



**ANALISIS *COST VOLUME PROFIT* SEBAGAI DASAR  
EVALUASI DAN PERENCANAAN LABA PADA  
CV. PRAMANA GROUP**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

**RAUDATUL HASANA**

1715100509

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2022**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : RAUDATUL HASANA  
NPM : 1715100509  
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI  
JENJANG : S1 (STRATA SATU)  
JUDUL : ANALISIS *COST VOLUME PROFIT* SEBAGAI  
DASAR EVALUASI DAN PERENCANAAN LABA  
PADA CV. PRAMANA GROUP

MEDAN, 18 Februari 2022

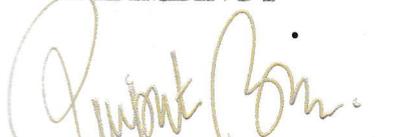
**KETUA PROGRAM STUDI**

  
(Dr. Oktarini Khamilah Siregar, SE., M.Si)



(Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn)

**PEMBIMBING I**

  
(Pipit Buana Sari, SE, MM)

**PEMBIMBING II**

  
(Mika Debora Br. Barus, S.Pd., M.Si)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH  
PANITIA UJIAN SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN**

**PERSETUJUAN UJIAN**

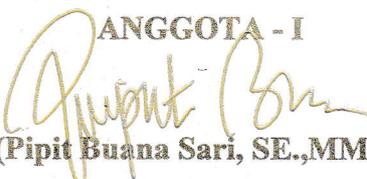
NAMA : RAUDATUL HASANA  
NPM : 1715100509  
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI  
JENJANG : S1 (STRATA SATU)  
JUDUL : ANALISIS *COST VOLUME PROFIT* SEBAGAI  
DASAR EVALUASI DAN PERENCANAAN LABA  
PADA CV. PRAMANA GROUP

MEDAN, 18 Februari 2022

**KETUA**

  
(Miftah Rizkina, SE.AK., M.Si., CA)

**ANGGOTA - I**

  
(Pipit Buana Sari, SE.,MM)

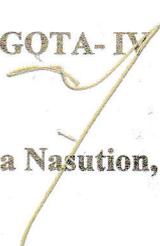
**ANGGOTA II**

  
(Mika Debora Br. Barus, S.Pd., M.Si)

**ANGGOTA III**

  
(Hernawaty, SE.,MM)

**ANGGOTA-IV**

  
(Anggi Pratama Nasution, SE., M.Si)

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : RAUDATUL HASANA  
Tempat/Tanggal Lahir : MEDAN, 03 FEBRUARI 2000  
NPM : 1715100509  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Program Studi : Akuntansi  
Alamat : JLN. KIWI NO 6 B

Dengan mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas sosial Sains Universitas Panca Budi.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat digunakan seperlunya.



18 Februari 2022

Raudatul Hasana

1715100509

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

NAMA : RAUDATUL HASANA  
NPM : 1715100509  
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI  
JENJANG : S1 (STRATA SATU)  
JUDUL : ANALISIS *COST VOLUME PROFIT* SEBAGAI  
DASAR EVALUASI DAN PERENCANAAN  
LABA PADA CV. PRAMANA GROUP

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Unpab untuk menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet dan media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima kensekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, 18 Februari 2022



membuat pernyataan

Raudatul Hasana  
1715100509



# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fakultas Ekonomi UNPAB, Jl. Jend. Gatot Subroto Km, 4,5 Medan Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

(TERAKREDITASI)  
(TERAKREDITASI)  
(TERAKREDITASI)  
(TERAKREDITASI)  
(TERAKREDITASI)

## PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR\*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : RAUDATUL HASANA  
Tempat/Tgl. Lahir : MEDAN / 03 Februari 2000  
Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100509  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Akuntansi Sektor Bisnis  
Mata Kredit yang telah dicapai : 132 SKS, IPK 3.52  
Nomor Hp : 083818712297  
Mengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

No.	Judul
1.	Analisis Hubungan Biaya, Volume dan Laba Terhadap Perencanaan dan Pencapaian Laba Jangka Pendek Pada CV. Pramana Group
2.	Analisis cost volume profit sebagai dasar evaluasi dan perencanaan laba pada cv. Pramana group

Ditandai Dengan Dugaan Jika Ada Perubahan Judul

Yang Tidak Perlu



Rektor I,

( Cahya Prantono, SE, M.M. )

Medan, 03 Mei 2021

Pemohon,

( Raudatul Hasana )

Tanggal : 27/5/2021  
Disetujui oleh:  
Dekan  
  
( Dr. Bambang Widjanarka, SE, MM )

Tanggal : .....  
Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing I  
  
( Raityana Sari, SE, MM )

Tanggal : .....  
Disetujui oleh:  
Ka. Prodi Akuntansi  
  
( Dr. Rahima D. Purba, SE, M.Si, Ak, CA )

Tanggal : .....  
Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing II  
  
( Mika Deter, Br. Barus, S.Pd, M.Si )

No. Dokumen: FM-UBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

Sumber dokumen: <http://mahasiswa.pancabudi.ac.id>

Dicetak pada: Senin, 03 Mei 2021 20:02:02



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

## UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808  
MEDAN - INDONESIA

Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

### LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RAUDATUL HASANA  
NPM : 1715100509  
Program Studi : Akuntansi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
Dosen Pembimbing : Mika Debora Br. Barus, S.Pd., M.Si  
Judul Skripsi : Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Evaluasi Dan Perencanaan Laba Pada CV Pramana Group

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
23 Oktober 2021	ACC seminar Proposal	Disetujui	
19 Januari 2022	ACC Sidang Meja Hijau	Disetujui	
18 Februari 2022	ACC JILID	Disetujui	

Medan, 25 Februari 2022  
Dosen Pembimbing,



Mika Debora Br. Barus, S.Pd., M.Si



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
**FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571  
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpub@pancabudi.ac.id  
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Dosen Pembimbing I : Pipit Buana Sari, SE, MM  
 Dosen Pembimbing II : Mika Debora Br. Barus, S.Pd., M.Si  
 Nama Mahasiswa : RAUDATUL HASANA  
 Jurusan/Program Studi : Akuntansi  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100509  
 Jenjang Pendidikan : Strata-1  
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Evaluasi Dan Perencanaan Laba Pada CV.Pramana Group

TANGGAL	PEBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
27/8/2021	Apa itu Indikator dari judul penelitiannya	<i>[Signature]</i>	
16/9/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Data SDM nya dimasukkan bagian bab 1</li> <li>- Buat grafik Penjualannya</li> <li>- Penulisan menurut penelitiannya dirapikan sesuai panduan</li> <li>- Identifikasi masalah, Perumusan masalah diperbaiki lagi sesuai point lainnya</li> <li>- Indikator dari cost volume profitnya apa.</li> </ul>	<i>[Signature]</i>	
1/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acc semprom</li> </ul>	<i>[Signature]</i>	

Medan, 23 Oktober 2021

Diketahui/Disetujui oleh :

Dekan



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
**FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571  
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id  
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Dosen Pembimbing I : PIPH Buana Sari, SE, MM  
 Dosen Pembimbing II : MIKA Debora Br. Barus, S.Pd., M.Si  
 Nama Mahasiswa : RAUDATUL HASANA  
 Jurusan/Program Studi : Akuntansi  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100509  
 Jenjang Pendidikan : Strata-1  
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Analisis Cost Volume Profit sebagai Dasar Evaluasi  
 Dan Perencanaan Laba Pada CV. Pramara Group

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
28/12/21	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerangka Pemikiran dibuat paling akhir setelah penjelasannya</li> <li>- Menjelaskan tugas dari bagian adm keuangannya</li> <li>- Buat jurnal yang terkait dalam data penelitian</li> </ul>	<i>[Signature]</i>	
3/1/22	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masukkan indikator ke dalam kerangka Pemikiran</li> <li>- Jurnal &amp; Penjelasan dari BEP</li> </ul>	<i>[Signature]</i>	
4/1/22	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buat masing-masing grafik indikator</li> <li>- Perbaiki tingkat persen dibagian kesimpulan perhitungan rasio nya</li> </ul>	<i>[Signature]</i>	
19/1/22	Acc sidang	<i>[Signature]</i>	

Medan, 15 Januari 2022  
 Diketahui/Disetujui oleh :  
 Dekan



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kr

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 25 Januari 2022  
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan  
 Fakultas SOSIAL SAINS  
 UNPAB Medan  
 Di -  
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RAUDATUL HASANA  
 Tempat/Tgl. Lahir : MEDAN / 03/02/2000  
 Nama Orang Tua : DANASRI  
 N. P. M : 1715100509  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Program Studi : Akuntansi  
 No. HP : 081273389380  
 Alamat : Jalan kiwi gang 1 no 6

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Evaluasi Dan Perencanaan Laba Pada CV Pramana Group, Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntun ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Tertampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Tertampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Tertampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Tertampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Tertampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas dimasukkan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
<b>Total Biaya</b>	<b>: Rp.</b>	<b>2,750,000</b>

Ukuran Toga :

S

Diketahui/Disetujui oleh :



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn  
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS

Hormat saya



RAUDATUL HASANA  
 1715100509

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
  - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
  - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCABUDI  
TURNITIN PLAGIAT SIMILARITY INDEX**

Nama : RAUDATUL HASANAH  
NPM : 1715100509  
Prodi : AKUNTANSI

Bersamaan dengan ini kami beritahukan bahwasanya hasil **Turnitin Plagiat Similarity Index** Skripsi / Tesis saudara telah **LULUS** dengan hasil :

**34%**

Silahkan melanjutkan tahap pendaftaran Sidang Meja Hijau.

Verifikasi	Nama
24 januari 2022	Wenny Sartika, SH.,MH

No. Dokumen : FM-DPMA-06-03	Revisi : 00	Tgl Eff : 16 Okt 2021
-----------------------------	-------------	-----------------------

SURAT KETERANGAN  
TURNITIN SELF PLAGIAT SIMILARITY

Dengan ini saya Ka.PPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan Edaran Rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



Dr. Henry Aspan, SE., SH., MA., MH., MM

No. Dokumen : FM-DPMA-06-02	Revisi : 01	Tgl Eff : 16 Okt 2021
-----------------------------	-------------	-----------------------



Acc jilid lux  
18/2022  
/02

**ANALISIS *COST VOLUME PROFIT* SEBAGAI DASAR  
EVALUASI DAN PERENCANAAN LABA PADA  
CV. PRAMANA GROUP**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Acc jilid lux

Oleh:

**RAUDATUL HASANA**

1715100509

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
M E D A N  
2022**



**YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA**  
**PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**  
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

**SURAT BEBAS PUSTAKA**  
**NOMOR: 1212/PERP/BP/2022**

Kepala Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan  
dengan nama saudara/i:

Nama : RAUDATUL HASANA  
P.M. : 1715100509  
Tingkat/Semester : Akhir  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Jurusan/Prodi : Akuntansi

sejak terhitungnya sejak tanggal 03 Januari 2022, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku  
yang terdapat tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 03 Januari 2022  
Diketahui oleh,  
Kepala Perpustakaan

  
Rahmad Budi Utomo, ST.,M.Kom

No. Dokumen : FM-PERPUS-06-01  
Revisi : 01  
Tgl. Efektif : 04 Juni 2015

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : RAUDATUL HASANA  
Tempat/Tanggal Lahir : MEDAN, 03 FEBRUARI 2000  
NPM : 1715100509  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Program Studi : Akuntansi  
Alamat : JLN. KIWI NO 6 B

Dengan mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas sosial Sains Universitas Panca Budi.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat digunakan seperlunya.



Medan, 18 Februari 2022

Raudatul Hasana

1715100509

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Untuk membuktikan secara empiris analisis *Cost Volume Profit* sebagai dasar evaluasi pada CV Pramana Group supaya bertahan dalam hal Break Event Point, perhitungan dan analisa Margin Safety, Contribution of Margin dan target laba dan leverage operasi pada tahun 2016-2020. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil analisis Cost Analysis-Volume-Profit Contribution Margin menunjukkan perhitungan tahun anggaran 2016 adalah Rp771.279.003 dan CMR 23%, tahun 2017 menjadi Rp748.680.493 dan CMR 22%, tahun 2018 menjadi Rp648.389.146 dan CMR 19%, tahun 2019 Rp655.228.891 dan CMR 19%, tahun 2020 menjadi Rp577.016.072 dan CMR ,04%. Break Even Point tahun 2016 sebesar Rp1.315.718.675, tahun 2017 sebesar Rp1.212.183.026, tahun 2018 sebesar Rp1.098.636.048, tahun 2019 sebesar Rp1.312.111.926, dan tahun 2020 sebesar Rp1.706.117.275. Analisis perhitungan target laba tahun 2017 sebesar Rp1.212.183.026 diperoleh hasil laba minimal tahun-tahun sebelumnya, tahun 2018 sebesar Rp1.098.636.048, tahun 2019 sebesar Rp1.716.112.000, dan tahun 2020 sebesar Rp1.753.836.000. *Margin of safety* pada tahun 2016 adalah sebesar 30%, tahun 2017 sebesar 27%, tahun 2018 sebesar 23%, tahun sebesar 2019 sebesar 18% dan tahun 2020 sebesar 2%. Tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Sehingga kemungkinan perusahaan mengalami kerugian sangat rendah. Dan untuk *leverage* operasi, dapat diketahui bahwa apabila CV Pramana Group menaikkan penjualan sebesar 1%, maka persentase kenaikan laba usaha dari usaha obat herbal tahun 2016 sebesar 2,60%, tahun 2017 sebesar 2,46%, tahun 2018 2,51%, tahun 2019 sebesar 2,62% dan tahun 2020 sebesar 3,04%.

**Kata Kunci :** CVP, Perencanaan, laba.

## **ABSTRACT**

*This research is to empirically prove the Cost Volume Profit analysis as the basis. The purpose of this study is to empirically prove the Cost Volume Profit analysis as a basis for evaluating CV Pramana Group in order to survive in terms of Break Even Point, calculation and analysis of Margin Safety, Contribution of Margin and profit targets and operating leverage in 2016-2020. The data used are primary data and secondary data. The results of the Cost Analysis-Volume-Profit Contribution Margin analysis show that the calculation for the 2016 fiscal year is Rp. 228,891 and CMR 19%, in 2020 it will be IDR 577,016,072 and CMR 0.04%.*

*Break Even Point in 2016 was Rp. 1,315,718,675, in 2017 it was Rp. 1,212,183,026, in 2018 it was Rp. 1,098,636,048, in 2019 it was Rp.*

*1,312,111,926, and in 2020 it was Rp. 1,706,117,275. Analysis of the calculation of the profit target in 2017 of Rp. 1,212,183,026, obtained the minimum profit for the previous years, in 2018 it was Rp. 1,098,636,048, in 2019 it was Rp. 1,716,112,000, and in 2020 it was Rp. 1,753,836,000. The margin of safety in 2016 was 30%, in 2017 it was 27%, in 2018 it was 23%, in 2019 it was 18% and in 2020 it was 2%. The level of the company's safety margin has not decreased to the break-even point of sales. So the possibility of the company experiencing losses is very low. And for operating leverage, it can be seen that if CV Pramana Group increases sales by 1%, then the percentage increase in operating profit from the herbal medicine business in 2016 is 2.60%, 2017 is 2.46%, 2018 is*

*2.51%, in 2019 it was 2.62% and in 2020 it was 3.04%.*

**Keywords:** *CVP, planning, Profit.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“(Analisis *Cost Volume Profit* Sebagai Dasar Evaluasi Dan Perencanaan Laba Pada CV Pramana Group)”**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi
2. Ibu Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn., selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi
3. Ibu Dr. Oktarini Khamilah Siregar, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi
4. Ibu Pipit Buana Sari, SE, MM, selaku dosen pembimbing I (satu) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi saya
5. Ibu Mika Debora Br. Barus, S.Pd., M.Si, selaku dosen pembimbing 2 (dua) yang juga sudah banyak membantu untuk perbaikan sistematika penulisan skripsi saya
6. Pimpinan dan karyawan CV Pramana Group yang telah memberikan kesempatan dalam melakukan studi penelitian ini.

Medan, 18 Februari 2022

Penulis

(Raudatul Hasana)



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah .....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2 Batasan Masalah .....	7
1.3 Perumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Keaslian Penelitian .....	8
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Teori Agenci ( <i>Agency Theory</i> ) .....	10
2.2 Perencanaan Laba .....	12
2.2.1 Prosedur Penetapan Sasaran Laba .....	13
2.2.2 Manfaat Perencanaan Laba .....	13
2.2.3 Keterbatasan Perencanaan Laba .....	14
2.3 Biaya .....	14
2.3.1 Konsep Biaya .....	16
2.3.2 Klasifikasi Biaya .....	17
2.3.3 Perilaku Biaya .....	19
2.4 <i>Cost Volume Profit</i> .....	22
2.4.1 <i>Break Even Point</i> .....	24
2.4.2 <i>Margin of Safety</i> .....	27
2.4.3 <i>Degree of Operating Leverage</i> .....	29
2.4.4 <i>Shut Down Point</i> .....	30
2.4.5 Analisis Target Penjualan .....	31
2.5 Penelitian Terdahulu .....	31
2.6 Kerangka Pemikiran .....	34
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	36
3.1 Pendekatan Penelitian .....	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36

3.3 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5 Metode Analisis .....	38
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	41
4.1.1 Sejarah berdirinya CV Pramana Group .....	41
4.1.2 Struktur Organisasi .....	42
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab .....	43
4.2 Hasil Penelitian .....	46
4.2.1 Harga Jual dan Volume Penjualan .....	46
4.2.2 Penyajian Data Laba Perusahaan .....	47
4.2.3 Klasifikasi Biaya Tetap dan Variabel pada CV Pramana Group Tahun 2016-2020 (Rp) .....	48
4.2.4 Analisis Contribution Margin .....	50
4.2.5 Analisis <i>Break Even Point</i> (Analisis Titik Impas) .....	52
4.2.6 Analisis Target Laba .....	54
4.2.7 Margin Keamanan ( <i>Margin Of Safety</i> ) .....	56
4.2.8 Leverage Operasi ( <i>Operating Leverage</i> ) .....	58
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
<b>BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Saran .....	76

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1</b> Total Sales, Cost and Expense, Profit .....	5
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian sebelumnya .....	31
<b>Tabel 3.1</b> Waktu Penelitian .....	37
<b>Tabel 4.1</b> Volume penjualan pada CV Pramana Group pada tahun 2016-2020 .	46
<b>Tabel 4.2</b> Laporan laba rugi CV Pramana Group pada tahun 2016-2020 .....	47
<b>Tabel 4.3</b> Klasifikasi Biaya Tetap dan Variabel pada CV Pramana Group Tahun 2016-2020 (Disajikan dalam Rupiah) .....	49
<b>Tabel 4.4</b> Margin Kontribusi per Unit .....	54
<b>Tabel 4.5</b> Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi Tahun 2016-2020..	54
<b>Tabel 4.6</b> Break Even Point CV Pramana Group .....	56
<b>Tabel 4.7</b> Estimasi Target Penjualan per Unit CV Pramana Group .....	58
<b>Tabel 4.8</b> Estimasi Target Penjualan dalam (Rp) CV Pramana Group .....	58
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Perhitungan Margin Keamanan dalam Rupiah CV Pramana Group Tahun 2016-2020 .....	60
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Perhitungan Margin Keamanan dalam Unit dan Persentase CV Pramana Group Tahun 2016-2020 .....	60
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Perhitungan Persentase <i>Leverage</i> Operasi CV Pramana Group Tahun 2016-2020 .....	61
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Perhitungan Peningkatan <i>Leverage</i> Operasi CV Pramana Group Tahun 2016-2020 .....	62

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 1.1</b> Grafik Total Sales, Cost and Expense, Profit .....	5
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	35
<b>Gambar 4.1</b> Paket penggemuk badan .....	42
<b>Gambar 4.2</b> Paket peninggi badan .....	42
<b>Gambar 4.3</b> Struktur Organisasi CV. Pramana Group .....	42
<b>Gambar 4.4</b> Grafik laporan laba rugi CV Pramana Group pada tahun 2016 - 2020 .....	47
<b>Gambar 4.5</b> Grafik Break Even Point CV Pramana Group .....	56
<b>Gambar 4.6</b> Grafik Margin Kontribusi CV Pramana Group .....	65
<b>Gambar 4.7</b> Grafik Break Even Point .....	66
<b>Gambar 4.8</b> Grafik Margin Keamanan dalam unit dan Rupiah .....	68
<b>Gambar 4.9</b> Grafik Estimasi Target Penjualan per Unit dan dalam rupiah CV Pramana Group .....	69
<b>Gambar 4.10</b> Grafik Margin Keamanan dalam unit dan Rupiah .....	71
<b>Gambar 4.11</b> Grafik Lverage Operasi .....	73

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Semakin majunya era revolusi industri sekarang ini, persaingan perdaganganpun menjadi sangat ketat. Banyak perusahaan-perusahaan bermunculan dengan segala produk yang mereka tawarkan. Semakin berkembangnya dunia industri menyebabkan perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain terutama di bidang industri yang sama. Kebanyakan tujuan perusahaan adalah sama yakni memperoleh laba semaksimal mungkin. Untuk itu peran manajemen sangat penting untuk mengatur dan mengelola sumber daya perusahaan guna mencapai tujuan dari perusahaan. Pengelolaan dan penanganan manajemen yang baik dapat dilakukan oleh manajemen perusahaan dengan pengambilan keputusan yang tepat agar sumber daya perusahaan dimanfaatkan secara efektif dan efisien.

Perencanaan laba adalah salah satu langkah awal yang dapat dilakukan oleh perusahaan guna memudahkan kegiatan usahanya. Perealisasian perencanaan laba dapat membantu kegiatan operasional perusahaan menjadi lebih terkoordinir karena tujuan perusahaan yang hendak dicapai menjadi jelas. Perencanaan laba yang dibuat dengan baik akan memberikan pedoman bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya untuk membantu menaksir tingkat laba yang hendak dicapai sehingga laba yang yang diperoleh menjadi optimal. Menurut Sudibyo (2019) “Suatu perencanaan laba yang dinilai baik apabila manajemen

perusahaan dapat mempertimbangkan faktor–faktor yang membentuk laba yang diantaranya biaya, harga jual, volume penjualan”.

Menurut Winarko dan Astuti (2018:23) perencanaan laba merupakan langkah yang dilakukan untuk menentukan apa yang akan dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam periode waktu tertentu yang berkaitan dengan target laba yang ingin dicapai. Perencanaan laba tersebut dilakukan guna menentukan sasaran laba yang hendak dicapai, dan menentukan langkah atau strategi yang akan diimplementasikan oleh perusahaan guna mencapai tujuan. Perusahaan harus mampu menentukan dampak yang terjadi akibat kondisi dimana perubahan biaya dan volume penjualan yang berpengaruh terhadap laba sehingga manajemen perusahaan mampu mempertimbangkan anggaran penjualan dan biaya yang harus dicapai oleh perusahaan sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. Untuk membantu perusahaan merencanakan laba yang baik, manajemen perusahaan dapat menggunakan alat bantu yaitu analisis biaya volume laba (*cost volume profit*).

Menurut Sudiby, (2019) analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) merupakan suatu alat bantu analisis yang menghubungkan kaitan antara biaya, volume, dan laba dari suatu perusahaan. Analisis biaya volume laba pada dasarnya adalah salah satu teknik analisis untuk mengetahui berbagai macam faktor yang mempengaruhi perubahan laba yang berfokus pada perubahan volume penjualan, biaya variabel, biaya tetap dan bauran penjualan produk. Analisis biaya volume laba ini dapat membantu manajemen dalam mengambil keputusan operasional, dengan demikian manajemen dapat mengetahui dampak yang akan ditimbulkan dari keputusan yang dibuat mengenai harga jual produk, volume

penjualan dan biaya operasional yang berpengaruh terhadap laba yang akan diperoleh sebelum membuat perkiraan rencana laba yang akan disusun di periode selanjutnya.

Analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) nantinya akan menghasilkan nilai titik impas (*break event point* atau *BEP*), nilai *contribution margin* dan nilai *margin of safety* yang berguna untuk melakukan perencanaan laba bagi perusahaan. Menurut Chalil (2018:40) analisis titik impas (*break event point* atau *BEP*) merupakan teknik analisis yang digunakan perusahaan untuk mengetahui volume penjualan minimal yang harus dicapai guna menutup keseluruhan biaya yang telah dikeluarkan perusahaan.

Menurut Hati (2019:12) analisis *contribution margin* merupakan nilai sisa dari penjualan yang dikurangi dengan biaya variabel dimana nantinya biaya tersebut digunakan untuk menutup biaya tetap dan akan menghasilkan laba. *margin of safety* adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat keamanan penjualan bagi perusahaan.

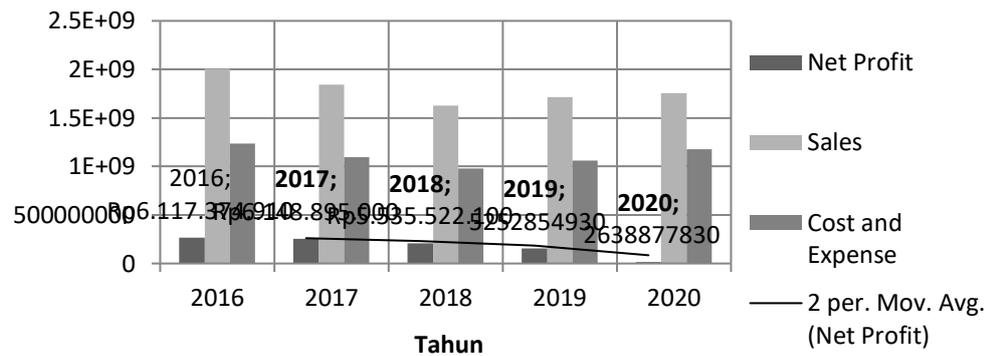
Analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) dapat menjadi acuan volume penjualan yang harus dicapai perusahaan dengan tingkat laba tertentu yang telah direncanakan. Analisis ini dapat menjadi dasar langkah yang harus ditempuh dalam merencanakan kegiatan operasional, mampu menyeimbangkan dan meningkatkan penjualan, serta menganalisa dampak yang ditimbulkan akibat perubahan volume produksi dan penjualan.

Perusahaan jasa pengiriman barang dan perkantoran yang ada di Indonesia sangatlah banyak. Salah satunya adalah CV Pramana Group. Semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk sejenis, tentunya persaingan yang terjadi

akan semakin besar. Manajemen internal perusahaan dituntut untuk mampu mengatur biaya-biaya seefisien mungkin agar nantinya produk yang dihasilkan diharapkan mampu melewati persaingan harga dipasaran. Berbagai cara dilakukan oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan omset Penjualannya diantaranya dengan melakukan inovasi produk, promosi, dengan rencana yang matang secara berkala, lebih fokus pada target potensial, melibatkan dunia internet, membuat paket penjualan, serta memberikan berbagai pelayanan terbaik untuk konsumen.

Berdasarkan wawancara langsung dengan direktur CV Pramana Group bahwa perusahaan tidak melakukan perencanaan laba dengan analisis *cost volume profit*, karena setelah melihat pencatatan pembukuannya perusahaan hanya mengurangi pendapatan dengan beban-beban produksi. Masih dalam pengamatan yang dilakukan peneliti pada tanggal 26 Agustus 2021 melalui wawancara dengan salah satu karyawan CV Pramana Group dan dengan melihat bukti pembukuan yang dimiliki oleh perusahaan bahwa tidak adanya pemisahan biaya-biaya produksi, baik itu biaya tetap maupun biaya variabel. Dari data yang dilihat membuktikan bahwa perusahaan tidak melakukan analisis *cost volume profit* untuk merencanakan laba usahanya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dan melihat pembukuan perusahaan pada tanggal yang sama bahwa, tidak ada juga perhitungan hasil penjualan sama dengan jumlah biaya total atau hasil penjualan berada diatas jumlah biaya total atau bahkan sebaliknya sehingga besarnya tingkat keuntungan yang diperoleh usaha ini belum diketahui secara pasti. Berikut ini merupakan data penjualan CV Pramana Group pada tahun 2016-2020.



**Gambar 1.1** Grafik Total Sales, Cost and Expense, Profit

Berdasarkan tabel dan grafik di atas dapat dilihat bahwa penjualan yang diperoleh oleh CV Pramana Group belum mampu menutup biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam kegiatan operasinya. Hal tersebut dibuktikan dengan grafik profit perusahaan yang selalu mengalami penurunan selama periode lima tahun terakhir. Net profit margin pada tahun 2016 diperoleh sebesar Rp. 265.088.870. Pada tahun 2017 sebesar Rp. 256.190.832, Pada tahun 2018 sebesar Rp. 209.888.336, Pada tahun 2019 sebesar Rp. 154.251.308 dan pada tahun 2020 sebesar Rp. 15.699.570. Perolehan data tersebut ditunjukkan pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1** Total Sales, Cost and Expense, Profit

Tahun	Sales	Cost and Expense	Net Profit
2016	2.004.753.000	1.233.473.997	265.088.870
2017	1.842.755.000	1.094.074.507	256.190.832
2018	1.624.498.000	976.108.854	209.888.336
2019	1.716.112.000	1.060.883.109	154.251.308
2020	1.753.836.000	1.176.819.928	15.699.570

Sumber: Laporan keuangan CV Pramana Group, Data diolah 2021

Tren perkembangan penjualan perusahaan CV Pramana Group terus mengalami penurunan, artinya kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba sangat rendah. Penurunan *net profit margin* pada tahun 2020 disebabkan banyak faktor. Jika peningkatan total pembiayaan berasal dari aktifitas pembiayaan yang kurang efisien, maka penurunan laba tahun 2020 bukanlah merupakan sesuatu

yang wajar. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa tren penurunan total biaya lebih tinggi di bandingkan penjualan. Hal ini dianggap cukup baik karena ada peningkatan efisiensi dari sisi biaya dan perlu ditingkatkan untuk periode berikutnya.

Berdasarkan kajian tersebut perlunya dilakukan analisis *cost volume profit* untuk perencanaan laba tersebut. Analisis *cost volume profit* banyak keunggulan yang didapatkan perusahaan seperti halnya mampu mengetahui berapa total penjualan minimal yang harus direalisasikan perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, tujuan dari perusahaan juga semakin jelas sehingga pihak manajemen lebih mudah dalam melakukan pengambilan keputusan. Dengan analisis *cost volume profit* diharapkan perusahaan tersebut mampu merencanakan laba yang lebih optimal di periode selanjutnya dan menjadi tolak ukur evaluasi bagi perusahaan atas hasil yang telah didapatkan. Melihat kondisi ini penulis ingin melakukan penelitian mengenai perencanaan laba dengan menggunakan metode *Cost Volume Profit*, untuk itu penulis mengambil judul “Analisis *Cost Volume Profit* Sebagai Dasar Evaluasi dan Perencanaan Laba pada CV Pramana Group”.

## **1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

1. Belum mampu mengidentifikasi ruang lingkup permasalahan ekonomi perusahaan serta solusi atas permasalahannya.
2. Dampak belum diterapkannya metode CVP yaitu Pihak manajemen belum mampu merencanakan laba yang lebih optimal untuk periode selanjutnya

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Sejauh pengetahuan peneliti ini, tidak ada penelitian yang dilakukan pada hubungan langsung antara model analisis *Cost Volume Profit* dan perencanaan laba di CV Pragama Group dalam hal kualifikasi dan pengalaman akuntan, proses pengambilan keputusan dan data kebutuhan untuk analisis diperoleh dari tahun 2019-2020.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mengimplementasikan informasi hasil analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) menjadi strategi maksimalisasi laba?
2. Apakah strategi yang bisa dilakukan oleh CV Pramana Group untuk dapat memaksimalkan laba?

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengimplementasikan informasi hasil analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) menjadi strategi maksimalisasi laba?
2. Untuk mengetahui strategi yang bisa dilakukan oleh CV Pramana Group untuk dapat memaksimalkan laba?

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi bagi manajemen CV Pramana Group tentang penggunaan analisis *Cost Volume Profit* sebagai cara untuk perencanaan laba dan evaluasi perusahaan.
2. Sebagai bahan informasi bagi manajemen CV Pramana Group untuk perencanaan produksi dan peningkatan volume penjualan perusahaan.
3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian tentang analisis *Cost Volume Profit* yang dapat digunakan sebagai acuan atau referensi.

### **1.5 Keaslian Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Desy, (2017) yang berjudul *Cost Volume Profit* untuk Perencanaan Laba pada PT Mayora Indah, Tbk. Terdapat persamaan dengan yang dilakukan dalam penelitian ini yakni sama-sama memiliki fokus penelitian untuk merencanakan laba perusahaan di periode tertentu dengan target laba yang direncanakan. Tetapi terdapat perbedaan penelitian terhadap penelitian yang dilakukan pada penelitian ini, seperti:

1. Objek Penelitian terdahulu dilakukan di PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk Makasar pada tahun 2017 dengan periode 2016-2017 sedangkan penelitian ini dilakukan di CV Pramana Group pada tahun 2021 dengan periode 2019-2020.
2. Model Penelitian dalam penelitian terdahulu menggunakan pendekatan penelitian asosiatif sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif.
3. Analisis data yang digunakan dan juga perusahaan yang diteliti penelitian terdahulu merupakan perusahaan yang telah *go public* sehingga data-data

4. yang diperoleh bersumber dari laporan keuangan perusahaan yang dapat diakses bebas sedangkan penelitian ini belum perusahaan *go public*.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Setiap pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan sangat berkepentingan dengan kinerja perusahaan dalam merancang perencanaan laba. Pentingnya pengukuran kinerja perusahaan dapat dijelaskan dengan teori keagenan (*agency theory*).

Teori keagenan atau *agency theory* merupakan gambaran hubungan antara pihak yang memiliki wewenang yakni investor yang juga biasa disebut dengan *principal* dengan para manajer yang merupakan *agent* yang diberikan wewenang. Teori keagenan tersebut juga dapat dilihat sebagai suatu model kontraktual antar dua atau lebih pihak, yaitu dimana salah satu pihak disebut *agent* dan pihak lain disebut *principal*.

Wolk et al (1999) dalam Sari, (2016) menyebutkan bahwa dalam teori keagenan perusahaan merupakan titik temu hubungan keagenan antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan manajemen (*agent*), dengan masing-masing pihak yang terlibat dalam hubungan keagenan tersebut berusaha untuk memaksimalkan utilitas mereka.

Pada sisi lain, Surifah (1999) dalam Sari, (2020) menyebutkan bahwa teori keagenan terdapat dua macam kontrak. Kontrak tersebut biasa berbentuk: (1) kontrak kerja dan (2) kontrak pinjaman. Kontrak kerja dilakukan oleh pemilik perusahaan dengan manajer puncak perusahaan, sedangkan kontrak pinjaman dilakukan oleh manajer perusahaan dengan pemberi pinjaman (kreditor).

Dalam kontrak kerja, pemilik perusahaan merupakan principal dan manajer puncak adalah seorang agent, sedangkan dalam kontrak pinjaman, pemberi pinjaman merupakan kreditur dan manajer perusahaan adalah pihak agent.

Agen biasanya memiliki sebagian besar dari kekayaan mereka terkait dengan kekayaan perusahaan. Kekayaan ini terdiri baik dari kekayaan keuangan mereka maupun modal manusia mereka. Modal manusia adalah nilai manajer sebagaimana dipandang oleh pasar dan dipengaruhi oleh kinerja perusahaan. Karena semakin menurunnya utilitas atas kekayaan dan besarnya jumlah modal yang bergantung pada perusahaan, agent diasumsikan akan bersifat dengan menghadapi resiko (*risk averse*). Sedangkan, principal termotivasi untuk menyejahterakan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomis dan psikologinya.

Teori keagenan menyatakan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi oleh adanya konflik kepentingan antara agent dan principal yang timbul ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaknya (Fitriani & Rahmawati, 2019). Principal tidak memiliki informasi yang cukup mengenai kinerja *agent*, maka principal tidak pernah merasa pasti bagaimana usaha agen memberikan kontribusi pada hasil aktual perusahaan. Dengan demikian, principal berada sebagai asimetri informasi karena agent lebih mengetahui kinerja dan aktivitas perusahaan dibandingkan principal.

Adanya perbedaan kepentingan dan informasi antara *principal* dan *agent* memacu agent untuk memikirkan bagaimana angka akuntansi yang dihasilkan dapat lebih memaksimalkan kepentingannya. Cara yang dapat dilakukan agent

untuk mempengaruhi angka-angka akuntansi dapat berupa rekayasa laba atau manajemen laba dalam laporan keuangan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka manajemen laba sangat perlu, sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau pengaruh informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan

## **1.2 Perencanaan Laba**

Berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa mendatang, baik jangka pendek maupun jangka 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.

Sedangkan 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.

Menurut Surepi, (2021) mengemukakan bahwa perencanaan laba merupakan suatu proses mengembangkan tujuan perusahaan dan memilih kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan di masa mendatang untuk mencapai tujuan tersebut, dan menurut Sudiby, (2019) perencanaan laba (*profit planning*) adalah

pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan Berdasarkan definisi diatas yang di jelaskan Surepi, (2021) bahwa perencanaan laba mencakup hal sebagai berikut :

1. Penentuan tujuan perusahaan dan mengembangkan kondisis kondisi lingkungan agar tujuan tersebut akan dicapai.
2. Memilih tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.
3. Menentukan langkah-langkah untuk menerjemahkan rencana kegiatan yang sebenarnya.
4. Melakukan perencanaan kembali untuk memperbaiki kekurangan yang terjadi.

### **1.2.1 Prosedur Penetapan Sasaran Laba**

Menurut Pratama, (2017), ada tiga prosedur yang dapat diikuti oleh manajemen perusahaan Dalam menetapkan sasaran laba antara lain sebagai berikut:

1. *A priori*. Manajemen menentukan tingkat pengembalian tertentu yang akan dicapai dalam jangka panjang dan kemudian membuat rencana untuk mencapai tingkat tersebut.
2. *A posteriori*. Manajemen membuat rencana dan kemudian menetapkan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh rencana tersebut.
3. *Pregmatic*. Manajemen menggunakan suatu standar target keuntungan yang telah diuji secara empiris dan didukung oleh pengalaman.

### **1.2.2 Manfaat Perencanaan Laba**

Beberapa manfaat dan keunggulan dari perencanaan laba adalah sebagai berikut (Iswara, 2018):

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan arahan ke semua tingkat manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi.
4. Perencanaan laba merupakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.
5. Perencanaan laba merupakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari setiap individu. Hal ini mendorong untuk merencanakan bekerja secara efisien.

### **1.2.3 Keterbatasan Perencanaan Laba**

Keterbatasan perencanaan laba adalah sebagai berikut (Iswara, 2018):

1. Perkiraan bukanlah ilmu pasti.
2. Perencanaan laba dapat memfokuskan perhatian manajemen pada tujuan yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan organisasi.
3. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja dari semua anggota manajemen.
4. Penggunaan perencanaan laba secara berlebih sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsional.
5. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peran administrasi.
6. Penyusunan perencanaan laba memakan waktu

### **1.3 Biaya**

Luntungan dan Tinangon, (2021) berpendapat bahwa biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang

telah atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya dan digolongkan sebagai aktiva yang nantinya dimasukkan ke dalam neraca.

Sedangkan menurut Simbolon, (2020) biaya merupakan sesuatu yang dikeluarkan atau nilai pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau memiliki masa manfaat yang melebihi satu periode akuntansi.

Dari pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa yang memiliki masa manfaat lebih dari satu periode akuntansi yang belum habis masa pakainya sehingga kemudian dimasukkan ke dalam neraca sebagai aktiva.

Menurut Van (2017) berpendapat bahwa dikatakan sebagai biaya apabila memenuhi syarat sebagai berikut :

1. Secara kuantitatif pengeluaran tersebut dapat dihitung
2. Pengeluaran tersebut ada hubungannya dengan kegiatan produksi
3. Pengeluaran tersebut dapat diketahui kapan terjadinya
4. Pengeluaran yang tidak dapat dihindari

Apabila suatu pengeluaran tidak memenuhi syarat-syarat di atas maka pengeluaran tersebut belum bias dikatakan sebagai biaya melainkan sesuatu pemborosan yang dilakukan oleh pihak manajemen dalam kegiatan produksinya. Maka dapat disimpulkan, biaya merupakan pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau perorangan yang

bertujuan untuk memperoleh manfaat lebih dari aktivitas yang dilakukan tersebut.

### 1.3.1 Konsep Biaya

Dalam melaksanakan tanggungjawab perencanaan dan pengendalian, manajemen membutuhkan pemahaman akan arti biaya dan terminologi yang berkaitan dengan biaya. Pembebanan biaya atas produk, jasa, pelanggan dan objek lain yang merupakan kepentingan manajemen adalah salah satu tujuan dasar sistem informasi akuntansi manajemen.

Peningkatan keakuratan pembebanan biaya menghasilkan informasi yang lebih bermutu tinggi yang kemudian dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik. Memperbaiki penentuan biaya telah menjadi pengembangan utama dalam bidang manajemen biaya. Sebelum membicarakan proses penentuan biaya, baiknya kita mengenal definisi biaya (*cost*).

Biaya (*cost*) dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu : aktiva atau asset dan beban atau *expense*. Biaya akan dicatat sebagai aktiva atau aset apabila memberikan manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Sedangkan biaya akan dikategorikan sebagai beban jika memberikan manfaat pada periode akuntansi berjalan.

Menurut Luntungan dan Tinangon, (2021) mendefinisikan biaya sebagai pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu”, Sedangkan menurut Nadeak, (2020) mendefinisikan “biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa

yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa datang bagi organisasi”.

Dikatakan sebagai ekuivalen kas karena sumber non-kas dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan. Sebagai contoh, menukar peralatan dengan bahan yang digunakan untuk produksi. Dalam usaha menghasilkan manfaat saat ini dan dimasa depan, manajemen suatu organisasi harus melakukan berbagai usaha untuk meminimumkan atau mengefisienkan biaya yang sangat dibutuhkan dalam mencapai tingkat keuntungan tertentu. Mengurangi biaya yang dibutuhkan untuk mencapai manfaat tertentu memiliki arti bahwa perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien, dimana biaya tidak harus ditekan, tetapi juga harus dikelola secara strategis.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peran konsep biaya memiliki peran penting dalam menentukan keputusan produksi perusahaan dalam rangka memaksimalkan keuntungan. Karena semakin rendah biaya produksi, maka semakin besar margin keuntungan

### **1.3.2 Klasifikasi Biaya**

Pada umumnya pengklasifikasian biaya dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan pemakai informasi biaya. Oleh karena itu, biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk tujuan pelaporan eksternal, maka biaya di klasifikasikan berdasarkan fungsi perusahaan yaitu, produksi, pemasaran dan umum.

Untuk tujuan, klasifikasi biaya adalah sebagai berikut:

- a. Biaya produksi, kebanyakan perusahaan manufaktur membagi biaya manufaktur kedalam tiga kategori besar:

- 1) Biaya bahan langsung adalah bahan yang menjadi bagian tak terpisahkan dari produk jadi dan dapat ditelusuri secara fisik dan mudah ke produk tersebut, misalnya biaya kain untuk menghasilkan baju.
  - 2) Biaya tenaga kerja langsung yang dapat ditelusuri dengan mudah ke produk jadi (misalnya tenaga kerja di bagian perakitan).
  - 3) Biaya overhead pabrik, seluruh biaya manufaktur yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik termasuk bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, pemeliharaan dan perbaikan peralatan produksi, listrik dan penerangan, pajak properti, penyusutan, asuransi fasilitas-fasilitas produksi, dan lain-lain.
- b. Biaya non-produksi. Umumnya, biaya non-produksi dipilah menjadi dua, yaitu:
- 1) Biaya penjualan dan marketing, semua biaya yang diperlukan untuk menangani pesanan konsumen dan atau mendapatkan pelayanan serta untuk menyampaikan produk kepada pelanggan.
  - 2) Biaya administrasi, merupakan biaya yang terjadi di kantor yang bersifat umum. Biaya tersebut meliputi biaya eksekutif, organisasional, dan klerikal yang berkaitan dengan manajemen umum organisasi.
2. Untuk tujuan penentuan biaya produk dan biaya periode, yaitu :
- a. Biaya produk, yaitu semua biaya yang terkait dengan pemerolehan atau pembuatan suatu produk.

- b. Biaya periode, adalah semua biaya yang terjadi karena berlakunya waktu. Biaya ini tidak dipengaruhi oleh volume produksi.
3. Untuk pengambilan keputusan biaya diklasifikasikan sebagai berikut:
  - a. Biaya relevan, yaitu biaya yang berbeda diantara setiap alternatif masa yang akan datang.
  - b. Biaya tidak relevan, yaitu biaya yang tidak berbeda antara setiap alternatif atau biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan.
4. Untuk tujuan pengeluaran biaya, biaya diklasifikasikan berdasarkan:
  - a. *Capital expenditure*
  - b. *Revenue expenditure*
5. Untuk tujuan perencanaan, biaya diklasifikasikan berdasarkan perilaku biaya, yaitu:
  - a. Biaya variabel, adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas.
  - b. Biaya tetap, adalah biaya yang selalu tetap secara keseluruhan tanpa terpengaruh oleh tingkat aktivitas.

### **1.3.3 Perilaku Biaya**

Pengertian perilaku biaya adalah perubahan biaya yang terjadi akibat perubahan dari aktivitas bisnis. Perilaku biaya mengacu pada bagaimana biaya berubah atau tidak berubah sebagai akibat dari perubahan volume kegiatan atau aktivitas perusahaan. Jadi biaya diklasifikasikan berdasarkan pada bagaimana perubahan biaya terhadap volume kegiatan atau aktivitas perusahaan tersebut.

Umumnya biaya ini diklasifikasikan atas biaya variabel (*variabel cost*), biaya tetap (*fixed cost*), dan biaya campuran (*mixed cost/semivariabel cost*).

### 1. Biaya Variabel

Biaya variable adalah biaya yang totalnya meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas (Rachmawulan & Prasetyo, 2018).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya variable merupakan biaya yang berubah-ubah setara dengan volume kegiatan atau output, contohnya: biaya bahan baku, komisi penjualan, dan biaya tenaga kerja langsung.

Jadi semakin besar volume kegiatan, maka semakin besar pula total biaya variabel. Sedangkan biaya variabel per unit konstan dengan adanya perubahan volume kegiatan. Besarnya volume kegiatan tidak akan berpengaruh terhadap biaya variabel per unit.

### 2. Biaya Tetap

Pengertian biaya tetap menurut Winarko & Astuti, (2018) Biaya tetap adalah biaya yang secara total tidak berubah ketika aktivitas bisnis meningkat atau menurun.

Pengertian di atas menunjukkan bahwa total biaya tetap tidak berubah karena adanya perubahan volume aktivitas dalam rentang kegiatan tertentu (*relevant range*), sedangkan biaya tetap per unit akan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. *Relevant range*

adalah suatu kisaran tingkat aktivitas dimana relatif perilaku biaya variabel dan biaya tetap dianggap valid.

Perubahan biaya tetap per unit berbanding terbalik dengan perubahan volume aktivitas. Semakin tinggi volume aktivitas maka semakin rendah biaya tetap per unit, sebaliknya semakin rendah volume aktivitas, semakin tinggi biaya per unit. Jadi adanya perubahan biaya tetap per unit akibat perubahan aktivitas tidak berarti bahwa biaya tetap per unit harus diberlakukan sebagai biaya variabel, karena peningkatan volume aktivitas dalam rentang relevan akan menurunkan biaya total per unit tetapi total biaya tetap tidak akan berubah.

### 3. Biaya Semi Variabel

Pengertian biaya semivariabel menurut (Rachmawulan & Prasetyo, 2018) Biaya semivariabel adalah biaya yang memperlihatkan baik karakteristik dari biaya variable maupun biaya tetap.

*Mixed cost* atau *semivariable cost* merupakan biaya yang di dalamnya terdiri dari elemen-elemen biaya tetap dan biaya variabel. Biaya ini mencakup suatu jumlah yang sebagian tetap dalam rentang kegiatan yang relevan dan sebagian lagi berubah karena adanya perubahan volume kegiatan. Contoh jenis biaya semivariabel yaitu biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, beberapa perlengkapan, asuransi jiwa kelompok karyawan, pemeliharaan, biaya pensiun, pajak penghasilan, biaya perjalanan dinas, dan biaya representasi.

Menurut Winarko dan Astuti (2018), terdapat dua alasan mengapa karakteristik semivariabel dimiliki oleh beberapa jenis pengeluaran:

- a. Pengaturan minimum mungkin diperlukan, atau kuantitas minimum dari perlengkapan atau jasa mungkin perlu digunakan untuk memelihara kesiapan beroperasi. Diluar tingkat biaya minimum ini, yang biasanya bersifat tetap, tambahan biaya bervariasi terhadap volume.
- b. Klasifikasi akuntansi, baik berdasarkan objek pengeluaran maupun fungsi, umumnya mengelompokkan biaya tetap dan biaya variabel bersama-sama. Misalnya saja, biaya mesin uap yang digunakan untuk memanaskan ruangan, yang bergantung pada cuaca, dan biaya mesin uap yang digunakan untuk proses produksi, yang bergantung pada volume produksi, mungkin dibebankan keakun yang sama, sehingga mengakibatkan tercampurnya biaya tetap dan variabel dalam akun yang sama.

Maka dapat disimpulkan, biaya semi variabel merupakan biaya yang mengandung unsur-unsur biaya variabel dan biaya tetap. Biaya ini terjadi karena hubungan jumlah biaya dengan basis aktivitas disebut fungsi biaya memiliki unsur yang tetap perubahan volume aktivitas

#### **1.4 *Cost Volume Profit***

Pengertian *Cost volume profit analysis* (CVP) Menurut Pratama, (2017) yaitu *Cost volume profit analysis* merupakan metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan keputusan pemasaran mempengaruhi laba bersih, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output.

Menurut Garrison dkk (2016) dalam Pratama, (2017) mengungkapkan bahwa: “Analisis cost-volume-profit merupakan alat bantu untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume, dan laba dalam organisasi dengan memfokuskan pada interaksi antara lima elemen yaitu :

1. Harga produk
2. Volume atau tingkat aktivitas
3. Biaya variabel per unit
4. Total biaya tetap
5. Bauran produk yang dijual

Analisis CVP dapat menjadi alat yang berharga untuk mengidentifikasi luas dan besarnya masalah ekonomi yang dihadapi oleh perusahaan dan membantu menunjukkan secara tepat jawaban yang diperlukan. Analisis CVP juga dapat ditujukan pada banyak isu lainnya, seperti: jumlah unit yang harus dijual agar mencapai titik impas yaitu titik dimana pendapatan dan biaya setara atau dengan kata lain perusahaan tidak mendapatkan laba/rugi; dampak pengurangan biaya tetap pada titik impas; dan dampak peningkatan harga pada laba. Sebagai tambahan, analisis CVP memungkinkan manajer untuk melakukan analisis sensitivitas dengan menguji pengaruh berbagai tingkat harga atau biaya pada laba.

Adapun asumsi-asumsi dasar itu adalah :

- a. Konsep tentang *variabilitas cost* dapat diterima, karena itu biaya harus realistis diklasifikasikan sebagai variabel dan tetap
- b. Range yang relevan pada semua tahap analisis harus ditentukan
- c. Harga jual per unit tidak berubah jika terjadi perubahan volume
- d. Hanya dijual satu jenis produk

- e. Jika analisis digunakan untuk berbagai produk atau kombinasi produk, salesmix-nya harus tetap atau konstan
- f. Kebijakan manajemen terhadap operasi perusahaan tidak berubah secara material dalam jangka pendek
- g. Tingkat harga umum stabil dalam jangka pendek
- h. Sinkronisasi antara penjualan dan produksi, yang berarti tingkat inventori harus konstan atau nol
- i. Efisiensi dan produktifitas tidak mengalami perubahan-perubahan, khususnya dalam jangka pendek.

Analisis volume biaya-profit menggunakan asumsi-asumsi dasar yang sama seperti dalam analisis impas. Asumsi yang mendasari analisis CVP adalah Perilaku biaya dan pendapatan adalah linier sepanjang rentang yang relevan dari aktivitas. (Asumsi ini menghalangi konsep diskon volume di kedua bahan yang dibeli atau penjualan.) Biaya dapat diklasifikasikan secara akurat baik sebagai tetap atau variabel. Perubahan aktivitas adalah satusatunya faktor yang mempengaruhi biaya. Semua unit yang diproduksi dijual (tidak ada persediaan akhir barang jadi). Ketika sebuah perusahaan menjual lebih dari satu jenis produk, bauran penjualan (rasio masing-masing produk terhadap total penjualan) akan tetap konstan.

#### **1.4.1 Break Even Point**

*Cost volume profit analysis* seringkali diartikan sebagai analisis break even point. Hal ini sangat disayangkan karena *analisis break even point* hanyalah satu elemen dalam *cost volume profit analysis*, walaupun merupakan elemen yang penting.

Dalam rangka memproduksi atau menghasilkan suatu produk, baik barang maupun jasa, perusahaan terkadang perlu terlebih dulu merencanakan berapa besar laba yang ingin diperoleh. Agar perolehan laba mudah ditentukan, salah satu caranya adalah perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu titik impasnya.

Dr. Kasmir (2015) dalam Dahtiah, (2020) berpendapat bahwa analisis titik impas adalah: “Suatu keadaan di mana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Artinya, dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Lebih lanjut analisis ini digunakan untuk menentukan berapa unit yang harus dijual agar kita memperoleh keuntungan, baik dalam volume penjualan dalam unit maupun dalam rupiah”.

Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat Untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan, dan produksi. Menurut Dr. Kasmir (2015) dalam Dahtiah, (2020), adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penggunaan analisis titik impas, yaitu:

1. Mendesain spesifikasi produk. Analisis titik impas memberikan perbandingan antara biaya dengan harga untuk berbagai desain sebelum spesifikasi produk ditetapkan.
2. Menentukan harga jual per satuan. Di samping pertimbangan biaya yang akan dikeluarkan, harga jual juga terkait dengan pihak pesaing yang memiliki produk yang sejenis.
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian. Maksudnya adalah agar perusahaan mampu

menentukan batas jumlah produksi dalam kondisi tidak rugi dan tidak laba dari kapasitas produksi yang dimilikinya.

4. Memaksimalkan jumlah produksi. Maksudnya adalah agar jangan sampai ada kapasitas produksi yang menganggur. Kemudian perusahaan juga mampu menjaga agar memproduksi secara efisien.
5. Merencanakan laba yang diinginkan. Besarnya laba dapat kita ukur dari batas minimal produk atau dari total rupiah yang diproduksi. Kemudian mampu merencanakan atau menentukan jumlah keuntungan setiap unit produksi yang dijual.

Analisis titik impas juga memiliki beberapa kelemahan yang pasti ada dan tidak dapat dihindari. Berikut beberapa kelemahan analisis titik impas menurut Dr. Kasmir (2015:336) dalam Dahtiah, (2020) yaitu:

1. Perlu asumsi Analisis titik impas membutuhkan banyak asumsi, terutama mengenai hubungan antara biaya dengan pendapatan. Padahal terkadang asumsi yang digunakan sudah tidak sesuai dengan realita yang terjadi ke depan.
2. Bersifat statis Analisis ini hanya digunakan pada titik tertentu, bukan pada suatu periode tertentu.
3. Tidak digunakan untuk mengambil keputusan akhir. Analisis titik impas hanya baik digunakan jika ada penentuan kegiatan lanjutan yang dapat dilakukan.
4. Tidak menyediakan pengujian aliran kas yang baik Jika aliran kas telah ditentukan melebihi aliran kas yang harus dikeluarkan, proyek dapat diterima dan hal-hal lainnya dianggap sama.

5. Hubungan penjualan dan biaya Hubungan penjualan dan biaya adalah dalam hal biaya, jika penjualan dilakukan dalam kapasitas penuh, tetapi memerlukan tambahan penjualan, akan ada tambahan biaya tenaga kerja atau upah yang mengakibatkan naiknya biaya variabel dan jika diperlukan tambahan peralatan atau pabrik. Maka, biaya tetap juga akan meningkat.
6. Kurang mempertimbangkan risiko-risiko yang terjadi selama masa penjualan Selama masa penjualan begitu banyak risiko yang mungkin dihadapi, misalnya kenaikan harga bahan baku, yang akan berpengaruh terhadap harga jual dan pada akhirnya akan berpengaruh kepada jumlah penjualan secara keseluruhan, baik unit maupun rupiah.
7. Pengukuran kemungkinan penjualan Jika hendak membuat grafik pulang pokok yang didasarkan kepada harga penjualan yang konstan, untuk melihat kemungkinan laba pada berbagai tingkat harga harus dibuatkan semua seri grafik untuk tiap tingkat harga.

Dapat dikatakan, titik impas adalah kondisi dimana jumlah keseluruhan pendapatan sama dengan jumlah keseluruhan pengeluaran dalam setiap produksi barang atau jasa. Pada posisi ini, laba akan bernilai nol mutlak, atau orang awam menyebutnya dengan istilah balik modal.

#### **1.4.2 *Margin of Safety***

Analisis *margin of safety* menunjukkan berapa banyak penjualan yang boleh turun dari jumlah penjualan tertentu dimana perusahaan belum menderita rugi atau dalam keadaan *Break Even*. Dengan kata lain angka *margin of safety* memberikan petunjuk jumlah maksimum penurunan angka volume penjualan

yang direncanakan yang tidak mengakibatkan kerugian. *margin of safety* merupakan elemen untuk mengukur keamanan perusahaan.

Menurut Garrison dan Peter (2018) dalam bukunya Akuntansi Manajemen mengemukakan bahwa :

“Margin of safety sebagai kelebihan dari penjualan yang dianggarkan (aktual) di atas titik impas volume penjualan. Margin keamanan menjelaskan jumlah di mana penjualan dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. Semakin tinggi rasio margin keamanan, semakin rendah resiko untuk tidak balik modal”.

Dan menurut Darsono (2019) dalam Chalil, (2018) *Margin of safety* yang besar menunjukkan bahwa kondisi perusahaan tidak dalam bahaya, dan sebaliknya jika *margin of safety* kecil mendekati nol persen menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi bahaya yaitu akan mengalami titik impas. Jika margin of safety negatif berarti perusahaan dalam kondisi bahaya, yaitu mengalami kerugian”.

Maka dapat disimpulkan *Margin of safety* adalah prinsip investasi di mana investor hanya membeli sekuritas ketiga harga pasarnya jauh di bawah nilai intrinsiknya. *Margin of safety* dapat membantu manajer untuk mengetahui besarnya resiko yang terkandung dalam suatu rencana penjualan. Perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang besar dikatakan lebih baik karena rentang penurunan penjualan yang dapat ditolerir adalah lebih besar sehingga kemungkinan menderita kerugian rendah. Namun sebaliknya jika *margin of safety* rendah, kemungkinan perusahaan untuk menderita kerugian besar. Dalam hal ini, manajer dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan volume penjualan atau menurunkan biayanya. Langkah ini akan membantu untuk menurunkan timbulnya resiko kerugian.

### 1.4.3 Degree of Operating Leverage

Pada manajemen keuangan perusahaan pada umumnya dikenal dua macam leverage, yaitu *operating leverage* dan *financial leverage*. *Operating leverage* dapat digambarkan secara mudah dengan menggunakan laporan rugi laba. Leverage ini membandingkan pengaruh pendapatan (penjualan) terhadap perubahan keuntungan operasional (*operating income*).

Operating leverage menurut Prasetya (2019) bisa diartikan sebagai seberapa besar perusahaan menggunakan beban tetap operasional. Beban tetap operasional biasanya berasal dari biaya depresiasi, biaya produksi dan pemasaran yang bersifat tetap (misalnya gaji karyawan). Sebagai kebalikannya adalah beban (biaya) variabel operasional. Contoh biaya variabel operasional adalah biaya tenaga kerja yang dibayar berdasarkan produk yang dihasilkan (misalnya karyawan harian perusahaan tembakau, dibayar Rp.1000,00 untuk setiap kilogram tembakau yang dikeringkannya). Komposisi biaya tetap/variabel yang berbeda mempunyai implikasi yang berbeda terhadap risiko dan keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan.

Perusahaan yang menggunakan biaya tetap dalam proporsi yang tinggi (relatif terhadap biaya variabel) dikatakan menggunakan operating leverage yang tinggi. Dengan kata lain, *Degree of Operating Leverage* (DOL) untuk perusahaan tersebut tinggi. Perubahan penjualan yang kecil akan mengakibatkan perubahan pendapatan yang tinggi (lebih sensitive). Jika perusahaan mempunyai DOL yang tinggi, tingkat penjualan yang tinggi akan menghasilkan pendapatan yang tinggi. Tetapi sebaliknya, jika tingkat penjualan turun secara signifikan, perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Dengan

demikian DOL diibaratkan seperti pisau dengan dua mata bisa membawa manfaat, sebaliknya bisa juga merugikan.

Adapun kegunaan dari *operating leverage* adalah leverage operasi dapat mengukur perubahan pendapatan atau penjualan terhadap keuntungan operasi perusahaan. Dilihat dari kegunaan *operating leverage*, dapat disimpulkan bahwa perusahaan dapat mengetahui perubahan laba operasi sebagai akibat perubahan penjualan, sehingga perusahaan dapat mengetahui keuntungan operasi perusahaan.

Maka dapat disimpulkan, *Operating leverage* adalah formula akuntansi biaya yang digunakan untuk mengukur apakah perusahaan atau proyek bisa meningkatkan *operating income* dengan meningkatkan *revenue*. Jadi *operating leverage* ini bisa dikatakan sebagai kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan biaya tetap untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi.

#### **1.4.4 Shut Down Point**

*Shut Down Point* memberikan informasi pada tingkat penjualan berapa suatu usaha secara ekonomis sebaiknya ditutup karena pendapatan penjualannya hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tunai saja. Apabila ditinjau dari sudut biaya, pengambilan keputusan untuk menutup usaha dilakukan dengan mempertimbangkan pendapatan penjualan dengan biaya tunai (*cash cost out* atau *out of pocket cost* atau biaya keluar dari saku). Suatu usaha harus dihentikan apabila pendapatan yang diperoleh tidak dapat menutup biaya tunainya.

### 1.4.5 Analisis Target Penjualan

Dalam perencanaan penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan, manajemen dapat menggunakan elemen analisis *cost volume profit* (CVP) ini dalam menyusun rencana kerja atau *planning* serta untuk melakukan evaluasi terhadap hasil yang telah dicapai secara mendalam.

Maka dapat disimpulkan target penjualan adalah unit atau value (Rp.) dari produk atau jasa yang harus dijual oleh sales team dalam periode tertentu di area penjualan yang telah ditentukan. Dengan target penjualan yang jelas, maka tim penjualan akan bisa berkembang dengan baik, yang artinya upaya untuk mencapai target tersebut akan lebih realistis

### 1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya penelitian untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya dan menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Berikut adalah pihak-pihak yang memiliki pembahasan mengenai analisis keuangan yang memiliki beberapa kesamaan dengan judul pada penelitian ini.

**Tabel 1.1** Penelitian sebelumnya

No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Desy, (2017)	<i>Cost Volume Profit</i> (CVP) untuk Perencanaan Laba pada PT Mayora Indah, Tbk	<i>Break event point</i> , margin pengaman, <i>operating leverage</i> , dan merencanakan target laba	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Mayora Indah Tbk dan Anak Perusahaan belum menerapkan analisis biaya volume laba dengan baik. Pada tahun 2009, 2010, 2013 telah mampu merealisasikan

No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				penjualan yang direncanakan. Namun, pada tahun 2008, 2011, 2012 perseroan belum merealisasikan rencana penjualan.
2	Yusniawati, (2021)	Analisis perhitungan <i>cost volume profit</i> sebagai dasar evaluasi dan perencanaan laba pada PT. Tri Banyan Tirta Tbk	<i>Break event point, contribution margin</i> , dan merencanakan target laba	Laba pada PT. Tri Banyan Tirta Tbk, Tbk mengalami peningkatan dengan baik dalam periode 2019 sampai 2020, tetapi pada tahun 2021 laba menurun disebabkan beberapa factor, seperti kenaikan biaya operasional, kenaikan upah minimum secara nasional, dan kenaikan harga bahan baku. Dapat disimpulkan bahwa PT. Tri Banyan Tirta Tbk. selalu dapat merealisasikan jumlah penjualan yang lebih besar dari rencana penjualan setiap tahunnya meski pada tahun 2012 laba mengalami penurunan.
3	Aznedra, (2019)	Analisis Biaya Dan Volume Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada PT. Panca Rasa Pratama Group	<i>break event point</i>	titik impas ( <i>Break Even Point</i> ) pada tahun 2013 sebesar Rp 1.265.696.177,93, -. Pada tahun 2014 sebesar Rp

No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				1.506.682.342,9,-. Pada tahun 2015 sebesar Rp 1.668.264.379,41, -. Pada tahun 2016 sebesar Rp 1.920.996.366,57, -. Dan pada tahun 2017 sebesar Rp 2.121.339.650,22, -. Proyeksi laba untuk tahun 2018 sebesar Rp 17.253.407.400,7, - dan tahun 2019 sebesar Rp 18.182.239.385,- dengan nilai penjualan ditargetkan 20%.
4	Mokoginta et al., (2018)	Analisis Biaya Volume Laba Multi produk untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Bijimerah Coffee and Roastery	biaya volume laba multiproduk	Titik impas pada saat total penjualan produk sebesar Rp. 79,715,009.13 dengan total produksi sebanyak 531,43 kg untuk produk <i>Bogani Bland</i> dan total penjualan sebesar Rp.23,432,722.12
5	Yanto, (2020)	Penerapan Cost Volume Profit (CVP) sebagai Dasar Perencanaan Laba pada CV. Usaha Bersama Tanjungpinang	Perencanaan laba dengan BEP	contribution margin perusahaan setiap tahunnya menurun. Menyebabkan laba yang diperoleh semakin rendah. Analisis BEP menunjukkan perusahaan masih dapat mencapai penjualan di atas BEP, <i>Operating leverage</i> semakin

No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				meningkat tetapi tidak mampu mengungkit laba perusahaan, dapat dilihat tidak ada peningkatan dalam penjualan dari tahun ke tahun. analisis target <i>profit</i> menunjukkan perusahaan masih belum berhasil mencapai target laba yang diharapkan.

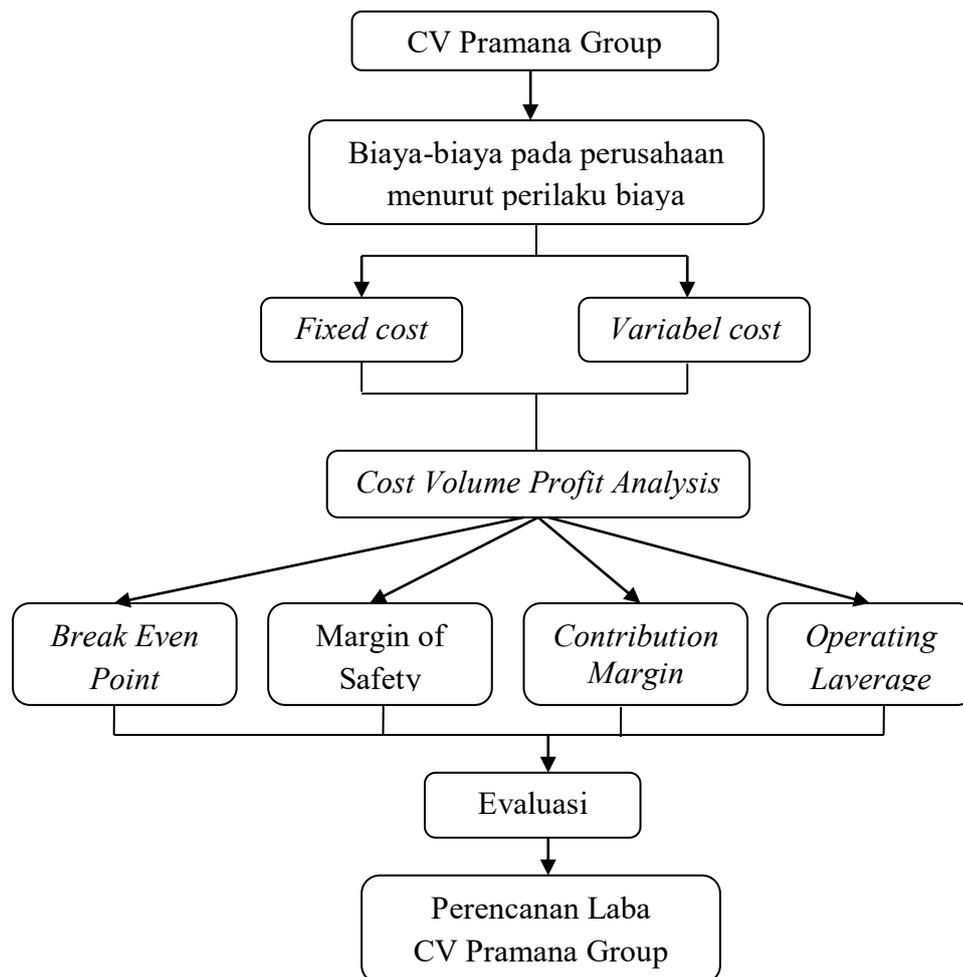
Sumber: Data Olah (2022)

## 1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sintesis dari tinjauan teori yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntunan dalam memecahkan masalah penelitian. Studi kasus yang dilakukan Desy, (2017) dengan menerapkan analisis biaya volume laba dengan baik. Jika contribution margin perusahaan menurun. Menyebabkan laba yang diperoleh semakin rendah. Analisis BEP menunjukkan perusahaan masih dapat mencapai penjualan di atas BEP, *Operating leverage* semakin meningkat tetapi tidak mampu mengungkit laba perusahaan, dapat dilihat tidak ada peningkatan dalam penjualan dari tahun ke tahun. Analisis target profit menunjukkan perusahaan masih belum berhasil mencapai target laba yang diharapkan.

*Cost volume profit analysis* merupakan metode dasar untuk menganalisa bagaimana hubungan antara 3 faktor yaitu harga jual produk, biaya produksi, dan volume penjualan. Ketiganya dapat diperoleh pada laporan laba/rugi intern yang

dapat menampilkan biaya variabel, tetap, dan semivariabel. Untuk menganalisis data-data tersebut digunakan metode analisis break even point. Dari hasil analisis data itulah yang digunakan oleh pihak manajemen dalam melakukan perencanaan laba. Berdasarkan perolehan estimasi biaya yang harus dikeluarkan perusahaan, target penjualan dan target laba yang memungkinkan.



**Gambar 1.1** Kerangka Pemikiran

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Pendekatan Penelitian**

Bentuk penelitian yang dilakukan untuk penelitian ini adalah bentuk penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan metode deskriptif (Sugiyono, 2015). Data yang dipergunakan berupa angka-angka yang berasal dari laporan keuangan dan menu Grand Maximum Café & Resto pada periode tahun 2016-2020. Menurut Sugiyono, (2015) penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penelitian deskriptif tidak membutuhkan hipotesis karena hipotesis dibuat jika sesuatu yang dipermasalahkan menunjukkan dua variabel atau lebih. Jawaban untuk satu variabel yang bersifat deskriptif tidak perlu dihipotesiskan (Nasution, 2017). Penelitian ini berusaha untuk mengetahui perencanaan laba CV Pramana Group menggunakan metode analisis *Cost Volume Profit (CVP)*.

#### **1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di CV Pramana Group, yang beralamat di .Jl. Setia Budi Pasar 3/ Jln. Bungo Cempaka Komplek Ruko De Cluster BC 18-19 Medan, Sumatera Utara. waktu penelitian di lakukan pada tanggal 01 Juli 2021 s/d Januari 2022.

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	September 2021	Oktober 2021	November 2021	Des 2021/ Jan 2022
1	Riset Awal/Pengajuan Judul	■			
2	Penyusunan Proposal		■		
3	Perbaikan/Acc Proposal			■	
4	Seminar Proposal				■
5	Pengolahan Data				■
6	Penyusunan Skripsi				■
7	Bimbingan Skripsi				■
8	Meja Hijau				■

Sumber: Data Olah (2022)

### 1.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah :

1. Data Kualitatif yaitu data yang berupa gambaran umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, visi dan misi, produk yang dihasilkan, dan sebagainya.
2. Data Kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka yang diperoleh berupa harga jual, kuantitas produk yang dijual, biaya-biaya yang terjadi dan sebagainya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :
  - a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari hasil penelitian dan wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan dalam pembahasan proposal ini, seperti : strategi penjualan, target laba, kebijakan harga, dan lain sebagainya.
  - b. Data Sekunder, yaitu data yang didapatkan dengan pengumpulan dokumen perusahaan seperti : sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan uraian tugas, visi dan misi, produk yang dihasilkan, harga jual produk, volume penjualan, biaya produksi.

#### 1.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku-buku / literatur literatur, dokumen-dokumen, laporan-laporan dan catatan perkuliahan yang berhubungan dengan penulisan.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu suatu bentuk pengumpulan data yang penulis lakukan dengan mengadakan observasi dan interview dengan cara:
  - a. Observasi yaitu melakukan kunjungan atau pengamatan secara langsung pada perusahaan CV Pramana Group untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan proposal ini.
  - b. Interview yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pimpinan perusahaan dan bagian produksi yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

#### 1.5 Metode Analisis

Menurut Anshori dan Iswati (2019) metode analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan mengevaluasi hasil perhitungan penentuan harga jual oleh perusahaan. Hasil perhitungan yang dilakukan dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Menghitung Laba

- a. Menentukan data biaya berupa biaya tetap dan biaya variabel
- b. Menghitung masing-masing tingkat biaya

### 2. Menghitung *Break Even Point*

Rumus yang digunakan adalah:

- a. Atas dasar rupiah:

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

- b. Atas dasar unit:

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$$

Keterangan:

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

P = Penjualan

BEP (Rp) = Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

BEP (Q) = Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam unit

### 3. Menghitung *Margin Of Safety*

Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Margin Of Safety (\%)} = \frac{\text{Total penjualan} - \text{Penjualan titik impas}}{\text{Total penjualan}}$$

### 4. Menghitung Margin Kontribusi

Rumus yang digunakan adalah

$$\text{Margin Kontribusi} = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}$$

5. Menghitung *Leverage Operasi*

$$\text{Tingkat } \textit{laverage operasi} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{laba bersih}}$$

## 6. Menghitung Perencanaan Laba

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1.1.1 Sejarah berdirinya CV Pramana Group**

Pramana Group didirikan pada tahun 2008 oleh pengusaha muda Andy Pramana dan Sofranita Arissiani. Kantor pusatnya berada di Medan, Kecamatan Medan Selayang, Indonesia. CV. Pramana Group merupakan perusahaan salah satu bagian dari jaringan retail online Pramana Group yang beroperasi di Medan.

CV. Pramana Group merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan jual beli online dan *ritel e-commerce*, hasil pengembangan dari perusahaan-perusahaan besar di Indonesia. Berharap dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membeli berbagai obat, dengan cukup mengakses situs website. Dengan menggunakan nama Tienonline.id mereka mengembangkan perusahaan ini setiap tahunnya, yang di mulai dari penjualan pintu kepintu hingga saat ini mereka mampu mengembangkannya dengan sangat pesat. Tienonline.id ini menjual berbagai macam obat-obatan herbal yang di import dari Tiongkok China.

Semenjak 13 tahun beroperasi di Indonesia, Tienonline.id telah berhasil mencatat beberapa pencapaian yang luar biasa. CEO Pramana Group pada saat ini adalah Andy Pramana. Beliau ke Medan pada tahun 2005 dan dalam 9 tahun terakhir terfokus pada pasar Asia Tenggara dimana beliau sekarang tinggal di Medan dengan seorang istri dan dua anak perempuan. Ia

mengungkapkan saat ini Pramana Group memiliki kurang lebih sekitar 25 karyawan. Dalam operasionalnya, perusahaan ini juga membangun hubungan kerjasama yang berkesinambungan dan saling menguntungkan dengan perusahaan-perusahaan besar lainnya.

Pramana group adalah perusahaan yang bergerak dibidang produk obat herbal peninggi badan dan penggemuk badan dengan brand Tien's. Paket yang dijual bervariasi seperti paket premium, executive, platinum, titanium, gold dan silver.

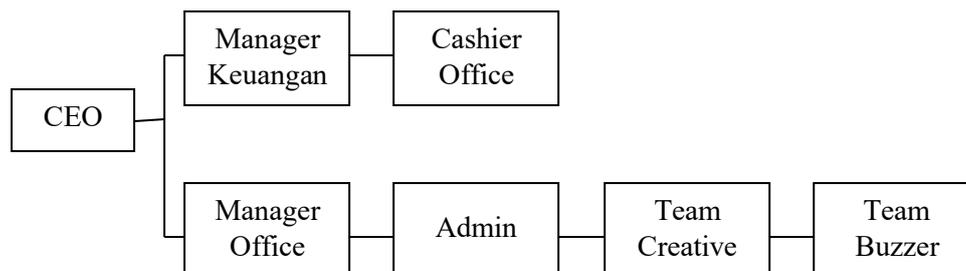


**Gambar 1.1** Paket penggemuk badan



**Gambar 1.2** Paket peninggi badan

### 1.1.2 Struktur Organisasi



Sumber : CV. Pramana Group

**Gambar 1.3** Struktur Organisasi CV. Pramana Group

### 1.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab

Struktur organisasi yang digunakan pada CV. Pramana Group dapat dijelaskan, tugas dan tanggung jawabnya dari bagian-bagian yang ada sebagai berikut :

#### 1. CEO (*Chief Executive Officer*)

Selaku pimpinan tertinggi dalam perusahaan dan merupakan badan yang mewakili pemegang saham, baik saham sendiri maupun pemegang saham lainnya. Tugas dan tanggung jawab secara umum adalah :

- a. Mengkoordinasikan dan mengendaikan kegiatan perusahaan dalam mencapai maksud dan tujuan
- b. Mengawasi segala kegiatan yang dilaksanakan oleh *Manager Office*
- c. Memilih, menetapkan, mengawasi tugas karyawan dan kepala bagian (*manager office*)
- d. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan
- e. Turut mengambil kebijakan dalam pengambilan keputusan

#### 2. *Manager Office*

*Manager Office* mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Mengontrol kinerja dan produktifitas seluruh karyawan yang ada di dalam lingkungannya
- b. Identifikasi sumber daya, manusia, proses, system dan peralatan (termasuk komunikasi dan IT)
- c. Membuat rencana untuk menyelesaikan tugas, termasuk, tolak ukur strategi dan taktik dalam menyelesaikan pekerjaan

- d. Menetapkan tanggung jawab, saran, akuntabilitas dan delegasi wewenang
- e. Mengawasi dan menjaga aktivitas sesuai parameter yang telah ditetapkan
- f. Memonitor dan menjaga kinerja secara keseluruhan sesuai rencana
- g. Melaporkan perkembangan pencapaian setiap regu
- h. Mereview, evaluasi, dan menyesuaikan rencana
- i. Bertanggung jawab terhadap Oprational Kantor
- j. Menjadi *Customer Service* Tienonline.id dengan ramah
- k. Cek kerja *Office Boy*

### 3. Manager Keuangan

Manager Keuangan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan, serta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.
- b. Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan serta mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.
- c. Mengelola fungsi akutansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat

- d. Merencanakan dan mengkoordinasikan perpajakan seluruh perusahaan untuk memastikan efisiensi biaya dan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan
- e. Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengontrol arus kas perusahaan (*cash flow*) terutama pengelolaan piutang dan utang. Sehingga hal ini dapat memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kondisi keuangan dapat tetap stabil

#### 4. Admin

Admin mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab atas segala aktifitas yang terjadi pada bagian Marketing
- b. Membantu manager marketing untuk menghasilkan ide-ide yang inovatif dalam proses Marketing
- c. Mengatur segala aktifitas Marketing.

#### 5. *Carshier Office*

*Carshier* mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Memposting transaksi terhadap konsumen
- b. Membantu laporan kepada pimpinan
- c. Bertanggung jawab atas kekurangan saham selama bertugas

#### 6. *Team Creative*

*Team Creative* mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab atas segala aktifitas yang terjadi pada bagian promosi

- b. Berperan aktif untuk memberikan ide serta trobosan terbaru kepada manager Marketing untuk membuat Promosi yang baik

### 7. *Team Buzzer*

*Team Buzzer* mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab atas segala aktifitas yang terjadi pada bagian IT
- b. Membantu *team creative* dalam proses pemeliharaan kualitas *hardware* dan *software* yang akan dipakai oleh perusahaan
- c. Mengatur segala aktifitas staff IT

## 1.2 Hasil Penelitian

### 1.2.1 Harga Jual dan Volume Penjualan

Volume penjualan pada CV Pramana Group dari keseluruhan penjualan obat herbal ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.1** Volume penjualan pada CV Pramana Group pada tahun 2016-2020

<b>Tahun</b>	<b>unit</b>	<b>Harga jual</b>	<b>Volume penjualan</b>
2016	1182	3.600.000	2.004.753.000
2017	1105	3.615.000	1.842.755.000
2018	966	3.610.000	1.624.498.000
2019	1043	3.612.000	1.716.112.000
2020	1066	3.600.000	1.753.836.000

Sumber: Data Olah (2022)

Berdasarkan data di atas dideskripsikan pada tahun 2016 harga obat herbal yang ditetapkan di CV Pramana Group adalah sebesar Rp3.600.000 dengan penjualan sebanyak 1182 unit dan total volume penjualan sebesar Rp2.004.753.000. Pada tahun 2017 harga jual Rp3.615.000 dengan penjualan sebanyak 1105 unit dan total volume penjualan sebesar Rp1.842.755.000, penjualan mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sebesar -1,81%. Pada tahun 2018 harga jual Rp3.610.000 dengan penjualan sebanyak 966 unit dan total volume penjualan sebesar Rp1.624.498.000, penjualan mengalami penurunan

sebesar -2,44% dari tahun sebelumnya meskipun persentase penurunan tidak sebesar tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 harga jual Rp3.612.000 dengan penjualan sebanyak 1043 unit dan total volume penjualan sebesar Rp1.716.112.000, penjualan mengalami kenaikan sebesar 1,02%. Tahun 2020 harga jual sebesar Rp3.600.000 dengan penjualan sebanyak 1066 unit dan total volume penjualan sebesar Rp1.753.836.000, penjualan mengalami kenaikan sebesar 0,42% dari tahun sebelumnya meskipun harga jual kembali mengalami penurunan disebabkan karena faktor persaingan.

### 1.2.2 Penyajian Data Laba Perusahaan

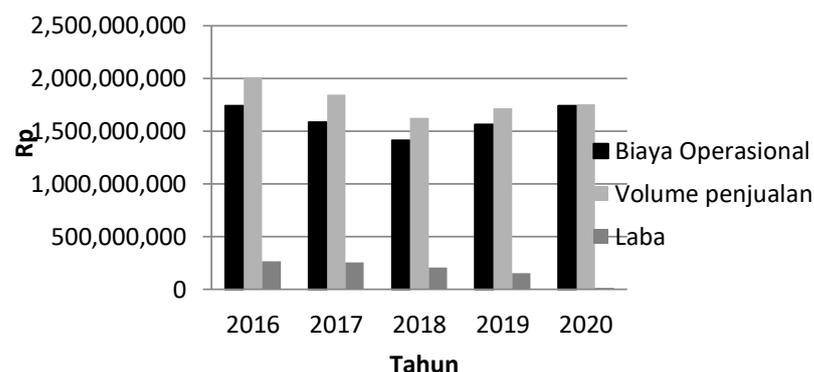
Adapun laporan laba rugi CV Pramana Group pada tahun 2016-2020 yang dapat dianalisa adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.2** laporan laba rugi CV Pramana Group pada tahun 2016-2020

Tahun	Biaya Operasional	Volume penjualan	Laba
2016	1.739.664.130	2.004.753.000	265.088.870
2017	1.586.564.168	1.842.755.000	256.190.832
2018	1.414.609.664	1624498000	209.888.336
2019	1.561.860.692	1716112000	154.251.308
2020	1.738.136.430	1753836000	15.699.570

Sumber: Data Olah (2022)

Penjualan perusahaan tahun 2016-2020 berada dalam kondisi laba, meskipun jumlah laba yang diperoleh mengalami cenderung menurun selama periode 2016 sampai 2020. Hal ini ditunjukkan pada gambar grafik 4.4 berikut ini:



**Gambar 1.4** Grafik laporan laba rugi CV Pramana Group pada tahun 2016-2020

Bersasarkan grafik di atas persentase tingkat laba CV Pramana Group yaitu pada tahun 2016 sebesar Rp 265.088.870. Pada tahun 2017 laba yang diperoleh sebesar Rp256.190.832. jumlah ini menurun sebesar Rp 8.898.038 atau sekitar -0,99 %. Tahun 2018 laba yang diperoleh perusahaan cenderung menurun sebesar Rp 209.888.336 atau persentasenya menurun sekitar -5,14% dari tahun sebelumnya. Tahun 2019 laba yang diperoleh CV Pramana Group sebesar Rp 209.888.336. laba yang diperoleh cenderung menurun dari tahun sebelumnya yaitu sekitar -6,17%. Tahun 2020 laba yang diperoleh perusahaan juga mengalami penurunan sebesar Rp 138.551.738 atau persentasenya sekitar -15,38% dari tahun sebelumnya. Meskipun laba yang diperoleh turun, tetapi perusahaan tetap berada dalam kondisi laba karena jumlah penjualan perusahaan yang terus meningkat. Dengan kondisi perusahaan terus mengalami penurunan setiap tahun harus segera diantisipasi supaya tidak terjadi penurunan untuk periode selanjutnya

**1.2.3 Klasifikasi Biaya Tetap dan Variabel pada CV Pramana Group Tahun 2016-2020 (Rp)**

1. Biaya Tetap merupakan biaya yang selama kurun waktu operasi selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume kegiatan atau penjualan berubah.
2. Biaya Variabel, dalam hal pemisahan biaya semivariabel, perusahaan menggunakan metode biaya berjaga karena pengalokasian setiap komponen biaya semivariabel tidak berdasarkan pemicu biaya tertentu. Manajemen perusahaan menetapkan bahwa apabila kegiatan perusahaan

dihentikan sementara, maka biaya tetap yang dikeluarkan adalah sebesar 20% saja.

Rincian total biaya tetap dan biaya variabel CV Pramana Group dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 1.3** Klasifikasi Biaya Tetap dan Variabel pada CV Pramana Group Tahun 2016-2020 (Disajikan dalam Rupiah)

Jenis Biaya	Tahun 2016 (Rp)	Tahun 2017 (Rp)	Tahun 2018 (Rp)	Tahun 2019 (Rp)	Tahun 2020 (Rp)
<b>Biaya Tetap:</b>					
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	86.750.000	72.523.000	92.523.000	75.113.000	78.920.000
Biaya Gaji bagian Penjualan	137.700.000	128.760.000	100.800.000	131.650.000	179.685.000
Biaya Gaji bagian Kantor	136.500.000	124.750.000	86.400.000	129.750.000	144.500.000
Biaya Perlengkapan Kantor	8.865.000	24.108.000	23.108.000	16.964.000	16.250.000
Biaya Iklan dan Promosi	600	600	600	700	750
Biaya Administrasi Bank	325	325	325	325	475
Biaya Penyusutan Gedung Kantor	7.400.000	7.400.000	7.400.000	7.400.000	7.400.000
Biaya Penyusutan Gedung Pabrik	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000
Biaya Penyusutan Peralatan Kantor	5.072.500	5.072.500	5.072.500	5.072.500	5.072.500
Biaya Penyusutan Peralatan Pabrik	51.062.500	51.062.500	51.062.500	51.062.500	51.062.500
Biaya Penyusutan Kendaraan Pabrik	34.375.000	34.375.000	34.375.000	34.375.000	34.375.000
Biaya Lain Lain (adm & umum) Biaya Telepon	-	-	-	5.572.500	-
Biaya Telepon	1.001.655	900.396	819.325	813.119	916.3
Biaya Listrik	10.403.078	16.203.302	12.095.053	14.810.156	15.519.152
BBM Mesin Pabrik	15.946.430	14.107.163	12.508.432	15.314.864	13.686.050
Biaya Pemeliharaan Mesin	1.526.400	3.194.200	1.816.800	2.546.304	2.575.000
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	862.57	1.308.600	1.795.200	1.708.640	2.330.000
<b>Jumlah Biaya Tetap</b>	<b>506190133</b>	<b>492489661</b>	<b>438500810</b>	<b>500977583</b>	<b>561316502</b>

Jenis Biaya	Tahun 2016 (Rp)	Tahun 2017 (Rp)	Tahun 2018 (Rp)	Tahun 2019 (Rp)	Tahun 2020 (Rp)
<b>Biaya Variabel:</b>					
Biaya Bahan Baku	834.114.528	639.371.866	575.376.616	657.075.774	922.633.920
Biaya Tenaga Kerja Langsung	228.820.000	265.753.000	234.000.000	216.400.000	63.275.000
Biaya Perlengkapan Kerja Pabrik	43.670.235	38.765.000	42.765.000	37.275.000	41.280.000
Biaya Transportasi	6.658.700	6.730.000	5.678.000	5.885.000	7.765.000
Biaya Lain-Lain Pabrik	1.250.000	600	2.150.000	3.475.000	1.760.000
Biaya Telepon	4.006.622	3.601.584	3.277.300	3.252.478	3.665.200
Biaya Listrik	41.612.312	64.813.206	48.380.212	59.240.624	62.076.608
BBM Mesin Pabrik	63.785.720	56.428.651	50.033.726	61.259.457	54.744.200
Biaya Pemeliharaan Mesin	6.105.600	12.776.800	7.267.200	10.185.216	10.300.000
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	3.450.280	5.234.400	7.180.800	6.834.560	9.320.000
<b>Jumlah Biaya Variabel</b>	<b>1.233.473.997</b>	<b>1.094.074.507</b>	<b>976.108.854</b>	<b>1.060.883.109</b>	<b>1.176.819.928</b>

Sumber: Data Olah (2022)

Biaya ini merupakan biaya yang secara total tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan dalam suatu periode tertentu. Dari uraian tabel di atas menunjukkan bahwa total dari biaya tetap yang dikeluarkan untuk tahun 2016 sebesar Rp 506.190.133 dengan total biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp 1.233.473.997. pada tahun 2017 total biaya tetap sebesar Rp 492.489.661 dengan total biaya variabel sebesar Rp 1.094.074.507. Pada tahun 2018 total biaya tetap sebesar Rp 438.500.810 dengan total biaya variabel sebesar Rp 976.108.854. Pada tahun 2019 total biaya tetap sebesar Rp 500.977.583 dengan total biaya variabel sebesar Rp 1.060.883.109. Pada tahun 2020 total biaya tetap sebesar Rp 561.316.502 dengan total biaya variabel sebesar Rp 1.176.819.928.

#### 1.2.4 Analisis Contribution Margin

*Contribution Margin* adalah penghasilan penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Jika jumlah *Contribution Margin* tersebut lebih besar dari jumlah biaya

tetap maka perusahaan akan memperoleh laba dan sebaliknya perusahaan akan mengalami kerugian jika *Contribution Margin* yang diperoleh lebih kecil dari biaya tetap atau perusahaan akan mengalami *Break Even* jika *Contribution Margin* sama dengan biaya tetap.

Perhitungan *Contribution Margin* dan *Contribution Margin Ratio* tahun 2016 yaitu:

*Margin Kontribusi*: Rp 2.004.753.000- Rp 1.233.473.997= Rp 771.279.003

*Margin Kontribusi* per unit : Rp65.000- Rp43.930 = Rp21.070

Rasio *Margin Kontribusi* : (Rp771.279.003/Rp2.004.753.000)% = 38%

Laba Bersih : Rp2.004.753.000- Rp 1.739.664.130 = Rp 265.088.870

Dari hasil perhitungan maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.4** *Margin Kontribusi per Unit*

Tahun	Volume Penjualan	Biaya Variabel	Margin Kontribusi
2016	2.004.753.000	1.233.473.997	771.279.003
2017	1.842.755.000	1.094.074.507	748.680.493
2018	1.624.498.000	976.108.854	648.389.146
2019	1.716.112.000	1.060.883.109	655.228.891
2020	1.753.836.000	1.176.819.928	577.016.072

Sumber: Data Olah (2022)

**Tabel 1.5** *Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi Tahun 2016-2020*

Tahun	Margin Kontribusi	CMR	Laba usaha
2016	771.279.003	23%	265.088.870
2017	748.680.493	22%	256.190.832
2018	648.389.146	19,1%	209.888.336
2019	655.228.891	19,3%	154.251.308
2020	577.016.072	17%	15.699.570

Sumber: Data Olah (2022)

Berdasarkan perhitungan, perusahaan memiliki *margin kontribusi* keseluruhan pada tahun 2016 sebesar Rp 771.279.003 atau sebesar 23% dari penjualan. Pada tahun 2017 sebesar Rp 748.680.493 atau sebesar 22% dari

penjualan. Pada tahun 2018 sebesar Rp 648.389.146 atau sebesar 19,1% dari penjualan. Pada tahun 2019 sebesar Rp 655.228.891 atau sebesar 19,3% dari penjualan. Pada tahun 2020 sebesar Rp 577.016.072 atau sebesar 17% dari penjualan. *margin kontribusi* pada periode tahun 2016-2020 terus mengalami penurunan, walaupun kontribusi relatif cukup besar terhadap laba usaha tetapi terus mengalami penurunan. Hal ini perlu perhatian bagi pihak manajemen perusahaan untuk memperbaiki pada periode selanjutnya

### 1.2.5 Analisis *Break Even Point* (Analisis Titik Impas)

Analisis titik impas merupakan suatu alat yang sering digunakan oleh manajemen di dalam pengambilan keputusan atas masalah yang berkaitan dengan harga, biaya, volume produksi dan penjualan serta keuntungan dan merupakan suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya).

Metode perhitungan yang digunakan yaitu dengan metode margin kontribusi untuk tahun 2016 yaitu:

$$\text{BEP Unit} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{margin kontribusi dalam unit}}$$

$$\text{Tahun 2016} = \frac{\text{Rp}506.190.133}{\text{Rp}21.070} = 24024 \text{ unit}$$

$$\text{Tahun 2017} = \frac{\text{Rp} 492489661}{\text{Rp}28.480} = 17292 \text{ unit}$$

$$\text{Tahun 2018} = \frac{\text{Rp}438500810}{\text{Rp}21.870} = 16319 \text{ unit}$$

$$\text{Tahun 2019} = \frac{\text{Rp} 500977583}{\text{Rp}31.380} = 15965 \text{ unit}$$

$$\text{Tahun 2020} = \frac{\text{Rp}506.190.133}{\text{Rp}22.280} = 561316502 \text{ unit}$$

$$\text{BEP Unit} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2016} &= \frac{\text{Rp}506.190.133}{38\%} = \text{Rp}1.315.718.675 \\ \text{Tahun 2017} &= \frac{\text{Rp} 492489661}{41\%} = \text{Rp} 1212183026 \\ \text{Tahun 2018} &= \frac{\text{Rp} 438500810}{40\%} = \text{Rp} 1098636048 \\ \text{Tahun 2019} &= \frac{\text{Rp}500977583}{38\%} = \text{Rp} 1312111926 \\ \text{Tahun 2020} &= \frac{\text{Rp}561316502}{22,28\%} = \text{Rp} 1706117275 \end{aligned}$$

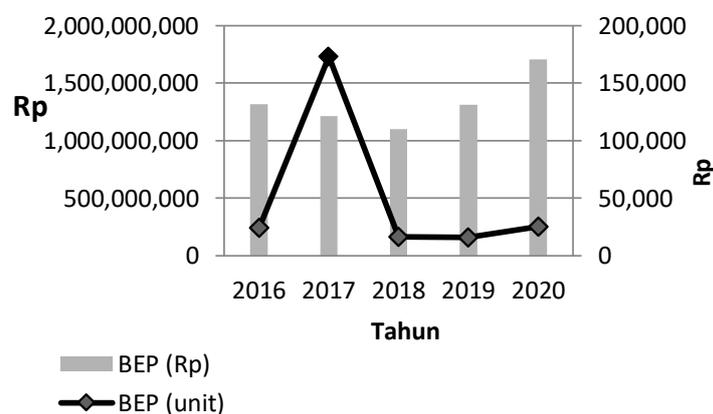
Dari hasil perhitungan, maka diperoleh hasil sebagai berikut

**Tabel 1.6** Break Even Point CV Pramana Group

Tahun	BEP (dalam Unit)	BEP (dalam Rupiah)
2016	24.024	1.315.718.675
2017	172.925	1.212.183.026
2018	16.319	1.098.636.048
2019	15.965	1.312.111.926
2020	25.194	1.706.117.275

Sumber: Data Olah (2022)

Untuk mengetahui persentase kenaikan BEP dalam Unit dan BEP dalam rupiah disajikan pada gambar grafik 4.5 sebagai berikut:



**Gambar 1.5** Grafik *Break Even Point* CV Pramana Group

*Break Even Point* atau titik impas pada tahun 2016 sebesar 24024 unit atau Rp 1.315.718.675 dengan tingkat penjualan sebesar atau Rp 2.004.753.000. pada

tahun 2017 sebesar 17292 unit atau Rp 1.212.183.026 dengan tingkat penjualan sebesar atau Rp 1.842.755.000. pada tahun 2018 sebesar 16319 unit atau Rp 1.098.636.048 dengan tingkat penjualan sebesar atau Rp 1.624.498.000. pada tahun 2019 sebesar 15965 unit atau Rp 1.312.111.926 dengan tingkat penjualan sebesar atau Rp 1.716.112.000. pada tahun 2020 sebesar 25194 unit atau Rp 1.706.117.275 dengan tingkat penjualan sebesar atau Rp 1.753.836.000. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan berada di atas titik impas dan artinya perusahaan memperoleh laba

### 1.2.6 Analisis Target Laba

Sebelum melakukan berbagai alternatif, maka diperlukan analisis target laba. Hal ini digunakan untuk mengetahui berapa volume penjualan yang hendak dicapai untuk mencapai laba tertentu. Metode perhitungan yang digunakan yaitu dengan metode *margin kontribusi* untuk tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut:

#### Target penjualan dalam unit :

$$\text{Rasio penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{CM per unit}}$$

$$\text{Tahun 2017} = \frac{(\text{Rp}506190133 + \text{Rp}265.088.870)}{21.070} = 26.288 \text{ unit}$$

$$\text{Tahun 2018} = \frac{(\text{Rp}438500810 + \text{Rp}209888336)}{26.870} = 24.131 \text{ unit}$$

$$\text{Tahun 2019} = \frac{(\text{Rp}200977583 + \text{Rp}154251308)}{31380} = 20.880 \text{ unit}$$

$$\text{Tahun 2020} = \frac{(\text{Rp}561316502 + \text{Rp}15699570)}{22280} = 25898 \text{ unit}$$

#### Target penjualan dalam Rp :

$$\text{Rasio penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{CMR}}$$

$$\text{Tahun 2017} = \frac{(\text{Rp}492489661 + \text{Rp}256.190.832)}{41\%} = \text{Rp}1.842.755.000$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2018} &= \frac{(\text{Rp}438500810 + \text{Rp}209888336)}{40\%} = \text{Rp } 1.624.498.000 \\ \text{Tahun 2019} &= \frac{(\text{Rp}200977583 + \text{Rp}154251308)}{38\%} = \text{Rp } 1.716.112.000 \\ \text{Tahun 2020} &= \frac{(\text{Rp}561316502 + \text{Rp}15699570)}{33\%} = \text{Rp } 1753836000 \\ \text{Tahun 2021} &= \frac{(\text{Rp}561316502 + \text{Rp}125.000.000)}{33\%} = \text{Rp } 2086053833 \end{aligned}$$

Penjualan saat ini dan penjualan yang seharusnya dianggarkan CV Pramana Group untuk tahun 2016 - 2020 berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.7** Estimasi Target Penjualan per Unit CV Pramana Group

Tahun	Biaya Tetap (dalam Rp)	Laba (dalam Rp)	Margin Kontribusi /unit	Target Penjualan (dalam unit)
2016	506190133	265.088.870	21.070	-
2017	492489661	256.190.832	28.480	26.288
2018	438500810	209.888.336	26.870	24.131
2019	500977583	154.251.308	31.380	20.880
2020	561316502	15.699.570	22.280	25.898

Sumber: Data Olah (2022)

**Tabel 1.8** Estimasi Target Penjualan dalam (Rp) CV Pramana Group

Tahun	Biaya Tetap (dalam Rp)	Laba (dalam Rp)	Rasio CMR	Target Penjualan (dalam Rp)
2016	506190133	265.088.870	23%	-
2017	492489661	256.190.832	22%	1.842.755.000
2018	438500810	209.888.336	19,1%	1.624.498.000
2019	500977583	154.251.308	19,3%	1.716.112.000
2020	561316502	15.699.570	17%	1.753.836.000
2021	-	-	-	2.086.053.833

Sumber: Data Olah (2022)

Berdasarkan tabel di atas perencanaan penjualan dan laba CV Pramana Group, jika perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal untuk tahun 2017 dengan melihat laba tahun sebelumnya, maka perusahaan harus menjual sebesar 26.288 unit atau sebesar Rp1.842.755.000. Begitu pula untuk tahun 2018, jika perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal tahun 2018 dengan melihat laba

tahun 2017, maka perusahaan harus menjual sebesar 24.131 unit atau sebesar Rp1.624.498.000. Tahun 2019 apabila perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal tahun 2019 dengan melihat laba tahun 2018, maka perusahaan harus menjual sebesar 20.880 unit atau sebesar Rp1.716.112.000. Tahun 2020 apabila perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal tahun 2020 dengan melihat laba tahun 2019, maka perusahaan harus menjual sebesar 25.194 unit atau sebesar Rp1.753.836.000. Dengan analisis *Cost-Volume-Profit* dapat diketahui pula rencana penjualan tahun 2021 yaitu sebesar Rp2.086.053.833 atau volume penjualan sebesar 30.804 unit Tetapi, laba yang dicapai perusahaan tidak selalu mencapai laba minimum yang ditetapkan perusahaan. Hal itu disebabkan karena beberapa faktor, seperti kenaikan pada biaya operasional, kenaikan upa

### 1.2.7 Margin Keamanan (*Margin Of Safety*)

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. Perhitungan margin keamanan (*Margin Of Safety*) CV Pramana Group untuk tahun 2016 adalah sebagai berikut:

Margin keamanan (Rp) = Total Penjualan – BEP(dalam Rp)

Tahun 2016 = 2.004.753.000 – 1315718675 = Rp 689.034.325

Tahun 2017 = 1.842.755.000 – 1212183026 = Rp 630.571.974

Tahun 2018 = 1.624.498.000 – 1098636048 = Rp 525.861.952

Tahun 2019 = 1.716.112.000 – 1312111926 = Rp 404.000.074

Tahun 2020 = 1.753.836.000 – 1706117275 = Rp 47.718.725

Margin keamanan (Unit) = Margin Keamanan (Rp) / Penjualan unit

Tahun 2016 =  $689.034.325/65000 = \text{Rp } 10601$

Tahun 2017 =  $630.571.974/80000 = 7882$  unit

Tahun 2018 =  $525.861.952/75000 = 7011$  unit

Tahun 2019 =  $404.000.074/80000 = 5050$  unit

Tahun 2020 =  $47.718.725/60000 = 795$  unit

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh hasil yang tersaji dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 1.9** Hasil Perhitungan Margin Keamanan dalam Rupiah CV Pramana Group Tahun 2016-2020

Tahun	Penjualan (dalam Rp)	Titik Impas (dalam Rp)	Margin Keamanan (dalam Rp)
2016	2.004.753.000	1315718675	689.034.325
2017	1.842.755.000	1.212.183.026	630.571.974
2018	1.624.498.000	1.098.636.048	525.861.952
2019	1.716.112.000	1312111926	404.000.074
2020	1.753.836.000	1706117275	47.718.725

Sumber: Data Olah (2022)

**Tabel 1.10** Hasil Perhitungan Margin Keamanan dalam Unit dan Persentase CV Pramana Group Tahun 2016-2020

Tahun	Margin Keamanan (dalam Rp)	Harga Jual (Per Unit)	Margin Keamanan (dalam Persen)	Margin Keamanan (dalam Unit)
2016	689.034.325	3.600.000	30%	10601
2017	630.571.974	3.615.000	27%	7882
2018	525.861.952	3.610.000	23%	7011
2019	404.000.074	3.612.000	18%	5050
2020	47.718.725	3.600.000	2%	795

Sumber: Data Olah (2022)

Berdasarkan tabel di atas margin keamanan CV Pramana Group pada tahun 2016 adalah sebesar 30% atau penjualan sebesar Rp 689.034.325, tahun 2017 sebesar 27% atau penjualan sebesar Rp 630.571.974, tahun 2018 sebesar 23% atau penjualan sebesar Rp 525.861.952, tahun 2019 sebesar 18% atau penjualan sebesar Rp 404.000.074 dan tahun 2020 sebesar 2% atau penjualan

sebesar Rp 47.718.725. Tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Sehingga kemungkinan perusahaan mengalami kerugian sangat rendah.

### 1.2.8 Leverage Operasi (*Operating Leverage*)

Agar dapat mempertahankan stabilitas labanya, perusahaan memerlukan analisis struktur biaya. Untuk itu salah satunya perlu dipertimbangkan faktor - faktor *leverage* operasi. Faktor *leverage* operasi diukur dengan angka absolut dan mempengaruhi sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan. Tingkat *leverage* operasi pada CV. Pramana Group tahun 2016 dapat dihitung sebagai berikut: Tingkat *leverage* operasi :  $\text{Rp}544.891.146 / \text{Rp}63.639.578 = 8,56$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh hasil yang tersaji dalam table di bawah ini:

**Tabel 1.11** Hasil Perhitungan Persentase *Leverage* Operasi CV Pramana Group Tahun 2016-2020

Tahun	Penjualan (dalam Rp)	Margin Kontribusi (dalam Rp)	Laba Usaha (dalam Rp)	Tingkat Leverage Operas
2016	2.004.753.000	689.034.325	265.088.870	2,60
2017	1.842.755.000	630.571.974	256.190.832	2,46
2018	1624498000	525.861.952	209.888.336	2,51
2019	1716112000	404.000.074	154.251.308	2,62
2020	1753836000	47.718.725	15.699.570	3,04

Sumber: Data Olah (2022)

Secara manual kenaikan laba 1% tiap tahun dapat dihitung dengan prosedur sebagai berikut:

Tahun 2016:

Kenaikan Penjualan:  $(101\% \times \text{Rp}2.004.753.000) = \text{Rp}202.480.053.000$

Margin Kontribusi setelah kenaikan penjualan:

$$(23\% \times \text{Rp}202.480.053.000) = \text{Rp}45.923.927.274$$

Laba usaha setelah kenaikan penjualan 1%:

$$(102,6\% \times \text{Rp} 265.088.870) = \text{Rp}265.088.870$$

**Tabel 1.12** Hasil Perhitungan Peningkatan *Leverage* Operasi CV Pramana

Group Tahun 2016-2020

Tahun	Penjualan naik 1% (dalam Rp)	Margin Kontribusi setelah kenaikan penjualan (dalam Rp)	Rasio Margin Kontribusi	Laba Usaha
2016	202.480.053.000	45.923.927.274	23%	265.088.870
2017	186.118.255.000	40.976.112.731	22%	256.190.832
2018	164.074.298.000	31.283.948.133	19%	209.888.336
2019	173.327.312.000	33.396.834.675	19%	154.251.308
2020	177.137.436.000	30.056.854.596	17%	15.699.570

Sumber: Data Olah (2022)

Dari perhitungan *leverage* operasi, dapat diketahui bahwa apabila CV Pramana Group menaikkan penjualan sebesar 1%, maka persentase kenaikan laba usaha dari usaha obat herbal tahun 2016 sebesar 2,60%, tahun 2017 sebesar 2,46%, tahun 2018 2,51%, tahun 2019 sebesar 2,62% dan tahun 2020 sebesar 3,04%.

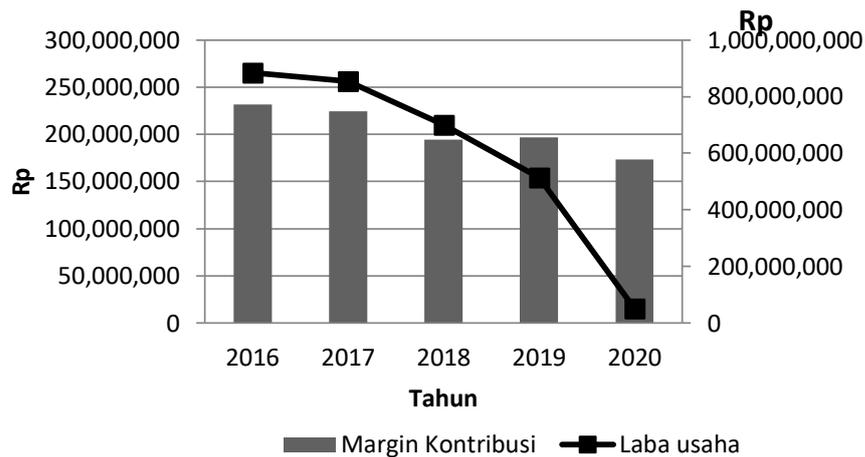
### 1.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Perusahaan dengan laba bertumbuh, dapat memperkuat hubungan antara besarnya atau ukuran perusahaan dengan tingkatan laba yang diperoleh. Dimana perusahaan dengan laba bertumbuh akan memiliki jumlah aktiva yang besar sehingga memberikan peluang lebih besar di dalam menghasilkan profitabilitasnya. Umumnya perusahaan yang bertumbuh adalah perusahaan yang memiliki pertumbuhan margin, laba dan penjualan yang tinggi. Hubungan kuat antara jumlah penjualan, biaya perusahaan dan laba inilah yang dapat dijadikan suatu perangkat manajemen yang sangat penting dalam pengambilan keputusan

pemasaran, hingga ke masalah proses produksi dengan satu orientasi tujuan yaitu untuk memaksimalkan perolehan laba perusahaan. Ketiga faktor tersebut dapat dianalisa dengan teknik analisis Cost-Volume-Profit (CVP).

Bentuk penelitian yang dilakukan untuk penelitian ini adalah bentuk penelitian kuantitatif pendekatan deskriptif, yaitu penelitian yang menggunakan metode matematis, teori-teori serta hipotesis dan bertujuan untuk menjelaskan suatu variabel mandiri. Data yang dipergunakan berupa angka-angka yang berasal dari laporan keuangan CV Pramana Group pada periode tahun 2016-2020. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan besarnya laba yang direncanakan. Dari hasil perhitungan dan analisis data dari perusahaan CV Pramana Group maka didapat estimasi atau perencanaan yang harus diperhatikan dan dilakukan oleh CV Pramana Group agar laba yang seharusnya diperoleh bisa terealisasi. Faktor-faktor estimasi tersebut adalah sebagai berikut: Adapun analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Biaya tetap yang dikeluarkan untuk tahun 2016 sebesar Rp 506.190.133 dengan total biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp 1.233.473.997. pada tahun 2017 total biaya tetap sebesar Rp 492.489.661 dengan total biaya variabel sebesar Rp 1.094.074.507. Pada tahun 2018 total biaya tetap sebesar Rp 438.500.810 dengan total biaya variabel sebesar Rp 976.108.854. Pada tahun 2019 total biaya tetap sebesar Rp 500.977.583 dengan total biaya variabel sebesar Rp 1.060.883.109. Pada tahun 2020 total biaya tetap sebesar Rp 561.316.502 dengan total biaya variabel sebesar Rp 1.176.819.928.
- b. *Contribution margin*

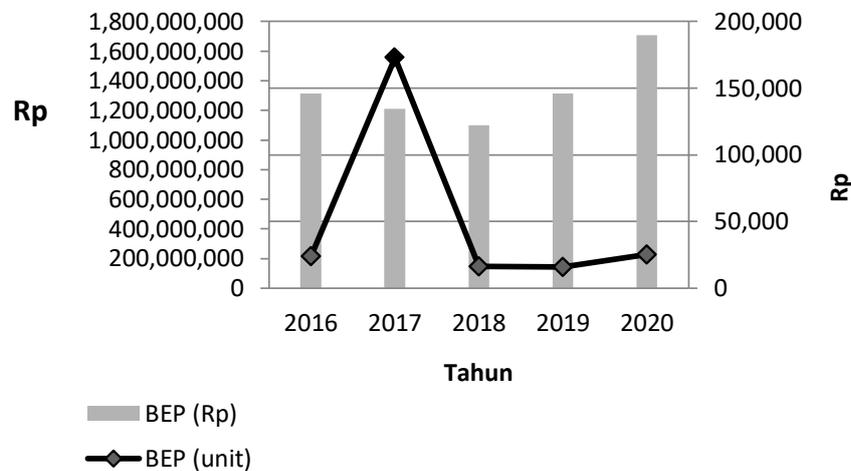


**Gambar 1.6** Grafik Margin Kontribusi CV Pramana Group

Berdasarkan gambar grafik di atas *Contribution margin* pada tahun 2016 sebesar Rp 771.279.003 atau sebesar 23% dari penjualan. Pada tahun 2017 sebesar Rp 748.680.493 atau sebesar 22% dari penjualan. Pada tahun 2018 sebesar Rp 648.389.146 atau sebesar 19,1% dari penjualan. Pada tahun 2019 sebesar Rp 655.228.891 atau sebesar 19,3% dari penjualan. Pada tahun 2020 sebesar Rp 577.016.072 atau sebesar 17% dari penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan pada periode tahun 2016-2020 memiliki kontribusi yang relatif cukup besar terhadap laba usaha. Dikarenakan *Contribution margin* lebih besar dari biaya tetap maka perusahaan mendapatkan laba maksimal dan perusahaan akan berusaha memberikan prioritas untuk menjual barang yang memberikan *Contribution margin* paling tinggi karena otomatis memberikan laba paling besar. Karena semakin besar *contribution margin*, maka semakin besar kesempatan yang diperoleh perusahaan untuk menghasilkan laba. Analisis *Contribution Margin* memiliki peran penting bagi CV Pramana Group untuk

mengetahui seberapa jauh tingkat pengembalian uang dibandingkan dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Dengan dilakukannya analisis *Contribution margin* maka akan lebih memudahkan dalam pencapaian laba.

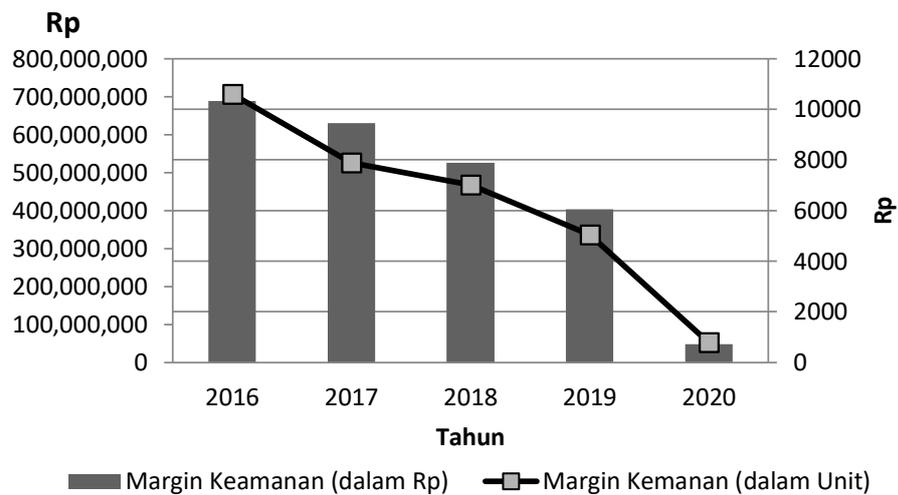
c. *Break Even Point*



**Gambar 1.7** Grafik Break Even Point

Berdasarkan persentase grafik 4.7, bahwa titik impas (*Break Even Point*) pada tahun 2016 dicapai pada volume penjualan sebanyak 24.024 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.315.718.675. Sedangkan pada tahun 2017 titik impas dicapai pada volume penjualan sebanyak 172.925 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.212.183.026. Tahun 2018 titik impas dicapai pada volume penjualan sebanyak 16.319 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.098.636.048. Tahun 2019 titik impas dicapai pada volume penjualan sebanyak 15.965 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.312.111.926. Tahun 2020 titik impas dicapai pada volume penjualan sebanyak 25.194 unit dengan total penjualan sebesar Rp1.706.117.275. Jika dibandingkan dengan penjualan pada tahun 2016 sebesar Rp2.004.753.000

dan volume penjualan sebesar 1182 unit, tahun 2017 sebesar Rp1.842.755.000 dan volume penjualan sebesar 1105 unit, tahun 2018 sebesar Rp1.624.498.000 dan volume penjualan sebesar 966 unit, tahun 2019 Rp.716.112.000 dan volume penjualan sebesar 1043 unit serta tahun 2020 sebesar Rp1.753.836.000 dan volume penjualan sebesar 1066 unit, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan berada di atas titik impas dan artinya perusahaan memperoleh laba, sehingga penjualan yang dilakukan dikatakan mampu untuk menghasilkan laba yang maksimal dan menghindarkan penjualan dibawah *break even point* agar tidak mendapatkan kerugian. Dengan menggunakan metode *break even analysis*, manajer produksi CV Pramana Group dapat mengetahui berapa banyak unit yang harus terjual agar perusahaan mendapat keuntungan yang di inginkan. Selain itu *Break Even Point* juga berfungsi sebagai landasaan strategis penjualan misalnya penentuan harga barang, pengambilan keputusan, dan metode produksi. Dalam dunia usaha tidak terkecuali unit perusahaan dari waktu ke waktu akan mengalami perubahan yang dapat terjadi dalam bulan, triwulan maupun perbedaan kondisi dari tahun ke tahun disebabkan oleh faktor internal perusahaan maupun eksternal perusahaan termasuk pengaruh kebijaksanaan pemerintah. Untuk mengatasi hal ini pimpinan perusahaan harus dinamis, peka terhadap perubahan, mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam membuat alternatif pemecahan masalah sehingga tepat dan akurat di dalam mengambil keputusan khususnya dalam hal untung rugi perusahaan.

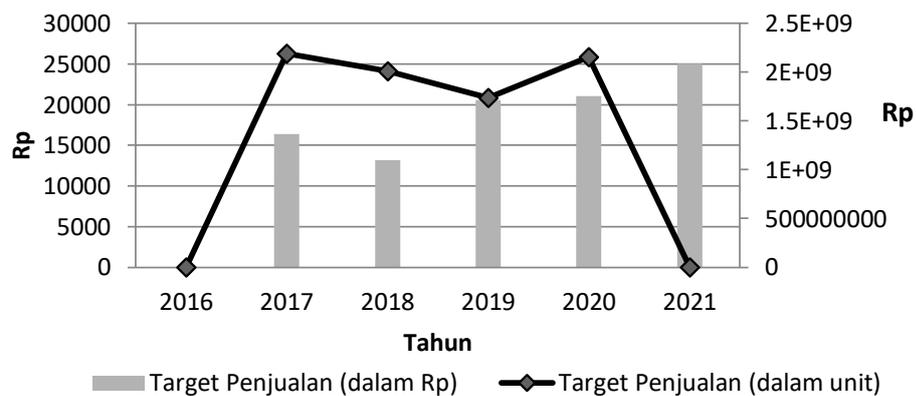
d. *Margin Of Safety*

**Gambar 1.8** Grafik Margin Keamanan dalam unit dan Rupiah

Berdasarkan gambar grafik di atas menunjukkan bahwa dari total 1182 unit penjualan tahun 2016 CV Pramana Group belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp 689.034.325 atau 30 %. Hal itu disebabkan penurunan penjualan sebesar angka-angka pada tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai titik impas penjualan. Begitu juga dengan tahun 2017, hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 1105 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar 630.571.974 atau 23%. Tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Tahun 2018 hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 966 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp525.861.952 atau 23%. Karena tingkat margin keamanan perusahaan juga belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Tahun 2019 hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 1043 unit, penjualan perusahaan

belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp404.000.074 atau 18%. Karena tingkat margin keamanan perusahaan juga belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Sama halnya dengan tahun tahun 2020, hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 1066 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp47.718.725 atau sebesar 2% karena tingkat margin keamanan perusahaan juga belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Akan tetapi, apabila penurunan penjualan sudah lebih dari batas titik margin keamanan yang dicapai perusahaan dari penjualan, maka perusahaan sudah akan menderita rugi.

e. Target Laba



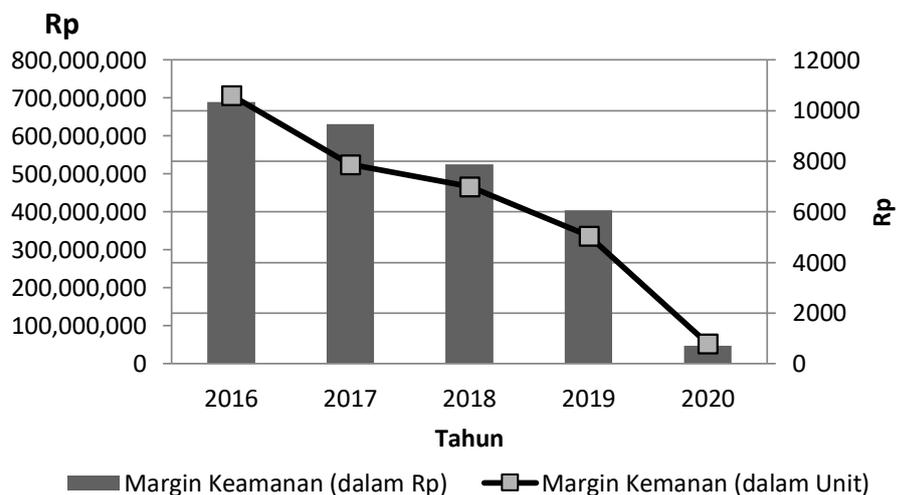
**Gambar 1.9** Grafik Estimasi Target Penjualan per Unit dan dalam rupiah CV Pramana Group

Pada grafik estimasi target penjualan di atas, jumlah laba pada tahun 2016 merupakan langkah awal dalam penentuan pencapaian target penjualan untuk tahun-tahun berikutnya. Terlihat bahwa laba pada tahun 2016 sebesar Rp 265.088.870. Laba tersebut digunakan sebagai patokan laba minimal yang akan dicapai untuk rencana penjualan tahun berikutnya, yaitu rencana penjualan tahun 2017. Rencana penjualan tahun 2017 adalah sebesar Rp

1.842.755.000 atau sebanyak 26.288 unit yang harus dicapai perusahaan untuk mendapatkan laba minimal seperti pada tahun 2016. Ternyata penjualan pada tahun 2017 sebesar Rp1.842.755.000. Meskipun realisasi penjualan tahun 2017 lebih besar daripada rencana penjualannya, CV Pramana Group justru mengalami penurunan laba karena disebabkan oleh beberapa faktor seperti kenaikan biaya operasional, kenaikan upah minimal secara nasional dan kenaikan harga bahan baku sehingga laba tahun 2017 menurun yaitu sebesar 0,99%. Laba tahun 2017 tersebut juga menjadi laba minimal yang menjadi patokan bagi CV Pramana Group dalam meningkatkan laba. Tahun 2018 diperoleh hasil perhitungan bahwa apabila perusahaan ingin mencapai laba minimal seperti tahun sebelumnya maka perusahaan harus melakukan penjualan sebesar Rp1.624.498.000 atau volume penjualan sebesar 24.131 unit, ternyata realisasi penjualannya sebesar Rp1.624.498.000. Meskipun realisasi penjualan tahun 2018 lebih besar daripada rencana penjualannya, CV Pramana Group justru mengalami penurunan laba karena disebabkan oleh beberapa faktor seperti kenaikan biaya operasional, kenaikan upah minimal secara nasional dan kenaikan harga bahan baku sehingga laba tahun 2018 menurun yaitu sebesar 5,14%. Laba tahun 2018 juga menjadi laba minimal untuk tahun 2019 yang rencana penjualannya sebesar Rp1.716.112.000 atau volume penjualan sebesar 20.880 unit dan ternyata realisasi penjualannya sebesar Rp1.825.200.000. Meskipun realisasi penjualan tahun 2019 lebih besar daripada rencana penjualannya, tetapi CV Pramana Group kembali mengalami penurunan laba karena disebabkan oleh beberapa faktor yang telah disebutkan di atas.

Laba tahun 2019 menjadi laba minimal untuk tahun 2020 yang rencana penjualannya sebesar Rp1.753.836.000 atau volume penjualan sebesar 25.194 unit. Ternyata realisasi penjualannya sebesar Rp1.753.836.000 atau 25.898 unit, sehingga laba yang diperoleh perusahaan Rp15.699.570 lebih kecil daripada laba tahun 2019 yang ditargetkan perusahaan. Dengan analisis *Cost-Volume-Profit* dapat diketahui pula rencana penjualan tahun 2021 yaitu sebesar Rp2.086.053.833 atau volume penjualan sebesar 30.804 unit untuk mendapatkan laba minimal seperti tahun 2020 yaitu sebesar Rp15.699.570 dengan asumsi biaya tetap dan rasio margin kontribusi sama dengan tahun 2020.

f. *Margin of safety*



**Gambar 1.10** Grafik Margin Keamanan dalam unit dan Rupiah

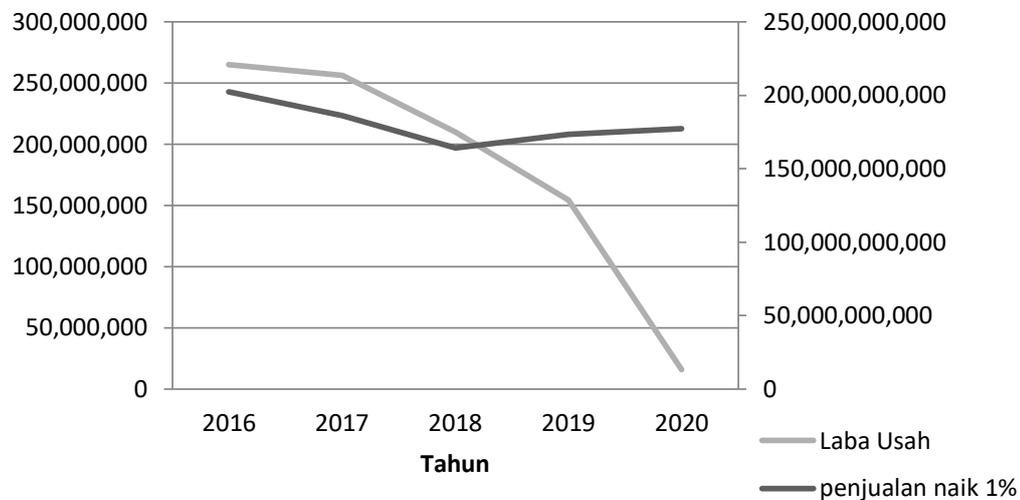
Berdasarkan gambar grafik di atas menunjukkan bahwa dari total 1182 unit penjualan tahun 2016 CV Pramana Group belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp 689.034.325 atau 30 %. Hal itu disebabkan penurunan penjualan sebesar angka-angka pada tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai titik impas

penjualan. Begitu juga dengan tahun 2017, hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 1105 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar 630.571.974 atau 23%. Tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Tahun 2018 hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 966 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp525.861.952 atau 23%. Karena tingkat margin keamanan perusahaan juga belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Tahun 2019 hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 1043 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp404.000.074 atau 18%. Karena tingkat margin keamanan perusahaan juga belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Sama halnya dengan tahun tahun 2020, hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari total penjualan 1066 unit, penjualan perusahaan belum mengalami kerugian bila penjualan turun sebesar Rp47.718.725 atau sebesar 2% karena tingkat margin keamanan perusahaan juga belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Akan tetapi, apabila penurunan penjualan sudah lebih dari batas titik margin keamanan yang dicapai perusahaan dari penjualan, maka perusahaan sudah akan menderita rugi.

Dengan mengetahui titik margin keamanan tersebut, maka manajemen dapat merumuskan berbagai strategi, taktik, dan langkah-langkah operasional untuk bertahan agar penjualan tidak mengalami abrasi/penurunan sampai melebihi angka margin keamanan. Perhitungan

seperti ini akan memberikan isyarat kepada manajemen mengenai apa yang sedang terjadi dalam pencapaian tujuan atau perolehan laba perusahaan

g. *Leverage Operasi*



**Gambar 1.11** Grafik *Leverage Operasi*

Berdasarkan gambar grafik menunjukkan bahwa apabila CV Pramana Group menaikkan penjualan 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2016 yaitu sebesar Rp202.480.053.000, kenaikan margin kontribusi sebesar Rp45.923.927.274 dan kenaikan laba usaha sebesar Rp265.088.870. Tahun 2017, apabila perusahaan menaikkan penjualan sebesar 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2017 yaitu sebesar Rp186.118.255.000, kenaikan margin kontribusi sebesar Rp40.976.112.731 dan kenaikan laba usaha sebesar Rp256.190.832. Begitu juga tahun 2018, apabila perusahaan menaikkan penjualan sebesar 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2018 yaitu sebesar Rp164.074.298.000, kenaikan margin kontribusi sebesar Rp31.283.948.133 dan kenaikan laba usaha sebesar Rp209.888.336. Tahun 2019, apabila

perusahaan menaikkan penjualan sebesar 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2019 yaitu sebesar Rp173.327.312.000, kenaikan margin kontribusi sebesar Rp 33.396.834.675 dan kenaikan laba usaha sebesar Rp154.251.308. Tahun 2020, apabila perusahaan menaikkan penjualan sebesar 1%, maka kenaikan penjualan yang akan diperoleh tahun 2020 yaitu sebesar Rp177.137.436.000, kenaikan margin kontribusi sebesar Rp30.056.854.596 dan kenaikan laba usaha Rp15.699.570.

Hasil penelitian ini sedikit berbeda dan melengkapi hasil penelitian peneliti-peneliti sebelumnya. Seperti hasil penelitian Selfinta B. Sihombing (2017) dari Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, dengan judul “Analisis Biaya-Volume-Laba sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba PT. Bangun Wenang Beverages Company” dengan indikator analisis break-even, analisis margin of safety, dan analisis contribution margin. Melalui penelitiannya diperoleh hasil bahwa semakin besar contribution margin, semakin besar kesempatan yang diperoleh perusahaan untuk menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba. Dalam penelitian ini, peneliti juga menemukan hal yang sama mengenai contribution margin, namun bedanya perhitungan dengan contribution margin apat juga difokuskan untuk meneliti lebih mendalam tentang laba kontribusi dari masing-masing produk sehingga perusahaan dapat merevisi harga jual dan juga menentukan strategi pemasaran untuk difokuskan pada produk tertentu.

Dini Septiantoro (2019) dari Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Muawarman melakukan penelitian dengan judul “Perencanaan laba berdasarkan Analisis Biaya Volume Laba dengan Studi Kasus pada CV. Jarwo Tirta Murni di

Samarinda.” Dalam penelitian, alat digunakan untuk menjelaskan hubungan biaya, volume dan laba ialah analisis impas(break-even). Adapun hasil dari penelitian ini ialah dengan penggunaan analisis CVP dapat diketahui bahwa posisi keuangan CV. Jarwo Tirta Murni dalam keadaan aman diatas break-even point.Selain itu perubahan yang terjadi pada harga jual salah satu produknya menyebabkan perubahan pada besarnya laba yang diperoleh dan pada tingkat impasnya. Sedangkan berdasarkan penelitian ini, perubahan harga jual pada salah satu produk tidak akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan laba karena usaha restoran merupakan usaha multi-product sehingga konsumen bebas memilih produk yang diinginkan.

Nelly Wiharjo (2020) dari Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin yang melakukan penelitian di Hotel Losari Beach dengan judul penelitian “ Analisis Hubungan Cost-Volume-Profit (CVP) Untuk Perencanaan Laba pada Hotel Losari Beach” tersebut. Analisis ini difokuskan pada analisis Cost-Volume-Profit pada multi-product dan dengan alat analisis berupa perhitungan tingkat margin of safety. Berdasarkan hasil perhitungannya Hotel Losari Beach telah melakukan perencanaan laba dengan baik Hal ini dapat dilihat dari tingkat laba yang dihasilkan dan tingkat margin of safety (penjualan minimal perusahaan agar tidak menderita kerugian) yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Besarnya penjualan minimal yang diperbolehkan ( Margin of safety) HotelLosari Beach pada tahun 2017 adalah Rp 610.514.856; pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 641.099.927, pada tahun 2019 adalah sebesar Rp1.337.404.087. Analisis margin of safety tidak akan cukup untuk merumuskan strategi. Oleh karena itu, dalam penelitiann ini, alat analisis Cost-Volume-Profit (CVP) yang

digunakan lebih kompleks sehingga bisa menganalisis perbandingan biaya produksi dan harga jual produk

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai analisis *Cost Volume Profit* yang dihubungkan dengan perencanaan laba pada CV Pramana Group dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa analisis *Cost-Volume-Profit* dapat digunakan untuk mengetahui atau membuat peramalan laba produksi. Penganalisisan *Cost-Volume-Profit* tersebut dilakukan dengan menggunakan metode analisis *contribution margin*, analisis *break even point*, analisis target laba, dan analisis *margin of safety*. Dengan penggunaan alat tersebut memberikan hasil bahwa produksi obat herbal CV Pramana Group terbukti sangat produktif dan memberikan kontribusi laba yang cukup besar.
2. Hasil pembahasan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai berikut:
  - a. Dilakukan pengelompokkan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Kemudian untuk biaya semivariabel dilakukan pemisahan biaya yang dibagi menjadi dua yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Melalui perhitungan pengelompokkan dan pemisahan biaya dapat diketahui jumlah total masing-masing biaya, yaitu pada tahun 2016 biaya tetap sebesar Rp506.190.133 dan biaya variabel sebesar Rp1.233.473.997. Tahun 2017 diperoleh melalui klasifikasi biaya

diperoleh biaya tetap sebesar Rp492489661 dan biaya variabel sebesar Rp1.094.074.507. Tahun 2018 melalui klasifikasi biaya diperoleh biaya tetap sebesar Rp438.500.810 dan biaya variabel sebesar Rp976.108.854. Tahun 2019 melalui klasifikasi biaya diperoleh biaya tetap sebesar Rp500.977.583 dan biaya variabel sebesar Rp1.060.883.109. Tahun 2020 melalui pengklasifikasian diperoleh biaya tetap sebesar Rp561316502 dan biaya variabel sebesar Rp1.176.819.928.

- b. Dari perhitungan Rasio margin kontribusi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar margin kontribusi yang dihasilkan produk yang dijual oleh perusahaan. Melalui perhitungan yang telah dilakukan maka dapat diketahui besar margin kontribusi tahun 2016 adalah Rp771.279.003, tahun 2017 Rp748.680.493, tahun 2018 Rp648.389.146, tahun 2019 Rp655.228.891 dan tahun 2020 Rp577.016.072 dan dapat diketahui pula rasio kontribusi margin tahun 2016 yaitu sebesar 23%, tahun 2017 sebesar 22%, tahun 2018 sebesar 19,1%, tahun 2019 sebesar 19,3% dan tahun 2020 sebesar 17%.
- c. Dari perhitungan titik impas dilakukan untuk mengetahui berapa batas minimal penjualan atau produksi suatu perusahaan sehingga perusahaan tidak akan mengalami suatu kerugian atau dapat dikatakan pada saat laba yang dihasilkan sama dengan nol. Melalui analisis *Cost-VolumeProfit* yang dilakukan diperoleh *Break Even Point* tahun 2016 dalam unit sebesar 24024 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.315.718.675. Melalui perhitungan dapat diketahui pula *Break Even*

*Point* tahun 2017 dalam unit sebesar 17292 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.212.183.026. Tahun 2018 melalui perhitungan diketahui pula *Break Even Point* dalam unit sebesar 16319 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.098.636.048. Tahun 2019 diperoleh *Break Even Point* dalam unit sebesar 15965 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.312.111.926 dan tahun 2020 diketahui *Break Even Point* dalam unit sebesar 25194 unit dan dalam rupiah sebesar Rp1.706.117.275.

- d. Dalam perencanaan penjualan dan laba CV Pramana Group, jika perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal untuk tahun 2017 dengan melihat laba tahun sebelumnya, maka perusahaan harus menjual sebesar 26.288 unit atau sebesar Rp1.212.183.026. Begitu pula untuk tahun 2018, jika perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal tahun 2018 dengan melihat laba tahun 2017, maka perusahaan harus menjual sebesar 24.131 unit atau sebesar Rp1.098.636.048. Tahun 2019 apabila perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal tahun 2019 dengan melihat laba tahun 2018, maka perusahaan harus menjual sebesar 20.880 unit atau sebesar Rp1.716.112.000. Tahun 2020 apabila perusahaan merencanakan kenaikan laba minimal tahun 2020 dengan melihat laba tahun 2019, maka perusahaan harus menjual sebesar 25.898 unit atau sebesar Rp1.753.836.000. Tetapi, laba yang dicapai perusahaan tidak selalu mencapai laba minimum yang ditetapkan perusahaan. Hal itu disebabkan karena beberapa faktor, seperti kenaikan pada biaya operasional, kenaikan upah minimum secara nasional, dan kenaikan harga bahan baku.

- e. Dari perhitungan *margin of safety* CV Pramana Group pada tahun 2016 adalah sebesar 30%, tahun 2017 sebesar 27%, tahun 2018 sebesar 23%, tahun 2019 sebesar 18% dan tahun 2020 sebesar 2%. Tingkat margin keamanan perusahaan belum mencapai penurunan sampai pada titik impas penjualan. Sehingga kemungkinan perusahaan mengalami kerugian sangat rendah.
- f. Dari perhitungan *leverage* operasi, dapat diketahui bahwa apabila CV Pramana Group menaikkan penjualan sebesar 1%, maka persentase kenaikan laba usaha dari usaha obat herbal tahun 2016 sebesar 2,60%, tahun 2017 sebesar 2,46%, tahun 2018 2,51%, tahun 2019 sebesar 2,62% dan tahun 2020 sebesar 3,04%.

## 1.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis data, maka dapat diajukan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian ini, diantaranya;

1. CV Pramana Group harus memperhatikan peningkatan penjualan untuk mendapatkan laba yang maksimum dan harus menjual diatas titik impas atau *break even point* sehingga laba yang direncanakan dapat terpenuhi dan harus memperhatikan pula *contribution margin*.
2. Agar evaluasi pencapaian laba dapat terealisasikan CV Pramana Group harus memperhatikan biaya variabel. Karena biaya variabel sangat berpengaruh pada besar kecilnya target laba perusahaan. Oleh karena itu dalam evaluasi labanya CV Pramana Group diharapkan lebih efisien dalam mengeluarkan biaya variabel. Perlu menekan biaya-biaya variabel tertentu agar tidak terjadi pemborosan seperti biaya listrik, air, telepon.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: Edisi 1*. Airlangga University Press.
- Aznedra, A. (2019). Analisis Biaya Dan Volume Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada PT. Panca Rasa Pratama Group. *Measurement: Journal of the Accounting Study Program*, 13(2), 142–155.
- Chalil, D. C. (2018). Titik Impas dan Perencanaan Laba. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 438–448.
- Dahtiah, N. (2020). Penerapan Model Harga Pokok Produksi Dengan Pendekatan Variable Costing untuk Penentuan Titik Impas (Studi kasus pada Perusahaan Konveksi “X”). *Sigma-Mu (Jurnal Penelitian & Gagasan Sains Dan Matematika Terapan)*, 12(1), 21–33.
- Desy, D. (2017). Cost-Volume-Profit (CVP) Untuk Perencanaan Laba pada PT Mayora Indah, Tbk. Dan Entitas Anak. *FIN-ACC (Finance Accounting)*, 1(12).
- Fitriani, S., & Rahmawati, R. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan Dan Financial Leverage Terhadap Praktek Manajemen Laba: (Studi Kasus: Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Food and Beverages yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018). *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 1(1), 44–52.
- H, Eric W Garrison & Peter, C. (2018). *Akuntansi Manajerial (terjemahan: A. Totok Budisantoso)* (11th ed., Vol. 1). Salemba Empat.
- Hati, L. (2019). Analisis Perhitungan Break Even Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm Tenun Dan Jumpsutan Yani H. Imron Palembang.
- Iswara, U. S. (2018). Analisis Cost Volume Profit sebagai Dasar Perencanaan Laba yang Diharapkan (Studi pada Perusahaan Kopi di Kabupaten Jember). *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)*, 2(2), 67–76.
- Irawan, S., & Si, M. (2019). Analisis manajemen persediaan, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur di bei. *Jurnal Manajemen*, 11(1).
- Luntungan, N. N., & Tinangon, J. J. (2021). Penerapan Analisis Cost Volume Profit dalam Perencanaan dan Pengambilan Keputusan Laba Optimal pada PT. Artha Mas Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1350–1357.
- Mokoginta, M. I., Sondakh, J. J., & Budiarmo, N. S. (2018). Analisis Biaya Volume Laba Multi-Produk untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Bijimerah Coffee and Roastery. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02).

- Nadeak, R. (2020). Teori Sumber Pembiayaan Pendidikan. *Bunga Rampai Ekonomi Dan Pembiayaan Pendidikan*, 175.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik deskriptif. *Hikmah*, 14(1), 49–55.
- Nasution, N. A. (2019). Tata cara pelaporan pajak terhutang surat pemberitahuan masa terhadap pajak pertambahan nilai pada Cv. Bina rekayasa. *Jurnal Perpajakan*, 1(1), 37-53.
- Nasution, D. A. D., Barus, M. D. B., & Tasril, V. (2020). Peningkatan daya saing bumdes untuk pengembangan ekonomi desa pematang serai di kecamatan tanjung pura kabupaten langkat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(3), 319-329.
- Prasetya, M. Y., Justinia Castellani, S., MSi, A., & CA, P. I. (2019). Pengaruh Perbedaan Laba Akuntansi Dengan Laba Fiskal dan Tingkat Hutang Terhadap Persistensi Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2016).
- Pratama. (2017). Perencanaan Laba dengan Pendekatan Cost Volume Profit Analysis Pada CV Aditiya Pratama.
- Rachmawulan, D. L., & Prasetyo, T. (2018). Pengaruh Biaya Variabel Terhadap Margin Kontribusi (Penelitian Pada CV. Pratama Cipta Sejahtera). *Jurnal Wawasan Dan Riset Akuntansi*, 5(1), 16–26.
- Sari, E. P. J. S. (2020). Pengaruh Kompensasi Bonus, Leverage, Dan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018).
- Sari, S. W. R. (2016). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Perusahaan.
- Simbolon, R. (2020). Pengaruh Biaya Pemeliharaan Aktiva Tetap terhadap Laba Perusahaan pada PT. Socfindo Medan.
- Sudibyo, H. H. (2019). Analisis Biaya-Volume-Laba sebagai Alat Bantu dalam Perencanaan Laba. *Ilmu dan Budaya*, 41(62).
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian dan pengembangan. *Res. Dev. D*, 2015, 39–41.
- Surepi, L., Rahmat, A., & Julita, R. (2021). Peranan Administrasi Bisnis Dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Aghniya*, 4(1), 1–10.
- Sari, P. B., & Dwilita, H. (2018). Prospek Financial Technology (Fintech) Di Sumatera Utara Dilihat Dari Sisi Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Kemiskinan. *Kajian Akuntansi*, 19(1), 09-18.
- Winarko, S. P., & Astuti, P. (2018). Analisis cost-volume-profit sebagai alat bantu perencanaan laba (multi produk) pada perusahaan Pia Latief Kediri. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 9–21.

Yanto, M. (2020). Penerapan Cost–Volume–Profit (CVP) sebagai Dasar Perencanaan Laba pada CV. Usaha Bersama Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 9(2), 369–386.

Yusniawati, D. (2021). Analisis perhitungan cost volume profit sebagai dasar evaluasi dan perencanaan laba pada PT. Tri Banyan Tirta Tbk.