

ABSTRAKSI

Skripsi ini berusaha untuk mengangkat penerapan analisis biaya volume laba untuk memperbaiki perencanaan laba yang selama ini dilakukan pihak manajemen CV. Panca Jaya, sehingga dengan analisis tersebut diharapkan dapat diketahui komposisi penjualan produk yang tepat agar dapat memberi kontribusi laba yang optimal. Dalam analisis terhadap produk yang beragam, setiap produk harus dikaji dan manajemen harus melakukan strategi penjualan dengan menentukan harga jual produk (*pricing product*) yang tepat dan diterima semua pihak khususnya konsumen serta memastikan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil produksi dan penjualannya sesuai dengan perencanaan laba yang telah dilakukan.

Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan survey pendahuluan untuk mencari dan merumuskan masalah, juga melakukan studi kepustakaan dalam mendapatkan pemecahannya. Selanjutnya melakukan pengumpulan data baik data kualitatif maupun kuantitatif CV. Panca Jaya melalui dokumentasi.

Penerapan analisis biaya volume laba menghasilkan informasi pengaruh perubahan komponen-komponen laba pada tingkat laba tertentu. Dalam pencapaian target laba tahun 2004 sebesar 20% terdapat beberapa alternatif yang dapat dilaksanakan manajemen, yaitu peningkatan penjualan yang semula 440 unit menjadi 483 unit, penurunan biaya variabel sebesar 12,31%, penurunan biaya tetap sebesar 18,97%, serta peningkatan harga jual produk tipe J-10 dari Rp. 3.000.000,00 menjadi Rp. 3.296.161,89 per unit.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan terhadap CV. Panca Jaya dapat disimpulkan bahwa manajemen dapat menggunakan analisis biaya volume laba sebagai alat bantu dalam perencanaan dan penentuan harga jual produk. Penggunaan analisis biaya volume laba akan memberikan hasil yang lebih baik dan dapat dipertanggungjawabkan dalam hal perencanaan dan pengambilan keputusan.

Kata kunci : Analisis biaya, volume, laba, perencanaan laba, harga jual