

ABSTRAK

Skripsi ini berusaha untuk mengangkat penerapan analisis biaya-volume-laba untuk memperbaiki perencanaan laba yang selama ini dilakukan pihak manajemen PT Coca Cola Bottling Indonesia – Unit Jawa Timur, sehingga dengan analisis tersebut diharapkan dapat diketahui pengambilan keputusan manajemen jangka pendek yang tepat agar dapat memberi laba kontribusi yang optimal. Dalam analisis terhadap produk yang beragam, setiap produk harus dikaji dan manajemen harus melakukan strategi penjualan dengan menentukan alternatif strategi pencapaian target laba yang tepat dan dapat diterima oleh semua pihak khususnya konsumen serta memastikan keuntungan yang dapat diterima oleh perusahaan dari hasil produksi serta 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 PT Coca Cola Bottling Indonesia – Unit Jawa Timur.

Penerapan analisis biaya-volume-laba menghasilkan informasi pengaruh perubahan komponen-komponen laba pada tingkat laba tertentu. Dalam pencapaian target laba tahun 2006 sebesar 20 % atau Rp 65.056.045.680 terdapat beberapa alternatif yang dapat dilaksanakan manajemen, yaitu penurunan biaya variabel sebesar 6,2 %, peningkatan volume penjualan yang semula 91.975.132 liter menjadi 97.423.094 liter, serta perubahan harga jual produk untuk produk Fanta menjadi Rp 3.895 dan produk Coke sebesar Rp 3.501 per liter.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan terhadap PT Coca Cola Bottling Indonesia – Unit Jawa Timur dapat disimpulkan bahwa manajemen dapat menggunakan analisis biaya-volume-laba sebagai alat bantu dalam perencanaan laba dan pengambilan keputusan manajemen jangka pendek.

Kata kunci : Analisis biaya, volume, laba, perencanaan laba, pengambilan keputusan manajemen jangka pendek.