

SKRIPSI

**ANALISIS PERHITUNGAN *COST VOLUME PROFIT*
(*CVP*) UNTUK PERENCANAAN LABA PADA
CV. CITRA SARI DI MAKASSAR**

**KHAERUDDIN
105730 4335 13**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERHITUNGAN *COST VOLUME PROFIT*

(*CVP*) UNTUK PERENCANAAN LABA PADA CV.

CITRA SARI DI MAKASSAR

NAMA MAHASISWA : KHAERUDDIN

NOMOR STAMBUK : 105730433513

PROGRAM STUDI : AKUNTANSI

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

PERGURUAN TINGGI : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diperiksa dan diajukan didepan panitia Penguji

Skripsi Strata (S1) pada hari Sabtu, 07 Oktober 2017 pada Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 07 Oktober 2017

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. H. Hamzah Limpo, MS

NBM : 885533


Abd Salam HB, SE., M.Si. Ak. CA

NIDN : 0117075210

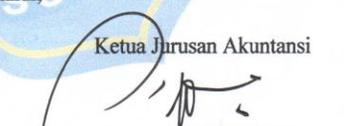
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan Akuntansi


Ismail Rasidong, SE., MM

NBM : 903078


Ismail Badollahi, SE., M.Si. Ak. CA

NBM : 1073428

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama KHAERUDDIN, NIM 10573 04335 13 ini telah diperiksa dan diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dengan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : Tahun 1439 H/ 2017 M dan telah dipertahankan di depan penguji pada hari Sabtu, 07 Oktober 2017 M. sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

17 Muharram 1439 H

Makassar,

07 Oktober 2017 M

Panitia Ujian :

1. Pengawas Umum: Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE.,MM (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua: Ismail Rasulong, SE.,MM (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris: Drs. H. Sultan Sarda, SE., M.Si (.....)
(Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji:
 - a. Dr. H. Andi Rustam, SE.,MM.Ak.CA.CPAI (.....)
 - b. Saida Said, SE.,M.Ak (.....)
 - c. Hj. Naidah, SE.,M.Si (.....)
 - d. Asriati, SE.,M.Si (.....)

MOTTO

Rasulullah Saw. Bersabda, “*Menuntut ilmu adalah fardhu bagi setiap muslim, baik laki-laki maupun perempuan.*” (HR. Ibn Abd Barr)

“...Seandainya pohon-pohon di bumi mejadi pena dan laut (menjadi tinta), ditambahkan kepadanya tujuh laut (lagi) sesudah (kering)nya, niscaya tidak akan habis-habisnya (dituliskan) kalimat Allah...” (31:27)

“Ilmu dan Iman adalah sebuah bekal untuk meraih kesuksesan dimasa akan datang (dunia) dan di akhirat.”

(Khaeruddin)

ABSTRAK

Khaeruddin (2017). *Analisis Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) Untuk Perencanaan Laba Pada CV Citra Sari di Makassar.* Pembimbing I Bapak H. Hamzah Limpo dan Pembimbing II Bapak Abd Salam HB.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan laba dengan menggunakan analisis *cost volume profit* (cvp) pada CV Citra Sari sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan memakai dokumentasi, wawancara dan pengamatan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh suatu kesimpulan bahwa perusahaan CV. Citra Sari dalam perencanaan target laba dengan rekomendasi manajemen untuk peningkatan volume penjualan dengan laba sebesar Rp 200.000.000,00 pada tahun 2017. Perencanaan target laba CV. Citra Sari pada tahun 2017 dengan menggunakan perhitungan analisis *cost volume profit* (cvp) yaitu metode analisis *break even point* penjualan (Q) sebanyak 2.585 unit dan *break even point* Rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38 dan *margin of safety* sebesar 90%. Dapat diketahui bahwa perhitungan volume penjualan (Q) produk Sari Buah Markisa untuk pencapaian target laba pada tahun 2017 adalah sebanyak 14.892 unit dan pada persaingan kompetitif dengan perusahaan X atau sejenis lainnya dilakukan penurunan harga jual menjadi Rp 35.000,00 sehingga perusahaan CV. Citra Sari dapat melakukan penjualan pada tahun 2017 sebanyak 21.511 unit dengan laba optimal sebesar Rp 200.000.000,00.

Kata Kunci : *Cost Volume Profit* (CVP), Perencanaan Laba

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Tiada kata yang paling bijak diberikan selain mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT., yang telah memberikan karunia kenikmatan dan kebahagiaan kepada kita semua, terutama keimanan, keislaman dan kekuatan khususnya kepada penulis sehingga telah menyelesaikan penelitian pada CV. Citra Sari di Makassar

Penelitian ini dapat diselesaikan atas bimbingan, bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak, baik meteril maupun moril. Terutama dari kedua orang tua tersayang, ibunda **Nurhaedah** dan ayahanda **Singke, Saudara Saudariku**, dan Teman-Teman seperjuangan AK 7 2013, Ibrahim, Adam, Jumriani Nadir, Fatmawati, Endang, Nur Irawanti, Muh Isnan Fachrul, Fachrul Aswandi, Suhardi S, Arif, Asrullah, Slamet Riyadi dan masih banyak lagi...Terima kasih atas curahan kasih sayang dan perhatian serta doanya selama ini menyertai dalam menuntut ilmu. Pada kesempatan kali ini peneliti juga tak lupa menghaturkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abd Rahman Rahim, SE, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasulong SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Bapak Ismail Badollahi, SE., M.Si. Ak. CA Selaku Ketua Jurusan Akuntansi
4. Bapak Drs. H. Hamzah Limpo, MS selaku Pembimbing I

5. Bapak Abd Salam HB, SE., M.Si.Ak.CA selaku Pembimbing II
6. Para dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tidak disebutkan, terima kasih atas bantuan dan bimbingannya selama ini
7. Serta semua pihak yang tidak disebutkan pada “lampiran ucapan terima kasih” dalam laporan ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini tak luput dari kekurangan yang disebabkan keterbatasan penulis, oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan karya ilmiah berikutnya. Peneliti menyambut baik bagi peneliti berikutnya yang berminat menjadikan penelitian ini sebagai referensi. Akhir kata semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya peneliti sendiri.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 08 Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Dan Klasifikasi Biaya	5
B. Pengertian Analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) Dan Unsur-Unsur Biaya.....	14
C. Pengertian <i>Break Even Point</i> (BEP) Dan Kegunaan	18
D. Batas Keamanan (<i>Margin Of Safety</i>)	19

E. Perencanaan Laba.....	20
F. Penelitian Terdahulu.....	24
G. Kerangka Pikir.....	26
H. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
B. Metode Pengumpulan Data.....	29
C. Jenis dan Sumber Data.....	30
D. Definisi Operasional.....	31
E. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Berdirinya CV. Citra Sari di Makassar.....	34
B. Struktur Organisasi.....	36
C. Uraian Tugas Dalam Organisasi.....	38
BAB V HASIL PENELITIAN	
A. Data Volume Produksi dan Penjualan pada CV. Citra Sari.....	42
B. Klasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variable Pada CV. Citra Sari.....	43
C. Anggaran dan Target Laba CV. Citra Sari.....	48
D. Analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP).....	49
E. Perencanaan Target Laba CV. Citra Sari.....	56
F. Pembahasan.....	59

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	66

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Karangka Pikir.....	27
4.1	Struktur Organisasi CV. Citra Sari.....	38
5.1	Grafik <i>Break Even Point</i> (BEP)	54

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	24
5.1	Volume Produksi dan Penjualan Tahun 2016	42
5.2	Biaya Tetap CV. Citra Sari Tahun 2016	44
5.3	Biaya Variabel CV. Citra Sari Tahun 2016	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

perkembangan baru di globalisasi bisnis pada perusahaan manufaktur dalam memproduksi produk secara efisien dan efektif menggunakan teknologi modern untuk meningkatkan atau mencapai target laba sesuai yang direncanakan manajer. Dengan banyaknya perusahaan manufaktur menjadi persaingan antar perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produk. Pencapaian target laba perusahaan menjadi sesuatu yang tidak mudah untuk manajer untuk mengungguli kualitas produk lain.

Pada umumnya perusahaan mempunyai tujuan untuk memperoleh laba yang optimal dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya, akan tetapi hal tersebut tidak dapat terlaksana dengan mudah. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif mengharuskan perusahaan mengelola sumber daya tersebut secara efektif dan efisien sehingga mampu mencapai laba yang optimal. Pencapaian laba yang optimal sangat tergantung pada kemampuan manajemen memanfaatkan peluang dan kesempatan dimasa akan datang.

Pemilihan alternatif kebijakan yang akan dilakukan oleh manajemen perlu mempertimbangkan masalah yang mungkin dihadapi di masa akan datang. Salah satu kondisi realitas yang dapat dijadikan sebagai tolok ukur artinya bahwa keadaan-keadaan tertentu dimana perusahaan menargetkan tingkat laba

pada suatu periode, akan tetapi pencapaian laba pada akhir periode tidak sesuai dengan perencanaan. Hal ini mungkin disebabkan oleh formulasi dalam menghitung dan mengalokasikan pengeluaran yang kurang tepat, kurangnya pengetahuan tentang menentukan hubungan antar biaya yang dikeluarkan dengan laba yang diinginkan serta jumlah barang atau jasa yang di produksi atau kurangnya pengetahuan dalam mengkombinasikan unsur-unsur tersebut.

Pemilihan berbagai tindakan dan perumusan kebijakan dimasa yang akan datang mengharuskan pihak manajemen menggunakan informasi dan alat analisis untuk menilai berbagai kemungkinan yang dihadapi maka alat analisis yang tepat digunakan adalah analisis biaya volume laba (*cvp*).

Analisis biaya volume laba membantu pihak manajemen memusatkan perhatian pada tujuan untuk mendapatkan kombinasi terbaik dari berbagai komponen yang mempengaruhi tingkat laba perusahaan seperti harga jual produk, volume penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Untuk membuat perencanaan laba yang baik maka diperlukan analisis biaya volume laba (*cvp*). Analisis biaya volume laba (*cvp*) membantu manajer untuk memahami hubungan antara biaya volume dan laba. Analisis ini sangat berguna untuk proses pembuatan keputusan bisnis dalam perencanaan laba.

Metode ini menggunakan analisa berdasarkan pada variabilitas penghasilan penjualan maupun biaya terhadap volume kegiatan . salah satu elemen analisis biaya volume laba (*cvp*) yang penting adalah analisis titik impas (*break event point analysis*). Analisis *break event point* (*bep*) adalah suatu teknik analisis untuk mengetahui penjualan minimum agar suatu usaha

tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba dengan kata lain labanya sama dengan nol.

Analisis *break event point (bep)* merupakan alat yang efektif dalam menyajikan informasi manajemen untuk keperluan perencanaan laba sehingga manajer dapat memilih berbagai rencana kegiatan yang akan memberikan kontribusi terbesar terhadap pencapaian laba dimasa yang akan datang.

Perusahaan yang berorientasi laba harus memiliki manajemen keuangan yang baik dalam perencanaan, pengendalian, dan kegiatan pengambilan keputusan mengenai perolehan laba dari penjualan. Oleh karena itu, manajemen CV Citra Sari perlu menganalisa komponen-komponen dari perencanaan laba yang sesuai dengan kondisi perusahaan.

Dari beberapa uraian yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul yaitu “Analisis Perhitungan *Cost Volume Profit (CVP)* Untuk Perencanaan Laba Pada CV. Citra Sari di Makassar”.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka rumusan masalahnya yaitu bagaimana perencanaan laba dengan menggunakan analisis *cost volume profit (cvp)* pada CV. Citra Sari sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebagaimana tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan laba dengan menggunakan analisis *cost volume profit (cvp)* pada CV. Citra Sari sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian yang diharapkan sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi bagi manajemen CV. Citra Sari tentang penggunaan analisis *cost volume profit (cvp)* untuk sebagai perencanaan laba di perusahaan.
2. Sebagai bahan informasi bagi manajemen CV. Citra Sari untuk perencanaan produksi dan peningkatkan volume penjualan.
3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti lain yang dapat digunakan sebagai acuan atau referensi untuk pengembangan serta menjadi sumber informasi atau masukan bagi peneliti selanjutnya yang berminat melakukan penelitian menyangkut masalah yang dibahas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Dan Klasifikasi Biaya

Perusahaan yang bergerak dalam bidang industri dapat dipandang sebagai suatu sistem yang memproses *input* untuk menghasilkan *output*. Perusahaan mengelola *input* berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan output berupa sumber ekonomi lain yang nilainya lebih tinggi. *Input* yang dimaksud berupa biaya-biaya yang digunakan untuk menghasilkan *output*. Kegiatan yang menghasilkan keuntungan atau profit bagi perusahaan. Bagi manajemen informasi biaya sangat penting untuk mengetahui apakah *input* yang dikeluarkan memiliki nilai efektif dan efisien.

Untuk mengetahui lebih jelas tentang pengertian biaya (*cost*) yang akan dikemukakan beberapa pendapat para ahli sebagai berikut :

Menurut L. M. Samryn (2012:172) mengatakan istilah biaya umumnya digunakan untuk pengorbanan mamfaat ekonomis untuk memperoleh jasa yang tidak dikapitalisasi nilainya.

Menurut Kamaruddin Ahmad (2013:34) yang dimaksud biaya dan beban adalah pengeluaran yang diukur dalam moneter yang telah dikeluarkan atau potensial akan dikeluarkan untuk memperoleh dan mencapai tujuan tertentu.

Bedasarkan defenisi tentang pengertian biaya diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Biaya (*cost*) adalah suatu pengeluaran yang dapat

mengurangi kas dan harta lainnya untuk mencapai tujuan perusahaan yang berkaitan dengan barang atau jasa untuk saat ini atau masa akan datang.

Menurut Van De Selre (2005:146) mengatakan bahwa syarat sesuatu sehingga disebut biaya adalah :

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

Dengan demikian bila mana keempat syarat tersebut diatas tidak dapat dipenuhi maka itu bukan biaya tetapi adalah pemborosan.

Biaya bukanlah satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan oleh manajemen didalam melaksanakan fungsinya. Dengan demikian tidaklah mungkin manajemen mengelola perusahaan atau bagiannya atas dasar informasi biaya saja. Biaya bertujuan menyajikan informasi biaya yang dibutuhkan oleh manajemen, agar mereka dapat mengelola perusahaan atau bagiannya secara efektif, maka di dalam mencatat dan menggolongkan biaya harus selalu di perhatikan untuk tujuan apa manajemen memerlukan informasi biaya. Sebaiknya selalu dipakai konsep *different costs for different purposes*. Tidak ada satu konsepsi biaya yang dapat memenuhi berbagai macam tujuan. Oleh karena itu didalam akuntansi biaya terdapat berbagai macam cara pengklasifikasian biaya sebagai berikut :

1. Klasifikasi Biaya atas Dasar Fungsi-Fungsi Pokok Dalam Perusahaan

Biaya dapat digolongkan berdasarkan fungsi-fungsi dimana biaya tersebut terjadi atau berhubungan. Adapun fungsi-fungsi pokok yang terdapat didalam perusahaan manufaktur adalah fungsi-fungsi produksi, administrasi umum dan fungsi pemasaran sehingga biaya-biaya

didalam perusahaan manufaktur dapat diklasifikasikan menjadi biaya produksi, biaya administrasi dan umum dan biaya pemasaran sebagai berikut :

a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengelolaan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi menjadi tiga elemen : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja disebut juga dengan istilah *prime cost*, sedangkan biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik disebut pula dengan istilah biaya konvesi.

b. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum dimaksudkan sebagai biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan-kegiatan yang tidak dapat diidentifikasi dengan aktivitas produksi maupun pemasaran . biaya administrasi dan umum adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan penyusunan kebijaksanaan dan pengarahan perusahaan secara keseluruhan. Contoh dari biaya administrasi dan umum adalah gaji direksi, biaya-biaya bagian akuntansi dan personalia, biaya rapat pemegang saham, sumbangan-sumbangan, gaji eksekutif biaya telpon dan lain-lain.

c. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam hubungannya dengan usaha untuk memperoleh pesanan (*order getting*) dan memenuhi pesanan (*order filling*). Untuk memperoleh pesanan, perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk menarik minat pembeli dengan cara mengadakan promosi penjualan, adpertensi dan lain-lain, sedangkan untuk memenuhi pesanan, perusahaan mengeluarkan biaya-biaya angkutan, biaya asuransi dan biaya-biaya lain agar produk perusahaan sampai ketangan pembeli. Biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum disebut juga dengan istilah biaya biaya komersil.

2. Klasifikasi Biaya atas Dasar Hubungan Biaya Dengan Sesuatu Yang Dibiayai

Biaya dapat dihubungkan dengan sesuatu yang dibiayai atau obyek pembiayaan. Apabila perusahaan mengelola baha baku menjadi produk jadi, maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa produk-produk, sedangkan apabila perusahaan menghasilkan jasa, maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa penyerahan jasa tersebut.

Dalam hubungannya dengan sesutau yang dibiayai, biaya dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu biaya langsung dan biaya tak langsung. Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada maka biaya langsung sama sekali tidak akan terjadi. Biaya tak

langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Sebagai contoh misalnya perusahaan percetakan yang produknya terdiri dari panflet, buku bacaan, majalah dan kartu nama, maka dalam hubungannya dengan produk berupa majalah, harga pokok kertas yang dipakai merupakan biaya langsung. Seandainya tidak memproduksi majalah, biaya bahan baku tersebut tidak akan terjadi. Biaya listrik, biaya penyusutan gedung, biaya penyusutan mesin cetak, biaya pemeliharaan aktiva tetap adalah merupakan biaya tak langsung dalam hubungannya dengan produk berupa majalah, karena biaya-biaya tersebut terjadi tidak hanya disebabkan oleh produksi majalah saja.

Perbedaan biaya langsung dan biaya tak langsung dalam hubungannya dengan produk sangat diperlukan apabila perusahaan menghasilkan lebih dari satu macam produk dan manajemen menghendaki penentuan harga pokok perjenis produk tersebut. Jika perusahaan hanya memproduksi satu macam produk (seperti perusahaan semen, perusahaan mori, perusahaan gula), maka semua jenis biaya produksi merupakan biaya langsung, sehingga didalam perusahaan tersebut tidak diperlukan perbedaan biaya langsung dan tak langsung dalam hubungannya dengan produk. Dalam hubungannya dengan produk, biaya produksi dibagi menjadi tiga unsur sebagai berikut :

a. Biaya Bahan Langsung (Bahan Baku)

Bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari pada produk jadi dan biaya bahan baku adalah harga pokok bahan

baku tersebut yang diolah didalam proses produksi. Bahan baku didalam perusahaan kertas adalah merang atau kayu dan *wood pulp*, bahan baku perusahaan percetakan adalah kertas dan bahan baku perusahaan textile adalah kapas.

b. Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang jasanya dapat diperhitungkan langsung dalam pembuatan produk tertentu. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang dapat diidentifikasi secara langsung terhadap produk tertentu.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tak langsung dan biaya-biaya produksi tak langsung lainnya. Untuk membedakan apakah suatu bahan merupakan bahan baku atau bahan penolong dapat ditinjau dari nilai relatifnya. Biaya bahan penolong biasanya merupakan bagian kecil bila dibandingkan dengan total harga pokok produk. Bahan baku perusahaan mori adalah kapas, sedangkan bahan penolong adalah tapioca dan obat pemutih. Bahan penolong perusahaan kertas berupa caustic, soda, kaporit, tapioca, dan bahan kimia lainnya serta bahan pewarna.

Untuk keperluan pengendalian biaya produksi dan penentuan harga pokok produk secara teliti, departemen-departemen yang berhubungan

dengan pengelolaan bahan baku menjadi produk jadi yaitu departemen produksi yaitu departemen yang kegiatannya mengolah bahan baku menjadi produk jadi atau departemen yang melaksanakan kegiatan pengerjaan suatu bagian daripada produk yang diolah dan departemen pembantu, yaitu departemen yang tidak secara langsung ikut serta dalam produksi dan hanya memberikan jasa tertentu untuk dinikmati oleh departemen-departemen lain (baik oleh departemen produksi maupun departemen pembantu sendiri).

Dalam hubungannya dengan departemen, biaya biaya dibagi menjadi dua golongan yaitu biaya langsung departemen dan biaya tak langsung departemen. Biaya langsung departemen (*direct departmental expenses*) adalah biaya yang terjadi atau yang dapat langsung dibebankan pada departemen tertentu. Sebagai contoh upah karyawan departemen pulp dan biaya penyusutan mesin departemen pulp merupakan biaya langsung departemen bagi departemen pulp. Biaya tak langsung departemen adalah biaya-biaya yang dinikmati oleh lebih dari satu departemen. Sebagai contoh adalah biaya penyusutan, biaya asuransi, dan biaya pemeliharaan gedung pabrik merupakan biaya tak langsung departemen bagi departemen pulp, kertas dan departemen penyempurnaan apabila ketiga departemen tersebut berada dibawah satu atap gedung.

3. Klasifikasi Biaya Sesuai Dengan Tingkah Lakunya Terhadap Perubahan Volume Kegiatan

Untuk keperluan pengendalian biaya dan pengambilan keputusan, biaya dapat digolongkan sesuai dengan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan volume kegiatan, yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel.

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap constant, tidak terpengaruh adanya perubahan volume kegiatan dalam batas-batas tertentu. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

4. Klasifikasi Biaya atas Dasar Waktu

Perhitungan laba atau rugi suatu perusahaan dilakukan dengan cara mempertemukan penghasilan yang diperoleh dalam suatu periode akuntansi tertentu, dengan biaya-biaya yang terjadi di dalam periode yang sama. Oleh karena itu agar supaya perhitungan laba atau rugi dan penentuan harga pokok produk dapat dilakukan secara teliti, maka biaya-biaya digolongkan dalam hubungannya dengan pembebanannya ke dalam periode akuntansi tertentu. Atas dasar waktu, biaya dapat dibagi menjadi dua golongan sebagai berikut :

a. Pengeluaran Modal

Pengeluaran modal adalah biaya-biaya yang dinikmati oleh lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal tidak seluruhnya dibebankan didalam periode akuntansi dimana pengeluaran tersebut terjadi, tetapi dibagikan kepada periode-periode yang menikmati mamfaat pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran modal tersebut dicatat sebagai harga pokok aset, dan pembebanannya kepada periode akuntansi yang menikmatinnya, dilakukan dengan cara mengalokasikan sebagian harga pokok aset tersebut sebagai depresiasi atau amortisasi.

b. Pengeluaran Penghasilan

Pengeluaran penghasilan adalah biaya-biaya yang hanya bermamfaat didalam periode akuntansi dimana biaya tersebut terjadi. Pada saat terjadinya pengeluaran penghasilan tersebut dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan penghasilan yang diperoleh didalam periode akuntansi dimana biaya tersebut terjadi. Contoh dari pengeluaran penghasilan adalah biaya pemeliharaan mesin, biaya telepon, biaya komisi penjualan.

Untuk membedakan apakah suatu biaya tergolong dalam pengeluaran modal atau pengeluaran penghasilan ada tiga faktor yang harus dipertimbangkan yaitu manfaat, jumlahnya, pertimbangan (*judgment*) manajemen, apabila suatu biaya diperkirakan mempunyai mamfaat lebih dari satu periode akuntansi, maka biaya tersebut

merupakan pengeluaran modal. Tetapi disamping manfaat, harus mempertimbangkan pula jumlah biaya tersebut. Meskipun penggantian sekerup mesin, dan lampu neon pabrik mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi, tetapi karena jumlahnya relative kecil, maka biaya tersebut bukan merupakan pengeluaran modal tetapi sebagai pengeluaran penghasilan.

Apabila ditinjau dari manfaat dan jumlahnya terdapat kesulitan didalam menggolongkan biaya kedalam suatu golongan tersebut, maka biasanya pertimbangan manajemen yang menentukan apakah suatu biaya termasuk dalam pengeluaran modal atau pengeluaran penghasilan.

B. Pengertian Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) dan Unsur-Unsur Biaya

Analisis biaya volume laba (*cost volume profit analysis*) merupakan alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan karena analisis ini menekankan pada keterkaitan antara biaya, volume penjualan, dan harga. Analisis biaya volume laba juga menjadi alat yang rasional untuk mengetahui masalah ekonomi yang dihadapi perusahaan dan membantu menemukan rencana yang diperlukan.

Analisis biaya volume laba merupakan instrument perencanaan dan pengendalian yang mengarah kepada biaya aktivitas seperti unit penjualan yang di asumsikan berkorelasi dengan perubahan-perubahan pendapatan,

biaya dan laba. Untuk mengetahui pengertian analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) dikemukakan beberapa pendapat ahli sebagai berikut :

Menurut Mulyadi (2010:78), analisis *cost volume profit* (cvp) merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek.

Menurut Blocher/Chen/Cokins/Lin (2009:387) yaitu analisis *cost volume profit* (cvp) merupakan metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan keputusan pemasaran mempengaruhi laba bersih, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antar biaya variabel, biaya tetap harga jual perunit dan tingkat output.

Menurut Garrison (2008:36), definisi dari analisis *cost volume profit* (cvp) adalah salah satu dari beberapa alat yang sangat berguna bagi manajer dalam memberikan perintah. Alat ini membantu mereka memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume, dan laba dalam organisasi dengan memfokuskan pada interaksi antar lima elemen : harga pokok, volume atau tingkat aktivitas, biaya variabel per unit, total biaya tetap, bauran produk dijual.

Berdasarkan definisi tentang pengertian analisis biaya volume laba diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa analisis *cost volume profit* (cvp) adalah suatu metode analisis yang sangat berguna untuk manajer dalam mengambil keputusan operasi dan keputusan pemasaran yang berhubungan antara harga jual, volume penjualan, biaya, beban dan laba.

Adapun unsur-unsur biaya dalam analisis *cost volume profit* sebagai berikut :

1. Biaya Tetap

Pengertian biaya tetap yang dikemukakan oleh ahli sebagai berikut :

Menurut L. M. Samryn (2012:47): biaya tetap (*fixed cost*) adalah suatu biaya yang konstan dalam total tanpa mempertimbangkan perubahan-perubahan tingkat aktivitas dalam suatu kisaran relevan tertentu.

Kasmir (2013:339) menyatakan biaya tetap adalah biaya yang secara total tidak mengalami perubahan walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batasan waktu).

Berdasarkan pengertian biaya tetap diatas yang dikemukakan oleh ahli bahwa biaya tetap (*fixed cost*) adalah suatu biaya yang konstan dalam total tanpa mempertimbangkan perubahan-perubahan tingkat aktifitas dalam suatu kisaran *releven* tertentu. sedangkan biaya tetap per unit akan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Bila suatu biaya tetap dinyatakan menurut biaya per unit, maka biaya tersebut akan berubah secara terbalik dengan tingkat aktifitas. Biaya tetap selanjutnya dapat dikelompokkan sebagai *committed fixed cost* dan *discretionary fixed cost*.

Committed fixed cost meliputi biaya-biaya tetap yang berhubungan dengan investasi dalam fasilitas, peralatan, dan struktur dasar organisasi sebuah perusahaan. Biaya-biaya ini sulit ditelusuri hubungannya dengan volume *output*. Contoh biaya tetap menurut Matz Usry dalam: *cost accounting*, selain biaya pembeli mesin, mendirikan pabrik, gaji, pelaksana produksi, penyusutan, pajak kekayaan, biaya sewa, upah penjaga keamanan dan pemadam kebakaran, pemeliharaan dan perbaikan bangunan dan halaman, asuransi harta dan kewajiban perusahaan.

2. Biaya Variabel

Pengertian biaya variabel yang dikemukakan ahli sebagai berikut :

Menurut L. M. Samryn (2012:36) mengatakan bahwa biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlahnya berubah secara proporsional dengan perubahan tingkat aktivitas.

Menurut Kasmir (2013:339); mengatakan biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan.

Berdasarkan pengertian biaya variabel yang dikemukakan oleh ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya variabel merupakan biaya yang berubah-ubah sebanding dengan volume kegiatan atau *output*. Contohnya : biaya bahan baku, komisi penjualan, dan biaya tenaga kerja langsung

3. Biaya Semivariabel

Pengertian biaya semivariabel yang dikemukakan ahli sebagai berikut :

Menurut L. M. Samryn (2012:48): *Mixed Cost* atau *semivariable cost* adalah biaya yang di dalamnya terdiri dari elemen-elemen biaya tetap dan biaya variabel.

Menurut Garrison (2006:270): yaitu biaya semivariabel (*mixed cost*) adalah biaya yang terdiri atas elemen biaya variabel maupun biaya tetap. Semi variabel (*mixed cost*) merupakan biaya yang didalamnya terdiri dai 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.

Berdasarkan pengertian biaya semivariabel diatas yang dikemukakan oleh ahli bahwa biaya semi variabel yaitu biaya yang didalamnya terdiri dari elemen-elemen biaya tetap dan biaya variabel.

C. Analisis *Break Even Point* (BEP) dan Kegunaan

Pengertian *break even point* (bep) yang dikemukakan beberapa ahli sebagai berikut:

Menurut Mowen dan Hansen (2012:274) *Break Even Point* (BEP) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya atau titik dimana laba sama dengan nol.

Menurut Kasmir (2013:333) berpendapat bahwa analisis titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian.

Menurut Supriyono (2011:332) *Break even* atau impas atau pulang pokok adalah suatu keadaan perusahaan dimana jumlah total penghasilan besarnya sama dengan jumlah total biaya, atau suatu keadaan perusahaan dimana rugi-labanya sebesar nol, perusahaan tidak memperoleh laba tetapi juga tidak menderita rugi.

Berdasarkan pengertian *break even point* (bep) diatas yang dikemukakan oleh ahli, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa *break even point* (bep) adalah suatu titik total pendapatan dan total biaya sama yang tidak terdapat laba maupun rugi bersih. Analisis *Break Even Point* (BEP) yang menerangkan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan. Menurut Blocker, dkk (2010:510)

Break Even Point (BEP) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

1. *Break Even Point* (BEP) dalam penjualan (Q = penjualan dalam unit)

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

2. *Break Even Point* (BEP) dalam satuan rupiah

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

Dimana :

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = *Variabel Cost* (biaya variabel)

S = Sales Penjualan

Analisis *break even point* (bep) secara umum dapat memberikan informasi kepada manajer tentang pola hubungan biaya volume penjualan dan laba. Menurut Kasmir (2011:334) menyatakan kegunaan *break even point* (bep) adalah :

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual persatuan
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan tujuan yang diinginkan dan
6. Tujuan lainnya

D. Batas Keamanan (*Margin Of Safety*)

Pengertian *margin of safety* yang dikemukakan beberapa ahli sebagai berikut :

Menurut Amin Wijaja Tunggal (2014:553) Margin keamanan (*margin of safety*) merupakan total penjualan dikurangi penjualan pada titik impas yang dinyatakan dalam dolah atau persentase penjualan.

Menurut L. M. Samryn (2012:181) mengemukakan bahwa margin keamanan (*margin of safety*) adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan atau realisasi diatas titik impas.

Berdasarkan pengertian *margin of safety* yang dikemukakan oleh ahli, bahwa *margin of safety* adalah suatu penjualan dan titik impas yang menentukan kondisi perusahaan tidak dalam bahaya atau kondisi perusahaan dalam bahaya. Dalam mengevaluasi resiko dalam pengoperasian suatu usaha, para manajer dapat memakai beberapa indikator. Salah satu indikator paling penting adalah *margin* pengaman penjualan. *Margin* pengaman penjualan adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan atau volume penjualan impas. Dengan ini maka perusahaan dapat menentukan beberapa banyak penjualan boleh diturunkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Analisis *Margin of safety* (batas keamanan) yang menguraikan tentang perencanaan penjualan agar dapat menghindari resiko kerugian.

Menurut Darsono (2009:332) *margin of safety* dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\text{Margin of safety \%} = \frac{\text{Total penjualan aktual} - \text{Penjualan dititik impas}}{\text{Total penjualan aktual}}$$

E. Perencanaan Laba

Perencanaan merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Pada dasarnya perencanaan ini merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan sebagai alternative tindakan dan perumusan kebijakan. Dalam suatu manajemen perusahaan untuk mencapai laba yang diharapkan maka manajemen harus membuat rencana yang terperinci untuk dapat menilai suatu kinerja perusahaan. Perencanaan laba menetapkan target laba yang juga mempertimbangkan penjualan dan biaya yang diharapkan untuk tahun depan dan periode lebih lama. Analisis *cost volume profit* (cvp) dapat membantu manajer dalam perencanaan pendapatan guna menentukan tingkat penjualan yang dibutuhkan agar mencapai tingkat laba yang diharapkan. Untuk keputusan perencanaan biaya, manajer mengasumsikan jumlah penjualan dan laba yang diharapkan telah diketahui, tetapi ingin menemukan nilai biaya variabel atau biaya tetap yang dibutuhkan untuk mencapai laba yang diharapkan pada jumlah penjualan yang diasumsikan.

Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba sangat penting dalam perencanaan. Karena tujuan utama dari suatu rencana adalah laba yang memuaskan. Suatu anggaran adalah suatu rencana yang dinyatakan dalam istilah-istilah keuangan dan kuantitatif. Suatu rencana laba dari suatu perusahaan terdiri atas anggaran operasi dan laporan keuangan dianggarkan yang terperinci.

Anggaran berbeda dengan prediksi. Suatu rencana laba atau anggaran mencerminkan tingkat laba atau target yang diperkirakan yang berusaha untuk dicapai oleh manajemen. Di pihak lain, suatu prediksi adalah apa yang diprediksikan akan terjadi oleh organisasi tersebut. Misalnya, jika permintaan untuk suatu produk tertentu adalah suatu prediksi, maka anggaran penjualan yang merincikan pendapatan dan biaya dapat dibuat berdasarkan prediksi permintaan untuk produk tersebut.

Perencanaan laba yang baik adalah kekuatan-kekuatan eksternal yang mempengaruhi bisnis. Kekuatan-kekuatan tersebut meliputi perubahan dalam teknologi, tindakan pesaing ekonomi, demografi, selera serta pilihan pelanggan, perilaku sosial, serta faktor-faktor politik.

perencanaan laba merupakan suatu rencana manajer perusahaan untuk mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan dalam memproyeksikan laba yang ingin dicapai dimasa akan datang dengan berdasarkan pada pencapaian laba di periode sebelumnya. Pencapaian target laba yang direncanakan manajer dapat dilakukan dengan peningkatan volume penjualan. Untuk mengetahui volume penjualan produk maka dapat dilakukan perhitungan penjualan (Q) sebagai berikut :

$$Q = \frac{FC + \pi}{S - VC}$$

Keterangan :

Q = Penjualan

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

π = Laba

VC = *Variabel Cost* (Biaya Variabel)

S = Sales Penjualan

Adapun manfaat perencanaan laba sebagai berikut :

- a. Perencanaan laba menyediakan pengarahan kesemua tingkatan manajemen. Hal itu membantu megembangkan kesadaran akan laba diseluruh lapisan organisasi dan merangsang kesadaran akan biaya serta efesiensi biaya.
- b. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal tersebut memberikan suatu cara untuk menyesuaikan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita. Anggaran membuat identifikasi dan eleminasi dari halangan serta ketidakseimbangan menjadi mungkin., sebelum kedua hal itu terjadi serta untuk menyalurkan usaha-usaha ke aktifitas-aktifitas yang paling menguntungkan.
- c. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen. Keahlian dan pengetahuan dari semua manajer dibutuhkan untuk mengembangkan rencana yang paling efektif. Partisipasi dari semua tingkatan mengeluarkan ide-ide dan menyediakan suatu cara untuk mengkomunikasikan tujuan serta untuk memperoleh dukungan atas rencana akhir. Manajer yang berpartisipasi belajar mengenai apa yang dharapkan yaitu mereka mengembangkan komitmen terhadap cita-cita dimana mereka turut berpartisipasi dalam penetapannya.

- d. Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu. Hal ini memicu manajer untuk merencanakan dan kinerja secara efektif dan efisien.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun /Universitas	Judul Skripsi	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sheila F. Duyo/ 2013/ Universitas Sam Ratulangi	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> Untuk Perencanaan Laba Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado	Metode Deskriptif	Hotel Peninsula Manado mempunyai tingkat batas aman untuk menurunkan penjualan sebesar 27,68% untuk tahun 2010, 29,10% tahun 2011 dan 38,33% tahun 2012 dari yang telah dianggarkan.
2	Atika Velawiten, Ventje Ilat/ 2014/ Universitas Sam Ratulangi	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> Untuk Perencanaan Laba Pada UD Glady Bakery	Metode Deskriptif Kuantitatif	Pada UD. Glady Bakery ada beberapa bulan yang hampir mengalami kerugian karena biaya variabel dan biaya tetap yang meningkat tidak seimbang dengan penjualan produk.

3	Jeriko Falentino Koraag, Ventje Ilat/ 2016/Universi tas Sam Ratulangi	Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i> Untuk Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu Ibu Siti	Metode Deskriptif	Berdasarkan perhitungan <i>break even point</i> bahwa titik impas yang direncanakan pada tahun 2015 Rp 90.693.514 dengan penjualan sebanyak 226.753 tahu.
4	Hilman/2013/ Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> Pada Hotel Royal Victoria Sangatta	Metode Analisis Kualitatif	BEP Hotel Royal Victoria pada tahun 2010 sebesar Rp 733.736.186, tahun 2011 sebesar Rp 8.954 767.021, tahun 2012 sebesar Rp 8.326.026.681 dan mengalami penurunan laba tahun 2011 Rp 402.608.003 dari Rp 2.005.366.534 pada tahun 2010 menjadi Rp 1.602.758.5332 tahun 2011
5	Vincensia Jelita Sakti/ 2012/ Universitas Negeri Surabaya	Penerapan analisis <i>Cost Volume Profit</i> Dalam Perencanaan Laba (Study Kasus Pada UD Rejo Mulyo Surabaya)	Metode Analisis Kuantitatif	UD Rejo Mulyo belum memiliki standar dalam melakukan analisis biaya dengan membandingkan biaya yang dikeluarkan pada tahun berjalan dengan biaya tahun sebelumnya.

6	Elizabeth Esternorlita Worotijan, Hendrik Manossoh/2016/ Universitas Sam Ratulangi	Analisis <i>Cost-Volume-Profit</i> Untuk Perencanaan Laba Pada UD Gunung Emas Manado	Metode Deskriptif	Analisis <i>cost-volume-profit</i> tahun 2014-2015 UD Gunung Emas Manado mengalami penurunan laba (namun belum menderita kerugian) dikarenakan volume penjualan berkurang sementara biaya tetap naik.
7	Saparida Satriani, Marheni, Lona Miranda/2015/ STIE-IBEK Bangka Belitung	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada CV. Mentari Dempo Indah Pangkalpinang	Metode Analisis Kuantitatif	Produksi produk air minum dalam kemasan dalon CV. Mentari Dempo Indah terbukti sangat produktif dan memberikan kontribusi laba yang cukup besar.

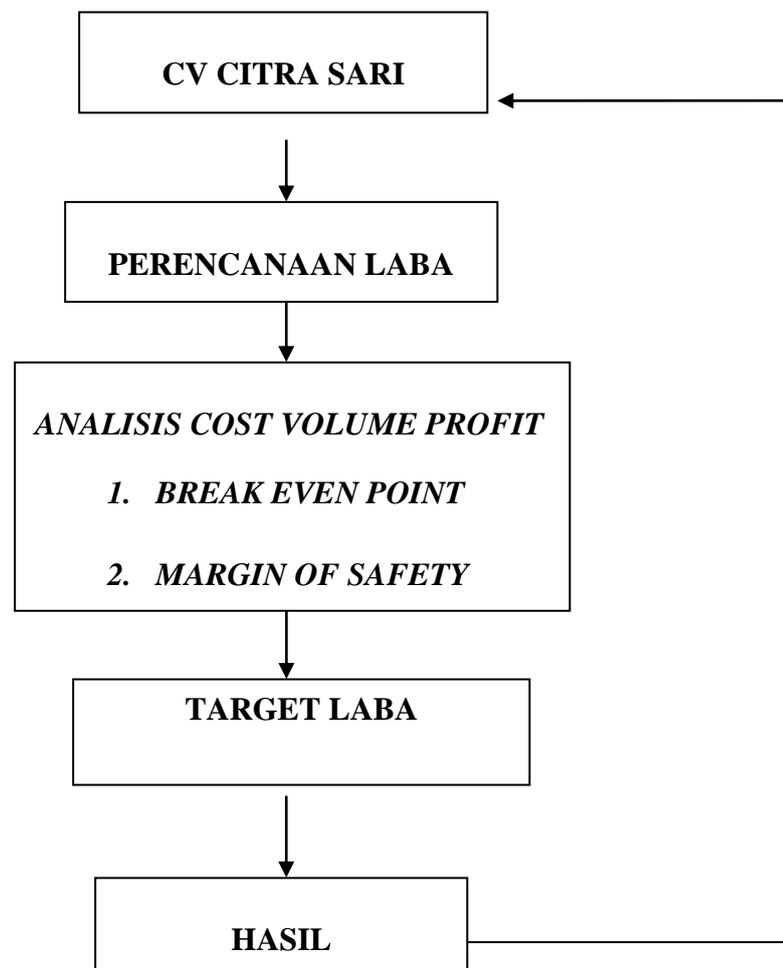
G. Kerangka Pikir

Cost Volume Profit (CVP) merupakan salah satu alat bantu dalam perencanaan laba untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai guna memperoleh tingkat laba yang diinginkan. Analisis *cost volume profit* (cvp) merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba, untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba. Dalam analisis *cost volume profit* (cvp), ada metode analisis

untuk perencanaan laba yaitu: analisis *break even point* (bep) dan batas keamanan (*margin of safety*). Analisis *break even point* (bep) dimaksudkan untuk mengetahui rupiah dan penjualan impas atau pada tingkat penjualan perusahaan tidak mendapat laba atau rugi sedangkan batas keamanan (*margin of safety*) digunakan untuk mengetahui posisi aman penjualan perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk persen.

Adapun skema kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

SKEMA KERANGKA PIKIR



Gambar 2.1
Skema Kerangka Pikir

H. Hipotesis

Berdasarkan dengan kerangka pikir diatas, dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

Diduga bahwa dengan menggunakan analisis *cost volume profit* (cvp) dapat menunjang dalam memberikan informasi pada perusahaan untuk merencanakan laba yang optimal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di perusahaan CV Citra Sari yang terletak di jln. Manuruki II . Sebagai tempat penelitian untuk mendapatkan berbagai data yang akurat tentang biaya-biaya dan volume penjualan yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Penelitian ini diperkirakan dalam jangka waktu dua bulan, mulai bulan Mei sampai bulan Juni tahun 2017.

B. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akan dilakukan penulis untuk mendapatkan data yang digunakan dalam penulisan ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Metode Lapangan

Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan CV Citra Sari untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan sebagai berikut :

- a. Dokumentasi yaitu melakukan penghimpunan atas data-data yang mengenai laporan laba rugi untuk mendukung penelitian ini. Misalnya data biaya, volume penjualan yang relevan dengan penelitian ini

- b. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab kepada karyawan dan pemilik perusahaan CV Citra Sari untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.
 - c. Pengamatan yaitu pengumpulan data dengan mengamati pencatatan sistematis pada obyek yang diteliti yaitu CV Citra Sari. Pengamatan ini dilakukan untuk melengkapi data yang diperlukan dan sebagai bahan informasi pada penelitian ini.
2. Metode Kepustakaan

Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mempelajari literature-literatur, mengumpulkan dokumen dan catatan penting organisasi yang relevan berhubungan dengan penelitian ini, untuk digunakan sebagai landasan teori dalam membantu membahas masalah penelitian.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis terhadap biaya tetap, biaya variabel dengan menggunakan pendekatan *Total Cost* berdasarkan rupiah. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Kualitatif

Data yang diperoleh secara langsung dalam bentuk informasi dari perusahaan. Data tersebut mengenai sejarah, struktur organisasi dan perlakuan akuntansi perusahaan.

b. Data Kuantitatif

Data yang diperoleh secara langsung dalam bentuk angka-angka dari perusahaan. Data tersebut mengenai biaya-biaya dan volume penjualan di perusahaan.

2. Sumber Data

- a. Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari perusahaan serta wawancara langsung dengan karyawan perusahaan yang dianggap berkaitan dengan penelitian ini.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui kajian-kajian literatur, dokumentasi, artikel dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Definisi Operasional

1. Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan dan melibatkan kegiatan seperti penetapan tujuan dan target laba yang realistis serta cara untuk mencapainya.

2. Analisis *Cost Volume Profit (CVP)*

Analisis biaya volume laba merupakan instrument perencanaan dan pengendalian yang mengarah kepada biaya aktivitas seperti unit penjualan yang diasumsikan berkorelasi dengan perubahan-perubahan pendapatan, biaya dan laba.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis dan menggambarkan suatu data hasil penelitian sehingga dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.

1. Analisa BEP (*Break Even Point*) yang menerangkan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan. Menurut Blocker, dkk (2010:510) *break even point* (bep) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

- a. *Break Even Point* (BEP) dalam penjualan (Q = penjualan dalam unit)

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

- b. *Break Even Point* (BEP) dalam satuan rupiah

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

Dimana :

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = *Variabel Cost* (biaya variabel)

S = Sales Penjualan

2. Pencapaian Target Laba

Pencapaian target laba dapat dilakukan manajer dengan meningkatkan volume penjualan produk maka dapat dilakukan perhitungan penjualan (Q) sebagai berikut :

$$Q = \frac{FC + \pi}{S - VC}$$

Keterangan :

Q = Penjualan

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

π = Laba

VC = *Variabel Cost* (Biaya Variabel)

S = Sales Penjualan

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan CV Citra Sari

CV Citra Sari adalah suatu usaha yang bergerak di bidang usaha industri minuman markisa. Di dirikan di Makassar dan telah memperoleh aspek legalitas berupa Surat Izin Tempat Usaha (SITU), Surat Izin Usaha Perdagangan, Tanda Daftar Perusahaan, dan Tanda Daftar Industri (TDI).

Sebelum mendirikan CV Citra Sari, H. Muhammad Siri selaku pimpinan perusahaan sebelumnya berusaha sebagai pedagang barang pecah belah seperti kebutuhan rumah tangga di pasar Sentral Makassar dan pasar Daya Makassar sekitar tahun 1968 sampai 1994. Namun penjualan barang pecah belah tidak bertahan dan mengalami kerugian setelah pasar Daya terbakar disusul terjadinya krisis ekonomi yang membuat daya beli masyarakat menurun dan akhirnya banyak usaha ditutup.

Selanjutnya kami mencoba membuka usaha pembuatan minuman markisa pada tahun 1996 skala kecil yang sebelumnya kami pelajari dari suatu kegiatan penyuluhan dari instansi pemerintahan.

Dalam mengembangkan produk, organisasi dan manajemen perusahaan lebih mendahulukan permintaan pasar dan melihat perkembangan zaman sesuai visi dan misi perusahaan yang terus mengembangkan produk yang dihasilkan yang

awalnya tahun 2000 baru menghasilkan sirup dan tahun 2011 sudah mengembangkan dodol markisa.

Awalnya perusahaan membeli bahan baku dipasar, tetapi sekarang ini sudah mengadakan kerja sama dengan kelompok tani, sehingga bahan baku markisa selalu tersedia, begitupun dengan pecucian botol dan packing berupa keranjang telah melatih masyarakat sehingga penyerapan tenaga diharapkan mengurangi tingkat pengangguran dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, utamanya sekitar perusahaan dan petani di desa Cikoro Kecamatan Tompobulu Kabupaten Gowa, sebagai mana diketahui kebutuhan akan buah markisa meningkat terus.

Perusahaan mempunyai harapan bahwa pengembangan IKM markisa dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, mengelola potensi unggulan local secara optimal, mengurangi pengangguran dan meningkatkan semangat para pelaku kecil dan menengah yang sejenis, olehnya kami selalu berusaha untuk mencoba membuat terobosan baru, baik dari segi produksi dengan pembuatan dodol markisa yang masih berbahan dari buah markisa, dan sekarang ini merencanakan pembuatan minuman markisa siap minum dan selei markisa.

Tahun 1997 perusahaan kami sudah memiliki izin Depkes (sp.396/20.01/96) dan pada tahun 1998 mengalami perkembangan pesat sehingga memutuskan untuk mendirikan tempat produksi berukuran 10 x 10 meter dan saat ini telah berubah menjadi pabrik yang cukup presentatif untuk mengolah markisa.

Sejak tahun 2003 dimulailah memproduksi sirup markisa secara mekanis untuk memenuhi permintaan yang cukup banyak dan pada tahun 2007 sampai 2008 kami mendapat bantuan mesin-mesin dari Dinas Perindag Provinsi Sulawesi Selatan dan Perindag kota Makassar, di samping itu ada mesin-mesin yang kami rancang sendiri dan bantuan mesin dari pemerintah kami rekayasa kembali sehingga mesin tersebut bisa efektif beroperasi. Tahun 2001 sudah didaftarkan dibalai POM untuk mendapatkan sertifikat MD.

Adapun beberapa alasan yang menjadi dasar pertimbangan sehingga perusahaan memutuskan berusaha mengolah markisa mejadi minuman yang khas sebagai berikut :

1. Markisa hanya terdapat didua tempat yaitu Brastagi dan Malino
2. Bahan baku banyak terdapat di Malino dan di Cikoro Kecamatan Tompobulu Kabupaten Gowa
3. Mendapat dukungan dari Fakultas Farmasi dan bisa dapatkan formula dari balai POM Makassar
4. Modal yang diperlukan tidak banyak karena jika produk laku maka biasa membeli bahan baku lagi

B. Struktur Organisasi Perusahaan CV Citra Sari

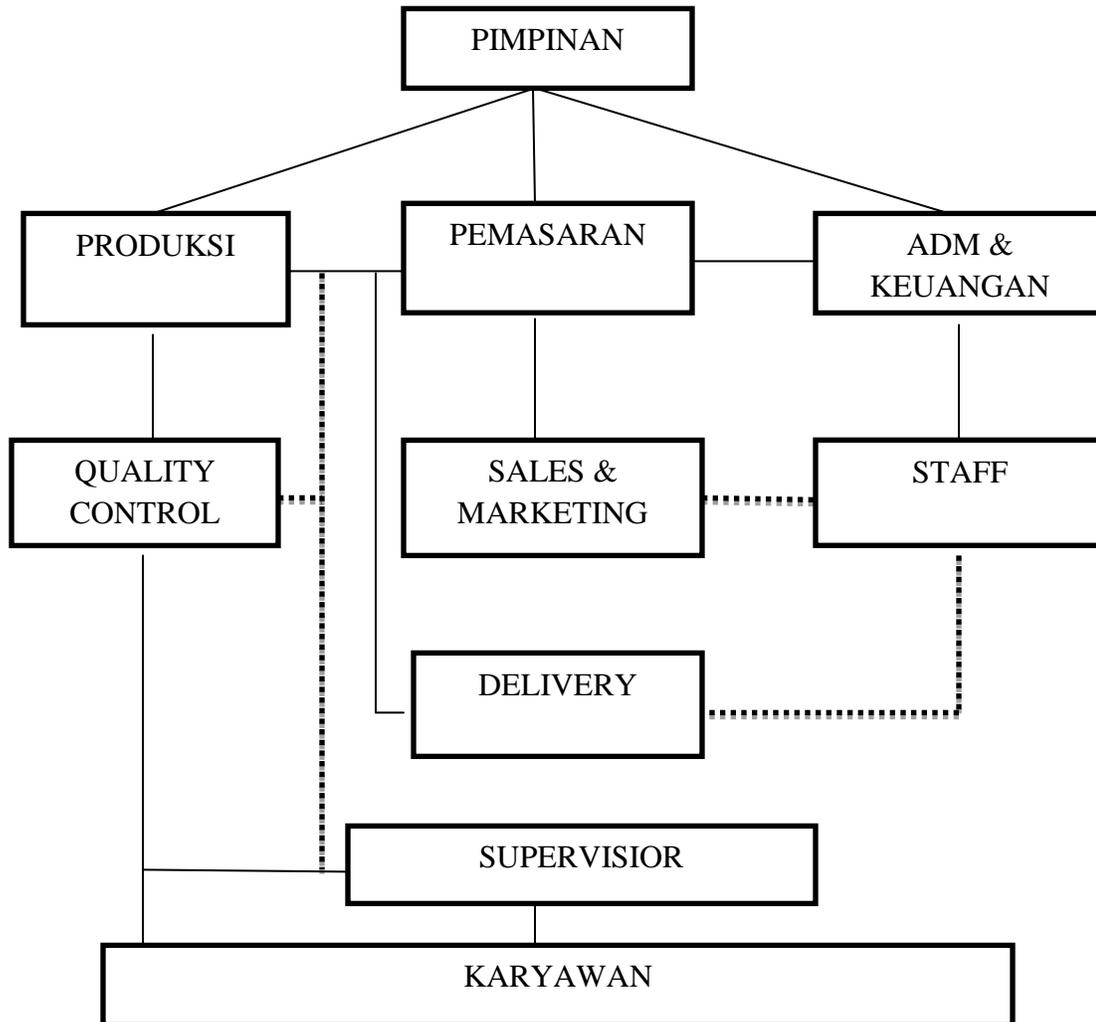
Suatu usaha untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk mengetahui batas dan wewenang pertanggungjawaban semua karyawan yang ada didalam perusahaan. Pada suatu organisasi perusahaan yang terdapat

wewenang dan tanggung jawab semua karyawan yang ada didalam organisasi mempunyai kerjsa sama.

CV Citra Sari dalam pengoperasian usahanya memiliki struktur organisasi merupakan serangkaian aktivitas yang menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan yang menunjukkan hubungan seluruh pekerjaan atau jabatan di dalam perusahaan menjadi efektif dan efesien. Bentuk struktur organisasi CV Citra Sari Makassar adalah organisasi lini merupakan hubungan wewenang dan tanggung jawab langsung secara vertikal yang berkaitan dengan tugas jabatan manajer sampai karyawan.

CV Citra Sari mempunyai karakteristik bentuk organisasi di dalamnya terdapat pembagian tugas , wewenang, dan tanggung jawab yang di delegasikan kepada anggotanya serta mempersiapkan kegiatan-kegiatan tersebut untuk dapat menjalankan rencana yang telah di tetapkan agar tujuan dapat di capai.

Adapun struktur organisasi CV Citra Sari Makassar sebagai berikut :



Gambar 4.1
Struktur Organisasi CV. Citra Sari

C. Uraian Tugas Dalam Organisasi

Adapun uraian tugas dalam organisasi sebagai berikut :

1. Pimpinan
 - a. Menetapkan target dari penjualan pertahun
 - b. Menetapkan garis-garis kebijakan dan menetapkan tujuan perusahaan

2. Pemasaran

- a. Merencanakan, mengontrol, dan mengkoordinir proses penjualan dan pemasaran untuk mencapai target penjualan dan mengembangkan pasar secara efektif dan efisien
- b. Menganalisis dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan layanan terhadap pelanggan

3. Produksi

- a. Mengatur waktu pekerjaan agar sesuai dengan waktu pengiriman
- b. Memberikan harga produksi untuk kepentingan marketing dalam membuat harga jual

4. Adm dan Keuangan

- a. Melakukan analisis terhadap laporan keuangan perusahaan
- b. Melaksanakan pengendalian dan pengawasan pada bidang administrasi dan keuangan sesuai dengan target yang ditentukan

5. Sales dan Marketing

- a. Melakukan pemasaran produk terhadap konsumen
- b. Melakukan pencatatan pemesanan konsumen

6. Quality Control

- a. Memeriksa barang secara detail
- b. Memberikan intruksi untuk mengulang kembali pekerjaan karena belum sesuai dengan standar kualitas perusahaan

7. Staff
 - a. Melaksanakan pembuatan nota penjualan
 - b. Melaksanakan pencatatan penggajian karyawan
8. Delivery
 - a. Mengantar barang atau produk ke konsumen
 - b. Mengantar barang atau produk ke toko
9. Supervisor

Melakukan pengawasan dalam perusahaan
10. Karyawan
 - a. Melakukan pengisian produk markisa
 - b. Melakukan pelabelan produk markisa
 - c. Melakukan packing produk markisa

D. Visi dan Misi CV Citra Sari Makassar

1. Visi
 - a. Menghasilkan produk olahan markisa yang berkualitas
 - b. Diversifikasi produk antara lain dodol markisa, selai markisa dan markisa bubuk
 - c. Membuka lapangan kerja seluas-luasnya
2. Misi
 - a. Mengoptimalkan sumber daya manusia agar mampu menghasilkan mesin produksi

- b. Mengoptimalkan peran petani untuk menghasilkan buah markisa berkualitas
- c. Melakukan penelitian atau eksperimen agar biasa menghasilkan produk-produk dari olahan buah markisa

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Volume Produksi dan Penjualan Pada CV. Citra Sari

Penjualan merupakan transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih dengan bertukar barang atau jasa yang diperjual belikan serta menggunakan alat transaksi yang sah. Perusahaan CV. Citra Sari adalah suatu perusahaan manufaktur yang mengolah bahan baku untuk memproduksi suatu produk yaitu produk Sari Buah Markisa. Bahan baku yang diolah dalam memproduksi produk Sari Buah Markisa yaitu buah Markisa. Buah Markisa yang telah diolah dalam bentuk adonan yang kemudian diolah untuk menjadi produk Sari Buah Markisa.

Produk Sari Buah Markisa yang diproduksi dan penjualan yang dilakukan perusahaan CV. Citra Sari selama tahun 2016 adalah sebagai berikut :

Tabel 5.1
Volume Produksi dan Penjualan Tahun 2016

Produksi (Unit)	Penjualan Perbulan	Penjualan Pertahun
38.248	Rp 91.975.500,00	Rp 1.103.706.000,00

Sumber : CV. Citra Sari 2016

B. Klasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel Pada CV. Citra Sari

Biaya adalah suatu pengeluaran yang dapat mengurangi kas dan harta lainnya untuk mencapai tujuan perusahaan yang berhubungan dengan barang atau jasa untuk saat ini atau masa akan datang. Biaya bertujuan menyajikan informasi biaya yang dibutuhkan oleh manajemen perusahaan CV. Citra Sari sehingga dapat mengelola perusahaan secara efektif dan efisien. Pada perusahaan CV. Citra Sari terdapat pencatatan dan penggolongan biaya yang harus selalu diperhatikan oleh manajemen untuk sebagai informasi biaya produksi produk Sari Buah Markisa pada tahun 2016 adalah sebagai berikut :

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah suatu biaya yang konstan dalam total tanpa mempertimbangkan perubahan-perubahan tingkat aktifitas dalam suatu kisaran *relevan* tertentu. Pada perusahaan CV. Citra Sari terdapat biaya tenaga kerja dalam memproduksi produk Sari Buah Markisa pada tahun 2016. Perusahaan CV. Citra Sari merupakan perusahaan yang menggunakan mesin pabrik yang dilakukan secara kreatif dan inovatif dalam melakukan produksi Sari Buah Markisa. Adapun biaya tetap yang terdapat pada perusahaan CV. Citra Sari dalam memproduksi produk Sari Buah Markisa selama tahun 2016 adalah sebagai berikut :

Tabel 5.2
Biaya Tetap CV. Citra Sari Tahun 2016

Biaya	Tahun 2016
Biaya Tenaga Kerja	Rp 42.000.000,00
Total Biaya Tetap	Rp 42.000.000,00

Sumber : CV. Citra Sari 2016

2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah sehubungan dengan volume kegiatan atau produksi. Biaya yang terjadi diklasifikasikan sebagai biaya atas dasar fungsi-fungsi pokok dalam perusahaan yang digolongkan pada biaya produksi Sari Buah Markisa. Pada perusahaan CV. Citra Sari dalam melakukan pengolahan bahan baku menjadi produk Sari Buah Markisa menghasilkan berbagai biaya yang digolongkan sebagai biaya variabel selama tahun 2016 sebagai berikut :

- a. Biaya Bahan Baku dan Biaya Angkut merupakan biaya utama yang harus disediakan manajer perusahaan untuk memproduksi suatu produk pada perusahaan tersebut. Perusahaan CV. Citra Sari melakukan kerja sama dengan petani di Kabupaten Gowa untuk menyediakan bahan baku yaitu buah Markisa yang kemudian diolah dalam pabrik untuk menjadi produk Sari Buah Markisa dengan biaya bahan baku pada tahun 2016 sebesar Rp 270.000.000,00. Biaya bahan baku yang disediakan petani melalui proses pengangkutan buah

Markisa untuk sampai pada perusahaan CV. Citra Sari dengan biaya angkut selama tahun 2016 adalah sebesar Rp 45.228.000,00.

- b. Biaya Buah Menjadi Sari merupakan suatu proses dalam mengolah bahan baku berupa buah markisa dengan mengolah buah Markisa menjadi sari. Sari buah Markisa kemudian disimpan dalam bentuk adonan sebelum diproduksi menjadi Sari Buah Markisa dengan menggunakan biaya buah menjadi sari pada tahun 2016 sebesar Rp 7.200.000,00
- c. Biaya Listrik dan Air merupakan biaya yang digunakan dalam memproduksi atau mengolah buah Markisa untuk menjadi produk Sari Buah Markisa. Biaya listrik yang digunakan dalam memproduksi Sari Buah Markisa pada tahun 2016 sebesar Rp 7.800.000,00, sedangkan biaya air yang digunakan pada tahun 2016 sebesar Rp 4.200.000,00.
- d. Biaya Gula, Pengental (CMC), Pengawet (Natrium Benzoat), Aroma Markisa, Pewarna Makanan merupakan biaya-biaya yang digunakan pada aktivitas pencampuran dalam memproduksi Produk Sari Buah Markisa pada perusahaan CV. Citra Sari. Pada aktivitas pencampuran, jumlah biaya-biaya yang digunakan pada tahun 2016 yaitu biaya gula sebesar Rp 146.250.000,00, biaya pengental (cmc) Rp 18.720.000,00, biaya pengawet (natrium benzoat) Rp 3.888.000,00, biaya aroma markisa Rp 4.320.000,00, dan biaya pewarna makanan Rp 1.080.000,00

- e. Biaya Botol dan Tutup Botol merupakan bahan yang disediakan manajer perusahaan CV. Citra Sari setelah selesai aktivitas pencampuran adonan untuk kemasan produk Sari Buah Markisa. Produk yang dalam bentuk kemasan pada tahun 2016 dengan biaya botol sebesar Rp 59.000.000,00 dan biaya tutup botol sebesar Rp 24.060.000,00.
- f. Biaya Segel dan Label merupakan suatu proses segel dan label produk Sari Buah Markisa yang sudah diolah dalam kemasan botol sebagai bentuk kualitas produk dengan biaya pada tahun 2016 yaitu biaya segel sebesar Rp 21.732.000,00 dan biaya label Rp 25.200.000,00
- g. Biaya Dos dan Keranjang merupakan desain produk Sari Buah Markisa yang terdiri atas nama produk Sari Buah Markisa Karaeng, informasi nilai gizi, saran penyajian, komposisi dan sebagainya. Biaya dos dan biaya keranjang yang digunakan untuk produk Sari Buah Markisa dengan biaya pada tahun 2016 yaitu biaya dos sebesar RP 93.882.000,00 dan biaya keranjang Rp 64.228.000,00.
- h. Biaya Pemeliharaan Mesin Pemotong, Mesin Pengeruk, Mesin Pemisah Biji Menjadi Sari, Mesin Pencampuran, Mesin Pengisian, dan Mesin Shrink merupakan biaya yang digunakan apabila terjadi kerusakan pada mesin dalam aktivitas produksi Sari Buah Markisa pada tahun 2016 yaitu biaya pemeliharaan mesin pemotong Rp 12.000,00, biaya pemeliharaan mesin pengeruk Rp 15.000.000,00,

biaya pemeliharaan mesin pemisah biji menjadi sari Rp 13.200.000,00, biaya pemeliharaan mesin pencampuran Rp 15.600.000,00, biaya pemeliharaan mesin pengisian Rp 13.800.000,00, dan biaya pemeliharaan mesin shrink Rp 12.000.000,00.

Perusahaan CV. Citra Sari melakukan pencatatan biaya dalam setiap melakukan proses produksi Sari Buah Markisa. Adapun biaya variabel yang terdapat pada perusahaan CV. Citra Sari setelah dijelaskan diatas dalam memproduksi produk Sari Buah Markisa pada tahun 2016 adalah sebagai berikut :

Table 5.3
Biaya Variabel CV. Citra Sari Tahun 2016

No	Biaya-Biaya	Tahun 2016
1	Biaya Bahan Baku	Rp 270.000.000,00
2	Biaya Air	Rp 4.200.000,00
3	Biaya Listrik	Rp 7.800.000,00
4	Biaya Buah Menjadi Sari	Rp 7.200.000,00
5	Biaya Pengental (CMC)	Rp 18.720.000,00
6	Biaya Pengawet (Natrium Benzoat)	Rp 3.888.000,00
7	Biaya Pewarna Makanan	Rp 1.080.000,00
8	Biaya Angkut	Rp 45.228.000,00
9	Biaya Tutup Botol	Rp 24.060.000,00
10	Biaya Aroma Markisa	Rp 4.320.000,00

11	Biaya Botol	Rp 59.000.000,00
12	Biaya Segel	Rp 21.732.000,00
13	Biaya Label	Rp 25.200.000,00
14	Biaya Dos	Rp 93.882.000,00
15	Biaya Gula	Rp 146.250.000,00
16	Biaya Keranjang	Rp 64.228.000,00
17	Biaya Pemeliharaan Mesin Pemotong	Rp 12.000,00
18	Biaya Pemeliharaan Mesin Pengeruk	Rp 15.000.000,00
19	Biaya Pemeliharaan Mesin Pemisah Biji Menjadi Sari	Rp 13.200.000,00
20	Biaya Pemeliharaan Mesin Pengisian	Rp 13.800.000,00
21	Biaya Pemeliharaan Mesin Shrink	Rp 12.000.000,00
22	Biaya Pemeliharaan Mesin Pencampuran	Rp 15.600.000,00
Total Biaya Variabel		Rp 866.400.000,00

Sumber : CV. Citra Sari 2016

C. Anggaran dan Target Laba CV. Citra Sari

Anggaran merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis dalam bentuk angka yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan untuk jangka waktu tertentu dimasa akan datang. Perusahaan CV. Citra Sari menyediakan anggaran

produksi sesuai dengan anggaran pada tahun 2016 terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Perencanaan target laba untuk tahun 2017 merupakan segmen manajemen dalam meningkatkan persaingan dalam memproduksi dan penjualan produk di Makassar.

Perusahaan CV. Citra Sari dalam melakukan produksi Sari Buah Markisa menyediakan anggaran untuk memenuhi biaya-biaya yang digunakan yakni biaya tetap dan biaya variabel. Manajemen perusahaan CV. Citra Sari dalam melakukan produksi secara efektif dan efisien tidak mengalami peningkatan biaya tetap dan biaya variabel untuk perencanaan target laba pada produksi tahun 2017 dengan menyesuaikan anggaran produksi tahun 2016 yaitu sebesar Rp 908.400.000,00. Manajemen perusahaan CV. Citra Sari melakukan perencanaan target laba untuk tahun 2017 dengan laba sebesar Rp 200.000.000. Perencanaan target laba tahun 2017 oleh manajemen perusahaan CV. Citra Sari merekomendasikan dengan melakukan peningkatan volume penjualan produk Sari Buah Markisa yang signifikan untuk tercapainya target laba secara optimal.

D. Analisis *Cost Volume Profit (CVP)*

Analisis *Cost Volume Profit (CVP)* adalah alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan karena analisis ini menekan pada keterkaitan antara biaya, volume penjualan, dan harga. Pada analisis *cost volume profit (cvp)* terdapat dua metode yang digunakan yaitu metode *break even point (bep)* dan batas keamanan (*margin of safety*). Pada analisis ini menggunakan data

dari perusahaan CV. Citra Sari untuk mengetahui *break even point* (bep) dan batas keamanan (*margin of safety*) laba serta grafik *break even point* (bep) perusahaan CV. Citra Sari pada tahun 2016. Adapun metode yang digunakan pada analisis *cost volume profit* (cvp) pada perusahaan CV. Citra Sari adalah sebagai berikut :

1. *Break Even Point (BEP)*

Break Even Point (BEP) adalah suatu bentuk perhitungan untuk menentukan titik total pendapatan dan total biaya dengan tidak terdapat laba dan atau dimana posisi perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian dan atau laba sama dengan nol. Pada *break even point* (bep) terdapat dua rumus yang digunakan untuk mengetahui titik impas perusahaan CV. Citra Sari yakni *break even point* penjualan (Q) dan *break even point* rupiah (RP). Untuk menentukan *break even point* penjualan (Q) dan *break even point* rupiah (RP) maka digunakan data biaya tetap pada tahun 2016 sebesar Rp 42.000.000,00, dan biaya variable persatuan pada tahun 2016 sebesar Rp 23.750,00 dan volume penjualan persatuan selama tahun 2016 sebesar Rp 40.000,00 pada perusahaan CV. Citra Sari adalah sebagai berikut :

a. *Break Even Point* Penjualan (Q)

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

$$\begin{aligned}
 \text{BEP (Q)} &= \frac{\text{Rp } 42.000.000,00}{(\text{Rp } 40.000,00 - \text{Rp } 23.750,00)} \\
 &= \frac{\text{Rp } 42.000.000,00}{\text{Rp } 16.250,00} \\
 &= 2.584,6153846 \\
 &= 2.585 \text{ Unit}
 \end{aligned}$$

b. *Break Even Point* Rupiah (Rp)

$$\begin{aligned}
 \text{BEP (Rupiah)} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\
 \text{BEP (Rupiah)} &= \frac{\text{Rp } 42.000.000,00}{1 - \frac{\text{Rp } 23.750,00}{\text{Rp } 40.000,00}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 42.000.000,00}{0,40625} \\
 &= \text{Rp } 103.384.615,38
 \end{aligned}$$

Break Even Point (BEP) perusahaan CV. Citra Sari tahun 2016 pada penjualan (Q) produk Sari Buah Markisa sebanyak 2.584,6153846 unit kemudian dibulatkan menjadi 2.585 unit dan dalam Rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38 *Break even point* (bep) penjualan (Q) dan *break even*

point (bep) Rupiah (Rp) merupakan suatu posisi perusahaan CV. Citra Sari pada tahun 2016 tidak mengalami kerugian atau tidak memperoleh laba atau laba sama dengan nol.

2. Laporan Laba Rugi

Pada perhitungan *break even point* (bep) penjualan (Q) dan *break even point* (bep) Rupiah (Rp) pada perusahaan CV. Citra Sari dengan biaya tetap (*fixed cost*) sebesar Rp 42.000.000,00, biaya variabel per unit (*variabel cost*) sebesar Rp 23.750,00 dan penjualan per unit sebesar Rp 40.000,00. *Break even point* (bep) dalam penjualan sebanyak 2.585 unit adalah hasil dari pembulatan 2.584,6153846 unit dan *break even point* (bep) Rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38. Laporan laba rugi berdasarkan *break even point* (bep) pada perusahaan CV. Citra Sari sebagai berikut :

a. Penjualan

$$2.584,6153846 \text{ unit} \times \text{Rp } 40.000,00 = \text{Rp } 103.384.615,38$$

b. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

$$2.584,6153846 \text{ unit} \times \text{Rp } 23.750,00 = \text{Rp } 61.384.615,38$$

c. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

$$\text{Rp } 42.000.000,00 + \text{Rp } 61.384.615,38 = \text{Rp } 103.384.615,38$$

d. Total Cost

$$\text{Rp } 103.384.615,38$$

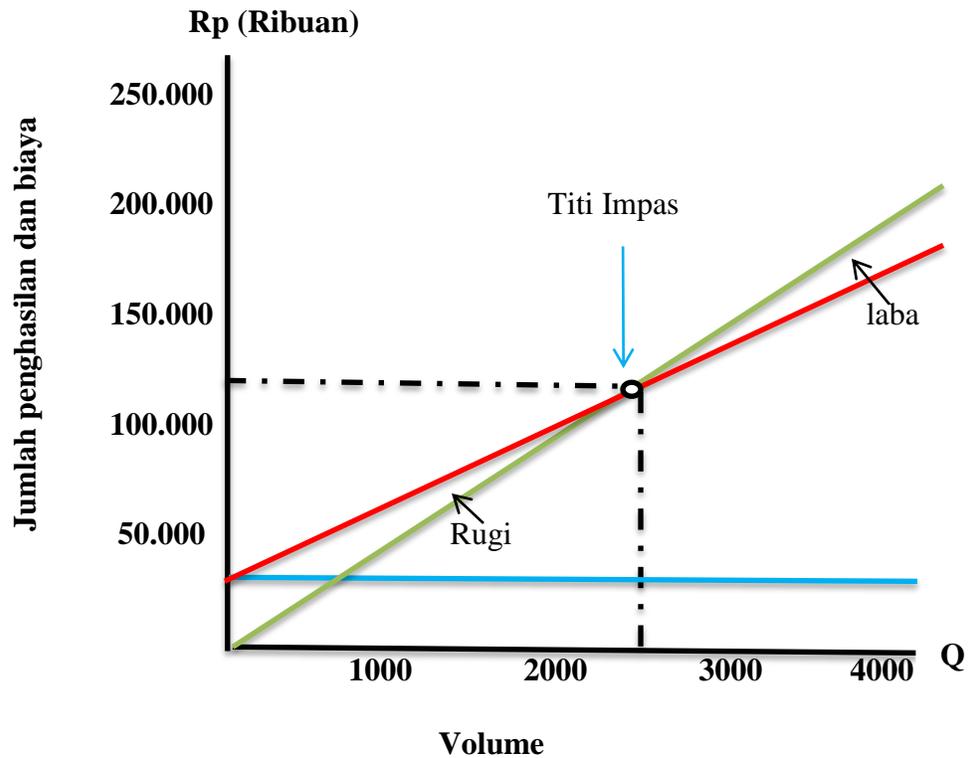
e. Laba Rugi

$$\text{Laba} = 0$$

Dari laba rugi diatas maka penjualan dikurangi dengan total *cost* sama dengan 0, dengan demikian, maka dari perhitungan *break even point* (bep) bila diumumkan dengan laba rugi tersebut diatas maka perhitungan itu benar. Jadi bila mana perusahaan CV. Citra Sari menjual produk Sari Buah Markisa diatas atau lebih dari 2.585 unit maka akan memperoleh laba. Sebaliknya, jika perusahaan CV. Citra Sari menjual produk Sari Buah Markisa dibawah 2.585 unit maka akan mengalami kerugian.

3. Grafik *Break Even Point* (BEP)

Grafik *break even point* (bep) merupakan gambaran grafik posisi titik impas setelah melakukan analisis *cost volume profit* (cvp) dengan menggunakan metode analisis *break even point* (bep) penjualan (Q) sebanyak 2.585 unit dan *break even point* (bep) rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38. Pada grafik *break even point* (bep) terdapat rugi dan laba perusahaan CV. Citra Sari dengan jumlah penghasilan dan biaya serta volume penjualan selama tahun 2016 adalah sebagai berikut :



Gambar 5.1

Grafik *Break Even Point* (BEP)

Berdasarkan grafik *break even point* (bep) diatas maka dapat di jelaskan sebagai berikut :

- Jumlah penghasilan dan biaya merupakan sumbu y dan volume penjualan adalah sumbu x
- Garis warna biru (—) merupakan biaya tetap (*fixed cost*) Rp 42.000.000,00
- Garis titik impas yaitu pada sumbu y sebesar Rp 103.384.615,38 dan sumbu x sebanyak 2.585 unit

- d. Garis merah (—) merupakan biaya variabel (*variabel cost*) dan garis warna hijau (—) yaitu total penjualan
- e. Pada titik impas maka dapat diketahui bahwa yang didalam sampai titik impas merupakan rugi dan yang didalam garis mulai titik impas merupakan laba

4. Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Batas keamanan (*margin of safety*) adalah suatu penjualan dan titik impas yang menentukan kondisi perusahaan tidak dalam bahaya atau kondisi perusahaan dalam bahaya. Pada perusahaan CV. Citra Sari melakukan penjualan produk Sari Buah Markisa pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 1.103.706.000,00 dan setelah dilakukan perhitungan analisis *cost volume profit* (cvp) dengan menggunakan metode analisis *break even point* (bep) rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38. Menurut Darsono (2009:332) bahwa batas keamanan (*margin of safety*) dapat dilakukan perhitungan dengan cara sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Margin of safety} &= \frac{\text{Total penjualan aktual} - \text{Penjualan dititik impas}}{\text{Total penjualan aktual}} \\ \text{Margin Of Safety} &= \frac{\text{Rp 1.103.706.000,00} - \text{Rp 103.384.615,38}}{\text{Rp 1.103.706.000,00}} \\ &= 90\% \end{aligned}$$

Margin of safety sebesar 90% yang digunakan untuk mengetahui tingkat keamanan perusahaan CV. Citra Sari pada volume penjualan produk Sari Buah Markisa tahun 2016. Perusahaan CV. Citra Sari pada batas keamanan (*margin of safety*) sebanyak 90% yang menjadi batas penurunan volume penjualan produk Sari Buah Markisa tahun 2016 sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian.

E. Perencanaan Target Laba CV. Citra Sari

Suatu perencanaan laba perusahaan dapat tercapai apabila manajemen perusahaan berhasil dalam menjalankan perusahaan yang dapat diukur pada besarnya laba periode tersebut. Perencanaan laba pada perusahaan CV. Citra Sari yang dilakukan manajemen dengan melihat volume penjualan pada tahun 2016 karena Perusahaan CV. Citra Sari melakukan perencanaan untuk target laba pada tahun 2017 dengan merekomendasikan peningkatan volume penjualan produk Sari Buah Markisa.

Perencanaan target laba yang dilakukan manajemen perusahaan CV. Citra Sari sebesar Rp 200.000.000,00 pada tahun 2017 sedangkan biaya tetap dan biaya variabel yang digunakan untuk memproduksi Sari Buah Markisa tidak mengalami penurunan atau peningkatan yaitu biaya tetap sebesar Rp 42.000.000,00 dan biaya Variabel persatuan sebesar Rp 23.750,00. Harga jual persatuan produk Sari Buah Markisa sesuai dengan harga pada tahun 2016 yaitu sebesar Rp 40.000,00

Untuk melakukan pencapaian target laba yang direncanakan manajemen perusahaan CV. Citra Sari sesuai dengan rekomendasinya yaitu peningkatan volume penjualan produk Sari Buah Markisa pada tahun 2017. Perhitungan yang dilakukan untuk mengetahui jumlah produk dalam unit yang harus terjual sehingga target laba yang direncanakan signifikan dan optimal adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{FC + \pi}{S - VC}$$

$$Q = \frac{\text{Rp } 42.000.000,00 + \text{Rp } 200.000.000,00}{\text{Rp } 40.000,00 - \text{Rp } 23.750,00}$$

$$Q = \frac{\text{Rp } 242.000.000,00}{\text{Rp } 16.250,00}$$

$$Q = 14.892,307692$$

$$Q = 14.892 \text{ Unit}$$

Peningkatan volume penjualan produk Sari Buah Markisa yang dilakukan manajemen perusahaan CV. Citra Sari untuk tercapainya target laba tahun 2017 sebesar Rp 200.000.000,00 secara optimal dan peningkatan yang signifikan dengan penjualan (Q) produk Sari Buah Markisa sebanyak 14.892,307692 yang kemudian dibulatkan menjadi sebanyak 14.892 unit.

Perencanaan target laba perusahaan CV. Citra Sari dalam meningkatkan volume penjualan produk Sari Buah Markisa pada tahun 2017 dapat dipengaruhi oleh persaingan perusahaan sejenis lainnya pada segmen pasar. Persaingan yang dilakukan perusahaan CV. Citra Sari dengan tetap menjaga kualitas produk Sari Buah Markisa sehingga dapat mencapai tujuannya untuk bersaing pada perusahaan sejenis lainnya.

Persaingan yang kompetitif dapat dilakukan perusahaan CV. Citra Sari dengan tujuan untuk bersaing pada perusahaan sejenis lainnya, untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan melakukan penurunan harga jual produk Sari Buah Markisa sebesar Rp 35.000,00 sehingga dapat bersaing dengan harga jual produk perusahaan X atau perusahaan sejenis lainnya.

Perencanaan target laba perusahaan CV. Citra Sari sesuai dengan rekomendasi pimpinan perusahaan sebesar Rp 200.000.000,00, biaya variabel Rp 23.750,00, biaya tetap Rp 42.000.000,00 dan harga jual Rp 35.000,00. Perhitungan yang dilakukan untuk mencapai target laba pada tahun 2017 sehingga dapat bersaing dengan perusahaan sejenisnya secara kompetitif maka dapat dilakukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{FC + \pi}{S - VC}$$

$$Q = \frac{\text{Rp } 42.000.000,00 + \text{Rp } 200.000.000,00}{\text{Rp } 35.000,00 - \text{Rp } 23.750,00}$$

$$Q = \frac{\text{Rp } 242.000.000,00}{\text{Rp } 11.250,00}$$

$$Q = 21.511 \text{ Unit}$$

Persaingan yang dilakukan dengan perusahaan sejenisnya secara kompetitif dalam peningkatan volume penjualan produk dipasar yaitu perusahaan X. perusahaan CV. Citra Sari dapat mencapai target laba sebesar Rp 200.000.000,00 dengan peningkatan volume penjualan produk Sari Buah Markisa sebanyak 21.511 unit. Persaingan secara kompetitif dengan perusahaan X yaitu kualitas produk dan penurunan harga jual sesuai di pasar. Penurunan harga jual produk Sari Buah Markisa menjadi Rp 35.000,00 merupakan bentuk persaingan secara kompetitif dengan perusahaan X atau perusahaan sejenis lainnya sehingga pencapaian target laba pada tahun 2017 dapat tercapai secara optimal.

F. Pembahasan

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) merupakan suatu metode analisis yang berguna untuk manajemen dalam mengambil keputusan operasi dan produksi yang berhubungan antara harga produk, volume penjualan, biaya dan laba. Perusahaan CV. Citra Sari adalah suatu perusahaan manufaktur yang melakukan pengolahan bahan baku yaitu buah Markisa untuk memproduksi Sari Buah

Markisa. Produksi yang dilakukan Perusahaan CV. Citra Sari terdapat total volume produksi pada tahun 2016 sebanyak 38.248 unit. Biaya tetap (*fixed cost*) yaitu biaya tenaga kerja pada tahun 2016 sebesar Rp 42.000.000,00 dan biaya variabel (*variabel cost*) yaitu biaya bahan baku, biaya listrik dan air, biaya buah menjadi sari, biaya botol, biaya segel, biaya label, biaya dos dan biaya keranjang pada tahun 2016 sebesar Rp 866.400.000,00. Total volume penjualan produk Sari Buah Markisa yang tercapai pada perusahaan CV. Citra Sari tahun 2016 adalah sebesar Rp 1.103.706.000,00 sehingga laba yang dihasilkan pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 195.306.000,00

Pada analisis *cost volume profit* (cvp) terdapat analisis *break even point* (bep) penjualan (Q) dan *break even point* (bep) Rupiah (Rp). Dalam perhitungan analisis *cost volume profit* (cvp) pada perusahaan CV. Citra Sari untuk tahun 2016 dengan menggunakan metode analisis *break even point* (bep) penjualan (Q) sebanyak 2.585 unit dan *break even point* (bep) rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38. Pada analisis *break even point* (bep) sebagai bentuk perhitungan penjualan dan rupiah pada perusahaan CV. Citra Sari yang dapat dijadikan sebagai informasi untuk perencanaan pencapaian target laba sebesar Rp 200.000.000,00 pada tahun 2017.

Laporan laba rugi perusahaan CV. Citra Sari berdasarkan *break even point* (bep) penjualan (Q) sebanyak 2.585 unit dan *break even point* (bep) rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38 merupakan suatu bentuk perhitungan untuk menentukan laba sama dengan 0 atau suatu posisi perusahaan CV. Citra Sari

menjual produk Sari Buah Markisa diatas *break even point* (bep) maka akan memperoleh laba. Sebaliknya, jika memnjual produk Sari Buah Markisa dibawah *break even point* (bep) maka akan memperoleh rugi.

Pada analisis *cost volume profit* (cvp) terdapat analisis batas keamanan (*margin of safety*) merupakan suatu perhitungan volume penjualan produk Sari Buah Markisa pada perusahaan CV. Citra Sari selama tahun 2016 adalah sebesar Rp 1.103.706.000,00 dikurang dengan penjualan pada *break even point* (bep) sebesar Rp 103.384.615,38 yang dinyatakan dalam persentase sebanyak 90%. Volume penjualan produk Sari Buah Markisa mempunyai batas penurunan sehingga perusahaan CV. Citra Sari tidak mengalami kerugian pada tahun 2016 yang memiliki batas keamanan (*margin of safety*) sebanyak 90%.

Perusahaan CV. Citra Sari merencanakan target laba pada tahun 2017 sebesar Rp 200.000.000,00. Perencanaan target laba dapat dilakukan dengan melakukan minimalisir biaya tetap, biaya variabel dan melakukan peningkatan volume penjualan produk. Manajemen perusahaan merekomendasikan perencanaan target laba tahun 2017 dengan meningkatkan volume penjualan produk Sari Buah Markisa. Perhitungan penjualan (Q) yang dilakukan pada perencanaan target laba pada perusahaan CV. Citra Sari dengan laba sebesar Rp 200.000.000,00, biaya tetap sebesar Rp 42.000.000,00, biaya variabel persatuan sebesar Rp 23.750,00 dan volume penjualan perunit sebesar Rp 40.000,00 sehingga penjualan (Q) yang dihasilkan dari perhitungan tersebut sebanyak 14.892 unit.

Perusahaan CV. Citra Sari dapat mencapai target laba yang direncanakan pada tahun 2017 dengan berdasarkan rekomendasi manajemen perusahaan untuk peningkatan volume penjualan produk Sari Buah Markisa. Pada *analisis cost volume profit (cvp)* yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis *break even point* penjualan (Q) sebanyak 2.585 unit dan *break even point* Rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38 pada perusahaan CV. Citra Sari tahun 2016. Pencapaian target laba perusahaan CV. Citra Sari pada tahun 2017 sebesar Rp 200.000.000,00 dengan berdasarkan perhitungan penjualan (Q) pada perencanaan laba tahun 2017 sebanyak 14.892 unit sehingga penjualan (Q) produk Sari Buah Markisa pada perusahaan CV. Citra Sari yang harus dijual untuk mencapai target laba optimal pada tahun 2017 yang direncanakan sebesar Rp 200.000.000,00 adalah sebanyak 14.892 unit produk Sari Buah Markisa.

Perencanaan target laba perusahaan CV. Citra Sari sesuai dengan rekomendasi pimpinan perusahaan sebesar Rp 200.000.000,00, biaya variabel Rp 23.750,00, biaya tetap Rp 42.000.000,00 dan harga jual Rp 35.000,00. Persaingan yang dilakukan dengan perusahaan sejenisnya secara kompetitif dalam peningkatan volume penjualan produk dipasar yaitu perusahaan X atau perusahaan sejenis lainnya. Perusahaan CV. Citra Sari dapat mencapai target laba yang direncanakan sebesar Rp 200.000.000,00 dengan melakukan peningkatan volume penjualan produk Sari Buah Markisa sebanyak 21.511 unit. Persaingan secara kompetitif dengan perusahaan X atau perusahaan sejenis lainnya yaitu kualitas produk dan penurunan harga jual sesuai di pasar.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

kesimpulan penelitian pada CV. Citra Sari sebagai berikut :

1. Pada perhitungan analisis *cost volume profit* (cvp) pada tahun 2016 yaitu biaya tetap sebesar Rp 42.000.000,00, biaya variabel sebesar Rp 866.400.000,00 dan volume penjualan sebesar Rp 1.103.706.000,00 dengan menggunakan analisis *Break even point* penjualan (Q) sebanyak 2.585 unit dan *break even point* rupiah (Rp) sebesar Rp 103.384.615,38, serta batas keamanan (*margin of safety*) sebanyak 90%.
2. Pada laporan laba rugi perusahaan CV. Citra Sari berdasarkan *break even point* (bep) melakukan penjualan produk Sari Buah Markisa diatas *break even point* (bep) maka akan memperoleh laba. Sebaliknya, jika memnjual produk Sari Buah Markisa dibawah *break even point* (bep) maka akan memperoleh rugi.
3. Perencanaan target laba pada tahun 2017 sebesar Rp 200.000.000,00 dengan rekomendasi manajemen perusahaan yaitu peningkatan volume penjualan produk Sari Buah Markisa maka dapat dilakukan perhitungan volume penjualan (Q) produk untuk mencapai target laba yang optimal adalah

sebanyak 14.892 unit dan persaingan yang dilakukan dengan perusahaan sejenisnya secara kompetitif dalam peningkatan volume penjualan produk Sari Buah Markisa sebanyak 21.511 unit.

B. Saran

Saran penelitian pada CV Citra Sari sebagai berikut :

1. Perusahaan CV. Citra Sari dalam meningkatkan volume penjualan produk harus memperhatikan kualitas produk yang diterapkan dan melakukan strategi pemasaran dengan memberikan promo dan diskon pembelian.
2. Perusahaan CV. Citra Sari dapat melakukan konsolidasi atau kerjasama pada objek bisnis seperti cafe, warkop, warung makan, dan sebagainya untuk mencapai target laba yang direncanakan.
3. Perusahaan CV. Citra Sari dapat melakukan pemasaran produk dengan menggunakan media sosial, pasar online dan diluar Makassar sebagai strategi untuk mencapai target perencanaan laba tahun 2017

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad kamaruddin. 2007. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- Blocker, dkk, Atika Pelawiten, V. I. (2012). Analisis *Cost Volume Profit* Untuk Perencanaan Laba Pada UD Glady Bakery. Universitas Sam Ratulangi, (26 January 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Charles T. Hongreen, Srikat M. Datar, D. (2006). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Erlangga.
- Couther, S. P. R. M. (2010). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Duyo, S. F. (2012). Analisis *Cost Volume Profit* Untuk Perencanaan Laba Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado, (26 Januari 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Esternorlita Worotijan Elizabeth. (2016). Analisis *Cost Volume Profit*. Untuk Perencanaan Laba Pada UD Gunung Emas Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado. (27 Juni 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Garrison, Mowen, Hansen, Jeriko Falentino Koraag, V. I. (2015). Analisis *Cost Volume Profit* Untuk Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu Ibu Siti. Universitas Sam Ratulangi Manado, (26 Januari 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Harahap Sofwan Syafri. 2006. *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Holly, Daviarti, dkk. (2011). Analisis *Cost Volume Profit* Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Rangka Perencanaan Laba Dengan Penerpapan Teori Kendala Pada PT Skylite Surya Internusa. Universitas Bina Nusantara. (27 Juni 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Hongren Charles T, G. F. (2005). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Erlangga.
- Jelita Sakti Vinsensia. (2012). Analisis *Cost Volume Profit* Dalam Perencanaan Laba (Study Pada UD Rejo Mulyo Surabaya). Universitas Negeri Surabaya. (26 Juni 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Kartasapoetra, D. B. S. D. G. (2005). *Kalkulasi Dan Pengendalian Biaya Produksi*. Jakarta: Rineka Cipta.

- L.M.Samryn, Kasmir, Amin Wijaya Tunggal, Miranda, L. (2015). *Analisis Cost-Volume-Profit* Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada CV. Mentari Dempo Indah Pangkalpinang. STIE-IBEK Bangka Belitung. Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Mulyadi. (2005). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Prisma, Nohandhini,dkk.(2012). Analisis Perencanaan Laba Dengan Penerapan Metode CVP (*Cost Volume Profit*) Pada PG Raja Rajawali I Unit PG Krebet Baru Malang. Universitas Brawijaya. (27 Juni 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Purba Radiks. (2006). *Analisis Biaya dan Manfaat*. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Rayburn, L. G. (2005). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Erlangga.
- Sadeli Lily M, Siwanto Bedjo. 2007. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Samryn, L. M. (2012). *Akuntansi Manajemen* (1st ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Supriyono, H. (2013). Analisis *Cost Volume Profit* Pada Hotel Royal Victoria Sangatta. Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, (26 Januari 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Syafaruddin, A. (2005). *Alat-alat analisis dalam pembelanjaan*. Yogyakarta: Andi offest Yogyakarta.
- Usry, C. (2005). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Warren, Niswonger, Reeve, Fess. (2006). *Prinsip-Prinsip Akuntansi*. Jakarta. Erlangga.
- Widjaya Amin Tunggal.(2007). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Widjaya Amin Tunggal. (2006). *Sistem Manajemen Biaya*. Jakarta. PT Rineka Cipta.

LAMPIRAN

CV. CITRA SARI
LAPORAN LABA RUGI
31 DESEMBER 2016

Penjualan	Rp 1.103.706.000
Harga Pokok Penjualan	
Persediaan Barang Jadi (Awal)	Rp 195.460.000
Harga Pokok Produksi	<u>Rp 393.612.000</u>
Barang Tersedian Untuk di Jual	Rp 589.072.000
Persediaan Barang Jadi (Akhir)	<u>(Rp 59.616.000)</u>
Harga Pokok Penjualan	<u>(Rp 529.456.000)</u>
Laba Kotor	Rp 574.250.000
Biaya Angkut	Rp 45.228.000
Biaya Gula	Rp 146.250.000
Biaya Pengental (CMC)	Rp 18.720.000
Biaya Pengawet (Natrium Benzoat)	Rp 3.888.000
Biaya Aroma Markisa	Rp 4.320.000
Biaya Pewarna Makanan	Rp 1.080.000
Biaya Botol	Rp 59.000.000
Biaya Tutup Botol	Rp 24.060.000
Biaya Segel	Rp 21.732.000

Biaya Label	Rp 25.200.000
Biaya Keranjang	Rp 64.228.000
Biaya Buah Menjadi Sari	Rp 7.200.000
Biaya Dos	Rp 93.882.000 <u> </u>
Laba Bersih	Rp 195.306.000

Kepada
Yang Terhormat,
Ketua Jurusan Akuntansi
Di-
Makassar

Assalamu Alaikum Wr.Wb

NAMA : KHAERUDDIN

NO. STAMBUK : 10573 04335 13

JURUSAN : AKUNTANSI

Dengan ini Mengajukan Permohonan Judul Penelitian Sebagai Berikut :

- 1. Analisis Penentuan Harga Pokok Produk Dengan Metode Harga Pokok Pesanan Sebagai Kontribusi Perencanaan Laba Pada CV. Citra Sari Di Makassar**
- 2. Analisis Penerapan *Activity Based Costing* Sebagai Suatu Alternatif Pengendalian Biaya Produksi Pada CV. Citra Sari Di Kota Makassar**
- 3. Analisis Perhitungan *Cost Volume Profit* (CVP) Untuk Perencanaan Laba Pada CV. Citra Sari Di Makassar**

Demikian Permohonan Saya, atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb

Makassar, 03 Januari 2017

Disetujui oleh :

Ketua Jurusan

Mahasiswa Ybs,

(Ismail Badollahi,SE.,Msi.Ak.CA)

(Khaeruddin)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

No. 68 THN 1438 H/156/ 2016 M

Tentang

**PENGGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIV. MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS Universitas Muhammadiyah Makassar, setelah :

- Menimbang** : 1. Untuk tertib administrasi dalam penulisan dan penyusunan skripsi mahasiswa dilingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unismuh Makassar dipandang perlu mengeluarkan surat keputusan untuk dosen pembimbing.
2. Untuk maksud diatas, maka perlu diatur dalam satu surat keputusan.
- Mengingat** : 1. Qaidah Perguruan Tinggi Muhammadiyah Tahun 1999
2. Statuta Universitas Muhammadiyah Makassar 2001
3. Peraturan yang berlaku di lingkungan Univ. Muhammadiyah Makassar
- Memperhatikan** : Usulan Kaprodi Akuntansi, pada tanggal 29 Desember 2016 M.

Dengan memohon inayah Allah Swt,
MEMUTUSKAN :

Menetapkan :

Pertama : Mengangkat dosen pembimbing skripsi mahasiswa :

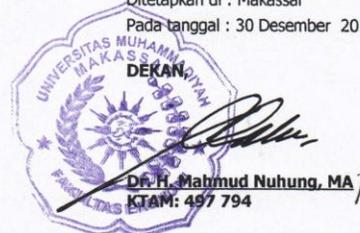
Nama	: Khaeruddin
Stambuk	: 105730433513
Program Studi	: Akuntansi
Pembimbing I	: Drs. H. Hamzah Limpo, MS
Pembimbing II	: Abd Salam HB,SE,M.Si.Ak.CA

Judul Skripsi : *Analisis Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) Untuk Perencanaan Laba pada CV Citra Sari di Makassar*

- Kedua** : Seluruh pembiayaan menyangkut dosen pembimbing dan penguji dibebankan berdasarkan peraturan yang berlaku di lingkungan Unismuh Makassar.
- Ketiga** : Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah yudisium mahasiswa yang bersangkutan.
- Keempat** : Surat keputusan ini akan diperbaiki atau ditinjau kembali, apabila terdapat kesalahan atau kekeliruan.

Ditetapkan di : Makassar

Pada tanggal : 30 Desember 2016



Tembusan :

1. Rektor Unismuh Makassar3
2. Kaprodi di lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
3. Masing-masing Mahasiswa



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 331/05/C.4-II/III/38/2017

Makassar, 01 Rajab 1438H

Lamp. : -

29 Maret 2017M

H a l : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Pimpinan CV Citra Sari Makassar
di-
Makassar

Dengan hormat,

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa di bawah ini :

N a m a : Khaeruddin
Stambuk : 10573 0433513
Jurusan : Akuntansi

Judul Penelitian : *Analisis Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) untuk Perencanaan Laba pada CV Citra Sari di Makassar*

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.


 Bismail Rasulong, SE, MM
 NBM 903 078,-

Tembusan :

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Ketua Jurusan
3. Mahasiswa Ybs.
4. Arsip

CV. CITRA SARI MAKASSAR

Jl. Manuruki II N^o. 69 B, Mangasa, Tamalate Kabupaten/Kota Makassar
Telp. (0411) 5030424

Makassar, 17 Mei 2017

Nomor : 042/CSR/Mks/05/2017
Lamp : -
Hal : **Persetujuan Izin Penelitian**

Kepada Yth,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar**

Di-

Tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan surat permohonan penelitian dengan nomor : **331/05/C.4-II/38/2017** tertanggal 29 Maret 2017 tentang perihal permohonan izin penelitian di CV. CITRA SARI MAKASSAR

Adapun mahasiswa yang bersangkutan, yaitu :

Nama : **Khaeruddin**
Stambuk : 105730433513
Jurusan : Akuntansi
Judul : **Analisis Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) Untuk Perencanaan Laba Pada CV Citra Sari di Makassar**

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut dapat kami terima untuk melaksanakan penelitian di perusahaan kami. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Pimpinan CV Citra Sari Makassar



H. Muhammad Siri

Riwayat Hidup



Khaeruddin, lahir pada tanggal 28 April 1994 M atau 16 Zulqa'dah 1414 H. Penulis adalah anak ke 3 (tiga) dari 4 (empat) bersaudara dan lahir dari Orang Tua tercinta atau pasangan Suami Istri yakni Bapak Singke dan Ibu Nur Haedah. Penulis berasal dari Desa Leppangeng Kecamatan Belawa Kabupaten Wajo.

Penulis mulai memasuki dunia pendidikan pada tahun 2000 di SDN 65 Leppangeng Kecamatan Belawa Kabupaten Wajo dan tamat pada tahun 2007 kemudian melanjutkan pendidikan ke SMP Muhammadiyah Belawa pada tahun 2007. Penulis Aktif pada organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) Kecamatan Bealwa dan Pramuka tingkat Penggalang kemudian tamat pada tahun 2010.

Penulis melanjutkan pendidikan ke Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Wajo pada tahun 2010 dan aktif pada organisasi Pramuka Penegak Bantara periode 2011/2012 kemudian tamat pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan ke Makassar yakni Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh) pada tahun 2013 menjadi Mahasiswa jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Pada tahun 2017 penulis berhasil menyelesaikan pendidikan Strata Satu pada program studi Akuntansi dengan Skripsi yang berjudul “Analisis Perhitungan *Cost Volume Profit (CVP)* Untuk Perencanaan Laba Pada CV. Citra Sari Di Makassar”.