan Perlengkapan Kantor	11.026.740	-
Biaya Administrasi Bank	37.340.300	-
Biaya Administasi dan Umum Lain-Lain	127.231.400	-
Biaya Pemasaran:		
Biaya Gaji Bagian Pemasaran	126.720.000	-
Biaya Tunjangan dan Asuransi Bagian Pemasaran	19.192.800	-
Biaya Expedisi		504.710.650
Biaya Pemasaran lain-lain	154.321.100	-
Total Biaya (Rp)	4.890.850.658,63	26.333.199.582,37
Total Seluruh Biaya (Rp)	31.224.050.241	

Sumber: PT. Mitra Anugrah Gemilang (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel 19, dapat diketahui bahwa biaya tetap adalah sebesar Rp 4.890.850.658,63 dan biaya variabel sebesar Rp 26.333.199.582,37. Setelah melakukan rekapitulasi terhadap seluruh biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, tahap selanjutnya membebaskan biaya variabel terhadap masing-masing produk yang dihasilkan.

Biaya Variabel untuk masing-masing Produk

Tabel 4 Rekapitulasi Pembebanan Seluruh Biaya Variabel Tiap Produk PT. Mitra Anugrah Gemilang Tahun 2016

Keterangan	Jenis Produk		Total (Rp)
	Rak TV	Almari	
Biaya Bahan Baku	4.091.593.240	9.982.211.039	14.073.804.279
Biaya Tenaga Kerja Langsung	1.624.198.408	3.962.537.408	5.586.735.816
Biaya Bahan Penolong	1.754.880.102	4.281.359.975	6.036.240.077
Biaya Listrik	14.595.096,84	35.607.483,01	50.202.579,85
Biaya Pemeliharaan Mesin	21.874.067,46	53.365.900,47	75.239.967,93
Biaya Telepon dan Internet kantor	1.821.738,64	4.444.473,95	6.266.212,59
Biaya Expedisi	146.731.519	357.979.131	504.710.650
Total (Rp)	7.655.694.171,99	18.677.505.410,38	26.333.199.582,37

Sumber: PT. Mitra Anugrah Gemilang (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil perhitungan pembebanan biaya variabel untuk masing-masing produk yaitu rak TV sebesar Rp

7.655.694.171,99 dan almari sebesar Rp 18.677.505.410,38 sehingga diperoleh total biaya variabel sebesar Rp 26.333.199.582,37.

4.3. Marjin Kontribusi dan Rasio Marjin Kontribusi

Tabel 5. Margin Kontribusi PT. Mitra Anugrah Gemilang Tahun 2016

Keterangan	Jenis Produk		Total (Rp)
	Rak TV	Almari	
Penjualan	10.080.759.600	24.593.908.500	34.674.668.100
Biaya Variabel	7.655.694.171,99	18.677.505.410,38	26.333.199.582,37
Marjin Kontribusi	2.425.065.428,01	5.916.403.089,62	8.341.468.517,63
Biaya Tetap			4.890.850.658,63
Laba Operasi			3.450.617.859,00

Sumber: PT. Mitra Anugrah Gemilang (Data Diolah)
Berdasarkan tabel 21 maka dapat diketahui besarnya marjin kontribusi yaitu sebesar Rp 8.341.468.517,63, sehingga menghasilkan laba operasi pada tahun 2016 sebesar Rp 3.450.617.859. Tahap selanjutnya yaitu menghitung besarnya rasio marjin kontribusi dengan perhitungan sebagai berikut:

Rasio Marjin Kontribusi

$$= \frac{\text{Total Margin Kontribusi}}{\text{Total Penjualan}}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Rp } 8.341.468.517,63}{\text{Rp } 34.674.668.100}$$

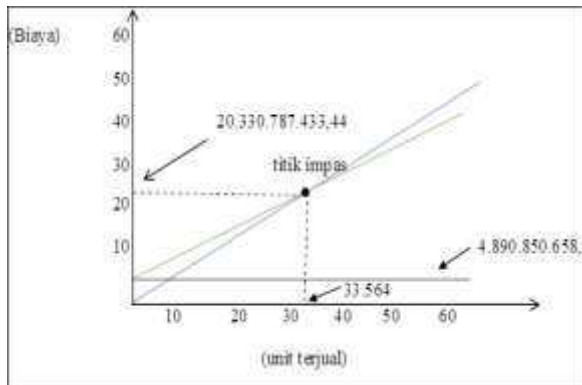
$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = 0,24056376$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = 0.24 \text{ (Pembulatan)}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = 24\%$$

Berdasarkan perhitungan rasio marjin kontribusi yang dilakukan dapat diketahui bahwa produk yang dihasilkan mampu memberikan kontribusi laba sebesar 24% terhadap perusahaan.

4.4. Break Even Point



Gambar 1. Grafik Break Even Point Multiproduk

Sumber: PT. Mitra Anugrah Gemilang (Data Diolah)

Berdasarkan grafik BEP di atas, dapat diketahui sumbu datar (sumbu x) menggambarkan penjualan (unit terjual) dan sumbu tegak (sumbu y) menggambarkan total pendapatan (biaya). Daerah titik impas menggambarkan titik perpotongan antara garis total pendapatan dengan garis total biaya. Perpotongan terjadi antara penjualan (unit terjual) sebesar 33.564 unit dan penghasilan penjualan (biaya) sebesar Rp20.330.787.433,44. Jadi, pada saat break even point berada pada penjualan sebesar Rp 20.330.787.433,44. atau 33.564 unit, apabila PT. Mitra Anugrah Gemilang beroperasi disebelah kiri titik BEP (titik impas) maka perusahaan akan mendapatkan rugi, dan apabila PT. mitra Anugrah Gemilang beroperasi disebelah kanan titik BEP (titik impas) maka perusahaan akan mendapatkan laba.

4.5. Analisis Cost Volume Profit dengan Perencanaan Penjualan dan Laba.

Perhitungan dan analisis perencanaan penjualan dan laba untuk tahun 2017 adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba operasi tahun 2016} = \text{Rp } 3.450.617.859$$

$$\text{Laba yang diinginkan tahun 2017} = \text{Rp } 3.795.679.644,90$$

Setelah mengetahui kenaikan laba yang diinginkan, berikut ini merupakan perhitungan perencanaan tingkat penjualan untuk mencapai laba sebesar Rp 3.795.679.644,90

$$\text{Penjualan (unit)} = \frac{(\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Diharapkan})}{(\text{Margin Kontribusi Tertimbang})}$$

$$\text{Penjualan (unit)} = \frac{(\text{Rp } 4.890.850.658,63 + \text{Rp } 3.795.679.644,90)}{145.717,78}$$

$$\text{Penjualan} = \frac{(\text{Rp } 8.686.530.303,53)}{145.717,78}$$

$$\text{Penjualan} = 59.612,01$$

$$\text{Penjualan} = 59.612 \text{ (pembulatan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui apabila perusahaan ingin memperoleh laba sebesar Rp 3.795.679.644,90, maka perusahaan harus mampu menjual produk-produknya sebesar 59.612 unit pada tahun 2017. Besarnya penjualan masing-masing produk untuk tahun 2017 dapat dilihat pada perhitungan berikut ini:

$$\text{Rak TV (unit)} = \frac{(\text{Penjualan Rak TV})}{(\text{Jumlah Penjualan})} \times \text{Penjualan yang direncanakan}$$

$$\text{Rak TV (unit)} = \frac{25.114}{(57.244)} \times 59.612$$

$$\text{Rak TV (unit)} = 0,438718468 \times 59.612$$

$$\text{Rak TV (Unit)} = 26.152,89$$

$$\text{Rak TV (unit)} = 26.153 \text{ (pembulatan)}$$

$$\text{Almari (unit)} = \frac{(\text{Penjualan Almari})}{(\text{Jumlah Penjualan})} \times \text{Penjualan yang direncanakan}$$

$$\text{Rak TV}(\text{unit})=32.130/(57.244) \times 59.612$$

$$\text{Rak TV}(\text{unit})=0,561281532 \times 59.612$$

$$\text{Rak TV}(\text{unit})=33.459,12$$

$$\text{Rak TV}(\text{unit})=33.459 \text{ (pembulatan)}$$

Selain menghitung dalam jumlah kuantitas, perencanaan penjualan juga dihitung dalam rupiah, perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Penjualan (Rp)} = (\text{Biaya tetap+laba yang diharapkan})/\text{CMR}$$

$$\text{Penjualan (Rp)} = (\text{Rp } 4.890.850.658,63+\text{Rp } 3.795.679.644,90)/0,24$$

$$\text{Penjualan (Rp)} = (\text{Rp } 8.686.530.303,53)/0,24$$

$$\text{Penjualan (Rp)} = \text{Rp } 36.109.056.166,66$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan apabila perusahaan ingin mencapai laba sebesar Rp 3.795.679.644,90, maka perusahaan tersebut harus menjual produk-produknya sebesar 59.612 unit. Masing-masing penjualan untuk Rak TV sebesar $(26.153 \times \text{Rp. } 401.400) = 10.497.770.693,84$ dan penjualan untuk Almari sebesar $(33.459,12 \text{ Rp.}765.450) = \text{Rp } 25.611.285.472,82$, sehingga total penjualan seluruhnya adalah Rp 36.109.056.166,66.

4.6. Margin of Safety

Berdasarkan perhitungan perencanaan tahun 2016 maka :

$$\text{MOS} = (\text{Pendapatan yang dianggarkan}-\text{Pendapatan impas})/(\text{Pendapatan yang dianggarkan}) \times 100\%$$

$$\text{MOS} = (\text{Rp.}36.109.056.166,66 - \text{Rp.}20.330.787.433,44) / (\text{Rp } 36.109.056.166,66) \times 100\%$$

$$\text{MOS} = (\text{Rp.}15.778.268.733,22) / (\text{Rp.}36.109.056.166,66) \times 100\%$$

$$\text{MOS} = 0,4369 \times 100\%$$

$$=44\% \text{ (pembulatan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka penurunan penjualan yang diperbolehkan turun dimana perusahaan tidak sampai mengalami kerugian adalah sebesar 44%, apabila penurunan penjualan pada perusahaan kurang dari margin of safety yang telah ditentukan maka perusahaan masih mendapatkan keuntungan, namun apabila penurunan penjualan lebih dari margin of safety yaitu sebesar 44%, maka perusahaan akan mengalami kerugian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Penerapan analisis *cost volume profit* sebagai alat bantu dalam perencanaan penjualan dan laba dapat memberikan informasi yang lebih komplit dan terperinci, diantaranya adalah mempertimbangkan aspek biaya semivariabel yang dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, aspek volume penjualan pada PT. Mitra Anugrah Gemilang serta harga jual tiap produk yang ditetapkan oleh perusahaan.
2. Hasil pembahasan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis *cost volume profit* adalah sebagai berikut:
 - a. Penggolongan biaya berdasarkan perilakunya ke dalam biaya tetap sebesar Rp 4.235.604.514, biaya variabel sebesar Rp 26.201.490.882 dan biaya semivariabel sebesar Rp 786.954.905.
 - b. Melalui perhitungan yang telah dilakukan besarnya margin kontribusi adalah Rp 8.341.468.517,63 dan rasio margin kontribusi yaitu sebesar 24%.
 - c. Perhitungan BEP dilakukan untuk mengetahui batas minimal penjualan dimana perusahaan tidak mendapatkan laba atau rugi atau laba yang dihasilkan sama dengan nol. BEP dalam rupiah diketahui sebesar Rp 20.330.787.433,44 dan BEP dalam unit sebesar 33.564 unit.
 - d. Perhitungan perencanaan penjualan dan laba dengan menggunakan analisis *cost volume profit* pada PT. Mitra Anugrah Gemilang merencanakan kenaikan laba sebesar 10% maka PT. Mitra Anugrah Gemilang harus menaikkan penjualan sebesar Rp 36.109.056.166,66 atau masing-masing sebesar Rp 10.497.770.693,84 untuk rak TV dan sebesar Rp 25.611.285.472,82 untuk almari.
 - e. Hasil perhitungan *margin of safety* diketahui sebesar 44%

5.2. Saran

1. PT. Mitra Anugrah Gemilang sebaiknya melakukan identifikasi terhadap aspek-aspek yang ada dalam kegiatannya, salah satunya yaitu identifikasi komponen-komponen biaya.
2. PT. Mitra Anugrah Gemilang dapat lebih mempertimbangkan penggunaan analisis *cost*

volume profit dalam kegiatan perencanaan penjualan dan labanya, untuk dapat memungkinkan manajemen bekerja lebih efektif dan efisien. Melalui analisis tersebut perusahaan akan mendapatkan gambaran perencanaan penjualan dan laba yang lebih lengkap dan terperinci.

DAFTAR PUSTAKA

- Blocher, Edward, J., Stout, David E. Cokins, Gary. 2013. *Manajemen Biaya: Penekanan Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Brigham, Eugene F, dan Joe F, Hausto. 2001. *Manajemen Keuangan*. Edisi 8. Jakarta: Erlangga
- Bustami, B dan Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya*. Edisi Keempat. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Carter, W, K. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi Keempatbelas. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Carter, W, K dan M, F, Usry. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi Ketigabelas. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, Don R dan Maryanne M. Mowen. 2001. *Manajemen Biaya*. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Horngren, Chaerles T., Srikant M. Datar, dan George FASTER. 2005. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat
- Munawir, S. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty
- Purwanti, Ari. Prawironegoro, Darsono. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 3 Revisi. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga
- Siagian. Sondang P. 2008. *Filsafat Administrasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Simamora, Henry. 2002. *Akuntansi Manajemen*. Jilid II. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Parusahaan YKPN