

**ANALISIS HUBUNGAN COST-VOLUME-PROFIT (CVP)  
UNTUK PERENCANAAN LABA PADA  
HOTEL GRAND AULIA**

**SKRIPSI**

Oleh  
**ASRAR EFENDI**  
**105730430213**



**JURUSAN STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2018**

**ANALISIS HUBUNGAN COST-VOLUME-PROFIT (CVP)  
UNTUK PERENCANAAN LABA PADA  
HOTEL GRAND AULIA**

**SKRIPSI**

**Oleh  
ASRAR EFENDI  
105730430213**

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Akuntansi*

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2018**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No.259 Telp. (0411) 860 132 Makassar 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : "Analisa Hubungan *Cost-Volum-Profit* (CVP) Untuk  
Perencanaan Pada Hotel Grand Aulia".

Nama Mahasiswa : ASRAR EFENDI

No. Stambuk/ NIM : 10573 04302 13

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

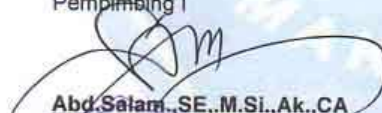
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan di ujikan didepan Panitia  
Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada tanggal 31 Agustus 2018 pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 31 Agustus 2018

Menyetujui,

Pembimbing I

  
**Abd. Salam, SE., M.Si., Ak., CA**  
NIDN : 0921018002

Pembimbing II


  
**Muh Nur Rasyid, SE., MM.**  
NBM : 1085576

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM : 903978

Ketua Jurusan Akuntansi

  
**Ismail Badollahi, SE., M.Si., AK., CA.CSP**  
NBM : 107 3428



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No.259 Telp. (0411) 860 132 Makassar 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama ASRAR EFENDI NIM 105730430213, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0009/2018 M, tanggal 19 Dzulhijjah 1439 H/31 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

19 Dzulhijjah 1439 H  
Makassar, \_\_\_\_\_  
31 Agustus 2018 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE., MM (.....)  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....)  
(Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agussalim HR, SE., MM (.....)  
(WD 1 Fak. Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Agussalim HR, SE., MM (.....)  
2. Linda Arisanti Razak SE., M.Si., Ak.CA (.....)  
3. Muttiarni., SE., M.Si (.....)  
4. Muh. Nur R., SE., MM (.....)

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



**Ismail Rasulong, SE., MM**  
**NBM : 903078**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan izin Allah SWT, Karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta saya yang selama ini telah sabar, ikhlas memberikan dan membesarkan dengan penuh kasih sayang yang tidak henti hentinya. Terima kasih yang tak terhingga.

Buat keluarga dan teman-teman yang telah menjadi teman untuk berjuang bersama yang telah menginspirasi saya dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

## **MOTTO HIDUP**

"Keyakinan adalah percaya dengan apa yang tidak kita lihat, dan upah dari keyakinan adalah melihat apa yang kita yakini"..

## **ABSTRAK**

**Asrar Efendi. 2017. Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) untuk Perencanaan Laba pada Hotel Grand Aulia.** Dibimbing oleh Bapak Muh Nur Rasyid dan Bapak Abd Salam HB.

Penelitian ini bertujuan menganalisis CVP perencanaan laba perusahaan pada Hotel Grand Aulia. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahun 2016. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan telaah dokumen. Metode analisis yang digunakan adalah analisis data BEP, Margin of Safety, dan perencanaan laba.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Hotel Grand Aulia melakukan perencanaan laba yang baik, tentu hal itu akan membawa dampak yang baik terhadap perusahaan, terutama mengenai kesinambungan perusahaan tersebut. Dari hasil perhitungan di atas, kita dapat melihat bahwa Hotel Grand Aulia melakukan perencanaan dengan menargetkan kenaikan laba sebanyak 20% untuk tahun berikutnya (2017) berdasarkan hasil olahan data laporan keuangan dari tahun sebelumnya (2016).

**Kata Kunci : CVP, perencanaan laba**

## **ABSTRACT**

***Asrar Efendi. 2017. Cost-Volume-Profit Analysis (CVP) for Profit Planning at Grand Aulia Hotels.*** Guided by Mr. Muh Nur Rasyid and Mr. Abd Salam HB.

This study aims to analyze CVP of corporate profit planning at Grand Aulia Hotel. This research is a quantitative descriptive study using sampling techniques using purposive sampling. As for the number of samples used in this study is the financial report year 2016. Data collection techniques using observation and document review The analytical method used is BEP data analysis, Margin of Savety, and profit planning.

The results of the study show that the Grand Aulia Hotel does is a good profit planning will certainly have a good impact on the company, especially regarding the ustain ability of the company. From the results of the calculations above, we can see that the Grand Auliah Hotel made a do planning for the next year 2017 based on the result of processed financial report data from the previous years 2016.

***Keywords: CVP, profit planning***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur, penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas limpahan rahmat dan taufik-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Skripsi ini berjudul. Analisis *cost-volume-profit* (CVP) untuk perencanaan laba pada Hotel Grand Aulia.

Banyak hikmah dan pengalaman berharga yang dapat menjadi pelajaran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Namun tidak sedikit pula hambatan dan kesulitan yang penulis alami. Berkat ketabahan, kesabaran, ketabahan, keiklasan, kerja keras, ketekunan serta kemauan besar yang disertai do'a dan bantuan serta motifasi dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Karena itu dalam kesempatan ini penulis menghaturkan penghargaan dan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong., SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dan seluruh staf kariawan.
3. Bapak Ismail Badollahi, SE., M.Si., Ak. CA., selaku ketua Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dan Seluruh staf dosen.
4. Bapak . Abd Salam HB SE.,M,Si.Ak.CA selaku pembimbing I dan Bapak Muh Nur Rasyid., SE., MM., selaku pembimbing II yang dengan setia memberikan arahan dan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.



5. Terimakasih tak terhingga kepada Ibu Nursanti sebagai staf Manager HRD pada Hotel Grand Aulia yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
6. Untuk seperjuangan keluarga besar Akuntansi 6-13 yang selalu setia dan selalu memberikan motivasi bersama dalam menyelesaikan studi ini.
7. Terkhusus kepada kedua orang tua ku tercinta ayahanda dan ibunda yang telah mencurahkan cinta dan kasih sayangnya serta keiklasan dalam mendidik dan mendo'akan ananda sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT, membalas jasa atas bantuan dan dorongan yang telah penulis dapatkan dari pihak-pihak tersebut diatas.

Penulis menyadari bahwa sebagai hamba Allah SWT, tidak akan terlepas dari segala kekhilafan serta segala keterbatasan, olehnya itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Makassar, 2018

**Penyusun**

**Asrar Efendi**

## DAFTAR ISI

SAMPUL .....	i
PERSEMBAHAN DAN MOTTO HIDUP .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI .....	v
SURAR PERNYATAAN .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori .....	6
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Pikir .....	34
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
B. Metode Pengumpulan Data .....	36
C. Jenis dan Sumber Data.....	36
D. Defenisi Operasional variabel .....	37
E. Metode analisis .....	38
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN HASIL PENELITIAN .....	40
A. Gambaran Umum.....	40
B. Struktur Organisasi .....	41
C. Analisis Penjualan pada Hotel Grand Aulia.....	43

D. Perencanaan Laba pada Hotel Grand Aulia.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	59
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1. Jenis dan Harga Kamar .....	43
Tabel 5.2. Volume Penjualan pada Restoran/Cafe .....	44
Tabel 5.3. Penjualan Kamar selama Periode Tahun 2016.....	44
Tabel 5.4. Penerimaan Penjualan Kamar Tahun 2016.....	45
Tabel 5.5. Jumlah Penjualan Restoran/café selama Periode Tahun 2016 .....	46
Tabel 5.7. Biaya Tetap dan Biaya Variabel .....	47
Tabel 5.9. Biaya Tetap dan Biaya Variabel ke Dalam Tiap Jenis Kamar Berdasarkan Persentase Nilai Jual Relatif .....	47
Tabel 5.10. Laporan Laba Rugi yang Dianggarkan.....	48
Tabel 5.11. Perhitungan <i>Break Even Point</i> .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Biaya variabel .....	17
Gambar 2. 2. Perilaku biaya variabel.....	18
Gambar 2. 3. Biaya tetap .....	20
Gambar 2. 4. Biaya variabel .....	21
Gambar 2. 5. Grafik <i>break event point</i> .....	27
Gambar 2. 6. Bagan Kerangka Pikir .....	35

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Era globalisasi yang penuh tantangan dan rintangan sudah didepan mata. Hal inilah yang membuat persaingan bisnis semakin sulit, terutama dalam hal perekonomian negara kita yang masih terus di landa krisis. Dengan perkembangan dunia usaha dewasa ini, sejalan dengan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan sector riil, dalam hal ini persaingan usaha yang sejenis semakin meningkat. Dengan persaingan tersebut perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat diperlukan keseimbangan penanganan dan pengelolaan yang baik. Penanganan dan pengelolaan tersebut agar terjadi keseimbangan dilakukan oleh manajemen yang baik pula.

Perusahaan menuntut pihak manajemen untuk dapat mengkoordinasikan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien, dan juga dituntut untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang atas pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat pertumbuhan perusahaan. Manajer hendaknya dapat berfikir secara kritis dalam mengambil setiap keputusan agar dapat membawa dampak baik dalam pertumbuhan perusahaan. Dalam situasi persaingan pasar yang semakin meningkat kemampuan kritis inilah yang dapat membuat perusahaan terus bertahan.

Dalam mengambil keputusan, pihak manajer hendaknya dapat mempertimbangkan dan menilai aspek yang ada, agar keputusan tersebut dapat memberi hasil yang maksimal dalam mencapai tujuan perusahaan dalam perkembangan dan pencapaian perusahaan. Manajer memerlukan suatu pedoman berupa perencanaan yang bersifat langkah-langkah yang akan dan

harus di tempuh perusahaan dalam mencapai tujuannya. Perencanaan dapat pula berupa alat ukur dan evaluasi atas hasil yang sesungguhnya. Apabila hasil perencanaan tersebut tidak sesuai dengan hasil yang seharusnya diharapkan, maka manajer harus melakukan evaluasi ketidaksesuaian tersebut dan mengambil tindakan-tindakan yang diperlukan untuk mengatasinya. Perencanaan juga merupakan alat untuk pengendalian terhadap kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan memegang peranan yang sangat penting dalam menunjang kegiatan perusahaan.

Perencanaan yang baik dapat membantu dalam penaksiran tingkat laba yang akan dihasilkan perusahaan, sehingga laba yang didapatkan perusahaan akan lebih optimal. Untuk mencapai laba yang optimal (dalam perencanaan laba maupun realisasi), manajer-manajer dapat menggunakan langkah-langkah berikut.

- a. Menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
- b. Menentukan tingkat harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
- c. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Perlu diketahui bahwa ketiga hal di atas tidak dapat dipisahkan karena dari ketiga hal tersebut saling berkaitan dalam mengambil keputusan dan perumusan kebijakan perusahaan yang akan datang.

Tujuan perusahaan tidak lain adalah untuk menghasilkan laba yang optimal sehingga salah satu perencanaan yang dibuat oleh pihak manajemen adalah perencanaan laba. Perencanaan tersebut berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai laba yang sesuai dengan keinginan

perusahaan. Karena laba merupakan selisih antara pendapatan yang (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya. Untuk membuat perencanaan laba yang baik, maka diperlukan alat bantu berupa analisis biaya volume-biaya (*cost-volume-profit/CVP*).

Analisis biaya-profit-laba (*cost-volume-profit/CVP*) membantu manajer untuk memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba. Alat analisis ini sangat diperlukan dalam proses pengambilan keputusan bisnis untuk menghasilkan laba jangka pendek. Metode ini menggunakan analisis berdasarkan pada variabilitas penghasilan penjualan maupun biaya terhadap volume kegiatan.

Salah satu elemen analisis biaya-volume-biaya (*cost-volume-profit/CVP*) yang penting adalah analisis titik impas (*break event point analysis*). Analisis *break event* adalah suatu tehknik analisis untuk mengetahui penjualan minuman agar suatu perusahaan tidak mengalami kerugian, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol). Dengan melakukan analisis *break even*, manajemen akan memperoleh informasi penjualan minuman yang harus dicapai, agar tidak mengalami kerugia. Dari analisis tersebut, juga dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, analisis *break event* merupakan alat yang efektif menyajikan informasi manajen untuk perencanaan laba sehingga manajer dapat memilih beberapa usulan kegiatan yang akan memberikan kontribusi terbesar terhadap perencanaan laba di masa yang akan datang.



Analisis *cost-volume-profit* dapat juga digunakan dalam industry jasa. Misalnya digunakan dalam industry perhotelan. Dalam industry perhotelan, perusahaan dituntut bagaimana memasarkan dan menghasilkan berbagai jasa yang ada dalam hotel tersebut bagi konsumen yang membutuhkannya. Pendapatan industry perhotelan dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah tingkat kepadatan hunian.

Hotel Grand Aulia juga merupakan hotel yang cukup terkenal di kota Makassar memiliki daya tarik tersendiri bagi penulis untuk dijadikan sebagai objek dalam penulisan proposal ini. Hotel Grand Aulia memiliki lokasi yang cukup strategis dan tawaran harga hunian mudah di jangkau, selain itu Hotel Grand Aulia memiliki lokasi yang cukup nyaman jauh dari gangguan keramaian suara bising dan lain-lainnya. namun karena kondisi tempat parker yang kurang memadai, akan mempengaruhi jumlah penjualan setiap tahunnya. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah perencanaan laba untuk menganalisis jumlah kamar dan retorannya yang harus dijual oleh hotel grand aulia. Diluar dari beberapa alasan tersebut, adanya kesediaan penyediaan data-data yang diperlukan untuk penulisan ini adalah alasan yang terutama.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik dan ingin mengkaji lebih jauh lagi dengan mengadakan penelitian mengenai analisis biaya-volume-laba dengan judul **“Analisis Hubungan *Cost-Volume-Profit* (CVP) Untuk perencanaan Laba Pada Hotel Grand Aulia.**

## **B. Perumusan Masalah**

Bertitik tolak dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: apakah penggunaan metode

analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) bermanfaat pada perencanaan laba Pada Hotel Grand Aulia.

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat penjualan minimum perusahaan agar tidak menderita kerugian dengan melakukan perencanaan laba dengan menggunakan analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) Pada Hotel Grand Aulia.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah:

a. Bagi perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini sedikit banyak bisa memberikan kontribusi pemikiran yang selanjutnya dapat membantu manajemen dalam perencanaan laba dimasa yang datang.

b. Bagi penulis

Sebagai wadah yang tepat dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama bangku kuliah, terutama kaitannya dengan *Cost-Volume-Profit*.

c. Bagi pembaca umumnya.

Sebagai ilmu tambahan bagi pembaca terutama dalam perencanaan laba.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Pengertian Biaya (*cost*)

Dalam ilmu akuntansi, antara biaya (*cost*) dengan beban (*expense*) dibedakan pengertiannya karena dalam semua pembahasan akuntansi kedua istilah tersebut memang berbeda. Biaya (*cost*) adalah kas atau strata kas dikorbankan (dibiayakan) untuk barang dan jasa yang diharapkan memberikan manfaat (pendapatan) pada saat ini atau pada saat mendatang bagi organisasi. Disebut strata kas (*cash equivaled*) karena sumber daya non kas dapat ditukarkan dengan barang atau jasa yang dikehendaki. sebagai contoh: ketika perusahaan membeli keperluan kantor (*office supplies*) secara tunai atau kredit, jumlah pembayaran untuk keperluan tersebut merupakan biaya- biaya perolehan kebutuhan kantor.

Sebaliknya maupun pembayaran deviden kepada para pemegang saham juga merupakan sebuah bentuk pembayaran, namun pembayaran itu bukanlah biaya karena pembayaran deviden tidak menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Demikian pula, suatu pembayaran kas untuk melunasi kredit (pinjaman) bukan merupakan biaya karena pelunasan kredit tidak menghasilkan pendapatan

*Cost* mempunyai pengertian bahwa ketika mempunyai sumber daya perusahaan yang terbatas dan untuk mendapatkannya diperlukan sejumlah pengorbanan atau pengeluaran tertentu. Semua jumlah saldo dalam akun- akun neraca adalah wujud daripada *cost* tersebut.

Biaya yang akan memberikan manfaat (*benefit*) hanya pada priode

berjalan sekarang (*current periode*) biasanya dicatat sebagai beban (*expense*) dibandingkan aktiva. Bebab/pengeluaran (*expense*) adalah pembelajaran yang sekarang dikonsumsi atau biaya yang telah dihabiskan. Beban itu terjadi karena adanya dua sebab, pertama yang berasal dari *cost* yang sudah *expired* (melampaui masalahnya) dan yang kedua adalah penggunaan, maksudnya beban itu hadir ketika sudah melakukan pemakaian tertentu atau utilitas. Misalnya: penggunaan air (PAM), listrik (PLN), telepon dan *speedy* (TELKOMSEL), dst.

Menurut hongren, foster, dan datar (2005:28), "*cost as a resource sacrificed or forgone to achieve a specific objective*". Menurut pengertian ini, biaya yaitu sebagai sumber daya yang dikorbankan atau yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan tertentu.

Berikut adapun pendapat beberapa pendapat ahli mengenai perbedaan antara biaya (*Cost*) dengan beban (*Eexpense*)

Menurut purba, dan rdiks (2006:209) Tentative set of Broad Accounting Principles Enterprise, biaya dinyatakan sebagai harga penukaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat. Bila istilah biaya digunakan secara spesifik, istilah ini dilengkapi menunjukkan objek yang bersangkutan, misalnya biaya langsung, biaya konversi, biaya tetap, biaya variabel, biaya standar, biaya diffrensial, biaya kesempatan dan sebagainya. Setiap perlengkapan mempunyai arti dalam menghitung dan mengukur biaya yang akan berguna bagi pimpinan dalam mencapai sasaran perencanaan dan pengawasan.

Sutrisni dalam Joko pratomo (2008:18), menyatakan bahwa biaya "biaya adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan oleh perusahaan

untuk mendapatkan suatu barang dan atau jasa”.menurut Muliadi (2012:8), “dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang di ukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva”.

Menurut kamaruddin ahmad (2013:34), yang dimaksud dalam biaya adalah “pengeluaran yang ukur dalam moneter yang telah dikeluarkan atau potensial akan dikeluarkan untuk memperoleh dan mencapai tujuan. Dari penjelasan diatas bahwa biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut. Biaya dapat digolongkan menurut :

a. Obyek pengeluaran.

Obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Contoh penggolongan biaya atas dasar obyek pengeluaran dalam Perusahaan Kertas adalah sebagai berikut : biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, biaya zat warna.

b. Fungsi pokok perusahaan. Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok :

c. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku; biaya bahan penolong; biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang

langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

- d. Biaya Pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan produk. Contohnya adalah biaya iklan; biaya promosi; biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli; gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.
- e. Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian Keuangan, Akuntansi, Personalia dan Bagian Hubungan Masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya fotocopy.

Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan :

- a. Biaya langsung (direct cost) adalah biaya yang terjadi, yang disebabkan karena adanya sesuatu yang dibiayai. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.
- b. Biaya tidak langsung (indirect cost) adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.

## 2. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya diperlukan untuk menentukan metode yang tepat untuk menghimpun dan mengalokasikan data biaya yang dapat membantu manajemen dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Kartadinata (2011:28), mengklasifikasikan biaya sebagai berikut:

a. Biaya administrasi umum.

Biaya administrasi umum meliputi semua biaya dalam melakukan fungsi administrasi yaitu biaya perencanaan dan penentu strategi dan kebijakan, pengarahan dan pengadiln kegiatan agar berdaya guna dan berhasil guna, adapun penggolongan biaya administrasi umum pada perusahaan adalah:

- 1) Gaji dan upah.
- 2) Kesejahteraan pegawai.
- 3) Biaya reparasi dan pemeliharaan.
- 4) Biaya pemeliharaan aktiva tetap.
- 5) Biaya administrasi umum lainnya seperti biaya cetak, alat tulis, perlengkapan kantor, biaya air, biaya listrik dan biaya lainnya.

b. Biaya pemasaran.

Biaya pemasaran mengikuti semua rangkaian biaya dalam pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa perusahaan pada pembeli sampai pada pengumpulan piutang menjadi kas.

c. Biaya financial.

Biaya financial merupakan biaya dalam fungsi financial yaitu biaya bunga, biaya penerbitan, atau emisi obligasi biaya financial lainnya.

**a. Klasifikasi Berdasarkan Unsur Produksi**

Penggolongan ini menyediakan informasi bagi manajemen untuk mengukur suatu pendapatan dan menetapkan harga pokok suatu produk.

Unsur biaya suatu produk terdiri atas:

a. Biaya bahan (*material*)

Biaya bahan merupakan unsur penting yang digunakan didalam produksi untuk diubah menjadi barang jadi (produk) dengan penambahan biaya tenaga kerja dan biaya overhead.

b. Biaya tenaga kerja (*labor cost*)

Biaya tenaga kerja terdiri atas dua,yaitu:

- 1) Biaya tenaga kerja langsung, yaitu merupakan biaya yang secara langsung berkaitan dalam produksi barang jadi yang dapat dengan mudah ditelusuri ke produknya dan merupakan biaya tenaga kerja utama dalam produksi.
- 2) Biaya tenaga kerja tak langsung, yaitu merupakan semua biaya yang terlibat dalam memproduksi suatu peroduk yang bukan biaya tenaga kerja langsung.

c. Biaya overhead pabrik (*factory oferhead cost*)

Biaya overhead meliputi semua biaya selain biaya bahan baku biaya tenaga kerja langsung dalam memproduksi suatu produk. Termasuk dalam kelompok ini adalah gaji manajer pabrik, biaya televon, biaya listrik, dll.



**b. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Produksi**

Biaya dapat diklasifikasikan kedalam dua kategori, yaitu.

- a. Biaya utama (*prime cost*), yaitu biaya yang terdiri atas biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung, yang berhubungan langsung dengan produksi.
- b. Biaya konfersi (*konfersion cost*), merupakan biaya untuk mengkonfersi atau mengubah bahan baku menjadi produk jadi.

**c. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Hubungan Dengan Volume**

Biaya akan berubah sejalan dengan perusahaan volume produksi. Klasifikasi biaya ini dibedakan atas biaya tetap, biaya fixed, biaya variable, dan biaya semi variabel. Penggolongan biaya ini akan dibahas secara khusus pada bahasa mengenai perilaku biaya

**d. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Kemampuan Untuk Ditelusuri**

Biaya dapat dianggap sebagai biaya langsung atau tidak langsung tergantung pada kemampuan manajemen untuk menelusuri biaya tersebut pada pekerjaan, peroduk, atau departemen tertentu. Biaya dapat diklasifikasikan kedalam dua kategori, yaitu:

- a. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung keobjek biaya atau pusat biaya tertentu. Contoh: biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke objek atau pusat atau pusat biaya tertentu.

**e. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Departemen Dimana Dilakukan Pembahasan**

Penentuan biaya per departemen membantu manajemen mengawasi biaya overhead dan mengukur pendapatan. Departemen-departemen yang dapat dijumpai pada perusahaan industri, yaitu:

- a. Departemen produksi, merupakan departemen yang secara langsung berhubungan dengan produksi barang dan meliputi berbagai departemen yang terlibat untuk mengkonversi atau memproses barang.
- b. Departemen jasa, yaitu departemen yang tidak berhubungan secara langsung dengan produksi suatu barang.

**f. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Bidang Fungsional**

Fungsi pokok perusahaan manufaktur ada empat, sesuai dengan aktifitas yang dikerjakan, sehingga dalam hal ini biaya dikelompokkan atas:

- a. Biaya produksi (*manufacturing cost*), yaitu biaya yang berhubungan dengan produksi dari suatu barang.
- b. Biaya pemasaran (*marketing cost*) yaitu biaya yang terjadi karena penjualan produk produk atau jasa dan biaya distribusi.
- c. Biaya administrasi (*administrative cost*), yaitu biaya yang terjadi dalam menjalankan operasi perusahaan secara keseluruhan, misalnya gaji manajer dan staff, biaya perlengkapan kantor.
- d. Biaya keuangan (*financial cost*), yaitu biaya yang berhubungan dengan perolehan untuk menjalankan perusahaan, misalnya biaya Bunga untuk memberikan kredit kepada para pelanggan.

**g. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Priode Pembebanan Terhadap Pendapatan**

Biaya dapat dikelompokkan berdasarkan kapan mereka dibebankan kepada pendapatan. Biaya ini dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Biaya produk (*product cost*) yaitu biaya yang secara langsung dapat diidentifikasi dengan produk biaya ini tidak memberikan manfaat sebelum produk dijual dan karenanya dicatat sebagai nilai persediaan atau aset (*asset*). Saat produk dijual, *total product cost* dicatat sebagai *expense* dan disebut sebagai harga pokok penjualan (*cost of good sold*).
- b. Biaya periode (*period cost*), yaitu biaya yang tidak berhubungan secara langsung dengan suatu produk. Biaya periode dibebankan segera (diakui sebagai *expense*), pada periode biaya-biaya ini terjadi, misalnya: biaya gaji bagian penjualan dan bagian promosi.

**h. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan.**

- a. *Standard and budgeted cost*. *Standard cost* adalah biaya yang terjadi dalam suatu proses produksi dalam kondisi normal. *Budgeted* adalah pernyataan kualitatif dari tujuan manajemen dan digunakan sebagai alat untuk membantu usaha pencapaian tujuan.
- b. *Controllable and uncontrollable*. *Controllable cost* adalah biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh manajer tertentu. *Uncontrollable cost* adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi secara langsung oleh kebijakan manajemen.
- c. *Committed and discretionary fixed cost*. *Controllable cost* terjadi karena adanya suatu dasar struktur organisasi, misalnya properti,

pabrik. *Discretionary fixed cost* terjadi karena adanya kebijakan manajemen seperti biaya perbaikan dan pemeliharaan mesin.

- d. *Relevant and irrelevant cost*. *Relevant cost* adalah *expended future cost* yang berada di antara serangkaian kegiatan dan mungkin dapat dieliminasi jika beberapa kejadian ekonomi diubah atau ditiadakan. *Irrelevant cost* tidak dipengaruhi oleh tindakan manajemen.
- e. *Differential cost*, adalah perbedaan antara biaya dari beberapa alternatif kegiatan.
- f. *Opportunity cost*, adalah nilai manfaat yang dapat diukur dengan cara memilih serangkaian tindakan alternative.
- g. *Shutdown cost*, merupakan biaya yang tetap yang terjadi jika ada produksi.

### 3. Perilaku Biaya

Pengertian perilaku biaya menurut bustami & nurlela (2006:47), "perilaku biaya dapat diartikan sebagai perubahan biaya yang terjadi akibat perubahan dari aktifitas bisnis".

Perilaku biaya pada bagaimana biaya berubah atau tidak berubah sebagai akibat dari perubahan volume kegiatan atau aktivitas perusahaan. Jadi biaya diklasifikasikan berdasarkan pada bagaimana perubahan biaya tersebut. Umumnya biaya ini diklasifikasikan atas biaya variable, biaya tetap, dan biaya campuran (biaya semi variabel atau biaya semi tetap).

**a. Biaya Variabel (*variabel cost*)**

Pengertian biaya variabel menurut Carter dkk (2006:59): “biaya variabel adalah biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktifitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas”. Sedangkan menurut Hansen Mowen (2006:86): “biaya variabel adalah biaya yang dalam jumlah total, bervariasi secara proporsional terhadap perubahan *output*.”

Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat digolongkan menjadi :

- 1) Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- 2) Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
- 3) Biaya semifixed adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
- 4) Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

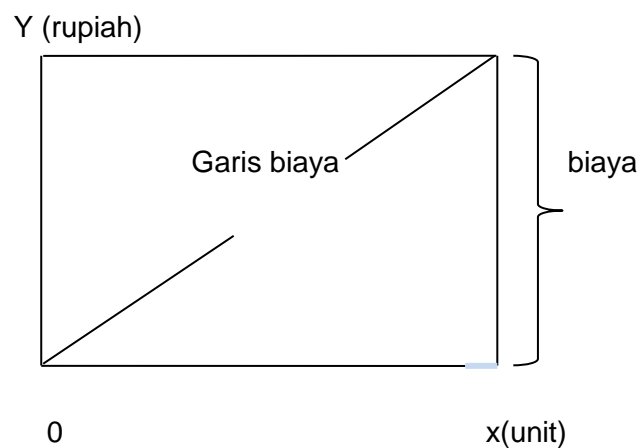
Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Pengeluaran modal (*capital expenditure*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi.

2) Pengeluaran pendapatan (revenue expenditure) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

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

Gambar 2.1. Biaya variabel



Sumber: Bustami dan Nurlela.2006

Garrison (2006:260), "tidak semua biaya variabel memiliki pola yang sama. Beberapa biaya variabel berperilaku sebagai biaya variabel sejati (*true variable*) atau variabel proporsional (*proportionately variable*). Sedangkan yang lainnya memiliki pola bertahap (*step variable*)".

*Proportionately variable cost* berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Setiap peningkatan atau penurunan dalam tiap unit kegiatan akan mempengaruhi total biaya variabel dalam jumlah yang sama. Contoh biaya ini adalah bahan baku, biaya ini berperilaku sebagai biaya variabel sejati karena jumlah yang digunakan selama satu periode akan memiliki proporsi

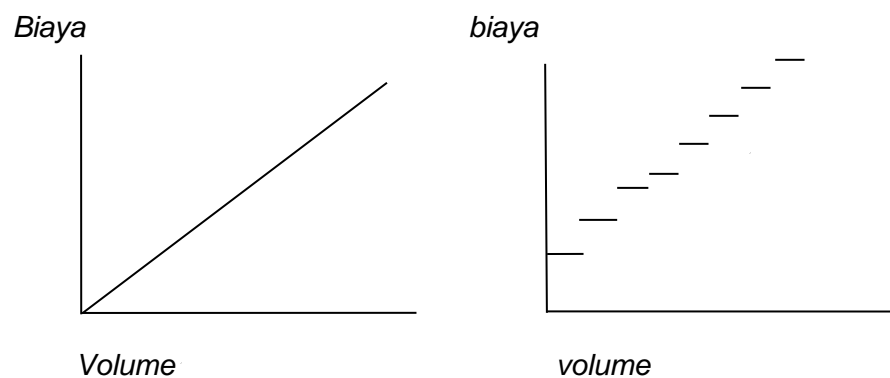
langsung dengan tingkat aktivitas produksi langsung dengan tingkat aktivitas produksi. Lebih jauh lagi, bahan langsung yang dibeli tetapi tidak digunakan dapat disimpan di gudang dan digunakan pada periode berikutnya.

*Step variable cost* merupakan jenis biaya yang berubah tidak selalu sebanding dengan setiap perubahan kegiatan, tetapi diperlukan sebagai biaya variabel. Biaya ini dapat digambarkan dengan garis lurus bertingkat seperti tangga. Contoh biaya ini adalah biaya tenaga kerja. Waktu kerja bagi tenaga pemeliharaan biasanya ditentukan dalam bentuk dorongan. Selain itu, jam kerja pemeliharaan yang dapat dimanfaatkan tidak dapat disimpan dan digunakan pada periode mendatang. Jika waktu yang tersedia tidak dapat digunakan secara efektif, maka akan hilang begitu saja.

Selain itu, para tenaga pemeliharaan akan bekerja secara asal apabila pengawasannya tidak baik tetapi mereka akan bekerja secara intensif kalau diawasi secara ketat. Dengan alasan ini, perubahan kecil dalam tingkat produksi tidak akan memiliki dampak terhadap jumlah pegawai pemeliharaan yang dibutuhkan untuk melaksanakan pemeliharaan peralatan.

Gambar 2.2. Perilaku biaya variabel

Grafik 2: *proportionately variable cost* grafik 3: *step variable cost*



Sumber: Garrison, 2006

### **b. Biaya Tetap (*fixed cost*)**

Pengertian biaya tetap (*fixed cost*) menurut Mulyadi (2010:13-16): “Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu”. Contoh: biaya tetap adalah gaji direktur produksi. Honsen dan Mowen (2009:98) “juga berpendapat bahwa biaya tetap yang dalam jumlah keseluruhan tetap konstan dalam rentang yang relevan ketika tingkat keluaran aktivitas berubah”. “bagian dari biaya total yang tidak berubah meskipun jumlah penggerak biaya berubah dalam rentang yang relevan” (Blocher *et al.*, 2009:110). Karakteristik biaya tetap menurut Kamaruddin (2005:85):

- a. Biaya tetap yang tidak berubah atau tidak dipengaruhi oleh periode yang tidak ditentukan atau kegiatan tertentu.
- b. Biaya per unit berbanding terbalik dengan perubahan volume, pada volume rendah *fixed cost* unitnya tinggi, sebaliknya pada volume tinggi *fixed cost* per unitnya rendah.

Pengertian di atas menunjukkan bahwa total biaya tetap tidak berubah karena adanya 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 dalam mana perilaku biaya variabel dan biaya tetap dianggap valid.

Perubahan biaya tetap per unit berbanding terbalik dengan perubahan 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

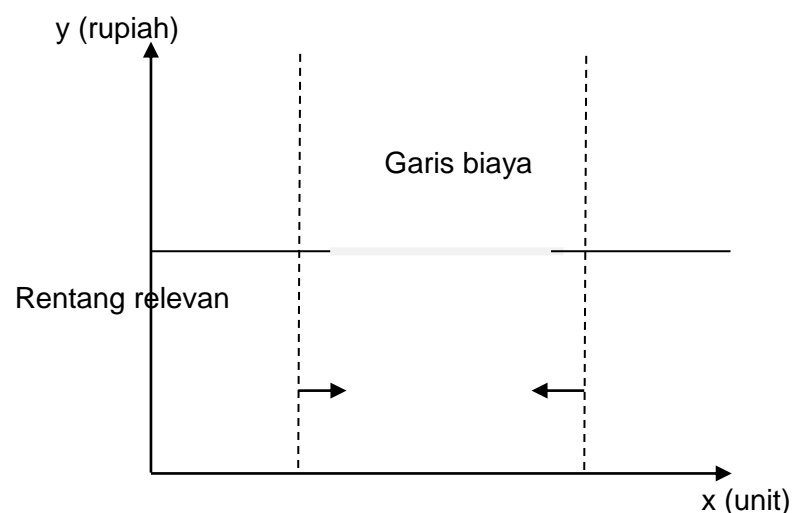


berarti bahwa biaya tetap per unit harus diberlakukan sebagai biaya variabel, karena peningkatan volume aktivitas dalam rentang relevan akan menurunkan biaya tetap per unit tetapi total *biaya* tetap tidak akan tetap. Biaya tetap selanjutnya dapat dikelompokkan sebagai *committed fixed cost* dan *discretionary fixed cost*.

*Committed fixed cost* berkaitan dengan investasi fasilitas, peralatan, dan struktur organisasi pokok dalam perusahaan. Contoh biaya ini meliputi penyusutan gedung dengan peralatan, pajak bangunan, asuransi, dan gaji manajemen puncak dan karyawan operasional.

*Discretionary fixed cost* merupakan biaya yang disebabkan oleh keputusan tahunan yang dibuat oleh manajemen untuk membelanjakan biaya tetap tertentu. Contoh: biaya tetap kebijakan termasuk iklan, riset, hubungan masyarakat, program pengembangan manajemen, dan magang untuk mahasiswa.

Gambar 2.3. Biaya tetap



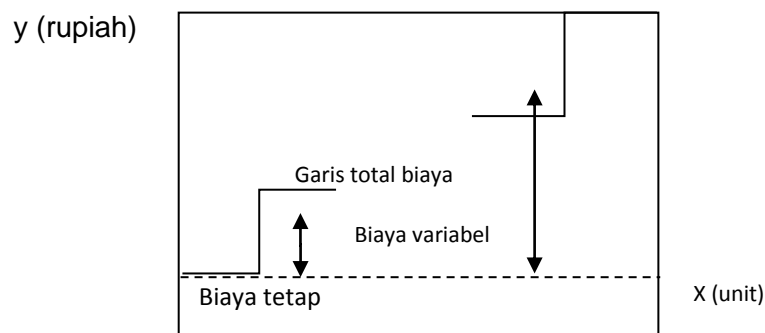
Sumber: Bustami, Nurlela.2006

### c. Biaya Semi variabel

Pengertian biaya semi variabel menurut Carter dkk (2006:60): “biaya semi variabel didefinisikan sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel”. Sedangkan menurut Garrison (2006:270) yaitu “biaya semi variabel (*mixed cost*) adalah biaya yang terdiri atas elemen biaya variabel maupun biaya tetap”.

*Mixed cost* adalah *semi variable cost* merupakan biaya yang di dalamnya terdiri dari elemen-elemen biaya tetap dan biaya variabel. Biaya ini mencakup suatu jumlah yang sebagian tetap dan sebagian lagi berubah karena adanya perubahan volume kegiatan. Contoh jenis biaya semi variabel yaitu biaya listrik dan air.

Gambar 2.4. Biaya variabel



Sumber: Bustami & Nurlela.2006

Agar data dimanfaatkan dengan cara yang lebih baik, informasi biaya semi variabel sebaiknya dipisahkan terlebih dahulu dari unsur-unsur biaya variabel dan unsur-unsur biaya tetapnya. Apabila pemisahan ini tidak dilakukan maka alternative keputusan yang dihasilkan juga kurang memuaskan akurasinya terutama bila jumlah biaya semi variabel ini cukup signifikan dibanding jumlah biaya secara keseluruhan.

Pemisahan unsur-unsur tetap dan biaya variabel dari biaya semi variabel dapat dilakukan dengan menggunakan dengan beberapa cara, yaitu:

**a. Metode *Scattergraph***

Metode *scattergraph* memperhitungkan semua data biaya. Biaya yang terjadi pada berbagai tingkat aktivitas diplot ke dalam grafik dan garis ditarik dari titik-titik yang dibuat. Pembuatan garis dengan memperhatikan dan melakukan inspeksi data. Analisis memperhatikan bahwa garis tersebut mampu mencerminkan semua titik yang ada dan tidak hanya titik tertinggi dan terendah. Biasanya, garis tersebut akan ditarik dengan rangkaian titik-titik dibawahnya dan di bawahnya seimbang. Grafik tersebut disebut dengan *scattergraph* dan garis yang ditarik dari titik-titik tersebut disebut garis regresi. Garis regresi adalah garis rata-rata. Rata-rata nilai variabel dapat ditunjukkan pada titik perpotongan dengan sumber Y.

**b. Metode Tinggi-Rendah (*Hingh-Low Method*)**

Analisis biaya semi variabel dengan menggunakan *hingh-low method* dimulai dengan mengidentifikasi periode dengan tingkat aktivitas yang paling rendah dan periode dengan tingkat aktivitas paling tinggi. Perbedaan biaya pada kedua periode tersebut dibagi dengan perubahan aktivitas antara kedua periode ekstrim tersebut untuk memperkirakan biaya variabel per unit aktivitas. Metode tinggi-rendah adalah metode yang paling sederhana dan dapat digunakan untuk memperkirakan biaya tetap dan biaya variabel secara tetap tetapi memiliki kelemahan karena hanya mendasarkan pada dua titik saja.

### c. Metode Regresi Kuadrat Terkecil (*Least-squares Regression*)

Metode kuadrat diterapkan untuk mendekati solusi dari sistem overdetermined, yaitu sistem persamaan di mana terdapat banyak persamaan yang belum diketahui. Kuadrat terkecil (least square) sering diterapkan dalam konteks statistik, khususnya analisis regresi.

Tujuan dari Metode Kuadrat-adalah untuk menemukan estimasi parameter yang baik yang sesuai dengan fungsi,  $f(x)$ , dari suatu kumpulan data,  $x_1 \dots x_n$ . Metode Kuadrat-Terkecil (Least-Squares Method) mensyaratkan bahwa fungsi yang diperkirakan menyimpang sesedikit mungkin dari  $f(x)$ . Secara umum, Metode Kuadrat-Terkecil memiliki dua kategori, linear dan non-linear. Kita juga dapat mengelompokkan metode-metode ini lebih lanjut: kuadrat terkecil biasa (ordinary least squares-OLS), kuadrat tertimbang (weighted least squares-WLS), dan kuadrat terkecil alternatif (alternating least squares-ALS) dan kuadrat parsial (PLS).

Metode kuadrat mengasumsikan bahwa kurva yang cocok dan terbaik adalah kurva yang memiliki jumlah kuadrat deviasi minimum (least square error) dari himpunan data.

## 4. Analisis *cost-volume-profit* (CVP)

Beberapa pengertian mengenai *cost-volume-profit*, Menurut Garrison/Noreen (2006:322) yaitu, "Analisis *cost-volume-profit* adalah salah satu dari beberapa alat yang sangat berguna bagi manajer untuk memahami hubungan timbal balik antarbiaya, volume, dan laba". Menurut Blocher/Chen/Cokins/lin (2009:387) yaitu, "analisis *cost-volume-profit* 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”.

Analisis CVP dapat menjadi alat yang berguna untuk mengidentifikasi luas dan besarnya masalah ekonomi yang dihadapi perusahaan dan membantu menunjukkan secara tepat jawab yang diperlukan. Analisis CVP dapat juga ditunjukkan pada banyak isu lainnya, seperti: jumlah unit yang harus dijual agar impas; dampak pengurangan biaya 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.

Menurut Bustami (2006:208): Analisis *cost-volume-profit* dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:

- a. Mengetahui jumlah minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu.
- c. Mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- d. Mengetahui bagai mana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan.
- e. Menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan.

**a. Analisis Titik Impas (*Break Event Point/BEP*)**

Analisis biaya-volume-laba sering kali diartikan sebagai titik impas. Hal ini sangat disayangkan karena analisis titik impas hanyalah satu elemen dalam analisis biaya-volume-laba, walaupun merupakan elemen yang penting. Pengertian elemen titik impas (*break event point*) menurut Bustami (2006:208), “suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume (jumlah) penjualan dan volume jumlah produksi berapakah suatu perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba”.

Menurut blocher/Chen/Cokins/Lin (2009:392) yaitu, “titik impas adalah titik ketika pendapatan sama dengan biaya total dan laba sama dengan nol”. Menurut Dr. Kasmir (2013:333) yaitu, “Suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam keadaan tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian”. Menurut Bustami (2006:208-209) mengemukakan bahwa, “analisis biaya, volume, dan laba maupun titik impas akan memberikan hasil yang memadai apabila asumsi berikut terpenuhi”.

- a. Perilaku penerimaan dan pengeluaran dilukiskan dengan akurat dan bersifat linear sepanjang jangkauan (rentang) yang relevan.
- b. Biaya dapat dipisah menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
- c. Efisiensi dan produktifitas tidak akan berubah.
- d. Harga jual tidak akan mengalami perubahan.
- e. Biaya-biaya tidak akan berubah.
- f. Bauran penjualan tetap konstan.
- g. Tidak ada perbedaan yang signifikan (nyata) antara persediaan awal dan persediaan akhir.

## b. Perhitungan Analisis *Break Event Point*

Titik impas dapat dihitung dengan dua metode yaitu:

### a. Metode persamaan

Dalam metode persamaan, terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam menghitung titik impas baik dalam unit maupun rupiah sebagai berikut:

#### 1) Pendekatan pendapatan operasi

Pendekatan pendapatan operasi memfokuskan pada laporan laba-rugi sebagai alat yang berguna dalam mengorganisasikan biaya perusahaan dalam kategori biaya tetap dan variabel. Laporan laba-rugi dapat dinyatakan dalam persamaan naratif.

**Penghasilan operasi = pendapatan penjualan – beban variabel – beban tetap**

Persamaan ini dapat diperluas lagi menjadi:

**penghasilan operasi = (harga jual x jumlah unit) – (biaya variabel per unit x per unit x jumlah unit) – jumlah biaya tetap**

#### 2) Pendekatan margin kontribusi

Margin kontribusi adalah pendapatan penjualan dikurangi biaya variabel tetap.

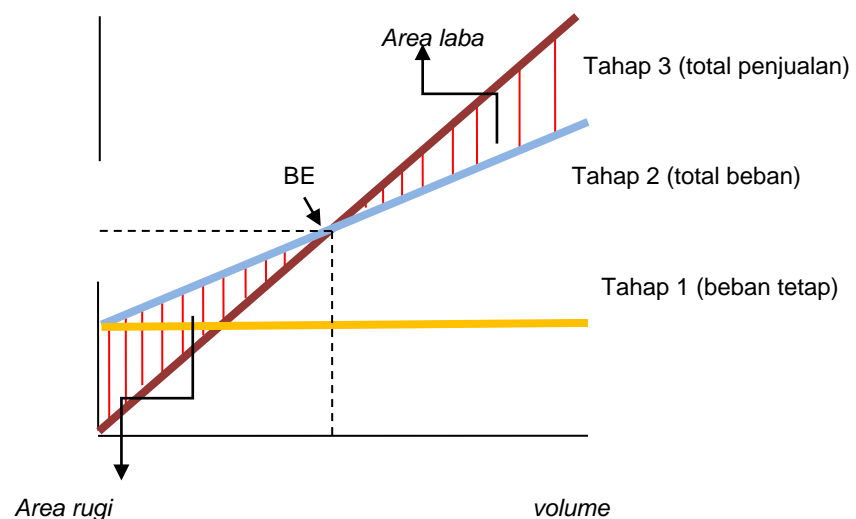
$$\text{BEP}(\text{unit}) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

$$\text{BEP}(\text{rupiah}) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

b. Metode grafik

Hubungan biaya-volume-laba dapat digambarkan secara grafik dengan menyiapkan grafik biaya-volume-laba. Grafik biaya-volume-laba menekankan hubungan biaya-volume-laba pada berbagai tingkat aktivitas.

Gambar 2.5. Grafik *break event point*



Sumber: Garrison, 2006

Pada grafik biaya-volume-laba (CVP), volume per unit digambarkan dalam sumbu horizontal dan nilai uang pada sumbu variabel. Langkah – langkah untuk membuat grafik biaya-volume-laba adalah sebagai berikut:

- a. Membuat garis yang sejajar dengan sumbu volume untuk menunjukkan besarnya total beban tetap.
- b. Garis biaya tetap digambarkan mulai titik biaya tetap pada sumbu variabel diagonal ke atas dengan memilih beberapa volume penjualan dan plot dengan total beban (tetap dan variabel) pada tingkat aktivitas yang dipilih.



- c. Garis penjualan digambarkan mulai dari titik nol. Kemudian membuat titik yang menunjukkan titik penjualan pada tingkat aktivitas yang dipilih.

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik impas (*break event point*) adalah titik potong antara garis total pendapatan dengan garis total beban. Daerah rugi merupakan daerah dimana jumlah garis biaya lebih besar daripada jumlah garis penjualan. Daerah labah adalah sebaliknya dimana garis penjualan diatas atau lebih besar dari jumlah biaya.

### c. **Margin Of Safety**

*Margin of safety* atau tingkat keamanan memberikan informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun dari yang dianggarkan namun perusahaan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, *margin of safety* merupakan batas keamanan bagi perusahaan dalam hal terjadi penurunan penjualan, berapa pun penurunan penjualan yang terjadi sepanjang dalam batas-batas tersebut perusahaan tidak akan menderita rugi.

Rumus perhitungan sebagai berikut

***Margin of safety* = total penjualan yang dianggarkan – penjualan titik impas**

*Margin of safety* dapat juga disajikan dalam persentase. Rumus perhitungannya sebagai berikut

$$\mathbf{Margi\ of\ safety = \frac{Total\ penjualan\ yang\ dianggarkan - penjualan\ titik\ impas}{Penjualan\ yang\ dianggarkan} \times 100\%}$$

*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 menderita kerugian rendah. Namun jika sebaliknya *Margin of safety* rendah,

kemungkinan perusahaan akan menderita kerugian besar. Dalam hal ini, manajer dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan volume penjualan atau menurunkan biayanya. Langkah ini akan membantu menurunkan timbulnya resiko kerugian.

### **5. Konsep Bauran Produk**

Kebanyakan perusahaan memiliki banyak produk dan seringkali produk tersebut tidak mencetak laba yang sama. Jadi labah akan lebih besar jika barang dengan margin tinggi (bukan yang bermargin rendah) yang memiliki proporsi yang relatif besar dalam total penjualan.

Penjualan dalam bauran produk dari barang yang memiliki margin tinggi ke barang yang memiliki margin rendah akan menyebabkan total laba menurun walaupun total penjualan mungkin meningkat. Sebaliknya, perubahan dalam bauran produk yang memiliki margin rendah ke barang yang bermargin tinggi akan menyebabkan efek yang sebaliknya, total laba mungkin meningkat walaupun total penjualan menurun.

### **6. Analisis Perencanaan Laba (Perencanaan Laba)**

Untuk mencapai laba yang lebih besar (dalam rencana maupun realisasi), manajemen dapat menempuh berbagai langkah, misalnya:

- 1) Menelan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga.
- 2) Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai laba yang diinginkan.
- 3) Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Rumusan biaya-volume-laba dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Menurut Garrison (2006:336-337), ada dua cara untuk melakukan analisis target laba.

1. **Persamaan biaya – volume - laba.** Satu pendekatan yaitu dengan menggunakan metode persamaan. Rumus persamaannya:

$$\text{Penjualan} = \text{beban variabel} + \text{beban tetap} + \text{laba}$$

2. **Pendekatan margin kontribusi.** pendekatan kedua yaitu dengan memperluas rumus margin kontribusi dengan memasukkan target laba:

**Unit penjualan untuk mencapai target**

## **7. Analisis Sensitivitas Perubahan Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba**

Analisis factor-faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan dinamakan analisis sensitivitas. Analisis hubungan biaya-volume-laba dapat dipakai oleh manajemen untuk menghadapi berbagai macam kemungkinan perubahan kondisi yang dapat mempengaruhi laba perusahaan. Dalam hal ini factor-faktor yang dapat mempengaruhi laba adalah:

- a. Perubahan harga jual satuan.

Perubahan harga jual satuan akan berkaitan mempengaruhi hubungan biaya-volume-laba atau rasio volume laba. perubahan rasio volume-laba mempunyai akibat yaitu:

- 1) Titik *break event* berubah.
- 2) Jumlah laba berubah.

- b. Perubahan jumlah biaya tetap.

Perubahan jumlah total biaya tetap, baik kenaikan atau penurunan, tidak merubah rasio volume-laba tetapi merubah titik *break event*-nya. Meskipun rasio volume laba tidak berubah dan *slope* garis laba tidak

berubah, tetapi adanya penurunan total biaya tetap akan berakibat garis laba bergeser ke atas (ke kiri) dan titik *break event*-nya juga turun. Sebaliknya apabila total biaya tetap naik, maka akan berakibat baik garis laba bergeser ke bawah (ke kanan) dan titik *break event*-nya juga naik.

c. Perubahan biaya variabel satuan.

Perubahan biaya variabel satuan baik kenaikan maupun penurunan akan merubah rasio volume laba. Adanya perubahan rasio volume laba mempunyai dua akibat yaitu titik *break event* berubah dan jumlah laba berubah.

d. Perubahan harga jual satuan, volume penjualan, biaya variabel satuan, dan biaya tetap.

Dalam menyusun perencanaan perusahaan, mungkin manajemen akan menghadapi perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi laba secara serentak.

## B. Penelitian Terdahulu

Duyo (2013) melakukan penelitian dengan judul “Analisis *cost-volume-profit* untuk perencanaan laba pada hotel sintensa peninsula Manado”. Hasil penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui *break event point*, jumlah volume penjualan, tingkat *margin of safety* pada Hotel Sintesa Penisula Manado. Metode yang digunakn dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Hasil penelitian menyebutkan volume penjualan dan laba meningkat dari tahun 2010-2011.

Pelawiten (2014) dengan judul “*analisis cost-volume-profit* untuk perencanaan laba pada UD.Gladys Bakery”. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui perhitungan Analisis *cost-volume-profit* selama tahun 2012 pada UD. Gladis Bakery. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Hasil penelitian menyebutkan bahwa berdasarkan analisis CVP, diketahui bahwa perusahaan hamper mengalami kerugian.

Karundeng (2012) melakukan penelitian dengan judul “analisis *cost-volume-profit* dalam perencanaan laba dalam mengambil keputusan pada Sutanraja Hotel, convention and recreation Minahasa utara”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perencanaan laba dengan menggunakan analisis CVP dalam pengambilan keputusan pada Sutanraja Hotel, Convention and recreation Minahasa utara, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Elemen-elemen analisis CVP, analisis *time series forecasting*.

Penjualan keseluruhan dan penjualan kamar yang terjadi selama tahun 2011 telah melebihi target laba sedangkan pada tahun 2012 belum mencapai penjualan minimum. Dini septiantoro, Rande samben, Set Asmapane (2012), melakukan penelitian dengan judul “perencanaan laba berdasarkan Analisis biaya Volume Laba pada CV Jarwo Tirta Murni di Samarinda”. Objek penelitiannya pada perusahaan air minum dalam kemasan (AMDK) CV Jarwo Tirta Murni, dengan hasil penelitiannya dapat diketahui pada tahun 2012 dengan menaikkan harga jual produk sebesar 10% dari harga jual tahun 2011, CV Jarwo Tirta Murni dapat mencapai peningkatan laba sebesar 84,33% dari laba tahun 2011.

Prisma nohandhini (2011), melakukan penelitian dengan judul “Analisis perencanaan laba dengan penerapan metode CVP *cost-volume-profit* pada PG Rajawali 1 unit PG Karbet Baru, Bululawang Malang”. Dengan

objek penelitian pada perusahaan pabrik gula.PG Rajawali 1 unit PGkrebet aru bululawang.Dengan menerapkan analisis *cost-volume-profit* pada PG krebet baru diketahui peningkatan laba yang belum stabil dan diketahui acuan manajemen dalam menentukan harga pokok.

Nurul fatua Muhlisa (2013), dengan judul “implementasi *cost-volume-profit* sebagai alat perencanaan laba (Studi Pada Industri Tekstil Irma Sasirangan)”.Dengan objek penelitian pada perusahaan Industri Kain Sasirangan”. Dan menunjukkan hasil dari penelitiannya yaitu perubahan elemen penentu BEP berpengaruh terhadap peranan laba yaitu bila harga jual naik maka BEP naik dan laba menurun selanjutnya perubahan biaya dan perubahan biaya Variabel dan biaya tetap apabila naik, BEP akan turun dan laba akan naik.

Riki Martusa dan RR.Diva Amelia Putri (2010), melakukan penelitian dengan judul “penerapan *cost-volume-profit* sebagai alat bantu dalam perencanaan Penjualan Atas target laba yang ditetapkan (studi kasus pada toko mey pastry)”.Degan objek penelitian pada bisnis toko kue, toko mey pastry.Dan membantu bisnis menyadari membangun produk dengan manfaat tertinggi atau manfaant terkecil, jumlah penjualan yang diperlukan untuk mencapai titik impas, jumlah penurunan penjualan yang biasa terjadi dan jumlah perubahan laba yang dipengaruhi oleh perubahan dalam penjualan.

Hidayat khurin (2007), melakikan penelitian dengan judul “analisis break event point sebagai alat perencanaan laba pada PT. Tlogo Mas Abadi Jaya Engineering plastic industry malang”. Dengan metode penelitian kuantitatif, dan hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui perhitungan yang diperoleh titik impas pada jesis saklar sebesar 110.733 unit, tissue holder

sebesar 64.167 unit dan stop kontak sebesar 66.385 unit. Besarnya margin of safety adalah 29% yang berarti bahwa penurunan penjualan tidak boleh turun dari 29% dari penjualan yang telah direncanakan.

Priscilla sonbait (2005), melakukan penelitian dengan judul “peranan analisis *cost-volume-profit* dalam menetapkan volume penjualan atas target laba CV. Timor agung”, dan hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui, dengan menerapkan hasil analisis CVP maka perusahaan dapat mengetahui volume penjualan yang harus dicapai agar mendapatkan laba sesuai dengan yang direncanakan

Heni Riana (2010), melakukan penelitian dengan judul “analisis penggunaan *cost-volume-profit* (CVP) dalam perencanaan laba pada CV. Natural Palembang”. Dengan hasil penelitian bahwa tingkat kesehatan penjualan CV. Natural Palembang untuk BEP dari tahun 2006-2008 mengalami peningkatan namun pada *Degree of operating & Shut Down Point* mengalami penurunan. Dan bahwa selama ini perusahaan belum mengklarifikasikan biaya sesuai dengan perilakunya yaitu biaya tetap dan biaya variabel sedangkan penggunaan *cost volume profit* (CVP) memerlukan pengklasifikasian biaya tersebut guna menentukan impas penjualan.

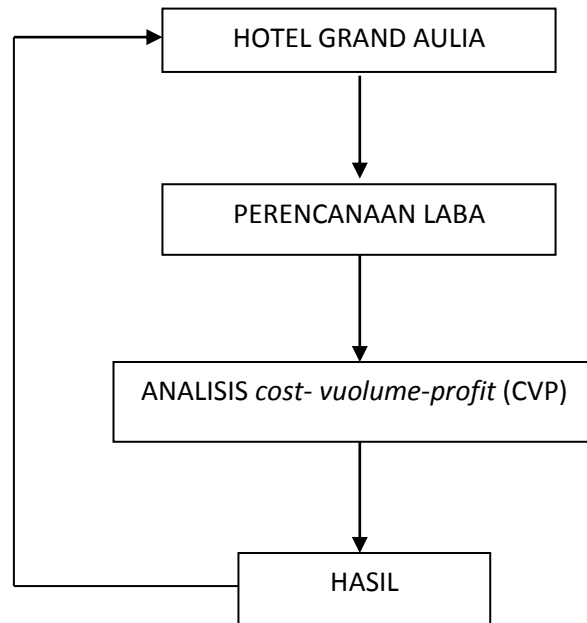
### **C. Kerangka Pikir**

Manajemen dapat merencanakan laba dengan baik, karena analisis CVP melibatkan saling hubungan antara biaya, harga jual, dan volume penjualan sehingga dapat diketahui labanya.

Perusaan mengharapkan memperoleh manfaat yaitu laba, karena dari semua tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan hasil atau laba, agar perusahaan memperoleh laba yang optimal maka laba harus

direncanakan dengan baik. Salah satu alat bantu untuk merencanakan laba adalah dengan analisis *cost-volume-profit* (CVP).

Gambar 2.6. Bagan Kerangka Pikir



#### D. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah penerapan *cost-volume-profit* berguna pada perencanaan laba pada Hotel Grand Aulia.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Untuk memperoleh data yang diperlukan maka penulis melakukan penelitian pada Hotel Grand Aulia, yang berlokasi di jl. Monument emmy saelan, Rappocini, kota Makaassar, Sulawesi selatan. Penelitian ini akan dilaksanakan selama dua bulan yaitu pada bulan Juni sampai dengan Juli 2017.

#### **B. Metode Pengumpulan Data**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian lapangan yaitu dengan mengadakan penelitian secara langsung untuk memperoleh gambaran masalah dengan mengamati dan melihat keadaan perusahaan, mengadakan wawancara dengan pihak-pihak yang berwenang dan terkait dengan masalah yang dihadapi, serta mengumpulkan data-data tertulis berupa dokumen dokumen pendukung yang ada dalam perusahaan.
2. Penelitian pustaka yaitu dengan mengumpulkan dan mempelajari berbagai literatur, buku-buku wajib dan bahan kuliah yang erat hubungannya dengan penelitian ini, sebagai sumber acuan untuk membahas teori yang relevan dengan pembahasan masalah.

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

##### **a. Jenis data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka seperti penjualan, biaya-biaya yang dikeluarkan, dan harga jual.

- 2) Data kualitatif yaitu data yang bukan berupa angka, sifatnya menunjang data kuantitatif sebagai keterangan seperti sejarah tentang perusahaan, struktur organisasi perusahaan, *job description*, dan kegiatan-kegiatan dalam perusahaan.

b. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dengan menggunakan wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan dan berkaitan dengan masalah yang diteliti.
- 2) Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari luar perusahaan berupa buku-buku dan literatur yang relevan dengan masalah yang dibahas dan juga sebagai landasan teori.

#### **D. Defenisi Operasional variabel**

Definisi operasional variabel dimaksudkan untuk membatasi studi sehingga dengan pembatasan tersebut akan mempermudah penulis dalam pengelolaan data yang kemudian menjadi kesimpulan. dengan bertitik tolak dari rumusan masalah maka diperlukan defenisi opsional yang dikemukakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) merupakan suatu alat untuk mengidentifikasi cakupan dan besarnya kesulitan ekonomi yang dialami suatu divisi dan membantu mencari pemecahannya, juga dapat digunakan untuk menentukan jumlah unit yang dijual untuk mencapai impas, dampak penggunaan biaya tetap terhadap titik impas dan dampak kenaikan harga terhadap laba.

2. Perencanaan laba yaitu rencana untuk meningkatkan laba perusahaan untuk tahun 2017 cara yang digunakan adalah dengan menganalisis data dari tahun sebelumnya dan laporan tahun berjalan.
3. Biaya yaitu sejumlah uang yang dibebankan oleh Hotel Grand Aulia pada penjualan yang terdiri dari:
  - a) Biaya tetap.
  - b) Biaya variabel.
  - c) Biaya semivariabel.
4. Volume yaitu tingkat aktivitas perusahaan, dalam hal produksi ataupun penjualan yang dinyatakan dengan banyaknya satuan. Volume yang diteliti merupakan volume yang suda terjadi sebelum penelitian ini dimulai.
5. Laba yaitu laba sebelum pajak, selisi antara lebih pendapatan dengan biaya yang berasal dari transaksi penjualan yang dilakukan oleh Hotel Grand aulia.

#### **E. Metode analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengklasifikasikan semua biaya-biaya yang yang dikeluarkan kedalam biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*)
2. Analisis titik impas (*break event point/BEP*) untuk mendapat suatu keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian baik dalam jumlah produk (kuantitas) maupun dalam rupiah.

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{FC}{MRC}$$

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

Dimana:

FC = *fixed cost* (biaya tetap)

VC = *variabel cost* (biaya variabel per unit)

S = volume penjualan

P = harga jual perunit

3. Analisis perencanaan laba adalah analisis yang memperlihatkan dari besarnya volume dari laba yang diinginkan.

Penjualan pada laba yang direncanakan =  $\frac{FC+Laba}{1-\frac{VC}{S}}$

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum

Hotel Grand Aulia merupakan salah satu hotel yang terletak di JL.Monumen Emmy Saelan, No. 25A, Kota Makassar, Indonesia. Hotel Grand Aulia tersebut berdiri pada tahun 2011 dan merupakan perusahaan industri perhotelan yang didirikan oleh pimpinan Surya Perdana Grop dan sampai saat ini mampu bersaing dengan bisnis-bisnis lain yang ada disekitarnya, dan mampu memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh pelanggan setianya melalui cara kerja yang terlatih dari karyawan dan seluruh staf hotel Grand Aulia.

Adapun fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel Grand Aulia terdiri dari 3 buah tipe kamar dengan kisaran biaya yang berbeda. Berikut uraian jenis kamar dan biayanya.

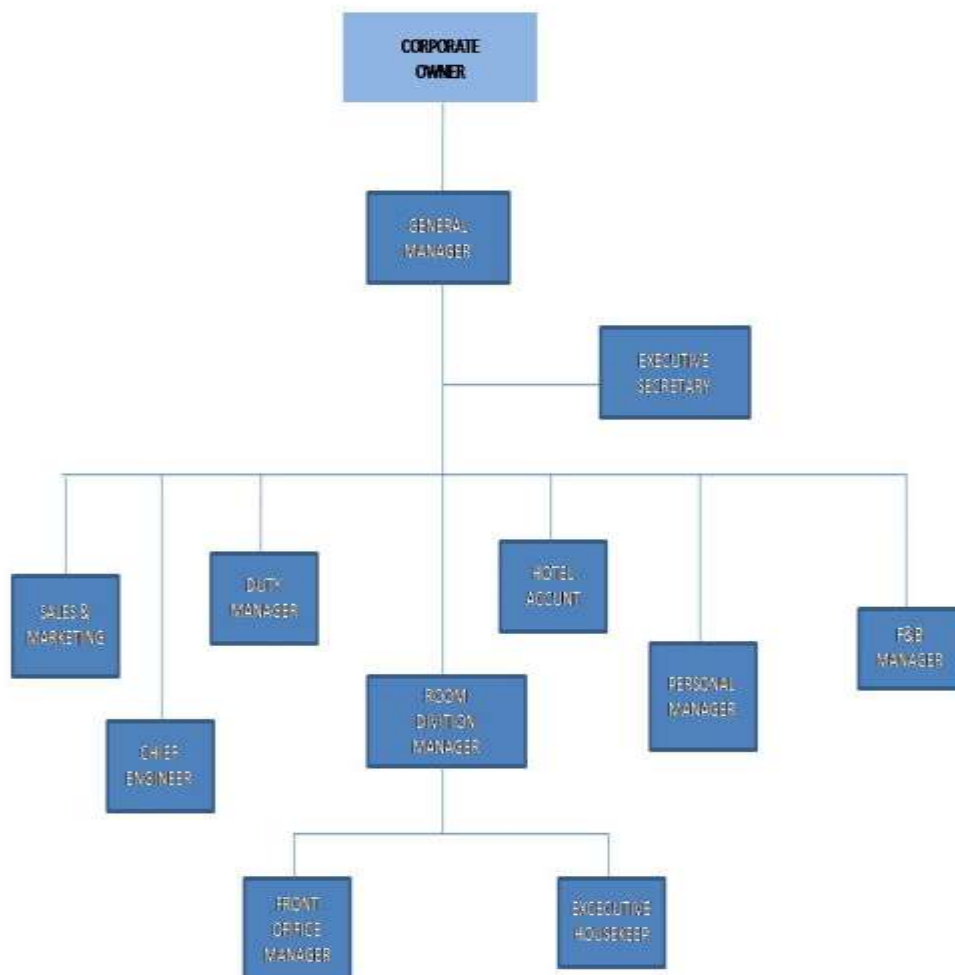
Tabel 4.1. Jenis Kamar

Jenis Kamar	Unit yang tersedia	Harga
Mini standar room	5	250,000
Standard Room	12	300,000
Superior Bayview Room	11	350,000
Total Kamar	28	

Sumber: Hotel Grand Aulia

## B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Hotel Grand Aulia menyebutkan bahwa tiap-tiap atasan mempunyai bawahan tertentu yang bertanggung jawab kepada atasan dan dijalankan berdasarkan garis komando. Seluruh wewenang dan kekuasaan berasal dari atas yang kemudian mengatur ke bagian-bagian bawahnya dan masing-masing bagian tersebut bertanggung jawab penuh pada bagian-bagian di atasnya.



### Deskripsi tugas sari struktur organisasi

1. General Manager (berada di bawah corporate owner), adalah bagian dari hotel yang bertugas untuk mengelola operasional manajemen hotel untuk sehari-hari seperti untuk mengontrol rumah tangga, keuangan, makanan, dekorasi dan sebagainya. Disini Manager akan memiliki sekretaris yang akan membantu untuk mengawasi operasional dari sebuah departemen.
2. Sekretaris direktur utama atau executive manajer juga merupakan bagian dari organisasi hotel yang bertugas untuk mengatur jadwal acara atau kegiatan.
3. Bagian sales dan marketing bertugas untuk mempromosikan dan memasarkan hotel.
4. Duty Manager
5. Hotel account bertugas untuk mengendalikan keuangan hotel
6. F dan B Manager
7. Chief Engineer bertugas untuk melakukan perbaikan untuk eksterior dan interior
8. Manajer Room Division bertugas untuk mempersiapkan ruangan kamar
9. Manajer Personalia bertugas untuk menangani hal yang berkaitan dengan karyawan
10. Manager Front Office bertugas untuk mengurus registrasi tamu.

### C. Analisis Penjualan pada Hotel Grand Aulia

Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) merupakan model yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan manajemen dalam menentukan unit yang harus dijual untuk mencapai laba yang diinginkan. Analisis CVP mendeskripsikan hubungan antara unit yang dijual, biaya, harga jual, dan profit, yang dapat menjelaskan beberapa isu penting dalam pengambilan keputusan manajemen seperti dampak pengurangan biaya tetap total terhadap profit, dampak kebijakan kenaikan harga jual produk terhadap profit, dan lain-lain. berikut analisis menggunakan CVP pada Hotel Grand Aulia.

#### 1. Volume Operasional Unit Penjualan

Volume operasional penjualan yang didapatkan oleh Hotel Grand Aulia atas dasar rupiah adalah sebagai berikut:

##### a. Volume Operasional Penjualan pada Kamar Hotel

Tabel 5.1. Jenis dan Harga Kamar

Jenis Kamar	Unit yang tersedia	Harga
Mini standar room	5	250,000
Standard Room	12	300,000
Superior Bayview Room	11	350,000
Total Kamar	28	

Sumber: Hotel Grand Aulia

Table 5.2 di atas menunjukkan bahwa kapasitas Hotel Grand Aulia memiliki 28 kamar dengan 3 jenis kamar. Dimana untuk kamar standar room tersedia sebanyak 5 unit dengan kisaran sewa perhari/permalam sebesar Rp.250.000, untuk standar room sebanyak 12 kamar dengan kisaran sewa Rp. 300.000/malam. Selanjutnya superior bayview room sebanyak 11 kamar dengan kisaran harga sewa Rp.350.000/malam.



## b. Volume Operasional Penjualan pada Restoran/Café

Tabel 5.2. Volume Penjualan pada Restoran/Cafe

Nama	Kapasitas	Jam Buka	Lokasi
Café Restoran	50 pax	24 jam	Lantai 1

Sumber: Hotel Grand Aulia

Selain fasilitas kamar yang tawarkan oleh Hotel Grand Aulia, juga dilengkapi dengan fasilitas restoran dan café. Dimana restoran berkapasitas 25 pax perharinya dan café dengan 25 pax juga perharinya. Sehingga total pelayanan maksimal dalam sehari untuk restoran dan café sebanyak 50 pax. Lokasi restoran dan café berada di lantai 1 dan buka selama 24 jam perharinya.

## 2. Volume Operasional Penjualan Tahun 2016

### a. Volume Penjualan Kamar

Volume penjualan kamar pada Hotel Grand Aulia pada tahun 2016–2017 atas dasar rupiah adalah sebagai berikut:

Tabel 5.3. Penjualan Kamar selama Periode Tahun 2016

Tipe Kamar	Jumlah Kamar	Jumlah Kamar Terjual Tahun 2016
Mini standar room	5	822
Standard Room	12	1621
Superior Bayview Room	11	844
Jumlah	28	3287

Sumber: Hotel Grand Aulia

Kisaran penjualan kamar yang terjual adalah standar room 1621 kamar/tahunnya, selanjutnya disusul oleh superior bayview room sebanyak 844 kamar selama setahun, dan mini standar room sebanyak 822 kamar/tahun.

Penjualan yang paling sedikit diminati adalah mini standar room dengan jumlah penjualan sebanyak 822 kamar/tahunnya dengan kisaran harga sewa perharinya sebesar Rp.250.000/hari/malam.Selanjutnya untuk penjualan tertinggi adalah standar room sebanyak 1621kamar/tahun dengan kisaran harga sewa sebesar Rp. 350.000/hari/malam. Berikut kalkulasi penjualan kamar sepanjang tahun 2016 diuraikan sebagai berikut:

Tabel 5.4. Penerimaan Penjualan Kamar Tahun 2016

Jenis Kamar	Jumlah	2016
Mini standar room	822	205.500.000
Standard Room	1621	486.300.000
Superior Bayview Room	844	295.400.000
Jumlah	3287	987.200.000

Sumber: Hotel Grand Aulia

Total penjualan kamar sepanjang tahun 2016 sebanyak 3287 kamar dengan perolehan harga sebesar Rp.987.200.000. Berdasarkan 3 tipe kamar dari hasil penjualan dan perhitungan diperoleh bahwa kamar standar room paling banyak terjual dengan jumlah penjualan Rp.486.300.000. hal ini disebabkan tipe kamar standar room berada pada kisaran harga jual yang dinilai sederhana atau cukup terjangkau untuk menjadi pilihan menginap.

Selanjutnya disusul dengan penjualan kamar superior bayview sebesar Rp.295.400.000 dengan kisaran harga kamar paling tinggi, sehingga sedikit terjual, dan untuk mini room standar terjual sebesar Rp. 205.500.000.tipe kamar mini standar meskipun murah namun tidak dapat terjual seperti standar room karena ukuran kamar yang tidak terlalu luas, sehingga pilihan kamar yang terjual oleh konsumen lebih banyak memilih standar room.

Untuk restoran/café terjual sebesar Rp. 187.500.000, terjual cukup banyak dan jumlah penjualan restoran/café banyak dipengaruhi oleh penjualan kamar. Jika penjualan kamar semakin banyak maka akan memungkinkan penjualan restoran/café juga semakin meningkat.

#### **b. Volume Penjualan Restoran/Cafe**

Tabel 5.5. Jumlah Penjualan Restoran/café selama Periode Tahun 2016

Item	Jumlah Item	Jumlah Item Terjual Tahun 2016
Café dan Restorant	50	9.200
Jumlah	50	9.200

Sumber: Hotel Grand Aulia

Penjualan fasilitas restoran dan café sebanyak 9.200 pax. Berdasarkan pada volume penjualan kamar dan restoran/café, maka dapat dirumuskan persentase volume operasional penjualan dalam periode 2016. Penjualan kamar dan restoran/café di tahun 2016 diperoleh harga penjualan sebesar Rp.345.000.000, dengan persentase 50% diperoleh dari penjualan kamar dan 50% diperoleh dari penjualan pax restoran/café.

### 3. Pengelompokan biaya

Tabel 5.6. Biaya Tetap dan Biaya Variabel

No	Jenis Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel
1	Biaya Gaji	140,137,958	-
2	Asuransi	3,534,000	-
3	Biaya Telp		7,485,972
4	Biaya Listrik		55,401,270
5	Biaya Service		41,802,450
6	Biaya Pengurusan Izin		5,600,000
7	Biaya Food dan Beverage		49,690,205
8	Biay Hosekeeping		19,598,903
9	Biaya Front Office		3,987,809
10	Biaya Accounting		2,869,719
11	Biaya Engineering		4,361,170
12	Biaya PPh		25,875,625
	Jumlah	143,671,958	216,673,123

Sumber: Hotel Grand Aulia

Table pada pengelompokan biaya di atas menunjukkan jumlah biaya tetap terbagi menjadi dua yaitu biaya gaji sebesar Rp. 140.137.958, dan asuransi sebesar Rp. 3,3534,000. Sedangkan biaya variabel terbagi menjadi 10 jenis yang meliputi biaya-biaya dan PPh, biaya-biaya diantaranya yaitu biaya telp, biaya listrik, biaya service, biaya pengurusan izin, biaya food dan beverage, biaya hosekeeping, biaya account dan biaya engineering. Selanjutnya pengalokasian Biaya Tetap dan Biaya Variabel ke dalam tiap Jenis Kamar Tahun 2016.

Tabel 5.7. Biaya Tetap dan Biaya Variabel ke Dalam Tiap Jenis Kamar Berdasarkan Persentase Nilai Jual Relatif

Persentasi	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Jumlah
Mini standar room	20,454,180.86	30,847,155.62	51.301.336.48
Standard Room	48,403,251.36	72,997,429.57	121.400.680.9
Superior Bayview Room	29,402,262.91	44,341,848.03	73.744.110.93
Café dan Restorant	45,412,262.87	68,486,689.78	113.898.952.7
Total	143,671,958	216,673,123	360.345.081

Sumber : Hasil Olahan Data 2017

#### 4. Perhitungan Break Even Point

Tabel 5.8. Laporan Laba Rugi yang Dianggarkan

Keterangan	Mini standar room	Standard Room	Superior Bayview Room	Restorant/café	Jumlah
Potensi jumlah kamar yang dijual	822	1621	844	9125	12.412
Hasil Penjualan Kamar	205500000	486300000	295400000	456250000	1.443.450.000
<b>Biaya Variabel (-)</b>	<b>30847155.62</b>	<b>72997429.57</b>	<b>44341848.03</b>	<b>68486689.78</b>	<b>216.673.123</b>
Margin Kontribusi (-)	174652844.4	413302570.4	251058152	387763310.2	1.226.776.877
<b>Biaya Tetap</b>	<b>20454180.86</b>	<b>48403251.36</b>	<b>29402262.91</b>	<b>45412262.87</b>	<b>143.671.958</b>
Laba	154198663.5	364899319.1	221655889.1	342351047.3	1.083.104.919

Sumber : Hasil Olahan Data 2017

Setelah diperoleh laba rugi yang dianggarkan, maka akan dilakukan perhitungan besarnya rasio margin kontribusi pada tahun 2016 dapat dihitung berdasarkan data pada tabel 5.10 Adapun hasil perhitungannya dapat disajikan sebagai berikut:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Total margin kontribusi}}{\text{Total Penjualan}}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{1,226,776,877}{1,443,450,000}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = 0,84$$

Perhitungan tingkat break even

$$\text{BEP Total} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

$$\text{BEP Total} = \frac{143,671,958}{0,84}$$

$$\text{BEP Total} = 169,047,274$$

Besarnya break even total untuk tahun 2016 adalah sebesar Rp.169,047,274. Maksudnya yaitu kalau pihak hotel merencanakan untuk memperoleh keuntungan melalui penjualan jasa sewa kamar maka pihak hotel harus mampu memperoleh pendapatan minimal Rp.169,047,274.

Untuk menentukan besarnya penjualan dan jumlah kamar yang dijual dari masing-masing jenis kamar, agar secara total diperoleh tingkat break even yang sesuai dengan perhitungan diatas, maka tingkat break even ditentukan berdasarkan komposisi penjualan kamar (*sales mix*) dan komposisi jumlah kamar yang dijual (*product mix*), yang perhitungannya adalah sebagai berikut:

a. Komposisi penjualan (persentase nilai jual relative x break even total)

Penjualan kamar mini standar room	: 16 X Rp.169,047,274
	: 24,066,794.8
Penjualan kamar standar room	: 33 X Rp.169,047,274
	: 56,952,225.37
Penjualan kamar Superior Bayview room	: 20 X Rp.169,047,274
	: 34,595,285.57
Penjualan Restoran/café	: 31 X Rp.169,047,274
	: 53,432,969

b. Komposisi jumlah kamar yang dijual (komposisi penjualan : harga sewa per kamar)

Jumlah kamar mini standar room	: 24,066,794.80 : Rp.250,000
	: 96
Jumlah kamar standar room	: 56,952,225.37: Rp.300,000
	: 189
Jumlah kamar Superior Bayview room	: 34,595,285.57: Rp.350,000
	: 98
Jumlah Restoran/café	: 53,432,969: Rp.50,000
	: 1068

Pembuktian:

Laporan Laba Rugi Pada Tingkat Penjualan Break Even

<b>Penjualan</b>				<b>169,047,274</b>
<b>Biaya Variabel</b>				
Mini standar room	37,526	96	3,612,613	
Standard Room	45,032	189	8,548,974	
Superior Bayview Room	52,537	98	5,193,022	
Restorant/café	7,505	1068	8,020,706	
<b>Total Biaya</b>				<b>25,375,316</b>
<b>Margin Kontribusi</b>				<b>143,671,958</b>
<b>Biaya Tetap</b>				
Mini standar room	20,454,180			
Standard Room	48,403,251			
Superior Bayview Room	29,402,262			
Restorant/café	45,412,262			
<b>Total</b>				<b>143,671,958</b>
<b>Laba/rugi Total</b>				<b>0</b>

Sumber : Hasil Olahan Data 2017

Untuk BEP masing-masing kamar diuraikan sebagai berikut:

a. Mini standar room

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{Biaya Variabel} \times \text{unit} \\ &= 37,526 \times 96 \\ &= 3,612,613 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{MK} &= \text{penjualan} - \text{total Biaya variabel} \\ &= 24,066,794 - 3,612,613 \\ &= 20,454,180 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Margin Kontribusi} - \text{Biaya Tetap} \\ &= 20,454,180 - 20,454,180 \\ &= 0 \end{aligned}$$



## b. Standar room

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \text{Biaya Variabel} \times \text{unit} \\
 &= 45,032 \times 189 \\
 &= 8,548,974 \\
 \text{MK} &= \text{penjualan} - \text{total Biaya variabel} \\
 &= 56,952,225 - 8,548,974 \\
 &= 48,403,251 \\
 \text{Laba} &= \text{Margin Kontribusi} - \text{Biaya Tetap} \\
 &= 48,403,251 - 48,403,251 \\
 &= 0
 \end{aligned}$$

## c. Superior byyview room

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \text{Biaya Variabel} \times \text{unit} \\
 &= 52,537 \times 98 \\
 &= 5,548,974 \\
 \text{MK} &= \text{penjualan} - \text{total Biaya variabel} \\
 &= 34,595,285 - 5,548,974 \\
 &= 29,402,262 \\
 \text{Laba} &= \text{Margin Kontribusi} - \text{Biaya Tetap} \\
 &= 29,402,262 - 29,402,262 \\
 &= 0
 \end{aligned}$$

## d. Restoran

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \text{Biaya Variabel} \times \text{unit} \\
 &= 7,505 \times 1,068 \\
 &= 8,020,706 \\
 \text{MK} &= \text{penjualan} - \text{total Biaya variabel} \\
 &= 53,432,969 - 8,020,706 \\
 &= 45,412,262 \\
 \text{Laba} &= \text{Margin Kontribusi} - \text{Biaya Tetap} \\
 &= 45,412,262 - 45,412,262 \\
 &= 0
 \end{aligned}$$

Berdasarkan uraian pada anggaran penjualan dapat diketahui besaran keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dari setiap kegiatan

transaksi dan penjualan. Berikut grafik BEP berdasarkan hasil perhitungan Break even point akan menerima pendapatan sebesar Rp. 169,047,274 atau pada kapasitas 12412. Secara keseluruhan untuk ukuran kamar mini standar room.

BT	20.454.180
BV	37.526
P	250.000
BEP-U	96
BEP-R	24,066,794.8

Tabel 5.9. Perhitungan *Break Even Point*

No	Q	BT	TBV	TP	TB	BEP-U	BEP-R	LABA
1	1	2166	37	169	1138	96	2406	969
2	2	2166	74	338	2276	96	2406	1938
3	3	2166	222	507	3414	96	2406	2907
4	4	2166	148	676	4552	96	2406	3876
5	5	2166	185	845	5690	96	2406	4845
6	6	2166	222	1014	6828	96	2406	5814
7	7	2166	259	1183	7966	96	2406	6783
8	8	2166	296	1352	9104	96	2406	7752
9	9	2166	333	1521	10242	96	2406	8721
10	10	2166	370	1690	11380	96	2406	9690

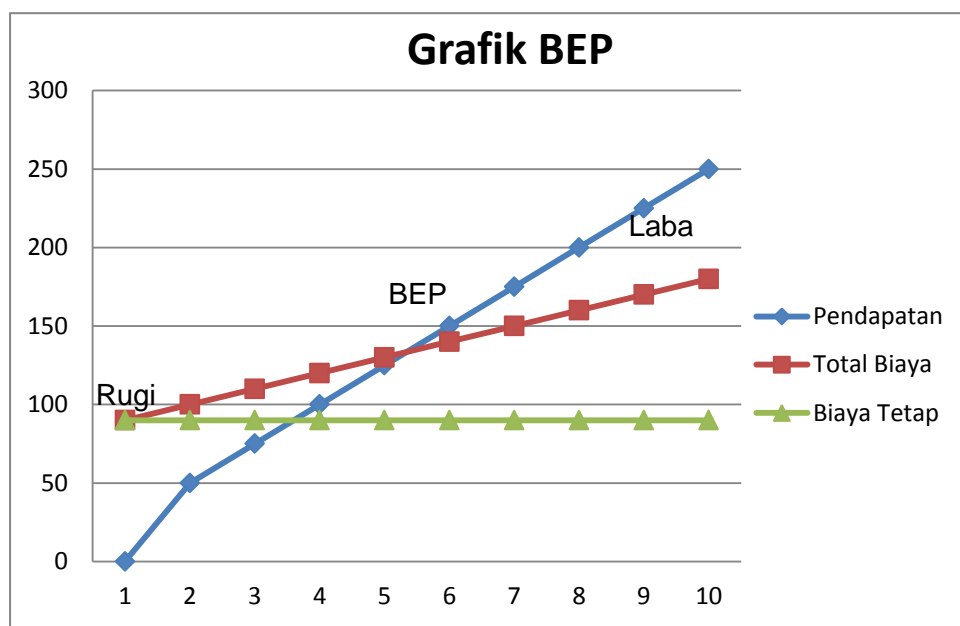
Sumber: Hasil Olahan Data 2017

Berdasarkan pada hasil perhitungan pada table di atas menunjukkan bahwa jumlah biaya variabel pada semakin meningkat akan mempengaruhi total biaya dan juga ikut meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan. Dimana terlihat pada awal penjualan total biaya variabel sebesar 37 dan penjualan 169 memperoleh laba sebesar Rp 969. Demikian pula pada

penjualan-penjualan berikutnya. Semakin besar penjualan juga ikut meningkatkan biaya variabel dan tentunya laba juga ikut meningkat.

Analisa Break Event Point (BEP) adalah titik dimana perusahaan belum memperoleh keuntungan tetapi juga tidak dalam kondisi rugi. Atau BEP merupakan suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume aktivitas. Seperti Masalah BEP baru akan muncul dalam perusahaan apabila perusahaan tersebut mempunyai Biaya Variabel dan Biaya Tetap. Suatu perusahaan dengan volume produksi tertentu dapat menderita kerugian dikarenakan penghasilan penjualannya hanya mampu menutup biaya variabel dan hanya bisa menutup sebagian kecil biaya tetap.

Berikut grafik BEP



Sumber: Hasil olahan Data 2017

Grafik 1. BEP

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan tingkat laba yang diperoleh perusahaan tidak pernah mengalami penurunan. Dengan demikian semakin banyak produksi BEP dalam unit maka penerimaan pendapatan juga akan ikut

meningkat. Perencanaan laba pada dasarnya merupakan kegiatan yang dilakukan manajemen pada saat penyusunan anggaran untuk menguji dampak dari setiap alternatif. Informasi yang relevan dengan perencanaan tersebut adalah informasi yang berdampak terhadap hasil penjualan dan biaya variabel yang mana keduanya merupakan komponen untuk menghitung laba kontribusi dan rasio laba kontribusi.

#### **D. Perencanaan Laba pada Hotel Grand Aulia**

Perusahaan yang menjual lebih dari satu macam produk seringkali mempunyai kesempatan untuk menaikkan laba kontribusi dan menurunkan titik impas dengan cara memperbaiki komposisi produk yang dijual, yaitu menaikkan proporsi penjualan produk yang menghasilkan margin kontribusi yang tinggi. Apabila laba kontribusinya sudah ditentukan, maka dapat dilanjutkan perhitungan mencari laba bersih dan titik impas (*break even*). Perencanaan laba Hotel dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Total Penjualan}}}$$

Perhitungan perencanaan laba hotel jika perencanaan laba sebesar 20% dari perencanaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Penjualan} = \frac{143,671,958 + 20\%}{1 - \frac{25.375.316}{169.047.274}}$$

$$\text{Penjualan} = \frac{143,671,958 + 20\%}{84.9\%}$$

$$84.9 P = \text{Rp. } 143,671,958 + 20\%$$

$$64.9\%P = \text{Rp. } 143,671,958$$

$$P = \text{Rp. } 93,243,100.74$$

Berdasarkan penghitungan di atas, maka dapat diketahui tingkat penjualan jika Hotel merencanakan laba bersih sebesar 20% dari penjualan yaitu sebesar Rp.93,243,100.74. Penentuan laba bersih 20% dari penjualan ini berdasarkan laba yang diperoleh Hotel. Laba sebesar 20% ini merupakan laba bersih setelah pendapatan penjualan dikurangi semua komponen biaya, yaitu harga pokok penjualan, biaya administrasi dan biaya penjualan (laba bersih sebelum pajak). Untuk menentukan besarnya penjualan dan jumlah kamar yang dijual caranya sama dengan penghitungan sebelumnya, yaitu berdasarkan komposisi penjualan kamar dan komposisi jumlah kamar yang dijual, sehingga dapat dihitung:

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya tetap} + 93,243,100.74}{\text{Margin Kontribusi per unit}}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan tipe kamar mini standar room} &= \frac{143,671,958 + 93,243,100.74}{212.474} \\ &= 1.115 \text{ kamar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan tipe kamar standar room} &= \frac{143,671,958 + 93,243,100.74}{254.968} \\ &= 929 \text{ kamar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan tipe kamar SB room} &= \frac{143,671,958 + 93,243,100.74}{297.463} \\ &= 798 \text{ kamar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan restaurant} &= \frac{143,671,958 + 93,243,100.74}{42.495} \\ &= 5575 \text{ pax} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa untuk memperoleh laba sebesar Rp.93,243,100.74, maka perusahaan harus menjual kamar tipe mini

standar room sebanyak 1.115 kamar, kamar standar room sebanyak 929 kamar, dan kamar tipe SB sebanyak 798 kamar. Sedangkan untuk penjualan restoran/café sebanyak 5575 pax atau porsi. Sedangkan perhitungan penjualan dalam rupiah adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan tipe kamar mini standar room} &= \frac{143,671,958 + 93,243,100.74}{0.150} \\ &= 157.833.941 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan tipe kamar standar room} &= \frac{143,671,958 + 93,243,100.74}{0.150} \\ &= 157.831.137 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan tipe kamar SB room} &= \frac{143,671,958 + 93,243,100.74}{0.150} \\ &= 157.832.138 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan restaurant} &= \frac{143,671,958 + 93,243,100.74}{0.849} \\ &= 278.756.393 \end{aligned}$$

Total penjualan sebesar 752.253.609.8. Hotel Grand Aulia menargetkan kenaikan laba sebesar 20% untuk tahun berikutnya, maka berdasarkan presentase perolehan laba Rp.93,243,100.74,-, untuk mencapai laba tersebut, maka Hotel Grand Aulia harus mampu menjual sebanyak 2.842 kamar atau dengan penjualan sebesar Rp. 473,497,216.4, sedangkan untuk restonya Hotel Grand Aulia harus mampu menjual sebanyak 5575 pax sebesar Rp.278,756,393.1.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada perencanaan laba diperoleh bahwa Hotel Grand aulia dapat memperoleh keuntungan jika berhasil menjual sebanyak 2.842 kamar dengan keuntungan Rp.473.497.216,4. Dimana pada grafik BEP menunjukkan bahwa tingkat laba yang diperoleh Hotel Grand Aulia tidak mengalami penurunan, dengan besaran biaya tetap stabil, yang diringi dengan peningkatan biaya variabel menyebabkan total biaya yang dikeluarkan semakin meningkat. Namun peningkatan tersebut diringi dengan peningkatan laba. Sehingga jika semakin banyak hotel Grand aulia mampu menjual kamar dan restorannya maka akan meningkatkan penerimaan, sehingga laba juga meningkat. Hal ini cukup berbeda dengan hasil penelitian yang diperoleh Nurul fatua Muhlisa (2013), dengan judul "implementasi *cost-volume-profit* sebagai alat perencanaan laba menunjukkan hasil dari penelitiannya yaitu perubahan elemen penentu BEP berpengaruh terhadap peranan laba yaitu bila harga jual naik maka BEP naik dan laba menurun selanjutnya perubahan biaya dan perubahan biaya Variabel dan biaya tetap apabila naik, BEP akan turun dan laba akan naik.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian pada pembahasan di atas, maka penulis menarik beberapa kesimpulan bahwa Hotel Grand Aulia melakukan perencanaan laba yang baik tentu akan membawa dampak yang baik terhadap perusahaan, terutama mengenai kesinambungan perusahaan tersebut. Dari hasil perhitungan di atas, kita dapat melihat bahwa Hotel Grand Aulia menargetkan kenaikan laba sebesar 20% untuk tahun berikutnya, maka berdasarkan presentase perlehan laba Rp.93,243,100.74,-, untuk mencapai laba tersebut, maka Hotel Grand Aulia harus mampu memperoleh jumlah penjualan kamar sebanyak 2.842 kamar dengan penjualan sebesar Rp473,497,216.4, sedangkan untuk resto/coffe nya Hotel Grand Aulia harus menjual produk sebanyak 5575 pax atau dengan penjualan sebesar Rp.278,758,956.1.

#### **B. Saran**

Melihat besarnya laba yang dihasilkan oleh Hotel Grand Aulia, penulis menyarankan Hotel Grand Aulia dapat memaksimalkan pendapatan penjualan dengan memberlakukan tarif khusus misalnya dapat memberikan diskon pada waktu sepi pengunjung (*low occupancy*) atau memberikan promo-promo yang menarik pada saat liburan atau hari raya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, kamaruddin.2005.*akuntansi manajemen: dasar-dasa biaya dan pengambilan keputusan*.PT. raja 59 " " persada. Jakarta.
- Ahmad, Kamaruddin, 2013,*akuntansi manajemen: dasar-dasar konsep biaya dan pengambilan keputusan*, cetakan kedelapan, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Blocher, Edward j.,dkk, 2009, *manajemen biaya: penekanan strategis*. alih bahasa oleh tim penerjemah penerbit salemba. Buku 1 edisi 3. Salemba Empat.
- Blocher, Edward j.,dkk. 2009. *Manajemen biaya: penekanan strategis*. ahli bahasa oleh tim penerjemah penerbit salemba.. Buku 1 Edisi 3.Salemba empat.
- Bustami, Bastian. Nurlela. 2006. *Akuntansi biaya:kajian teori dan aplikasi*.Graha ilmu.Yogyakarta.
- Garrison, ray H.,Noreen, Eric W.,Brewer, Peter C.2006. *akuntansi manajerial* (alih bahasa: A Totok Budi Santoso). Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Hongren, Charkes T., Datar serikan M., Foster, George. 2005. *Akuntansi biaya, pendekatan manajerial* (alih bahasa: Desi Adhariani). Edisi 11.Indeks. Jakarta.
- Hansen, Dor R., Mowen, Maryanne M, 2009, *cost management: accounting and control*. Salemba empat.
- Joko Pratomo, 2008, analisis *break event point* sebagai alat perencanaan laba perusahaan (studi pada pabrik pabrik gula kebon agung malang periode giling 2007). Skripsi.Universitas brawijaya. Malang.
- Kasmir, 2013 *analisis laporan keuangan*, catatan keenam, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mulyadi, 2010.*System akuntansi*.Edisi 3, cetakan 5. Salemba Empat. Jakarta.
- Kartadinata, 2011.*Akuntansi dan analisis biaya*.Rineka cipta. Jakarta.
- Muliadi, 2012, *akuntansi biaya*, edisi kelima.Cetakan kesebelas UPP STIM YKPN.Yogyakarta.

L

A

M

P

I

R

A

N

## BIOGRAFI PENULIS



Asrar efendi panggilan Asrar lahir di Mario pada tanggal 21 november 1995 dari pasangan suami istri Bapak Abd. Karim dan Ibu Rosmiati. Peneliti adalah anak tunggal dari 1 bersaudara peneliti sekarang bertempat tinggal di jln. Sultan Alauddin II / Pabbentengan Lorong II No.32 A, Kelurahan Mangasa, Kecamatan Tamalate, kota Makassar Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu lulusan SD 185 Mario Kab.Bobe Sulawesi selatan pada tahun 2007, lulusan SMP Negeri 4 Watampone Sulawesi Selatan pada tahun 2010, lulusan SMA Negeri 4 Watampone Sulawesi Selatan pada tahun 2013 , dan mulai dari tahun 2013 mengikuti Program Studi S1 Akuntansi perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan Skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa program Studi S1 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar Sulawesi Selatan.



Tampilan depan Hotel Grand Aulia.



Foto peneliti bersama salah satu kariawan receptinis Hotel Grand Aulia.



Salah satu kamar Hotel Grand Aulia.



Gambar Resto/coffe Hotel Grand Aulia.