

ABSTRAKSI

PT. Kayu Ramin Indah merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi *flooring* dari kayu ramin. Selama ini perusahaan belum menggunakan teknik analisis yang ilmiah dalam merencanakan laba optimal yang diinginkan. Analisis *cost-volume-profit* diperlukan untuk perencanaan laba. Melalui analisis *cost volume profit*, rencana penjualan maupun biaya dapat dihubungkan secara langsung pengaruhnya terhadap tingkat laba perusahaan. Analisis yang teliti serta pertimbangan berbagai faktor, maka diharapkan manajemen dapat mengambil manfaat dari analisis ini sehingga keputusan yang diambil dapatlah dipertanggungjawabkan dan dapat mengarahkan tindakan-tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian diarahkan untuk mengetahui peranan analisis *Cost Volume Profit* terkait dengan upaya perusahaan untuk mencapai laba yang ditargetkan perusahaan. Data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah data sekunder yang peroleh melalui dokumentasi. Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

Hasil analisis diketahui bahwa tingkat *break event point* pada masing-masing jenis *flooring* tidak sama, yaitu pada jenis *flooring* PS 25 sebesar 130 unit, PS 30 sebesar 259 unit, dan PS 35 sebesar 661 unit. Tiap-tiap jenis produk *flooring* memberikan kontribusi margin ratio yang berbeda. Margin kontribusi produk *flooring* PS 25 memberikan kontribusi sebesar 47,33%, *flooring* PS 30 sebesar 46,46%, dan *flooring* PS 35 memberikan kontribusi margin sebesar 47,38%. Secara keseluruhan margin kontribusi adalah sebesar 47,16%. Hasil analisis kontribusi diketahui bahwa realisasi penjualan tahun 2003 sebesar Rp 3.721.731.000,- memperoleh laba kotor sebesar Rp 1.295.082.963 atau memperoleh laba sebesar 34,798% dari penjualan. Untuk perencanaan laba dimasa mendatang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan efisiensi biaya dengan tetap mempertahankan harga jual dan volume penjualan, meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin pada tingkat kapasitas yang dimiliki perusahaan, dan menaikkan harga jual untuk mencapai target laba. Penerapan analisis *cost-volume-profit* menekankan pada penyediaan informasi kontribusi margin, akan bermanfaat bagi manajemen untuk mengetahui kontribusi masing-masing produk terhadap pencapaian laba. Perusahaan secara keseluruhan sehingga dapat diambil kebijakan-kebijakan untuk perencanaan laba yang lebih baik. Penyajian informasi kontribusi tiap jenis produk akan dapat membantu manajemen dalam menganalisa titik impas dan hubungan biaya-volume-laba yang berguna bagi manajemen dalam pengambilan keputusan manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek.