

**PENERAPAN ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI
ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM PERENCANAAN TARGET
LABA DAN PENDAPATAN PENJUALAN JANGKA PENDEK PADA
PERUSAHAAN INDUSTRI PT. KIW MACHINERY DI SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI**



Oleh :
ALI PURNOMO
040438817

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2008**

ABSTRAKSI

Perusahaan yang berhasil membutuhkan penyesuaian arah dari banyak pilihan yang dibuat melalui perubahan pangsa pasar yang terjadi untuk mencapai target laba dan pendapatan penjualan jangka pendek. Analisis biaya volume laba merupakan alat yang efektif yang dapat digunakan menjawab pertanyaan penting seperti “berapa harga seharusnya perusahaan tetapkan untuk produk atau jasa tersebut?”, yang mana produk atau jasa perusahaan yang paling menguntungkan?, berapa persentase perubahan laba bersih sebagai dampak terjadinya sekian persen perubahan penjualan produk atau jasa?.

Analisis biaya, volume dan laba atau lebih dikenal dengan analisis break-even point merupakan salah satu alat analisis yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan dalam menentukan volume produksi atau volume penjualan yang dapat menutup biaya tetap dan biaya variabel dalam satu periode tertentu. Dengan analisis break-even point pihak manajemen perusahaan dapat menentukan tindakan yang harus dilakukan pada waktu yang akan datang, dalam hal memilih beberapa alternatif volume produksi atau volume penjualan yang berbeda-beda, sehingga dapat dipilih alternatif yang terbaik yaitu yang dapat memberikan keuntungan yang paling maksimal.

Analisis biaya, volume dan laba merupakan suatu bagian integral perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan jangka pendek. Perusahaan dapat mengambil kebijakan perolehan laba yang diharapkan yang dipengaruhi faktor; volume produk yang dijual akan berpengaruh terhadap volume produksi dalam artian semakin banyak produk yang dijual maka semakin banyak jumlah biaya produksi yang harus dikeluarkan, sedangkan biaya akan menentukan harga jual produk, dan dalam penentuan harga jual tentunya perusahaan juga harus mempertimbangkan besarnya laba yang diharapkan.