

- BREAK - EVEN ANALYSIS

- DECISION MAKING
ADLN Perpustakaan Universitas Airlangga

**PENGGUNAAN *COST-VOLUME-PROFIT (CVP) ANALYSIS*
SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA DAN PENGAMBILAN
KEPUTUSAN BAURAN PRODUK PADA
CV. CEMPAKA TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

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

A. 233/06

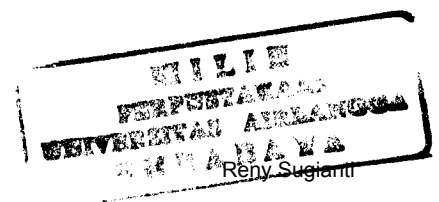
Sug

P



**DIAJUKAN OLEH:
RENY SUGIANTI
No. Pokok : 040217602**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2006**



SKRIPSI

**PENGGUNAAN *COST-VOLUME-PROFIT (CVP) ANALYSIS* SEBAGAI ALAT
PERENCANAAN LABA DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN BAURAN
PRODUK PADA CV. CEMPAKA TULUNGAGUNG**

DIAJUKAN OLEH :

RENY SUGIANTI

No. Pokok : 040217602

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. ELIA MUSTIKASARI, Msi., Ak.

TANGGAL..... 11/9/2006.

KETUA PROGRAM STUDI,

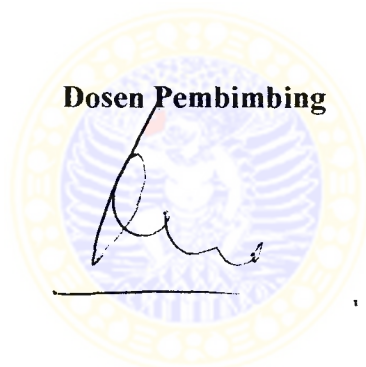


Drs. M. SUYUNUS, MAFIS., Ak.

TANGGAL..... 12-9-06

Surabaya,04 AGUSTUS 2006.....

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji



Dra. ELIA MUSTIKASARI, Msi., Ak.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Penggunaan Cost Volume Profit (CVP) Analysis Sebagai alat Bantu Perencanaan Laba dan Pengambilan Keputusan Bauran Produk Pada CV Cempaka Tulungagung” dengan baik dan lancar.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya. Skripsi ini juga dapat digunakan sebagai wacana bagi pembaca dan mahasiswa lainnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan bahasan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Drs. Ec. H. Karyadi Mintaroem, MS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menyelesaikan pendidikan di jurusan akuntansi.
2. Drs. M. Suyunus, MAFIS, Ak., selaku Ketua Program Studi Akuntansi, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Airlangga Surabaya.

3. Dra. Elia Mustikasari Msi. Ak, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan benar.
4. Drs. Widi Hidayat, M. Si., Ak., selaku Pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan beasiswa di Universitas Airlangga.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis, serta seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga.
6. Bapak dan Ibu tercinta serta seluruh keluarga besar di Tulungagung yang telah memberikan dorongan, nasehat dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Adikku tersayang Tunjung (Ndut) yang telah memberikan inspirasi dan motivasi kepada penulis untuk segera lulus kuliah.
8. Herry Susanto (Alm) sekeluarga Tante, Dik Yos, Oma dan Opa di Malang terimakasih atas seluruh nasehat dan semangat yang telah diberikan kepada penulis.
9. Pimpinan dan karyawan CV Cempaka Tulungagung yang telah megijinkan penulis melakukan penelitian dan yang telah memberikan banyak informasi, penjelasan dan data-data yang berhubungan dengan skripsi ini.
10. Teman-teman jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga angkatan 2002 yang senasib dan sepenanggungan, khususnya yaitu: Lilis, Aristia, Ika, Mayang, Ima, Dina, Ita, Sisca, Tipuk, Maul, Wulan, Dwee, Anast, Elsa, Rika,

Wiwit, Najib, Sigit, Cristya, Tugirin, Yudha dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan semuanya, yang telah menjadi teman bertukar pikiran dan yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis agar segera lulus kuliah.

11. Teman-teman kos, kos Chemplux: Zuster, Sister, Zusan, Nock'e, Meti, Mb. Wiwit serta M & N Enterprise yang telah memberikan dorongan bagi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tidak ada karya di dunia ini yang sempurna selain karya dan ciptaan Allah SWT semata. Demikian pula penyusunan skripsi ini mungkin masih jauh dari segala kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran serta perbaikan-perbaikan dimasa mendatang. Selain bagi penulis pribadi, semoga skripsi ini juga dapat bermanfaat bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan semoga Allah SWT memberikan pahala yang berlimpah kepada semua pihak-pihak tersebut. Amin.

Surabaya, Juni 2006

Penulis

ABSTRAK

Tujuan utama perusahaan bersifat *profit oriented* adalah laba yang optimal maka manajemen harus menyusun perencanaan laba yang baik. Dalam rangka perencanaan laba, manajemen perlu menganalisis komponen-komponen dari perencanaan laba yang mencakup unsur penjualan, unsur biaya dan unsur laba. Perencanaan laba menjadi penentu keberhasilan proses manajemen selanjutnya sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi laba harus dianalisis dengan seksama agar menghasilkan perencanaan yang sesuai dengan kondisi perusahaan.

Salah satu alat yang dapat menjelaskan hubungan antara faktor-faktor yang terkait dengan laba adalah *CVP analysis*. *CVP analysis* dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan atau pendapatan penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba tertentu. Perubahan biaya operasional, volume penjualan dan harga jual akan mempengaruhi perolehan laba perusahaan. pada perusahaan yang menghasilkan *multiproduct*, komposisi penjualan berpengaruh pada kontribusi dari setiap segmen produk terhadap laba perusahaan. Maka harus dilakukan analisis untuk memastikan bahwa setiap produk memberikan kontribusi laba yang optimal terhadap laba perusahaan.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif ini dilaksanakan pada CV Cempaka Tulungagung dengan mengidentifikasi, mengelompokkan dan menganalisis biaya, penjualan (pendapatan) dan bauran produk yang terjadi pada perusahaan.

Penggunaan *CVP analysis* menghasilkan informasi pengaruh perubahan komponen-komponen laba pada tingkat laba tertentu. Dalam pencapaian laba tahun 2006 yang merupakan kenaikan sebesar 20% dari tahun 2005 dapat dicapai dengan menaikkan jumlah penjualan sebesar 5,34% dari tahun 2005. *CVP analysis* akan membantu pihak manajemen dalam menganalisis bauran produk melalui perhitungan *contribution margin* dan *margin of safety*.

Kata kunci: *CVP analysis*, perencanaan laba, bauran produk

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Skripsi.....	4
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Analisis Perilaku Biaya.....	8
2.1.1.1 Penggolongan Biaya.....	9
2.1.1.2 Metode Pemisahan Biaya Campuran ke dalam Komponen Tetap dan Variabel.....	14
2.1.2 <i>Cost Volume Profit (CVP) Analysis</i>	22
2.1.2.1 Manfaat <i>CVP Analysis</i>	23
2.1.2.2 Asumsi Hambatan <i>CVP Analysis</i>	23
2.1.2.3 Marjin Kontribusi.....	24

2.1.2.4 Modifikasi Rumus <i>CVP Analysis</i>	26
2.1.3 <i>CVP Analysis</i> sebagai Alat Perencanaan Laba.....	28
2.1.4 <i>CVP Analysis</i> untuk Perusahaan Multiproduk	29
2.2 Penelitian sebelumnya.....	31
2.3 Research Question dan Model Analisis	32
 BAB 3 : METODE PENELITIAN	 34
3.1 Pendekatan Penelitian	34
3.2 Rancangan Penelitian	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Ruang Lingkup Analisis.....	36
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
 BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN	 39
4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	39
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	40
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	42
4.2 Hasil Analisis	49
4.2.1 Penjualan CV Cempaka Tahun 2005	49
4.2.2 Biaya CV Cempaka Tahun 2005.....	50
4.2.3 <i>CVP Analysis</i> pada CV Cempaka	62
4.2.3.1 <i>Beak Even Point (BEP) Analysis</i>	62
4.2.3.2 <i>Margin Of Savety (MOS)</i>	66
4.2.4 Perencanaan Laba.....	67
4.2.4.1 Analisis BEP terhadap Tingkat Laba.....	68
4.2.5 Analisis Bauran Produk.....	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Neraca CV Cempaka Tahun 2005	47
Tabel 4.2 : Laporan Laba Rugi CV Cempaka Taun 2005.....	48
Tabel 4.3 : Penjualan CV Cempaka Tahun 2005.....	50
Tabel 4.4 : Data Biaya CV Cempaka Tahun 2005.....	52
Tabel 4.5 : Biaya Tetap, Biaya Variabel, Biaya Semivariabel.....	53
Tabel 4.6 : Biaya Tetap dan Biaya Variabel CV Cempaka Tahun 2005	58
Tabel 4.7 : Perincian Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	59
Tabel 4.8 : Perincian Biaya Pemakaian Pita Cukai.....	60
Tabel 4.9 : Biaya Variabel Per Produk.....	61
Tabel 4.10 : Bauran Produk (<i>Product Mix</i>).....	63
Tabel 4.11 : Perhitungan <i>Contribution Margin</i> per Paket.....	64
Tabel 4.12 : BEP per Produk.....	65
Tabel 4.13 : Perhitungan <i>Margin Of Safety</i> Produk	67
Tabel 4.14 : Jumlah Unit dan Penjualan Produk untuk Mencapai Target Laba	69
Tabel 4.15 : Persentase <i>Margin Of Safety</i> dan <i>Contribution Margin</i>	70
Tabel 4.16 : Bauran Produk Baru.....	71
Tabel 4.17 : Perhitungan <i>Contribution Margin</i> Baru.....	72

4.2.5.1 Alternatif Bauran Produk	71
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR KEPUSTAKAAN	76



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Fixed Cost	10
Gambar 2.2 : Variable Cost.....	12
Gambar 2.3 : Semivariable Cost	14
Gambar 2.4 : Analisis Biaya dengan Metode Tinggi Rendah.....	17
Gambar 2.5 : Analisis Biaya dengan Metode Scattergraph	20
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Perusahaan Rokok Cempaka.....	43



BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia dewasa ini semakin meningkatkan persaingan antar perusahaan dalam merebut pangsa pasar. Persaingan tersebut semakin menuntut pihak manajemen untuk dapat mempertahankan bahkan meningkatkan perolehan pendapatan dan laba yang setinggi-tingginya.

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Disamping kepuasan konsumen, laba merupakan tujuan utama perusahaan. Pendapatan yang diperoleh perusahaan minimal harus mampu menutup biaya yang dikeluarkan, bila pendapatan yang diperoleh lebih kecil dari biaya yang dikeluarkan maka kelangsungan hidup perusahaan akan sangat terganggu, dan pada akhirnya dapat menyebabkan perusahaan mengalami kemunduran dan bahkan penghentian.

Dalam mengusahakan pencapaian laba yang optimal, manajer harus membuat perencanaan laba yang dapat memenuhi bahkan melampaui target laba yang ditetapkan. Pengambilan keputusan tentang target laba yang ditetapkan dalam kurun waktu satu tahun (jangka pendek) bukanlah hal yang mudah karena manajer harus memilih diantara berbagai alternatif dengan hasil yang langsung atau terbatas yang dapat dilihat serta keputusan tersebut harus mendukung tujuan jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu, manajer harus merencanakan terlebih dahulu berapa target pendapatan yang harus dicapai serta beban yang akan terjadi pada volume

kegiatan tertentu untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Target laba yang direncanakan harus disesuaikan dengan kemampuan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Target laba juga dapat diperoleh dari pengalaman perusahaan pada tahun-tahun sebelumnya serta prediksi keadaan ekonomi pada tahun yang akan datang.

Dalam teori akuntansi manajemen yang banyak diterapkan oleh perusahaan salah satunya adalah *cost-volume-profit (CVP) analysis* atau analisis biaya-volume-laba. *Cost-volume-profit analysis* berguna untuk mengetahui berbagai hubungan dan kaitan antara pendapatan dan beban pada suatu tingkat kapasitas volume kegiatan serta dampaknya terhadap laba yang diperoleh. Dengan menggunakan *CVP analysis* sebagai alat perencanaan laba maka manajemen perusahaan akan dapat melakukan suatu pengambilan keputusan taktis yang tepat.

Dengan adanya peningkatan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dan rencana Pemerintah untuk menaikkan Tarif Dasar Listrik (TDL) mengakibatkan perubahan pada besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Hal ini mengharuskan manajemen untuk melakukan penyesuaian sewaktu-waktu terhadap anggaran biaya perusahaan. Manajemen dapat melakukan penyesuaian perhitungan dengan menggunakan *CVP analysis*. Sehingga manajemen dapat mengambil keputusan yang tepat berkenaan dengan hal tersebut.

Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis pada CV Cempaka yang merupakan perusahaan perseorangan yang memproduksi rokok kretek atau sigaret kretek tangan (SKT) dan rokok filter atau

sigaret kretek mesin (SKM). CV Cempaka yang berkedudukan di Jl. Yos Sudarso 149 Tulungagung ini memproduksi rokok kretek dengan merek Cempaka “Super” 12 dan 16, Cempaka “Super Long Size” 10 dan 12, Cempaka “Coklat” 12. Sedangkan untuk rokok filter diproduksi dengan merek Cempaka “Filter Lights” 12 dan 16, Cempaka “Filter Merah” 12 dan 16 serta Cempaka “Filter Coklat” 12 dan 16. Dengan beragamnya produk yang dihasilkan dan dengan harga jual yang berbeda-beda serta biaya yang tidak sama antara masing-masing produk tersebut maka akan beragam pula kombinasi komposisi penjualan yang dapat dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam rangka mencapai target laba dan produk-produk mana saja yang memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan perusahaan. Dari kasus di lapangan, perencanaan laba dapat diterapkan dengan menggunakan *cost-volume-profit analysis* dengan memisahkan biaya berdasarkan perilakunya.

Berdasarkan kenyataan yang ada di perusahaan selama ini, manajemen belum melakukan pemisahan biaya berdasarkan perilakunya. Oleh karena itu manajemen tidak dapat menggunakan *cost-volume-profit analysis* sebagai alat bantu pengambilan keputusan manajemen dalam perencanaan laba, sehingga tidak memungkinkan adanya analisis yang mudah untuk perencanaan laba tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana memanfaatkan *Cost-Volume-Profit analysis* dalam

merencanakan laba dan mengambil keputusan tentang bauran produk yang dapat dilakukan oleh manajer perusahaan?''.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengkaji pemanfaatan *CVP analysis* pada perusahaan rokok CV CempakaTulungagung sebagai alat perencanaan laba perusahaan dan pengambilan keputusan bauran produk.
2. Untuk mengkaji hambatan *CVP analysis* sebagai alat perencanaan laba dan pengambilan keputusan bauran produk pada CV Cempaka Tulungagung.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan adalah :

1. Sebagai sumbangan masukan kepada manajemen perusahaan untuk menggunakan *CVP analysis* dalam merencanakan laba dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan taktis maupun keputusan jangka panjang.
2. Sebagai sarana untuk memperoleh pengetahuan lebih mendalam tentang penggunaan *CVP analysis* pada perusahaan rokok.

1.5. Sistematika Skripsi

Secara garis besar, skripsi ini terdiri dari lima bab dan tiap-tiap bab mempunyai sub bab serta tiap-tiap sub bab mempunyai anak sub bab yang akan

memberikan penjelasan secara terinci serta berhubungan dengan rumusan masalah skripsi. Adapun sistematika skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab 1 : Pendahuluan

Berisi penjelasan tentang latar belakang permasalahan yang merupakan landasan pemikiran secara garis besar baik teoritis maupun fakta yang menimbulkan minat untuk melakukan penelitian, rumusan masalah yang memerlukan pemecahan dan jawaban melalui penelitian yang dilakukan serta tentang tujuan yang ingin dicapai serta manfaat penelitian bagi khasanah ilmu pengetahuan.

Bab 2 : Tinjauan Kepustakaan

Berisi landasan teori yang berisi tentang teori dan konsep yang relevan dengan permasalahan yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Sub bab dari landasan teori terdiri dari analisis perilaku biaya, *cost-volume-profit (CVP) analysis*, perencanaan laba dan *CVP analysis* untuk perusahaan multiproduk. Selain itu juga menyebutkan tentang penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan peneliti lain serta *research question* dan model analisis yang digunakan.

Bab 3 : Metode Penelitian

Bagian ini menguraikan metode penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang meliputi pendekatan penelitian, rancangan penelitian, jenis dan sumber data, ruang lingkup analisis, prosedur pengumpulan data serta

teknik analisis data. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analitis.

Bab 4 : Hasil dan Pembahasan

Bagian ini berisi tentang gambaran umum subjek dan objek penelitian. Subjek penelitian adalah CV Cempaka Tulungagung sedangkan objek penelitian adalah pendapatan dan biaya-biaya yang terjadi pada CV Cempaka, target laba serta penentuan bauran produknya. Selain itu juga terdapat hasil analisis yang bermaksud untuk memilah, mengelompokkan, dan memudahkan proses pengolahan data.

Bab 5 : Simpulan dan Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab 4 penulis memberikan simpulan yang diperoleh selama melakukan penelitian dan saran yang diberikan untuk perbaikan kebijakan manajemen.

BAB 2

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Pada bagian tinjauan kepustakaan ini akan dibahas tentang landasan teori yang digunakan, penelitian sebelumnya yang pernah ada dan pertanyaan-pertanyaan penelitian. Landasan teori akan membahas tentang teori-teori para pakar tentang perilaku biaya dan pemisahan biaya campuran yang digunakan untuk mengelompokkan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel, dan teori-teori tentang *cost-volume-profit (CVP) analysis* yang meliputi pengertian, manfaat, asumsi hambatan dari *CVP analysis* dan marjin kontribusi yang digunakan untuk melakukan analisis serta modifikasi dari rumus *CVP analysis*.

2.1. Landasan Teori

Cost-volume-profit (CVP) analysis merupakan salah satu alat yang sangat berguna dalam akuntansi manajemen, sebagai alat analisis yang memungkinkan bagi manajemen untuk menguji dari kemungkinan dampak-dampak yang timbul dari keputusan-keputusan yang diambil. Sebelum dilakukan analisis berdasarkan *CVP analysis* perlu adanya penggolongan biaya kedalam biaya tetap dan biaya variabel serta pemisahan komponen biaya semevariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel untuk memudahkan perhitungan dengan menggunakan *CVP analysis*. Dengan *CVP analysis* dapat pula dilakukan perhitungan jumlah marjin kontribusi

setiap produk maupun untuk multiproduk serta dapat diketahui pula *break-even-point (BEP)* dari pendapatan perusahaan.

2.1.1. Analisis perilaku biaya

Garrison dan Nooren (2003:52) menyatakan bahwa : “Cost behaviour refers to how a cost will react or respond to changes in the level of bussines activity. As the activity level rises and falls, a particular cost may rise and fall as well or it may remain constant”. Sedangkan menurut Hilton, Maher dan Selto (2006:49) menyatakan bahwa : “Cost behaviour refers to the way in which cost respond to changes in decision and activity”. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa beberapa biaya berubah jumlahnya secara langsung dengan adanya perubahan aktivitas bisnis dan perubahan keputusan sementara ada pula biaya-biaya lain yang relatif tidak terpengaruh.

Sifat bisnis yang semakin dinamis menuntut perusahaan pada kebutuhan untuk mampu mengubah tingkat kegiatan bisnisnya agar idak mengalami kerugian. Supaya manajemen dapat merencanakan kegiatan perusahaan dengan baik dan dapat mengendalikan biaya dengan efektif maka manajemen harus mengerti hubungan antara biaya dan perubahan kegiatan. Dengan mengetahui bagaimana biaya-biaya berperilaku memungkinkan manajemen memprediksi keuntungan pada saat pendapatan dan volume produksi perusahaan berubah. Pengetahuan tentang bagaimana biaya berperilaku juga bermanfaat untuk penaksiran biaya. Sedangkan untuk tujuan perencanaan, manjer harus mampu mengantisipasi apa yang akan terjadi

jika biaya berubah serta manajer harus mengetahui seberapa banyak perubahan biaya tersebut.

2.1.1.1. Penggolongan biaya

Keberhasilan dalam perencanaan dan pengendalian biaya tergantung pada pemahaman yang menyeluruh mengenai hubungan yang terjadi antara biaya dengan kegiatan bisnis. Telaah dan analisis yang cermat serta pengaruh kegiatan bisnis terhadap biaya umumnya akan menghasilkan penggolongan setiap pengeluaran kedalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel atau biaya campuran.

1. Biaya tetap (*fixed cost*)

Menurut Garrison dan Nooren(2003:52) mendefinisikan : “A fixed cost is a cost that remains constant in total, regardless of changes in the level of activity”. Sedangkan Horngren, Datar dan Foster (2006:28) menyatakan : “ A fixed cost remain unchanged in total for a given time period, despite wide changes in the related level of total activity or volume”. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa biaya tetap merupakan biaya yang tidak berubah jumlahnya walaupun aktivitas bisnis meningkat atau menurun dalam rentang yang relevan. Fungsi biaya tetap dapat dinyatakan dengan persamaan berikut :

$$Y = a \dots\dots\dots(1)$$

Dimana, Y = taksiran biaya tetap

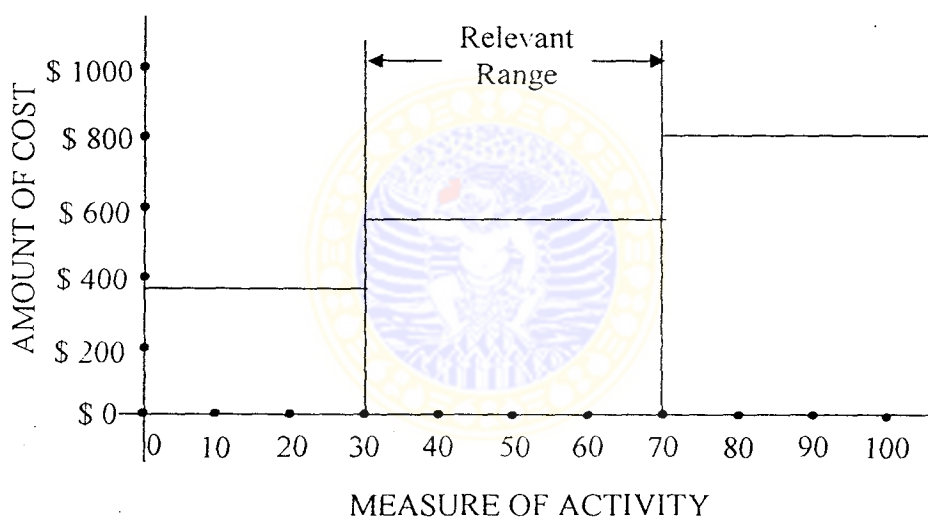
a = jumlah konstan

Meskipun beberapa jenis biaya tampak sebagai biaya tetap, namun sebenarnya bersifat variabel dalam jangka panjang oleh karena itu sebaiknya satu jenis biaya

tertentu harus digolongkan sebagai biaya tetap hanya dalam rentang yang relevan (*relevant range*). Total biaya tetap akan berubah diluar rentang kegiatan yang relevan. Untuk rentang yang relevan, perilaku biaya tetap digambarkan dengan garis horisontal. Perubahan biaya tetap pada tingkat kegiatan yang berbeda dan rentang yang relevan tampak pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1

Fixed Cost



Sumber : Carter dan Usry (2002:3-2)

Berdasarkan kebijakan manajemen pengeluaran mendapatkan karakteristik sebagai biaya tetap. Untuk tujuan perencanaan, biaya tetap dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

- a *Committed fixed cost* atau disebut juga *capacity cost* merupakan pengeluaran yang memerlukan serangkaian pembayaran selama periode waktu yang panjang dan dibutuhkan untuk mempertahankan kapasitas produksi atau jasa

saat ini. Contohnya biaya bunga utang jangka panjang, penyusutan fasilitas pabrik, pajak bumi dan bangunan, asuransi gedung dan gaji manajemen puncak.

- b *Discretionary fixed cost* atau disebut juga *managed fixed cost* adalah biaya tetap yang sebagian besar tergantung pada pengaruh manajemen dalam jangka pendek. Contohnya biaya periklanan, riset pemasaran, hubungan masyarakat dan program pengembangan manajemen.

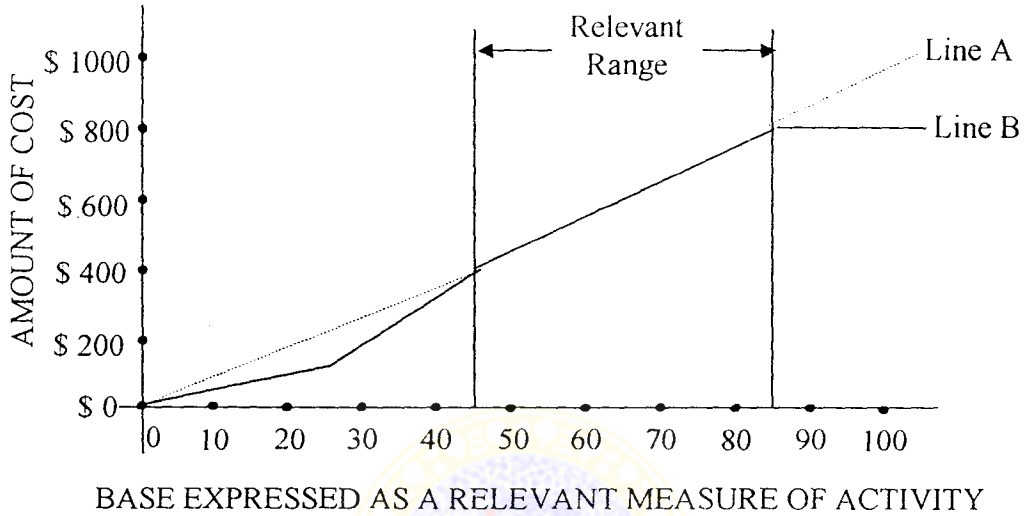
2. Biaya variabel (*variable cost*)

Garrison dan Noreen (2003:52) mendefinisikan : “A variable cost is a cost that varies in total, in direct proportion to changes in the level of activity. Total cost rises and fall as the activity level rises and falls. A variable cost is constant if expressed on a per unit basis”. Sedangkan Horngren, Datar dan Foster (2006:28) menyatakan : “A variable cost changes in total proportion to changes in the related level of total activity or volume”. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa biaya variabel merupakan biaya yang secara total bervariasi dalam proporsi langsung dengan perubahan aktivitas output atau meningkat secara proporsional dengan peningkatan kegiatan dan menurun secara proporsional dengan penurunan kegiatan serta bersifat konstan dalam per unit.

Dalam rentang kegiatan yang relevan, hubungan antara kegiatan dan biaya variabelnya kurang bersifat linier. Hubungan ini tampak pada Gambar 2.2.

Gambar 2.2

Variabel Cost



Line A : Calculated variable cost.

Line B : Actual variabl cost.

Sumber : Carter dan Usry (2002:3-3)

Biaya variabel seringkali diasumsikan linier seperti hubungan fungsional antara biaya dan keluaran yang dinyatakan dalam bentuk garis lurus. Hubungan ini dinyatakan oleh persamaan :

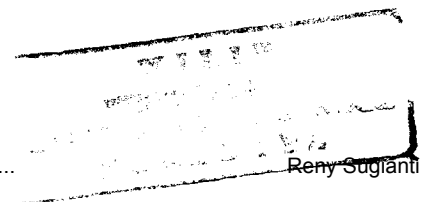
$$Y = b X \dots\dots\dots(2)$$

Dimana, Y = taksiran biaya variabel

b = biaya konstan per unit

X = taksiran tingkat keluaran/aktivitas

Contoh dari biaya variabel adalah komisi penjualan, biaya pokok barang dagangan, biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.



3. Biaya campuran (*semivariable cost*)

Carter dan Usry (2004:60) mendefinisikan : “Biaya semivariabel sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dan biaya tetap maupun biaya variabel”. Konsep biaya campuran penting karena biaya campuran sering terjadi di banyak perusahaan. Supaya biaya campuran dapat direncanakan dan dikendalikan, biaya tersebut haruslah dipilah kedalam komponen-komponen tetap dan variabelnya. Estimasi biaya (*cost estimation*) berkenaan dengan pemisahan jumlah biaya kedalam komponen-komponen biaya tetap dan biaya variabel dari segi basis aktivitasnya. Biasanya komponen tetap menunjukkan biaya yang diperlukan untuk mempertahankan jasa (seperti telepon) atau fasilitas (seperti bangunan), sedangkan komponen variabel mencakup penggunaan sesungguhnya. Biaya-biaya campuran dianggap mengikuti hubungan linier berikut :

$$Y = F + VX \dots\dots\dots(3)$$

Dimana, Y = jumlah biaya campuran

F = unsur biaya tetap

V = biaya variabel per unit aktivitas

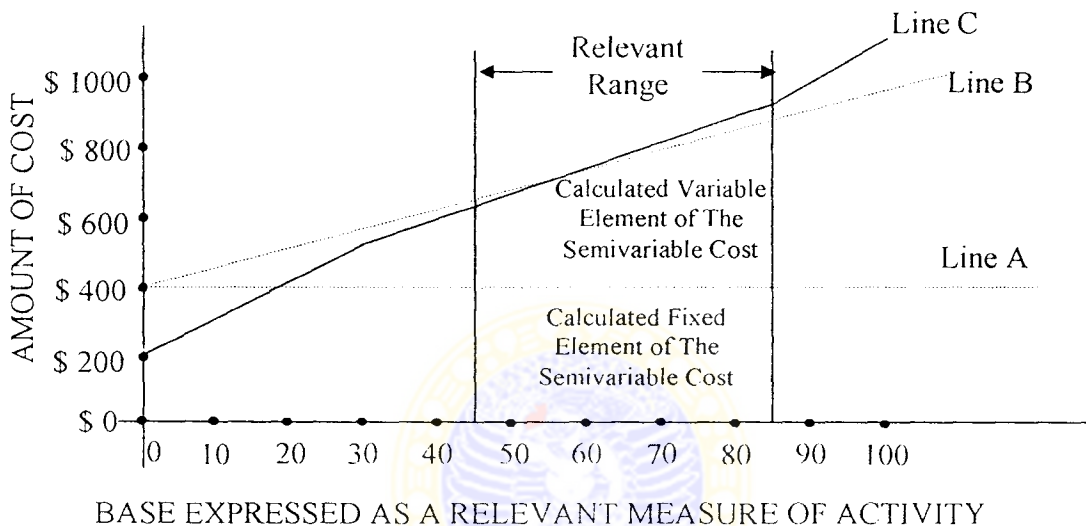
X = tingkat aktivitas

Perilaku biaya semivariabel tampak pada Gambar 2.3. Contoh biaya campuran adalah biaya telepon dan gaji wiraniaga. Sebagian biaya telepon harus dibayar perusahaan berperilaku tetap (yakni biaya abonemen), sedangkan bagian lainnya berperilaku variabel karena tergantung pada banyaknya pemakaian pulsa telepon.

Unsur tetap dari biaya campuran menunjukkan biaya minimal untuk memperoleh jasa, sedangkan unsur variabelnya berasal dari perubahan aktivitas.

Gambar 2.3

Semivariabel Cost



Line A : Calculated fixed element of the semivariabel cost.

Line B : Calculated total cost.

Line C : Actual cost.

Sumber : Carter dan Usry (2002:3-4)

2.1.1.2. Metode pemisahan biaya campuran ke dalam komponen tetap dan variabel

Untuk merencanakan, menganalisis, mengendalikan dan mengukur atau mengevaluasi biaya dalam berbagai kegiatan haruslah dilakukan pemisahan terhadap biaya tetap dan biaya variabel. Para manajer seringkali berusaha menyederhanakan proses penggolongan semua biaya ke dalam sepenuhnya tetap dan sepenuhnya variabel sehingga mengabaikan kenyataan bahwa sebagian biaya adalah semivariabel.

Pemisahan biaya tetap dan variabel perlu dilakukan untuk tujuan-tujuan berikut ini :

1. perhitungan tarif overhead pabrik yang ditentukan terlebih dahulu dan analisis varians,
2. penyusunan anggaran fleksibel dan analisis varians,
3. kalkulasi biaya langsung dan analisis marjin kontribusi,
4. analisis impas dan biaya-volume-laba,
5. analisis biaya diferensial yaitu perbedaan jumlah biaya diantara dua alternatif,
6. analisis atas maksimisasi laba dan minimalisasi biaya dalam jangka pendek,
7. analisis penganggaran modal.
8. analisis profitabilitas pemasaran per wilayah, produk dan pelanggan.

Umumnya terdapat tiga (3) metode yang digunakan secara luas untuk memisahkan biaya semivariabel/campuran menjadi komponen tetap dan variabel yaitu metode tinggi rendah, metode *scattergraph*, dan metode kuadrat terkecil.

1. Metode Tinggi-Rendah (*High-Low Method*)

Metode tinggi-rendah menyeleksi terlebih dahulu dua titik yang akan digunakan untuk menghitung parameter F dan V. Metode ini menggunakan titik tinggi yang akan didefinisikan sebagai titik dengan tingkat aktivitas tertinggi dan titik rendah yang didefinisikan sebagai titik dengan aktivitas terendah. Misalkan (X_1, Y_1) adalah titik pertama yaitu titik terendah dan (X_2, Y_2) menjadi titik kedua yang merupakan titik tertinggi, sehingga persamaan untuk menentukan kemiringan dan perpotongan adalah sebagai berikut :

$$V = \frac{\text{Perubahan biaya}}{\text{Perubahan aktivitas}}$$

$$= \frac{(Y_2 - Y_1)}{(X_2 - X_1)} \dots\dots\dots(4)$$

Dan $F = \text{Total biaya campuran} - \text{biaya variabel}$

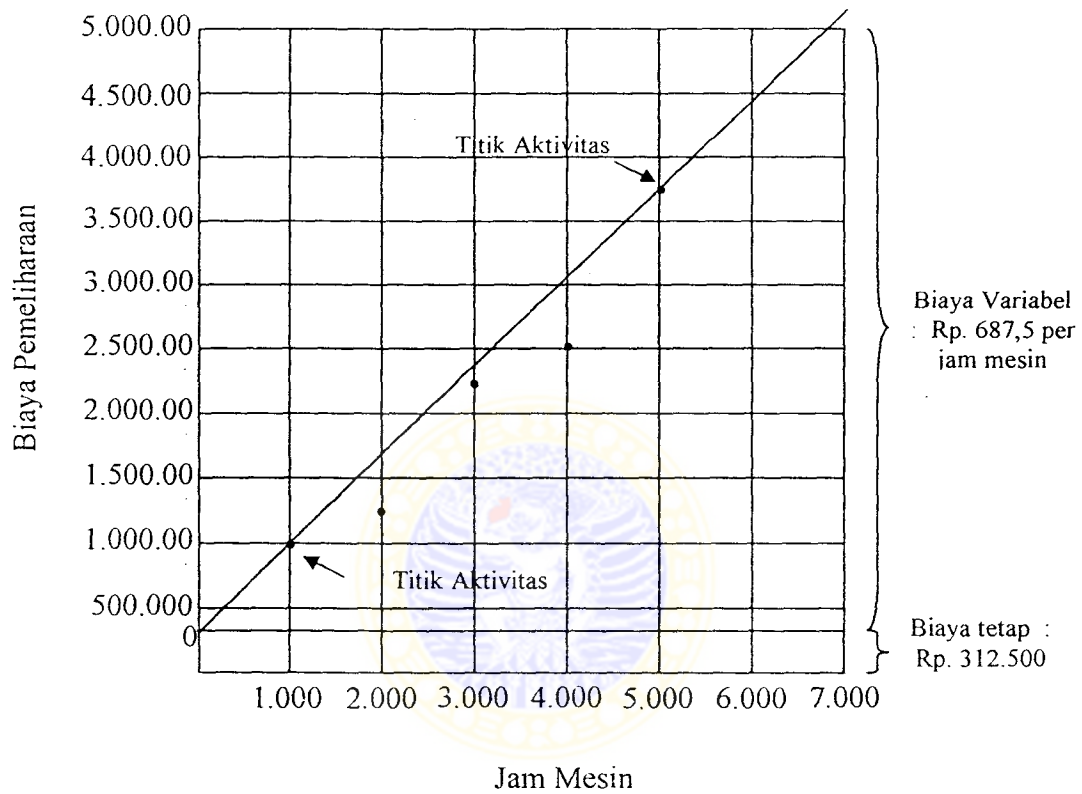
$$= Y_2 - VX_2 \dots\dots\dots(5)$$

$$\text{Atau } F = Y_1 - VX_1 \dots\dots\dots(6)$$

Metode tinggi-rendah memiliki keunggulan pada objektivitas. Yaitu setiap dua orang yang menggunakan metode tinggi-rendah pada sekumpulan data tertentu yang sama akan mendapat hasil yang sama. Selain itu, metode tinggi-rendah memungkinkan seorang manajer melakukan perubahan cepat pada hubungan biaya dengan menggunakan hanya dua titik data. Metode tinggi-rendah biasanya tidak sebaik metode lainnya. Pertama, rumus biaya yang hanya menggunakan dua titik biasanya tidak mencerminkan apa yang sebenarnya terjadi. Kedua, jika titik-titik merupakan jebakan, pasangan titik lainnya mungkin yang benar-benar representatif. Untuk itu, kemudian ada metode *scattergraph* yang memungkinkan pilihan titik yang lebih representatif.

Gambar 2.4

Analisis Biaya dengan Metode Tinggi-Rendah



Sumber : Simamora (1999:152)

Berdasarkan Gambar 2.4 tersebut maka dapat diketahui bahwa titik tertinggi adalah Rp 3.750.000 manakala jam mesinnya 5.000 atau (5.000, Rp3.750.000) sedangkan titik terendah adalah Rp 1.000.000 pada saat jam mesinnya 1.000 atau (1.000, Rp1.000.000). begitu titik tertinggi dan terendah diketahui maka nilai biaya tetap (F) dan biaya variabel (V) dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 V &= (Y_2 - Y_1) / (X_2 - X_1) \\
 &= (\text{Rp } 3.750.000 - \text{Rp } 1.000.000) / (5.000 - 1.000) \\
 &= \text{Rp } 2.750.000 / 4 \\
 &= \text{Rp } 687,5
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 F &= Y_2 - VX_2 \\
 &= \text{Rp } 3.750.000 - (\text{Rp } 687,5 \times 5.000) \\
 &= \text{Rp } 312.500
 \end{aligned}$$

Rumus biaya dengan memakai metode tinggi-rendah adalah :

$$Y = 312.500 + 687,5X$$

2. Metode *Scattergraph*

Metode *scattergraph* memperhitungkan semua data melalui pemakaian suatu grafik. Perkiraan biaya dengan metode *scattergraph* memakai format grafik yang mirip dengan yang digunakan untuk metode tinggi-rendah. Sekalipun demikian, tidak seperti metode tinggi-rendah yang hanya memakai angka biaya pada semua tingkat produksi dimasa lalu. Karena metode *scattergraph* memakai semua data yang tersedia, maka metode ini cenderung lebih akurat daripada metode tinggi-rendah.

Salah satu tujuan dari *scattergraph* adalah untuk menilai validitas hubungan linier yang diasumsikan dan mengungkapkan beberapa titik yang kelihatannya tidak cocok dengan pola umum perilaku biaya. *Scattergraph* memungkinkan seseorang untuk secara visual menempatkan garis pada titik *scattergraph* kemudian menentukan titik terbaik. Titik terbaik adalah titik-

titik data yang lebih dekat dengan garis. Kedekatan setiap titik terhadap garis dapat diukur dengan jarak vertikal dari garis. Jarak vertikal titik garis berarti perbedaan antara biaya aktual dan biaya yang diprediksi dengan garis yang disebut dengan deviasi. Karena ukuran kedekatan merupakan jumlah deviasi kuadrat titik-titik dari garis, maka semakin kecil ukurannya semakin baik garisnya.

Keunggulan metode *scattergraph* adalah memberi analisis biaya kesempatan untuk memeriksa data secara visual. Sedangkan kekurangannya adalah tidak memiliki kriteria objektif dalam pemilihan garis terbaik. Kualitas rumus biayanya bergantung pada kualitas penilaian subjektif analis. Metode kuadrat terkecil mendefinisikan yang terbaik dan objektif dalam hal penggunaan metode untuk sekumpulan data tertentu yang akan menghasilkan rumus biaya yang sama. Pada Gambar 2.5, diasumsikan bahwa garis yang paling sesuai adalah yang melewati titik 1 dan titik 4. Titik 1 diwakili oleh $X_1=1.000$ dan $Y_1=Rp1.000.000$ sedangkan titik 4 diwakili oleh $X_2=4.000$ dan $Y_2=Rp2.500.000$. Lalu dengan menggunakan dua titik tersebut maka dapat dihitung biaya variabel dan biaya tetapnya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} V &= (Y_2 - Y_1) / (X_2 - X_1) \\ &= (Rp2.500.000 - Rp1.000.000) / (4.000 - 1.000) \\ &= Rp1.500.000 / 3.000 \\ &= Rp500 \end{aligned}$$

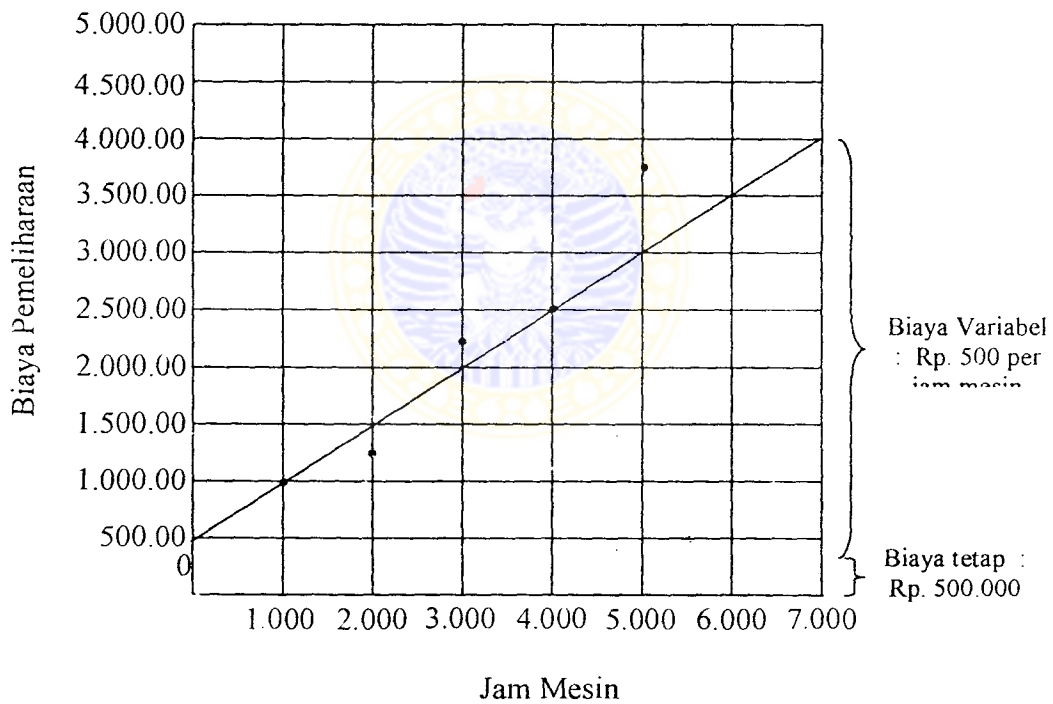
$$\begin{aligned}
 F &= Y_2 - VX_2 \\
 &= \text{Rp}2.500.000 - (\text{Rp}500 \times 4.000) \\
 &= \text{Rp}500.000
 \end{aligned}$$

Rumus biaya dengan memakai metode *scattergraph* adalah :

$$Y = 500.000 + 500X$$

Gambar 2.5

Analisis Biaya dengan Metode *Scattergraph*



Sumber : Simamora(1999:153)

3. Metode Kuadrat Terkecil (*Least Squares Method*)

Metode kuadrat terkecil sering disebut juga dengan analisis regresi.

Metode kuadrat terkecil merupakan versi yang lebih akurat daripada metode

scattergraph karena dihilangkannya pertimbangan manusia dalam menggambarkan garis yang mendekati serangkaian titik yang diplot. Metode kuadrat terkecil memperhitungkan semua data ketika menaksir formula biaya. Metode ini lebih memakan waktu daripada metode *scattergraph* namun lebih objektif dan menggunakan semua data. Metode kuadrat terkecil mengidentifikasi garis yang terbaik dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$V = \frac{[\sum XY - \sum X \sum Y / n]}{[\sum X^2 - (\sum X)^2 / n]} \dots \dots \dots (7)$$

$$F = \frac{\sum Y - V(\sum X)}{n} \dots \dots \dots (8)$$

Untuk menghitung biaya tetap dan biaya variabel dengan metode kudrat terkecil, digunakan data yang ada pada metode sebelumnya yaitu sebagai berikut :

X	Y	XY	X ²
1000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000,000	Rp 1,000,000
2000	Rp 1,250,000	Rp 2,500,000,000	Rp 4,000,000
3000	Rp 2,250,000	Rp 6,750,000,000	Rp 9,000,000
4000	Rp 2,500,000	Rp 10,000,000,000	Rp 16,000,000
5000	Rp 3,750,000	Rp 18,750,000,000	Rp 25,000,000
<u>15000</u>	<u>Rp 10,750,000</u>	<u>Rp 39,000,000,000</u>	<u>Rp 55,000,000</u>

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{[\sum XY - \sum X \sum Y / n]}{[\sum X^2 - (\sum X)^2 / n]} \\
 &= \frac{[39.000.000.000 - 15.000 \times 10.750.000 / 5]}{[55.000.000 - (15.000)^2 / 5]} \\
 &= 6.750.000.000 / 10.000.000 \\
 &= \text{Rp } 675 \\
 F &= \frac{\sum Y - V(\sum X)}{n} \\
 &= \frac{10.750.000 - 675(15.000)}{5} \\
 &= 625.000 / 5 \\
 &= \text{Rp } 125.000
 \end{aligned}$$

Sehingga rumus biaya dengan metode kuadrat terkecil adalah :

$$Y = 125.000 + 675X$$

2.1.2 Cost-volume-profit (CVP) Analysis

Hansen dan Mowen (2003:656) menyatakan bahwa : “Cost-Volume-Profit analysis (CVP analysis) is a powerfull tool for planing and decision making. Because CVP analysis emphasizes the interrelationships of costs, quantity sold, and price, it brings together all of the financial information of the firm”. Sedangkan Hilton, Maher dan Selto (206:462) menyatakan bahwa : “.... the cost volume profit (CVP) model, reflects the effects or changes in an organization’s activities, such as sales volume

and of its prices and cost on profit or income". Dengan kata lain *CVP analysis* merupakan analisis pola-pola perilaku biaya yang mendasari hubungan-hubungan antara biaya, volume dan laba. *Cost-Volume-Profit analysis* seringkali disebut analisis impas atau *Break-Even-Point (BEP) analysis* karena signifikansi titik impas dalam analisis ini. Titik impas adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, yaitu titik dimana laba sama dengan nol.

2.1.2.1 Manfaat *CVP analysis*

Hammer, Carter dan Usry (1995:224-225) menyatakan bahwa :

"... kegunaan analisis impas dan biaya-volume-laba...sebagai berikut :

1. Membantu pengendalian melalui anggaran.
2. Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan.
3. Menganalisis dampak perubahan volume.
4. Menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya.
5. Merundingkan upah.
6. Menganalisis bauran produk.
7. Menilai keputusan kapitalisasi dan ekspansi lanjutan.
8. Menganalisis margin pengaman".

Mujahidin Asa Putra (2002:34-35) menyatakan bahwa : " Dengan analisis biaya volume dan laba , manfaat utama yang dapat diperoleh untuk perencanaan laba jangka pendek perusahaan antara lain :

1. Analisis ini akan memberikan informasi bagi perusahaan tentang jumlah penjualan yang harus dilakukan agar perusahaan berada dalam keadaan impas yaitu tidak menderita rugi dan tidak memperoleh laba.
2. Memberikan informasi bagi perusahaan tentang jumlah penjualan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mencapai tingkat laba tertentu sesuai target perusahaan.
3. Memberikan informasi bagi perusahaan tentang jumlah penurunan penjualan yang diperkenankan agar perusahaan tidak sampai menderita rugi.

2.1.2.2 Asumsi hambatan *CVP analysis*

Hansen dan Mowen (2003:670) menyatakan bahwa :

"Some of these assumptions are as follow :

1. The analysis assumes a linear revenue function and a linear cost function.
2. The analysis assumes that price, total fixed costs, and unit variable costs can be accurately identified and remain constant over the relevant range.
3. The analysis assumes that what is produced is sold.
4. For multiple-product analysis, the sales mix assumed to be known.
5. The selling prices and costs are assumed to be known with certainty”.

Sedangkan Garrison dan Noreen (2002:256) menyatakan :

“A number of assumptions underline CVP analysis :

1. Selling price is constant. The price of a product or service will not change as volume changes.
2. Costs are linear and can be accurately divided into variable and fixed elements. The variable element is constant per unit and the fixed element is constant in total over the entire relevant range.
3. In multiproduct companies, the sales mix is constant.
4. In manufacturing companies, inventories do not change. The number of units produced equals the number of units sold”.

Dari beberapa asumsi hambatan *CVP analysis* tersebut, tentunya tidak terlalu diharapkan akan diperoleh hasil kesimpulan yang mempunyai tingkat ketelitian yang tinggi. Tetapi yang penting, pihak manajemen akan memperoleh suatu informasi yang relevan dengan berbagai hubungan yang terjadi antar komponen biaya tetap, biaya variabel, pendapatan usaha dan laba / rugi yang akan terjadi.

2.1.2.3. Marjin kontribusi

Hansen dan Mowen (2003:658) mendefinisikan : “The contribution margin is sales revenue minus total variable cost”. Sedangkan Garrison dan Noreen (2003:235) menyatakan bahwa : “... contribution margin is the amount remaining from sales revenue after variable expenses have been deducted. Thus, it is the amount available to cover fixed expenses and then to provide profits for the period”.

Marjin kontribusi dapat pula dinyatakan sebagai suatu persentase dari pendapatan penjualan setelah dikurangi dengan biaya variabel. Rasio marjin kontribusi (*contribution margin ratio*) adalah persentase marjin kontribusi dibandingkan jumlah penjualan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat pula ditulis suatu rumus sebagai berikut :

$$\text{Marjin kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya variabel}$$

$$\text{Rasio marjin kontribusi} = \frac{\text{Marjin kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

atau

$$\text{Rasio marjin kontribusi} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Biaya variabel}}{\text{Penjualan}}$$

$$\text{Rasio marjin kontribusi} = 1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Penjualan}}$$

Dengan mengetahui rasio marjin kontribusi, manajemen dapat membandingkan profitabilitas berbagai macam lini produk. Rasio marjin kontribusi bermanfaat dalam menetapkan kebijakan bisnis. Misalnya, apabila rasio marjin kontribusi (%CM) besar maka perusahaan sebaiknya mencurahkan lebih banyak upaya pada promosi penjualannya karena perubahan besar dalam laba operasi akan dihasilkan dari perubahan volume penjualan. Sebaliknya apabila % CM kecil maka perusahaan sebaiknya menaruh perhatian pada pengurangan biaya dan beban usaha sebelum berusaha mempromosikan produknya. Contoh :

	Jumlah	Per unit	Persentase Penjualan
Penjualan (920 unit)	\$230,000.00	\$250.00	100.00%
dikurangi : biaya variabel	\$138,000.00	\$150.00	60.00%
Marjin kontribusi	\$92,000.00	\$100.00	40.00%
Dikurangi : biaya tetap	\$70,000.00		
Laba bersih	\$22,000.00		

2.1.2.4. Modifikasi rumus *CVP analysis*

Cost-Volume-Profit (CVP) analysis telah lama dikenal sebagai alat perencanaan kegiatan usaha suatu perusahaan di dalam menetapkan beberapa volume penjualan yang harus dilakukan agar perusahaan tersebut dapat mencapai laba yang diinginkan. Di dalam perkembangannya ternyata terdapat berbagai modifikasi. Hansen dan Mowen (1997:211) menyatakan bahwa: Laporan laba-rugi dapat dinyatakan dengan persamaan berikut :

$$\text{Laba} = \text{Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel} - \text{Total Biaya Tetap}$$

$$\text{Laba} = (\text{Harga perunit} \times \text{Kuantitas}) - (\text{Biaya variabel perunit} \times \text{Kuantitas}) - \text{Total Biaya Tetap}$$

$$\text{Laba} + \text{Total biaya tetap} = (\text{Harga perunit} \times \text{Kuantitas}) - (\text{Biaya variabel perunit} \times \text{Kuantitas})$$

atau

$$\text{Laba} + \text{Total biaya tetap} = \text{Kuantitas} (\text{Harga perunit} - \text{Biaya variabel perunit})$$

Catatan : laba yang dimaksud adalah laba sebelum pajak.

Untuk mencari kuantitas yang terjual dalam *break-even* (dimana laba = 0) yaitu :

$$\text{Kuantitas } \textit{break-even} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Harga perunit} - \text{Biaya variabel perunit}}$$

Untuk mencari kuantitas yang terjual dengan tingkat laba yang diinginkan yaitu :

$$\text{Kuantitas dengan laba RpX} = \frac{\text{Laba} + \text{Total biaya tetap}}{\text{Harga perunit} - \text{Biaya variabel perunit}}$$

Untuk mencari penjualan dalam rupiah pada *break-even* (laba = 0) yaitu :

$$\text{Penjualan } \textit{break-even} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Rasio marjin kontribusi}}$$

Untuk mencari penjualan dalam rupiah dengan tingkat laba yang diinginkan yaitu :

$$\text{Penjualan dengan laba RpX} = \frac{\text{Laba} + \text{Total biaya tetap}}{\text{Rasio marjin kontribusi}}$$

Sedangkan modifikasi rumus *CVP analysis* atau *Break-Even Point* (BEP) diantaranya adalah :

1. Berapa maksimum besarnya penurunan volume usaha yang dapat ditolelir agar perusahaan tidak mengalami kerugian dihitung menggunakan *Margin of Savety* (MOS).

$$\text{Marjin pengaman} = \frac{\text{Pendapatan} - \text{Pendapatan } \textit{break-even}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

Dari rumus tersebut akan diperoleh indikasi apabila volume penjualan menurun lebih besar dari *Margin of Safety Ratio* (MOS) maka perusahaan akan menderita kerugian dan sebaliknya semakin besar MOS maka perusahaan tersebut akan semakin aman dari kerugian.

2. Beberapa penggunaan biaya tetap untuk menciptakan perubahan persentase laba yang lebih tinggi dan perubahan penjualan dapat dihitung dengan menggunakan *Degree of Operating Leverage* (DOL).

$$\text{Tingkat leverage operasi} = \frac{\text{Marjin kontribusi}}{\text{Laba}}$$

Semaki besar DOL maka semakin banyak perubahan aktivitas penjualan yang akan mempengaruhi laba. Perusahaan dengan DOL yang lebih tinggi juga akan mengalami pengurangan laba yang lebih besar ketika penjualan turun.

2.1.3. *Cost-volume-profit (CVP) analysis* sebagai alat perencanaan laba

Carter dan Usry (2002:15-1) mendefinisikan : “Profit planning is the development of an operational plan to achieve a company’s goal and objectives. Profit is important in planning because the overriding objective of a plan is satisfactory profit”. Perencanaan laba ditujukan pada sasaran akhir organisasi dan bermanfaat sebagai pedoman untuk mempertahankan arah kegiatan yang pasti.

Menurut dimensi waktu, perencanaan laba dibagi menjadi dua yaitu :

1. Perencanaan jangka panjang atau perencanaan strategis merupakan suatu proses manajemen yang berfokus pada tujuan perusahaan dan cara-cara untuk mencapainya. Perencanaan jangka panjang meliputi suatu jangka waktu selama

beberapa tahun, misalnya lima sampai sepuluh tahun. Untuk keberhasilan perencanaan jangka panjang maka harus didukung oleh perencanaan jangka pendek.

2. Perencanaan jangka pendek atau perencanaan taktis merupakan perencanaan terperinci yang mencakup pengembangan program operasi yang bekerja untuk menjamin adanya implementasi secara efektif dari tujuan jangka panjang, tetapi dengan mengakui adanya keterbatasan dan kesempatan-kesempatan dari sumber daya dan lingkungan perusahaan yang ada pada saat ini. Perencanaan jangka pendek biasanya meliputi jangka waktu satu sampai dua tahun.

2.1.4. *Cost-volume-profit analysis* untuk perusahaan dengan multiproduk

Menurut Garrison dan Noreen (2003:253) “Sales mix refers to the relative proportions in which a company’s products are sold. The idea is to achieve the combination, or mix, that will yield the greatest amount of profits”. Dengan demikian laba akan bergantung pada bagaimana komposisi penjualan (*sales mix*) perusahaan tersebut. Laba akan lebih besar pada produk dengan margin kontribusi yang tinggi dari pada produk dengan margin kontribusi yang lebih rendah, hal ini membuat proporsi penjualan menjadi relatif beragam.

Perubahan pada komposisi penjualan dapat mengakibatkan banyak variasi dalam pencapaian laba perusahaan. Pergeseran *sales mix* dari produk dengan margin kontribusi tinggi ke produk dengan margin kontribusi yang lebih rendah dapat mengakibatkan total laba menurun meskipun total penjualan mungkin meningkat. Sebaliknya pergeseran *sales mix* dari produk dengan margin kontribusi rendah ke produk dengan margin kontribusi yang lebih tinggi dapat mengakibatkan dampak

yang sebaliknya yaitu total laba mungkin akan meningkat meskipun total penjualan mengalami penurunan. Ini merupakan salah satu cara untuk menetapkan volume penjualan, yang sama sekali merupakan hal yang berbeda dengan menjual komposisi produk mana yang paling menguntungkan.

Jika perusahaan menjual lebih dari satu macam produk, analisis *break-even* menjadi lebih rumit. Karena produk yang berbeda memiliki harga yang berbeda, biaya yang berbeda, dan margin kontribusi yang berbeda pula. Sehingga titik *break-even* nya akan tergantung pada komposisi dari berbagai produk yang dijual. Hal ini dapat dilihat dari contoh berikut ini dimana perusahaan menjual 2 macam produk yaitu produk "A" dan "Z" dengan harga jual, biaya total dan margin kontribusi yang berbeda serta komposisi penjualan yang berbeda pula.

Contribution Income Statement

For the Month of September

	Produk "A"		Produk "Z"		Total	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Penjualan	\$20,000	100%	\$80,000	100%	\$100,000	100%
(-) Biaya Variabel	\$15,000	75%	\$40,000	50%	\$55,000	55%
Marjin Kontribusi	\$ 5,000	25%	\$40,000	50%	\$45,000	45%
(-) Biaya Tetap					\$27,000	
Laba bersih operasi					\$18,000	

Perhitungan BEP :

$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Total Marjin Kontribusi}} = \frac{\$27,000}{0.45} = \$60,000$$

Dari perhitungan diatas dapat dibuat perhitungan untuk BEP dari kedua produk seperti dibawah ini :

	Produk "A"		Produk "Z"		Total	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Penjualan	\$12,000	100%	\$48,000	100%	\$ 60,000	100%
(-)Biaya Variabel	\$ 9,000	75%	\$24,000	50%	\$ 33,000	55%
Marjin Kontribusi	\$ 3,000	25%	\$24,000	50%	\$ 27,000	45%
(-) Biaya Tetap					\$ 27,000	
Laba operasi					\$ -	

2.2. Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai *cost-volume-profit (CVP) analysis* pernah ditulis oleh :

1. Andhito (2000) dengan judul "Penerapan Analisis Biaya Volume Laba dengan pendekatan *activity based costing (ABC)* sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba dan Untuk Menentukan Komposisi Penjualan yang Tepat". Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Skripsi ini membahas mengenai penerapan *CVP analysis* pada perusahaan yang bergerak pada produksi kosmetik dan dianalisis juga pembebanan biaya berdasarkan aktivitas. Analisis difokuskan pada data biaya yang terjadi dan aktivitas apa saja yang dilakukan dalam proses produksi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian

milik Andhito adalah pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis.

2. Ulfa (2002) dengan judul “Analisis Biaya Volume Laba Berdasarkan Aktivitas pada Situasi Ketidakpastian (Studi Kasus pada PT. Boma Bisma Indra Surabaya)”. Skripsi ini menekankan pada penggunaan *cost-volume-profit (CVP) analysis* pada situasi ketidakpastian yang terjadi pada PT. Boma Bisma Indra Surabaya dalam penjualan produknya. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik Ulfa (2000) adalah pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis.
3. Widiarini (2004) dengan judul “Penerapan *CVP Analysis* Sebagai Alat Perencanaan Laba dan Pengambilan Keputusan Manajemen Jangka Pendek pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk”. Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Skripsi ini memfokuskan pada penggunaan *CVP analysis* pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa perbankan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik Widiarini (2004) adalah pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis.

2.3 Research question dan model analisis

Berdasarkan pada rumusan permasalahan, pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana penetapan target laba?
- b. Bagaimana perilaku biaya-biaya produksi, biaya penjualan dan biaya umum serta administrasi?
- c. Bagaimana cara menetapkan komposisi penjualan?

Metode analisis dalam penelitian dituangkan dalam kerangka berpikir dengan urutan sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi faktor-faktor yang diperhitungkan dalam analisis biaya volume laba.
- b. Mengidentifikasi target laba, biaya tetap dan margin kontribusi.
- c. Melakukan analisis biaya volume laba.
- d. Menetapkan bauran produk.



BAB 3

METODE PENELITIAN

Dalam bagian ini akan dijelaskan tentang pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, rancangan penelitian, jenis dan sumber data, ruang lingkup analisis, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

3.1. Pendekatan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan *CVP analysis* sebagai alat perencanaan laba dan pengambilan keputusan bauran produk. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif digunakan karena sesuai dengan pendapat Moleong (2002:4-7) antara lain :

1. Manusia sebagai alat (instrumen)

Penelitian akan lebih sesuai jika peneliti sendiri ataupun dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data yang utama.

2. Metode kualitatif

Metode kualitatif digunakan dengan pertimbangan bahwa metode ini lebih mudah jika berhadapan dengan kenyataan ganda. Selain itu, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden.

atas data yang diberikan dan sumber tertulis berupa dokumen. Sedangkan dalam langkah penentuan sampel karena populasi yang diteliti dalam penelitian ini merupakan populasi kecil maka sampel tidak lagi dibutuhkan, tetapi langsung menggunakan populasi itu sendiri. Selanjutnya, data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dan pencatatan dokumen yang diberikan pihak manajemen perusahaan.

Data yang diperoleh tersebut kemudian diteliti untuk dapat memberikan gambaran mengenai penggunaan *CVP analysis* sebagai alat perencanaan laba dan pengambilan keputusan bauran produk pada CV Cempaka.

3.3. Jenis dan sumber data

1. Data yang diperoleh adalah data primer berupa wawancara, yaitu wawancara dengan manajer untuk memperoleh keterangan yang lebih mendalam atas data yang telah diperoleh.
2. Data lainnya berupa data sekunder yaitu dokumen laporan biaya produksi, biaya pemasaran, biaya umum dan administrasi perusahaan pada tahun 2005 serta jumlah produksi yang dihasilkan perusahaan selama tahun 2005 dan harga jual produknya.

3.4. Ruang lingkup analisis

Penelitian ini membahas tentang perilaku-perilaku biaya yaitu perilaku biaya produksi, biaya pemasaran, biaya umum dan administrasi perusahaan pada tahun

2005 dan bertujuan untuk mengelompokkan biaya-biaya tersebut dalam biaya tetap dan biaya variabel serta bertujuan untuk perencanaan laba dan pengambilan keputusan bauran produk.

3.5. Prosedur pengumpulan data

Data yang diperoleh melalui tahap-tahap sebagai berikut :

1. Survei.

Survei dilakukan pada kunjungan awal ke perusahaan untuk memperoleh gambaran umum perusahaan dan pada kunjungan berikutnya untuk melakukan penelitian lebih mendalam. Peneliti melakukan wawancara kepada manajemen, supervisor dan karyawan serta pihak-pihak lain yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian. Peneliti juga melakukan pengamatan meskipun tidak secara menyeluruh terhadap para karyawan dan proses produksi.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan peneliti terhadap semua arsip dan laporan yang dibuat oleh perusahaan atau yang diperoleh dari luar perusahaan yang tentunya berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Dokumen-dokumen tersebut antara lain laporan keuangan, proyeksi laporan laba rugi, data penjualan, serta arsip-arsip organisasi yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.

3.6. Teknik analisis data

Analisis data terdiri dari pengujian, pengkategorian, pentabulasian maupun pengkombinasian kembali bukti-bukti untuk menunjuk proposisi awal suatu penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah pembuatan penjelasan karena tujuannya adalah menganalisis data studi kasus dengan cara membuat suatu penjelasan tentang kasus yang bersangkutan. Dengan demikian langkah-langkah yang diambil dalam menganalisis data adalah :

1. Mengidentifikasi dan mengelompokkan biaya berdasarkan perilakunya.
2. Memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
3. Menghitung *break-event-point (BEP)*, *contribution margin (CM)* dan *margin of savety (MOS)*.
4. Menghitung berapa target pendapatan yang harus dicapai agar target laba tahun 2006 dapat terpenuhi.
5. Menghitung *CVP analysis* secara terpisah ke masing-masing produk untuk menentukan bauran produk yang tepat.
6. Dari hasil analisis tersebut ditarik suatu simpulan dan diberikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat bagi pengambilan keputusan manajemen dimasa yang akan datang.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum subyek dan obyek penelitian

Subyek penelitian merupakan tempat dan obyek penelitian melekat, dengan demikian subyek penelitian ini adalah CV Cempaka Tulungagung.

4.1.1. Sejarah singkat perusahaan

Perusahaan Rokok Cempaka merupakan suatu bentuk badan usaha perorangan yang didirikan oleh Bapak Karmani. Bapak Karmani ini merupakan pemilik sekaligus sebagai pimpinan yang bertanggung jawab penuh atas kelangsungan hidup perusahaan.

Sebelum berdirinya perusahaan ini, Bapak Karmani bekerja sama dengan perusahaan rokok CV. Sri Rejeki Tulungagung dengan produk rokok merk “Banteng Sumoro” milik Bapak Sumiran. Sekitar tahun 1976 Bapak Karmani mencoba mengembangkan kemampuan yang ada untuk berdikari dengan memproduksi rokok sendiri. Pada saat itu sifat pembuatannya masih coba-coba dan hasil produksinya disetorkan pada pabrik rokok Banteng Sumoro. Meskipun perusahaan belum mendapat izin pendirian resmi, tetapi secara yuridis perusahaan telah berproduksi sejak tahun 1976 yang disahkan oleh Dinas Perindustrian dengan nomor: 552/E.6/VII/81. Sedangkan secara teknis perusahaan belum dapat berdiri sendiri karena faktor-faktor lain yang belum memadai.

Dengan adanya kemajuan-kemajuan dalam teknologi dan perusahaan dirasa mampu memproduksi produk sendiri, mendorong Bapak Karmani untuk mengajukan izin usaha agar lebih leluasa beroperasi. Selanjutnya beliau memisahkan diri dari CV. Sri Rejeki dan memproduksi rokok sendiri dengan merk “Cempaka”. Sedangkan rokok Banteng Sumoro sekarang lebih dikenal dengan rokok merk “Retjo Pentung”.

Pada tanggal 1 April 1982, yaitu sejak dikeluarkannya surat izin usaha dengan nomor: B 79/B2/HO/KDH/AA oleh Pemerintah Daerah Tingkat II Tulungagung serta izin produksi dari Bea Cukai nomer: 00481/f, perusahaan rokok Cempaka dinyatakan resmi berdiri. Seiring dengan makin berkembangnya Perusahaan Rokok Cempaka maka perusahaan ini berusaha mendapatkan izin usaha yang lain yaitu izin tempat usaha berdasarkan Undang-Undang Gangguan (HO) nomer: 530.08/08/445.14/1985, serta izin tempat gedung lantai jemur dengan nomor: 530.08/120/445.14/1985 yang disyahkan oleh Bupati Kepala Daerah Tingkat II Tulungagung. Dengan demikian perusahaan baru berproduksi sebagai rokok merk “Cempaka” pada tahun 1982.

4.1.2. Lokasi perusahaan

Penentuan lokasi perusahaan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan secara tepat, karena penentuan lokasi perusahaan tersebut akan berpengaruh terhadap aktivitas, keuntungan serta kelangsungan hidup perusahaan. Dengan kata lain, kesalahan dalam menentukan lokasi perusahaan akan mempersulit jalannya proses produksi secara keseluruhan.

Lokasi Perusahaan Rokok Cempaka ini berada di tengah kota, tepatnya di Jl. Yos Sudarso 149 Tulungagung. Pemilihan lokasi perusahaan ini berdasarkan

pertimbangan praktis, mengingat pada awalnya merupakan rumah pribadi dari pendiri sekaligus pemilik perusahaan tersebut, sehingga ada beberapa gedung perusahaan (gudang, garasi, rajang cengkeh) yang letaknya terpisah.

4.1.3. Visi dan misi perusahaan

Visi Perusahaan Rokok Cempaka menurut anggaran dasarnya adalah sebagai berikut:

A. Tujuan Jangka Pendek

1. Menjaga kontinuitas perusahaan. Berusaha sebaik-baiknya untuk mempertahankan dan memelihara agar proses produksi tetap berjalan lancar.
2. Mencapai target produksi sesuai dengan yang direncanakan. Realisasi dari produksi yang diharapkan sesuai dengan target yang direncanakan.
3. Meningkatkan kualitas produksi. Diharapkan tidak mengurangi dari kualitas standardnya.
4. Meningkatkan efisiensi, baik di bidang manajemen produksi, manajemen keuangan, serta manajemen pemasarannya.

B. Tujuan Jangka Panjang

1. Mencapai tingkat laba yang optimal. Dimaksudkan dari total penjualannya bukan laba per unit.
2. Mengadakan perluasan usaha. Langkah ekspansi perusahaan dalam memenuhi kedinamisan dalam mengembangkan usaha perusahaan.
3. Meningkatkan reputasi perusahaan. Ini sangat diperlukan mengingat untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (*going concern*)

Sedangkan misi menjadi perusahaan di kelas teratas adalah misi dari Perusahaan Rokok CV. Cempaka

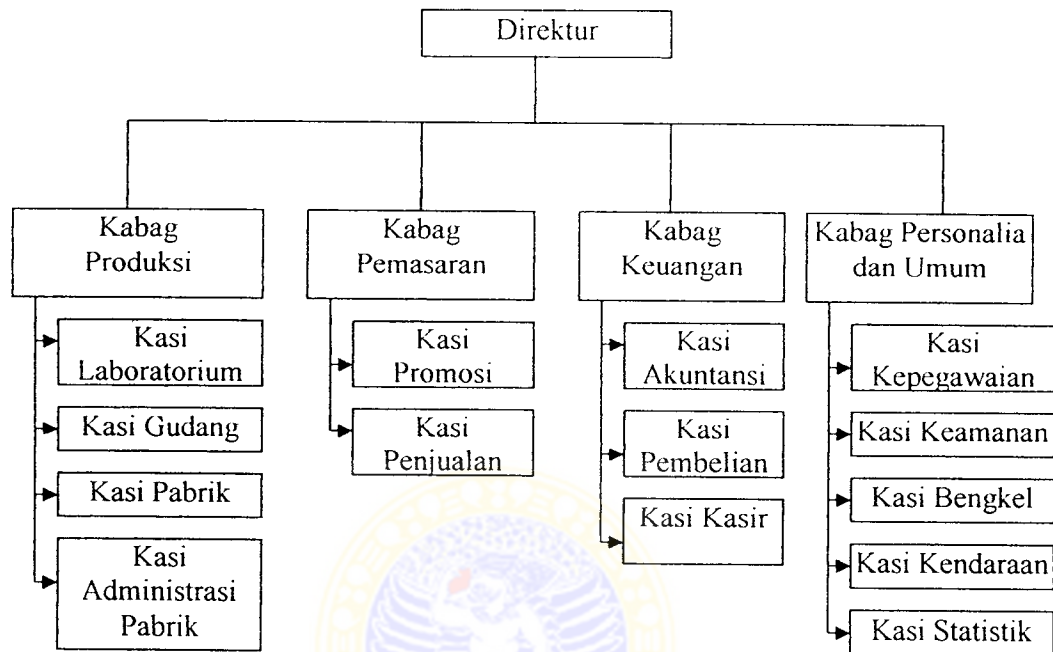
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan

Dengan adanya struktur organisasi yang baik maka pengorganisasian dapat dilakukan dengan baik dan mudah karena di dalamnya telah dijelaskan berbagai tugas, wewenang, serta tanggung jawab yang dimiliki oleh masing-masing personel dalam suatu perusahaan. Untuk dapat mencegah timbulnya kecurangan-kecurangan dalam perusahaan, hendaknya struktur organisasi dapat memisahkan fungsi-fungsi dalam perusahaan secara tepat. Adapun struktur organisasi Perusahaan Rokok Cempaka terlihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Perusahaan Rokok Cempaka



Sumber: Data CV Cempaka

Untuk dapat melaksanakan tugasnya dengan baik maka setiap bagian perlu adanya pembagian tugas, wewenang, dan tanggung secara jelas. Berikut ini uraian tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari masing-masing bagian:

a. Direktur

Fungsi: Mengurus dan memimpin perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan sebagaimana tercantum dalam ketentuan pendiriannya.

Tugas dan wewenang:

1. Mengembangkan sistem organisasi agar menjadi alat yang efektif dan efisien dalam melaksanakan tugas dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.
2. Membuat pedoman agar terdapat koordinasi dan sinkronisasi bagi masing-masing bagian/seksi dalam melaksanakan tugasnya.
3. Mengadakan pengarahan dalam koordinasi terhadap semua kegiatan perusahaan.
4. Mengadakan pengawasan umum atas kegiatan perusahaan dan pengawasan budget baik secara administrasi dan fisik.
5. Membuat rencana jangka panjang guna mengembangkan perusahaan.

Tanggung jawab:

1. Mencapai hasil yang telah ditetapkan dalam rencana perusahaan.
 2. Pelaksanaan tugas-tugas yang didelegasikan kepada bawahan.
- b. Kepala Bagian Produksi

Kepala bagian produksi membawahi Kasi laboratorium, Kasi gudang, Kasi pabrik, dan Kasi administrasi pabrik.

Tugas dan tanggung jawab meliputi:

1. Bertanggung jawab penuh pada pimpinan dalam pelaksanaan tugasnya.
2. Memberikan penjelasan tentang kebijakan dari pimpinan mengenai operasional bagian produksi.
3. Mengkoordinasikan laporan-laporan yang bersifat rutin dan insidental.

4. Melakukan pengawasan, evaluasi dan meminta pertanggungjawaban atas semua pelaksanaan tugas dari bagian produksi.
5. Menyusun anggaran belanja dan pelaksanaannya serta rencana kerja pada semua seksi yang dipegang.

c. Kepala Bagian Pemasaran

Kepala bagian Pemasaran membawahi Kasi promosi dan Kasi penjualan.

Tugas dan tanggung jawab meliputi:

1. Bertanggungjawab penuh kepada pimpinan terhadap pelaksanaan tugasnya.
2. Memberikan penjelasan kebijakan dan administrasi mengenai operasional bagian pemasaran.
3. Merencanakan susunan anggaran belanja bagian pemasaran dan mengkoordinir pelaksanaan seksi yang dipegang.
4. Merencanakan dan mengkoordinir pelaksanaan pemasaran produk yang siap dipasarkan.
5. Melakukan pengawasan, evaluasi dan meminta pertanggungjawaban atas semua pelaksanaan tugas bagian pemasaran.

d. Kepala Bagian Keuangan

Kepala bagian keuangan membawahi Kasi akuntansi, Kasi pembelian dan Kasi kasir.

Tugas dan tanggung jawab meliputi:

1. Bertanggung jawab penuh pada pimpinan dalam pelaksanaan tugasnya.

2. Memberikan penjelasan tentang kebijakan dari pimpinan mengenai operasional tentang keuangan.
3. Membuat rencana susunan anggaran belanja untuk keuangan tentang biaya-biaya yang diperlukan dalam aktivitas produksi serta sistem penggajian karyawan.
4. Melakukan pengawasan, evaluasi dan meminta pertanggungjawaban atas semua pelaksanaan tugas dari seksi keuangan yang dipegang.
5. Membuat dan mengkoordinasi laporan-laporan keuangan yang bersifat rutin.

e. Kepala Bagian Personalia dan Umum

Kepala bagian personalia dan umum membawahi Kasi kepegawaian, Kasi keamanan, Kasi bengkel, Kasi kendaraan dan Kasi Statistik.

Tugas dan tanggung jawab meliputi:

1. Bertanggungjawab penuh pada pimpinan dalam pelaksanaan tugasnya.
2. Memberikan penjelasan tentang kebijakan dari pimpinan mengenai operasional bagian umum, yaitu tentang keamanan, kendaraan, kepegawaian dan lain-lain.
3. Melakukan pengawasan, evaluasi dan meminta pertanggungjawaban atas semua pelaksanaan tugas dari seksi yang dipegang.
4. Merencanakan susunan anggaran belanja dan mengkoordinir pelaksanaannya.

Data mengenai neraca CV Cempaka per 31 Desember 2005 terdapat pada tabel 4.1 sedangkan laporan laba rugi CV Cempaka untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2005 dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.1

CV Cempaka
Neraca
Per 31 Desember 2005

AKTIVA	
Aktiva Lancar	
Kas dan setara Kas	12,215,057,705
Piutang Usaha	7,577,102,900
Piutang Lain-lain	150,000,000
PPN Masukan	456,324,919
Persediaan	17,821,880,109
Uang Muka PPh 25	334,838,002
Uang Muka PPh 22	206,579
Jumlah aktiva Lancar	38,555,410,214
Aktiva Tetap	
Harga perolehan Aktiva Tetap	25,644,176,964
Akum.Penyust. Aktiva Tetap	12,887,817,287
Jumlah Aktiva Tetap (Net)	12,756,359,677
Aktiva Lain-lain	2,365,291,000
TOTAL AKTIVA	53,677,060,891
KEWAJIBAN	
Kewajiban Jangka Pendek	
Hutang Usaha	3,788,789,964
Hutang Wesel	4,791,402,380
Hutang Bank	15,960,267,057
Hutang Cukai & PPN	16,441,296,000
Hutang Pajak	2,044,267,803
Jumlah Kewajiban Jangka Pendek	43,026,023,204
Kewajiban Jangka Panjang	
Hutang Bank	-
Total Kewajiban	43,026,023,204
MODAL	
Modal	10,671,037,687
Jumlah Modal	10,671,037,687
TOTAL KEWAJIBAN & MODAL	53,697,060,891

Sumber: Data intern CV Cempaka

Tabel 4.2

CV Cempaka
Laporan Laba Rugi
Untuk Tahun yang Berakhir 31 Desember 2005

PENJUALAN		121,317,617,800
Persediaan Awal Bahan Baku	6,492,505,775	
Pembelian Bahan Baku	25,784,880,236	
Bahan Baku Tersedia	32,277,386,011	
Persediaan Akhir Bahan Baku	7,150,417,743	
Pemakaian Bahan Baku	25,126,968,268	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	1,965,787,118	
Biaya Pemakaian Pita Cukai	67,992,470,901	
<i>Biaya Overhead Pabrik:</i>		
Bahan Pembantu	10,106,672,245	
Biaya Pemeliharaan Pabrik	727,005,775	
Biaya Penyusutan	1,608,815,293	
Biaya Pemeliharaan Mesin	488,376,575	
Biaya Ekspedisi Produksi	46,519,675	
Biaya Genset (Diesel)	38,243,950	
Jumlah Biaya Overhead Pabrik	13,015,633,513	
Biaya Produksi	108,100,859,800	
HARGA POKOK PENJUALAN		108,100,859,800
<i>Biaya penjualan:</i>		
Biaya Promosi	542,300,150	
Biaya Canvasser	2,891,115,882	
Jumlah Biaya Penjualan		3,433,416,032
<i>Biaya Administrasi dan Umum:</i>		
Biaya Gaji Karyawan	2,897,101,969	
Tunjangan	75,773,575	
Konsumsi	129,029,900	
Supplies Kantor	78,452,275	
Pemeliharaan Inventaris Kantor	14,973,300	
Sumbangan	127,312,650	
Biaya Perjalanan Dinas	59,145,775	
Biaya Listrik	359,518,814	
Biaya Telepon	92,414,378	
Biaya Selular/Hp	62,016,080	
Biaya air	6,949,910	
Biaya Asuransi/Astek	231,161,218	
Biaya Asuransi Kebakaran	97,331,630	
Iuran Wajib Tenaga Kerja Perusahaan (IWLTKP)	140,295,463	
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	15,012,388	
Jumlah Biaya Administrasi dan Umum		4,386,489,325
LABA (RUGI) USAHA		5,396,852,643

Sumber: Data intern CV Cempaka

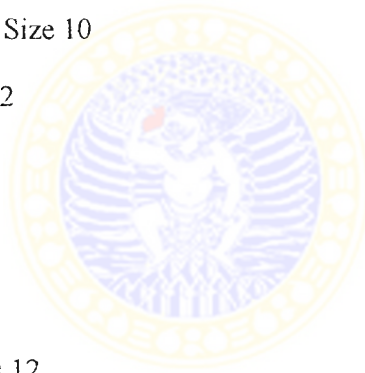
4.2 Hasil analisis

Dalam bagian ini akan di bahas tentang penjualan dan biaya-biaya yang terjadi pada CV Cempaka selama tahun 2005 yang kemudian diolah untuk mengetahui biaya variabel setiap produk. Setelah itu dilakukan CVP analysis berdasarkan informasi-informasi yang telah ada.

4.2.1 Penjualan CV. Cempaka tahun 2005

Pada tahun 2005 perusahaan telah melakukan penjualan dengan total pendapatan sebesar Rp. 121.317.617.800,00. Pendapatan tersebut diperoleh dari penjualan 11 jenis produk yaitu:

1. Cempaka Super Long Size 10
2. Cempaka Long Size 12
3. Cempaka Super 12
4. Cempaka Coklat 12
5. Cempaka Super 16
6. Cempaka Filter Lights 12
7. Cempaka Filter Merah 12
8. Cempaka Filter Coklat 12
9. Cempaka Filter Lights 16
10. Cempaka Filter Merah 16
11. Cempaka Filter Coklat 16



Perincian penjualan CV. Cempaka selama tahun 2005 yang meliputi jenis produk, kuantitas per unit dan jumlah penjualan dalam rupiah dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini.

Tabel 4.3

Penjualan CV. Cempaka Tahun 2005

Produk	Volume (pack)	Harga (Rp)	Penjualan (Rp)
Cempaka Super Long Size 10	2,335,644	2,000	4,671,288,000
Cempaka Long Size 12	3,400,600	2,200	7,481,320,000
Cempaka Super 12	4,143,000	2,200	9,114,600,000
Cempaka Coklat 12	1,341,800	2,200	2,951,960,000
Cempaka Super 16	2,062,600	3,100	6,394,060,000
Cempaka Filter Lights 12	13,397,600	2,400	32,154,240,000
Cempaka Filter Merah 12	2,971,000	2,250	6,684,750,000
Cempaka Filter Coklat 12	5,194,788	2,250	11,688,273,000
Cempaka Filter Lights 16	6,190,602	3,400	21,048,046,800
Cempaka Filter Merah 16	1,435,600	3,400	4,881,040,000
Cempaka Filter Coklat 16	4,190,600	3,400	14,248,040,000
Total	46,663,834		121,317,617,800

Sumber : Data intern CV Cempaka

4.2.2 Biaya CV. Cempaka tahun 2005

Tabel 4.4 adalah biaya-biaya yang terjadi pada CV Cempaka selama tahun 2005. Pihak perusahaan belum melakukan pemisahan biaya-biaya yang dikeluarkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Oleh karena itu langkah pertama agar perusahaan dapat menggunakan *CVP analysis* adalah dengan melakukan pemisahan biaya-biaya yang dikeluarkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Berikut ini merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk memisahkan biaya-biaya yang dikeluarkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel :

1. Mengelompokkan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan berdasarkan perilakunya. Penggolongan ini didasarkan pada perubahan biaya yang terjadi seiring dengan jumlah penjualan yang dihasilkan. Tabel 4.4 merinci biaya-biaya yang terjadi pada CV Cempaka dan tabel 4.5 merinci biaya-biaya CV Cempaka selama tahun 2005 berdasarkan perilakunya.
2. Memisahkan biaya semivariabel menjadi komponen biaya tetap dan biaya variabel. Biaya-biaya yang tergolong biaya semivariabel adalah :
 - a. Biaya pemeliharaan pabrik.

Biaya pemeliharaan pabrik sebesar Rp. 727.005.775,00 dipisahkan menjadi komponen biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan perubahan biaya dan perubahan aktivitas produksi rokok (SKT dan SKM). Sebagian biaya pemeliharaan pabrik adalah merupakan komponen biaya tetap yang terdiri dari biaya gaji 10 karyawan kebersihan yang masing-masing mendapatkan gaji per bulan sebesar Rp. 300.000,00 dan biaya pengecatan serta biaya perbaikan pabrik sebesar Rp. 398.450.000,00. Sesuai dengan kebijakan manajemen bahwa komponen biaya variabel pada biaya pemeliharaan pabrik berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas produksi yaitu sebesar Rp. 292.555.775,00 yang dibebankan pada seluruh produk secara seimbang. Sehingga biaya variabel untuk biaya pemeliharaan pabrik pada setiap batang rokok adalah sebesar:

$$V \text{ per batang} = \frac{\text{Jumlah Biaya Variabel}}{\text{Jumlah Produksi}}$$

Tabel 4.4

Data Biaya CV Cempaka Tahun 2005

Biaya	Jumlah (Rp)
Pemakaian Bahan Baku	25,126,968,269
Biaya Tenaga Kerja Langsung	1,965,787,118
Biaya Pemakaian Pita Cukai	67,992,470,901
Biaya Bahan Pembantu	10,106,672,245
Biaya Pemeliharaan Pabrik	727,005,775
Biaya Penyusutan	1,608,815,293
Biaya Pemeliharaan Mesin	488,376,575
Biaya Ekspedisi Produksi	51,775,075
Biaya Genset	38,243,950
Biaya Listrik	359,518,814
Biaya Promosi	542,300,150
Biaya Canvasser	2,891,115,882
Biaya Gaji Karyawan	2,897,101,969
Tunjangan	75,773,575
Konsumsi	129,029,900
Supplies Kantor	78,452,275
Pemeliharaan Inventaris Kantor	14,973,300
Sumbangan	127,312,650
Biaya Perjalanan Dinas	59,145,775
Biaya Telepon	92,414,378
Biaya Selular/Hp	62,016,080
Biaya air	6,949,910
Biaya Asuransi/Astek	231,161,218
Biaya Asuransi Kebakaran	97,331,630
Iuran Wajib Tenaga Kerja Perusahaan (IWLTKP)	140,295,463
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	15,012,388
Total	115,926,020,558

Sumber: Data intern CV Cempaka, diolah kembali

Tabel 4.5

Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semivariabel

Jenis Biaya	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	B.Semivariabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Pemakaian Bahan Baku	-	25,126,968,269	-	25,126,968,269
Biaya Tenaga Kerja Langsung	-	1,965,787,118	-	1,965,787,118
Biaya Pemakaian Pita Cukai	-	67,992,470,901	-	67,992,470,901
Biaya Bahan Pembantu	-	10,106,672,245	-	10,106,672,245
Biaya Pemeliharaan Pabrik	-	-	727,005,775	727,005,775
Biaya Penyusutan	1,608,815,293	-	-	1,608,815,293
Biaya Pemeliharaan Mesin	-	-	488,376,575	488,376,575
Biaya Ekspedisi Produksi	-	51,775,075	-	51,775,075
Biaya Genset (Disel)	-	38,243,950	-	38,243,950
Biaya Listrik	-	-	359,518,814	359,518,814
Biaya Promosi	542,300,150	-	-	542,300,150
Biaya Canvasser	-	-	2,891,115,882	2,891,115,882
Biaya Gaji Karyawan	2,897,101,969	-	-	2,897,101,969
Tunjangan	75,773,575	-	-	75,773,575
Konsumsi	129,029,900	-	-	129,029,900
Supplies Kantor	78,452,275	-	-	78,452,275
Pemeliharaan inventaris Kantor	14,973,300	-	-	14,973,300
Sumbangan	127,312,650	-	-	127,312,650
Biaya Perjalanan Dinas	59,145,775	-	-	59,145,775
Biaya Telepon	92,414,378	-	-	92,414,378
Biaya Selular/Hp	62,016,080	-	-	62,016,080
Biaya Air	6,949,910	-	-	6,949,910
Biaya Asuransi/Astek	231,161,218	-	-	231,161,218
Biaya Asuransi Kebakaran	97,331,630	-	-	97,331,630
Iuran Wajib Tenaga Kerja Perusahaan (IWLTKP)	140,295,463	-	-	140,295,463
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	15,012,388	-	-	15,012,388
Total	6,178,085,954	105,281,917,558	4,466,017,046	115,926,020,558

Sumber: Data intern CV Cempaka, diolah kembali
Penggunaan Cost Volumf-Profit (CVP)

$$\begin{aligned}
 & \text{Rp. 292.555.775,00} \\
 = & \frac{\text{Rp. 292.555.775,00}}{610.812.328 \text{ btg}} \\
 = & \text{Rp. 0,48 / batang}
 \end{aligned}$$

b. Biaya pemeliharaan mesin.

Biaya pemeliharaan mesin sebesar Rp. 488.376.575,00 dipisahkan menjadi komponen biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan perubahan biaya dan perubahan aktivitas produksi rokok filter (SKM). Sebagian biaya pemeliharaan mesin merupakan komponen biaya tetap yang terdiri dari biaya gaji 8 operator mesin yang masing-masing mendapatkan gaji per bulan sebesar Rp. 450.000,00 dan biaya pemeriksaan mesin secara rutin yang menurut manajemen adalah sebesar Rp. 500.000,00 per bulan sehingga yang termasuk komponen biaya tetap pada biaya pemeliharaan pabrik adalah sebesar Rp. 49.200.000,00 selama satu tahun. Berdasarkan hal tersebut di atas komponen biaya variabel pada biaya pemeliharaan mesin berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas produksi rokok filter yaitu sebesar Rp. 439.176.575,00 yang dibebankan pada seluruh produk rokok filter secara seimbang. Sehingga biaya variabel untuk biaya pemeliharaan mesin pada setiap batang rokok filter adalah sebesar:

$$\text{V per batang} = \frac{\text{Jumlah Biaya Variabel}}{\text{Jumlah Produksi Rokok Filter}}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Rp. } 439.176.575}{447.829.488} \\
 &= \text{Rp } 0,98 / \text{batang rokok}
 \end{aligned}$$

c. Biaya listrik.

Biaya listrik sebesar Rp. 359.518.814,00 dipisahkan menjadi komponen biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan perubahan biaya dan perubahan aktivitas produksi rokok filter (SKM). Sesuai dengan informasi dari manajemen bahwa 40% dari total biaya listrik merupakan komponen biaya tetap yaitu sebesar Rp. 143.807.256,00 selama satu tahun yang terdiri dari:

1. biaya listrik untuk kantor
2. biaya listrik untuk penerangan pabrik
3. biaya listrik untuk gudang
4. biaya listrik untuk rumah direktur

Sesuai dengan kebijakan manajemen bahwa komponen biaya variabel pada biaya pemeliharaan mesin berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas produksi rokok filter yaitu sebesar Rp. 251.711.288,00 yang dibebankan pada seluruh produk rokok filter secara seimbang karena rokok filter diproduksi dengan mesin yang memerlukan tenaga listrik untuk mengoperasikannya. Sehingga biaya variabel untuk biaya pemeliharaan mesin pada setiap batang rokok filter yang diproduksi adalah sebesar:

$$\begin{aligned}
 V \text{ per batang} &= \frac{\text{Jumlah Biaya Variabel}}{\text{Jumlah Produksi Rokok Filter}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 251.711.288}{447.829.488} \\
 &= \text{Rp. } 0,48 / \text{batang rokok}
 \end{aligned}$$

d. Biaya *Canvasser*

Biaya canvasser sebesar Rp. 2.891.115.882,00 dipisahkan menjadi komponen biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan perubahan biaya dan perubahan aktivitas penjualan rokok baik filter maupun kretek. Sebagian biaya *canvasser* adalah merupakan komponen biaya tetap yang terdiri dari:

1. Biaya mess/ penginapan luar kota sebesar Rp. 140.258.200,00
2. Biaya retribusi sebesar Rp. 13.934.250,00
3. Biaya pemeliharaan kendaraan sebesar Rp. 461.013.850,00
4. Biaya penyusutan kendaraan sebesar Rp. 635.891.071,00

Sehingga jumlah komponen tetap dari biaya canvasser adalah sebesar Rp. 1.251.097.371,00. Sedangkan untuk biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan penjualan digolongkan dalam biaya variabel yang terdiri atas:

1. Biaya BBM sebesar Rp. 760.250.211,00
2. Biaya operasional penjualan sebesar Rp. 710.538.950,00
3. Bonus agen sebesar Rp. 94.479.025,00

4. Premi karyawan bagian penjualan sebesar Rp. 18.767.100,00
5. Biaya ekspedisi sebesar Rp. 52.114.625,00
6. Biaya *canvasser* lain-lain sebesar Rp. 3.868.600,00

Jadi komponen variabel dalam biaya *canvasser* adalah sebesar Rp. 1.640.018.511,00.

Sehingga jumlah biaya tetap dan biaya variabel secara keseluruhan akan tampak pada tabel 4.6.

3. Menentukan jumlah biaya variabel per produk
 - a. Untuk perhitungan biaya tenaga kerja langsung (TKL) dibagi menjadi dua yaitu bagian giling dan bagian *packing* dimana pada masing masing produk memiliki upah yang beragam. Tabel 4.7 menunjukkan perincian biaya TKL untuk masing-masing produk yang meliputi jumlah produksi, tarif upah TKL dan jumlah upah TKL.
 - b. Untuk perhitungan biaya pemakaian pita cukai dapat dilihat pada tabel 4.8 yang meliputi jumlah produksi, harga bandrol, tarif biaya pemakaian pita cukai dan jumlah pemakaian pita cukai dalam rupiah.

Data pemakaian bahan baku, bahan pembantu, biaya TKL, biaya pemakaian pita cukai, biaya listrik, biaya pemeliharaan pabrik, biaya pemeliharaan mesin, biaya ekspedisi dan biaya genset merupakan biaya yang ditanggung perusahaan untuk setiap unit yang diproduksi dari masing-masing produk. Rincian pembebanan biaya tersebut pada produk dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.6

Biaya Tetap dan Biaya Variabel CV. Cempaka Tahun 2005

Jenis Biaya	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Pemakaian Bahan Baku	-	25,126,968,269	25,126,968,269
Biaya Tenaga Kerja Langsung	-	1,965,787,118	1,965,787,118
Biaya Pemakaian Pita Cukai	-	67,992,470,901	67,992,470,901
Biaya Bahan Pembantu	-	10,106,672,245	10,106,672,245
Biaya Pemeliharaan Pabrik	434,450,000	292,555,775	727,005,775
Biaya Penyusutan	1,608,815,293	-	1,608,815,293
Biaya Pemeliharaan Mesin	49,200,000	439,176,575	488,376,575
Biaya Ekspedisi Produksi	-	51,775,075	51,775,075
Biaya Genset	-	38,243,950	38,243,950
Biaya Listrik	143,807,256	215,711,558	359,518,814
Biaya Promosi	-	542,300,150	542,300,150
Biaya Canvasser	1,251,097,371	1,640,018,511	2,891,115,882
Biaya Gaji Karyawan	2,897,101,969	-	2,897,101,969
Tunjangan	75,773,575	-	75,773,575
Konsumsi	129,029,900	-	129,029,900
Supplies Kantor	78,452,275	-	78,452,275
Pemeliharaan Inventaris Kantor	14,973,300	-	14,973,300
Sumbangan	127,312,650	-	127,312,650
Biaya Perjalanan Dinas	59,145,775	-	59,145,775
Biaya Telepon	92,414,378	-	92,414,378
Biaya Selular/Hp	62,016,080	-	62,016,080
Biaya Air	6,949,910	-	6,949,910
Biaya Asuransi/Astek	231,161,218	-	231,161,218
Biaya Asuransi Kebakaran	97,331,630	-	97,331,630
Iuran Wajib Tenaga Kerja Perusahaan (IWI.TKP)	140,295,463	-	140,295,463
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	15,012,388	-	15,012,388
Total	7,514,340,431	108,411,680,127	115,926,020,558

Sumber: Data intern CV. Cempaka, diolah kembali
Penggunaan Cost Volumf-Profit (CVP)

Tabel 4.6

Biaya Tetap dan Biaya Variabel CV. Cempaka Tahun 2005

Jenis Biaya	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Jumlah (Rp)
Pemakaian Bahan Baku	-	25,126,968,269	25,126,968,269
Biaya Tenaga Kerja Langsung	-	1,965,787,118	1,965,787,118
Biaya Pemakaian Pita Cukai	-	67,992,470,901	67,992,470,901
Biaya Bahan Pembantu	-	10,106,672,245	10,106,672,245
Biaya Pemeliharaan Pabrik	434.450.000	292,555,775	727,005,775
Biaya Penyusutan	1.608.815.293	-	1,608,815,293
Biaya Pemeliharaan Mesin	49,200,000	439,176,575	488,376,575
Biaya Ekspedisi Produksi	-	51,775,075	51,775,075
Biaya Genset	-	38,243,950	38,243,950
Biaya Listrik	143.807,256	215,711,558	359,518,814
Biaya Promosi	-	542,300,150	542,300,150
Biaya Canvasser	1.251.097,371	1,640,018,511	2,891,115,882
Biaya Gaji Karyawan	2,897,101,969	-	2,897,101,969
Tunjangan	75,773,575	-	75,773,575
Konsumsi	129,029,900	-	129,029,900
Supplies Kantor	78,452,275	-	78,452,275
Pemeliharaan Inventaris Kantor	14,973,300	-	14,973,300
Sumbangan	127,312,650	-	127,312,650
Biaya Perjalanan Dinas	59,145,775	-	59,145,775
Biaya Telepon	92,414,378	-	92,414,378
Biaya Selular/Hp	62,016,080	-	62,016,080
Biaya Air	6,949,910	-	6,949,910
Biaya Asuransi/Astek	231,161,218	-	231,161,218
Biaya Asuransi Kebakaran	97,331,630	-	97,331,630
Iuran Wajib Tenaga Kerja Perusahaan (IWLT KP)	140,295,463	-	140,295,463
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	15,012,388	-	15,012,388
Total	7,514,340,431	108,411,680,127	115,926,020,558

Sumber: Data intern CV. Cempaka, diolah kembali
Penggunaan Cost Volumf-Profit (CVP)

Tabel 4.7

Perician Biaya Tenaga Kerja Langsung

Produk	Volume		Tarif Upah TKL				Jumlah
			Bagian Giling		Bagian <i>Packing</i>		
			Per 1000 Btg	Jumlah	Per Bal	Jumlah	
	(<i>pack</i>)	(Batang)					
Cempaka Super Long Size 10	2,335,644	23,356,440	Rp 8,125	Rp 189,771,075	Rp 4,500	Rp 52,551,990	Rp 242,323,065
Cempaka Long Size 12	3,400,600	40,807,200	Rp 8,125	Rp 331,558,500	Rp 4,650	Rp 79,063,950	Rp 410,622,450
Cempaka Super 12	4,143,000	49,716,000	Rp 8,125	Rp 403,942,500	Rp 4,650	Rp 96,324,750	Rp 500,267,250
Cempaka Coklat 12	1,341,800	16,101,600	Rp 8,125	Rp 130,825,500	Rp 5,300	Rp 35,557,700	Rp 166,383,200
Cempaka Super 16	2,062,600	33,001,600	Rp 8,125	Rp 268,138,000	Rp 5,100	Rp 52,596,300	Rp 320,734,300
Cempaka Filter Lights 12	13,397,600	160,771,200	Rp -	Rp -	Rp 1,950	Rp 130,626,600	Rp 130,626,600
Cempaka Filter Merah 12	2,971,000	35,652,000	Rp -	Rp -	Rp 1,950	Rp 28,967,250	Rp 28,967,250
Cempaka Filter Coklat 12	5,194,788	62,337,456	Rp -	Rp -	Rp 1,950	Rp 50,649,183	Rp 50,649,183
Cempaka Filter Lights 16	6,190,602	99,049,632	Rp -	Rp -	Rp 1,950	Rp 60,358,370	Rp 60,358,370
Cempaka Filter Merah 16	1,435,600	22,969,600	Rp -	Rp -	Rp 1,950	Rp 13,997,100	Rp 13,997,100
Cempaka Filter Coklat 16	4,190,600	67,049,600	Rp -	Rp -	Rp 1,950	Rp 40,858,350	Rp 40,858,350
Total	46,663,834	610,812,328		Rp1.324.235.575		Rp641.551.543	Rp1.965.787.118

Sumber: Data intern CV Cempaka, diolah kembali

Tabel 4.8

Perincian Biaya Pemakaian Pita Cukai

Produk	Penjualan (pack)	Bandrol (Rp)	Tarif Biaya Pita Cukai	Jumlah (Rp)
Cempaka Super Long Size 10	2,335,645	3,500	16.4%	1.340,660,173
Cempaka Long Size 12	3,400,600	4,100	16.4%	2,286,563,440
Cempaka Super 12	4,143,000	4,100	16.4%	2,785,753,200
Cempaka Coklat 12	1,341,800	4,100	16.4%	902,226,320
Cempaka Super 16	2,062,600	5,200	16.4%	1,758,985,280
Cempaka Filter Lights 12	13,397,600	4,600	34.40%	21,200,362,240
Cempaka Filter Merah 12	2,971,000	4,600	34.40%	4,701,310,400
Cempaka Filter Coklat 12	5,194,788	4,600	34.40%	8,220,232,531
Cempaka Filter Lights 16	6,190,602	6,100	34.40%	12,990,359,237
Cempaka Filter Merah 16	1,435,600	6,100	34.40%	3,012,463,040
Cempaka Filter Coklat 16	4,190,600	6,100	34.40%	8,793,555,040
Total	46,663,835			67,992,470,901

Sumber: Data intern CV Cempaka, diolah kembali

Pro	Biaya Genset (Rp)	Biaya Listrik (Rp)	Biaya Canvasser (Rp)	Total
Cempaka Super	-	-	82,087,113	3,445,838,629
Cempaka Long	-	-	119,515,403	5,409,425,445
Cempaka Super	-	-	145,607,339	6,590,380,997
Cempaka Coklat	-	-	47,158,080	2,138,798,026
Cempaka Super	-	-	72,490,875	3,724,801,420
Cempaka Filter	13,729,613	90,364,585	470,863,839	32,278,362,333
Cempaka Filter	3,044,626	20,038,901	104,416,945	7,157,924,889
Cempaka Filter	5,323,523	35,037,982	182,572,835	12,515,618,417
Cempaka Filter	8,458,686	55,672,775	217,571,104	18,149,465,205
Cempaka Filter	1,961,569	12,910,511	50,454,718	4,208,859,211
Cempaka Filter	5,725,933	37,686,534	147,280,259	12,285,905,133
To	38,243,950	251,711,288	1,640,018,511	107,905,379,706

Sumber: Hasil I



4.2.3 CVP Analysis pada CV. Cempaka

Setelah mengetahui jumlah biaya tetap dan biaya variabel yang harus dikeluarkan untuk memproduksi setiap produk, maka *CVP Analysis* pada CV Cempaka dapat dilakukan yang terdiri atas analisis *break even point (BEP)*, *margin of safety* dan *contribution margin*. Tahap pertama untuk melakukan CVP analysis adalah dengan mencari bauran produk (*product mix*) untuk mengkonversi produk perusahaan yang terdiri dari 11 jenis produk menjadi produk tunggal. Maka untuk mengetahui bauran produk (*product mix*) untuk CV Cempaka dapat dilihat pada tabel 4.10. melalui bauran penjualan tersebut dapat dikembangkan untuk mencari *break even point (BEP)* produk melalui pendekatan *break even point (BEP)* paket. Dengan demikian dapat dihitung paket margin kontribusi per unit paket, biaya variabel per paket dan harga paket seperti dijelaskan pada tabel 4.11.

4.2.3.1 Analisis *break even point (BEP)*

Dalam analisis BEP, fokus dari analisis terdapat pada penafsiran tingkat penjualan minimum yang menghasilkan laba sama dengan nol. Titik impas (*BEP*) merupakan informasi yang dapat digunakan oleh manajemen untuk memperoleh gambaran batas bawah pendapatan yang harus dicapai agar dalam satu periode perusahaan tidak mengalami kerugian. Dari tabel 4.11 mengenai harga per unit paket, biaya variabel per unit paket dan margin kontribusi per unit paket dapat dicari titik impas baik dalam unit maupun dalam harga (rupiah).

Tabel 4.10

Bauran Produk (*Product Mix*)

Produk	Volume (<i>pack</i>)	Bauran Produk
Cempaka Super Long Size 10	2,335,644	5
Cempaka Long Size 12	3,400,600	7
Cempaka Super 12	4,143,000	9
Cempaka Coklat 12	1,341,800	3
Cempaka Super 16	2,062,600	4
Cempaka Filter Lights 12	13,397,600	29
Cempaka Filter Merah 12	2,971,000	6
Cempaka Filter Coklat 12	5,194,788	11
Cempaka Filter Lights 16	6,190,602	13
Cempaka Filter Merah 16	1,435,600	3
Cempaka Filter Coklat 16	4,190,600	9
Total	46,663,834	

Sumber: Hasil olahan penulis

Maka rumus yang digunakan adalah:

$$\text{BEP paket (dalam paket)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Paket Marjin Kontribusi per Unit}}$$

Sehingga dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{BEP paket (dalam paket)} &= \frac{\text{Rp. 7.514.340.431,00}}{\text{Rp. 28.096,00}} \\ &= 267.455 \text{ unit} \end{aligned}$$

Sedangkan perhitungan BEP per produk yang dihitung dengan cara mengalikan bauran produk dengan BEP paket dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.11

Perhitungan *Contribution Margin* per Paket

Produk	Harga per Pack (Rp)	B. Variabel per Pack (Rp)	<i>Contribution Margin</i> / Pack (Rp)	Bauran Produk	Harga per Pack Paket (Rp)	B. Variabel per Pack Paket (Rp)	<i>Contribution Margin</i> / Paket (Rp)
Cempaka Super Long Size 10	2,000	1,475	525	5	10,000	7,377	2,623
Cempaka Long Size 12	2,200	1,591	609	7	15,400	11,135	4,265
Cempaka Super 12	2,200	1,591	609	9	19,800	14,317	5,483
Cempaka Coklat 12	2,200	1,594	606	3	6,600	4,782	1,818
Cempaka Super 16	3,100	1,806	1,294	4	12,400	7,224	5,176
Cempaka Filter Lights 12	2,400	2,409	(9)	29	69,600	69,869	(269)
Cempaka Filter Merah 12	2,250	2,409	(159)	6	13,500	14,456	(956)
Cempaka Filter Coklat 12	2,250	2,409	(159)	11	24,750	26,502	(1,752)
Cempaka Filter Lights 16	3,400	2,932	468	13	44,200	38,113	6,087
Cempaka Filter Merah 16	3,400	2,932	468	3	10,200	8,795	1,405
Cempaka Filter Coklat 16	3,400	2,932	468	9	30,600	26,386	4,214
Total					257,050	228,954	28,096

Dengan kombinasi pada tabel 4.12, maka perusahaan berada pada kondisi titik impas, dimana perusahaan tidak menderita rugi dan tidak pula mendapatkan laba. Titik impas (BEP) rupiah didapatkan dengan mencari rasio marjin kontribusi terlebih dahulu yaitu:

Tabel 4.12

Break Even Point per Produk

Produk	Bauran Produk	BEP per Produk (pack)
Cempaka Super Long Size 10	5	1,337,276
Cempaka Long Size 12	7	1,872,186
Cempaka Super 12	9	2,407,096
Cempaka Coklat 12	3	802,365
Cempaka Super 16	4	1,069,820
Cempaka Filter Lights 12	29	7,756,198
Cempaka Filter Merah 12	6	1,604,731
Cempaka Filter Coklat 12	11	2,942,006
Cempaka Filter Lights 16	13	3,476,916
Cempaka Filter Merah 16	3	802,365
Cempaka Filter Coklat 16	9	2,407,096
Total	99	26,478,056

Sumber: Hasil olahan penulis

$$\begin{aligned}
 \text{Rasio Marjin Kontribusi} &= \frac{\text{Paket Marjin Kontribusi per Pack}}{\text{Harga Paket per Pack}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 28.096,00}}{\text{Rp. 257.050,00}} \\
 &= 0,1093
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Rupiah} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 7.514.340.431,00}}{0,1093} \\
 &= \text{Rp. 68.749.336.926,00}
 \end{aligned}$$

4.2.3.2 *Margin of safety (MOS)*

Margin of safety mengindikasikan seberapa jauh penjualan masing-masing produk dapat turun sampai titik dimana perusahaan tidak mengalami kerugian. Semakin besar *margin of safety* maka sebaliknya, resiko perusahaan akan mengalami kerugian menjadi semakin kecil. Perhitungan *margin of safety* produk dilakukan dengan mengurangi pendapatan penjualan dengan nilai BEP rupiah seperti terlihat pada tabel 4.13.

Dari tabel 4.13 dibawah ini dapat diketahui bahwa CV Cempaka harus melakukan antisipasi penurunan jumlah produk yang terjual diatas 43,26% atau 20.185.776 pack dalam merencanakan laba, karena jika terjadi penurunan diatas 43,26% maka CV Cempaka akan mengalami kerugian. Artinya apabila perusahaan mengalami penurunan penjualan sebesar 20.185.777 unit maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Tabel 4.13

Perhitungan *Margin Of Safety* Produk

Produk	Penjualan (pack)	BEP (pack)	Margin Of Safety (pack)	% MOS
Cempaka Super Long Size 10	2,335,644	1,337,276	998,368	42.74
Cempaka Long Size 12	3,400,600	1,872,186	1,528,414	44.95
Cempaka Super 12	4,143,000	2,407,096	1,735,904	41.90
Cempaka Coklat 12	1,341,800	802,365	539,435	40.20
Cempaka Super 16	2,062,600	1,069,820	992,780	48.13
Cempaka Filter Lights 12	13,397,600	7,756,198	5,641,402	42.11
Cempaka Filter Merah 12	2,971,000	1,604,731	1,366,269	45.99
Cempaka Filter Coklat 12	5,194,788	2,942,006	2,252,782	43.37
Cempaka Filter Lights 16	6,190,602	3,476,916	2,713,686	43.84
Cempaka Filter Merah 16	1,435,600	802,365	633,235	44.11
Cempaka Filter Coklat 16	4,190,600	2,407,096	1,783,504	42.56
Total	46,663,834	26,478,056	20,185,778	43.26

Sumber: Hasil pengolahan data oleh penulis

4.2.4 Perencanaan laba

Pada tahun 2006 pihak manajemen menargetkan untuk memperoleh laba 20% lebih besar dibandingkan tahun 2005 atau sebesar Rp. 6.476.223.172,00. Pertimbangan pihak manajemen dalam menentukan target laba tersebut adalah karena semakin membaiknya keadaan ekonomi sehingga daya beli konsumen meningkat, maka diperkirakan penjualan produk rokok akan meningkat. Pertimbangan lain pihak manajemen adalah masih memungkinkannya peningkatan kapasitas produksi perusahaan, dimana selama tahun 2005 total produksi adalah sebesar 610.312.628 batang, atau 79% dari estimasi kapasitas normal sebesar 802.000.000 batang rokok.

4.2.4.1 Analisis BEP terhadap target laba

Melalui analisis BEP dapat diketahui berapa unit produk yang harus dijual serta berapa nilai penjualan yang harus dicapai agar target laba perusahaan sebesar 11% tersebut dapat terpenuhi, hal tersebut dapat dilakukan dengan menambahkan jumlah target laba pada total biaya tetap seperti tampak pada perhitungan dibawah ini:

$$\begin{aligned}
 \text{BEP paket (dalam paket)} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Paket Marjin Kontribusi per Unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 13.990.563.603,00}}{\text{Rp. 28.096,00}} \\
 &= 497.961 \text{ paket} \\
 \text{BEP Rupiah} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target laba}}{\text{Rasio Marjin Kontribusi}} \\
 &= \frac{\text{Rp. Rp. 13.990.563.603,00}}{0,1093} \\
 &= \text{Rp. 128.000.851.137,00}
 \end{aligned}$$

Tabel 4.14

Jumlah Unit dan Nilai Penjualan Produk untuk Mencapai Target Laba

Produk	BEP Paket	Bauran Produk	Jumlah Penjualan (Pack)	Harga per Pack (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
Cempaka Super Long Size 10	497,961	5	2,489,805	2,000	4,979,609,070
Cempaka Long Size 12	497,961	7	3,485,726	2,200	7,668,597,967
Cempaka Super 12	497,961	9	4,481,648	2,200	9,859,625,958
Cempaka Coklat 12	497,961	3	1,493,883	2,200	3,286,541,986
Cempaka Super 16	497,961	4	1,991,844	3,100	6,174,715,246
Cempaka Filter Lights 12	497,961	29	14,440,866	2,400	34,658,079,125
Cempaka Filter Merah 12	497,961	6	2,987,765	2,250	6,722,472,244
Cempaka Filter Coklat 12	497,961	11	5,477,570	2,250	12,324,532,448
Cempaka Filter Lights 16	497,961	13	6,473,492	3,400	22,009,872,088
Cempaka Filter Merah 16	497,961	3	1,493,883	3,400	5,079,201,251
Cempaka Filter Coklat 16	497,961	9	4,481,648	3,400	15,237,603,753
Total			49,298,130		128,000,851,137

Sumber: Hasil olahan data oleh penulis

4.2.5 Analisis bauran produk

Perhitungan *margin of safety* dan *tribution margin* yang telah dilakukan diatas dapat digunakan untuk melakukan analisis terhadap bauran produk perusahaan. pada tabel 4.15 dirinci persentase *margin of safety* dan *contribution margin* masing-masing produk terhadap total penjualan perusahaan tahun 2005.

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa produk Cempaka Super 12 dan Cempaka Super 16 serta Cempaka Filter Lights 16 mempunyai persentase margin kontribusi terbesar dan juga *margin of safety* yang tinggi pula sehingga ketiga produk ini adalah segmen yang sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Tabel 4.15

Persentase *Margin Of Safety* dan *Contribution Margin*

Produk	<i>Contribution Margin (%)</i>	<i>Margin Of safety (%)</i>
Cempaka Super Long Size 10	1.01	4.98
Cempaka Long Size 12	1.71	7.25
Cempaka Super 12	2.08	8.83
Cempaka Coklat 12	0.67	2.86
Cempaka Super 16	2.20	4.40
Cempaka Filter Lights 12	(0.10)	28.54
Cempaka Filter Merah 12	(0.39)	6.33
Cempaka Filter Coklat 12	(0.68)	11.07
Cempaka Filter Lights 16	2.39	13.19
Cempaka Filter Merah 16	0.55	3.06
Cempaka Filter Coklat 16	1.62	8.93
Total	11.06	99.43

Sumber: Hasil pengolahan data oleh penulis

Cempaka Super Long Size 10, Cempaka Long Size 12, Cempaka Coklat 12, Cempaka Filter Coklat 16 dan Cempaka Filter Merah 16 memiliki margin kontribusi yang rendah namun memiliki *margin of safety* yang cukup tinggi sehingga layak untuk dipertahankan jika memungkinkan untuk menaikkan harga jual sehingga dapat memberikan kontribusi yang cukup besar pada laba perusahaan.

Produk Cempaka Filter Lights 12, Cempaka Filter Merah 12 dan Cempaka Filter Coklat 12 memiliki margin kontribusi negatif namun memiliki *margin of safety* yang cukup tinggi hal ini disebabkan oleh harga jual ketiga produk tersebut yang lebih rendah dari biaya variabel yang dikeluarkan sehingga perusahaan dapat melakukan peningkatan harga jual jika dimungkinkan atau mengurangi biaya variabel

yang dikeluarkan sehingga ketiga produk tersebut dapat menyumbangkan laba yang lebih besar pada perusahaan.

4.2.5.1 Alternatif Bauran Produk

Berdasarkan analisis bauran produk diatas sebaiknya perusahaan melakukan perubahan bauran produk menjadi seperti pada tabel 4.16 dibawah ini.

Tabel 4.16

Bauran Produk Baru

Produk	<i>Contribution Margin</i> (%)	Bauran Produk
Cempaka Super Long Size 10	1.01	17
Cempaka Long Size 12	1.71	23
Cempaka Super 12	2.08	27
Cempaka Coklat 12	0.67	14
Cempaka Super 16	2.20	28
Cempaka Filter Lights 12	(0.10)	7
Cempaka Filter Merah 12	(0.39)	5
Cempaka Filter Coklat 12	(0.68)	2
Cempaka Filter Lights 16	2.39	29
Cempaka Filter Merah 16	0.55	13
Cempaka Filter Coklat 16	1.62	22
Total	11.06	187

Sumber: Hasil olahan penulis

Dimana perubahan tersebut di peroleh dari perbandingan *contribution margin* masing-masing produk. Tabel 4.17 adalah perhitungan contribution margin per paket berdasarkan bauran produk yang baru.

Tabel 4.17

Perhitungan *Contribution Margin* per Paket

Produk	Harga per Pack (Rp)	B. Variabel per Pack (Rp)	<i>Contribution Margin</i> / Pack (Rp)	Bauran Produk	Harga per Pack Paket (Rp)	B. Variabel per Pack Paket (Rp)	<i>Contribution Margin</i> / Paket (Rp)
Cempaka Super Long Size 10	2,000	1,475	525	17	34,091	25,148	8,943
Cempaka Long Size 12	2,200	1,591	609	23	51,245	37,053	14,192
Cempaka Super 12	2,200	1,591	609	27	58,591	42,364	16,226
Cempaka Coklat 12	2,200	1,594	606	14	30,805	22,319	8,486
Cempaka Super 16	3,100	1,806	1,294	28	85,878	50,028	35,851
Cempaka Filter Lights 12	2,400	2,409	(9)	7	17,001	17,067	(66)
Cempaka Filter Merah 12	2,250	2,409	(159)	5	10,142	10,859	(718)
Cempaka Filter Coklat 12	2,250	2,409	(159)	2	4,259	4,561	(302)
Cempaka Filter Lights 16	3,400	2,932	468	29	99,944	86,181	13,764
Cempaka Filter Merah 16	3,400	2,932	468	13	44,069	38,000	6,069
Cempaka Filter Coklat 16	3,400	2,932	468	22	76,443	65,916	10,527
Total					512,468	399,496	112,972

Sumber: Hasil olahan penulis

$$\begin{aligned} \text{BEP paket (dalam paket)} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Paket Margin Kontribusi per Unit}} \\ &= \frac{\text{Rp. 13.990.563.603,00}}{\text{Rp. 112.972,00}} \\ &= 123.841 \text{ paket} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Paket Margin Kontribusi}}{\text{Harga per paket}} \\ &= \frac{\text{Rp. 112.972,00}}{\text{Rp. 512.468,00}} \\ &= 0,22 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP Rupiah} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\ &= \frac{\text{Rp. 13.990.563.603,00}}{0,22} \\ &= \text{Rp. 63.464.336.162,00} \end{aligned}$$

Berdasarkan bauran produk baru tersebut perusahaan dapat mencapai target laba sebesar Rp. 6.476.223.172,00 pada tahun 2006 dengan melakukan penjualan sebesar Rp. 63.464.336.162,00 sedangkan jika menggunakan bauran produk yang lama perusahaan harus melakukan penjualan penjualan sebesar Rp. 128.000.851.137,00. Dengan demikian bauran produk yang baru lebih memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan.

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan telah dilakukannya analisis terhadap informasi keadaan perusahaan pada Bab 4, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Selama ini perusahaan CV Cempaka belum melakukan pemisahan biaya tetap dan biaya variabel. Perusahaan tidak menetapkan bauran produk yang akan diproduksi sehingga besarnya jumlah produksi setiap produk ditentukan oleh besarnya permintaan pasar.
2. Perencanaan laba per produk dengan alat bantu *cost volume profit analysis* baru dapat dilaksanakan setelah masing-masing biaya tetap dan biaya variabel dapat diidentifikasi. Dari hasil perhitungan pemisahan biaya semivariabel sebesar Rp. 4.466.017.046,00 berdasarkan identifikasi khusus data perusahaan didapat biaya tetap sebesar Rp. 1.336.254.477,00 dan biaya variabel sebesar Rp. 3.129.762.569,00. Berdasarkan analisis perilaku biaya, perhitungan total biaya CV Cempaka tahun 2005 sebesar Rp. 115.926.020.558,00 terdiri dari biaya tetap sebesar Rp. 7.514.340.431,00 dan biaya variabel sebesar Rp. 108.411.680.127,00.
3. Dengan analisis data pada tahun 2005, manajemen memproyeksikan laba pada tahun 2006 akan meningkat sebesar 20% dari Rp. 5.396.852.643,00 atau 5,34% dari penjualan tahun 2005 sebesar Rp 121,317,617,800.00, sehingga laba yang

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Andhito, Renno. 2000. *Penerapan Analisis Cost-Volume-Profit dengan Pendekatan Activity-Based-Costing sebagai Alat Bantu dalam Perencanaan Laba dan untuk Menentukan Komposisi Penjualan yang Tepat (Studi Kasus pada PT. "X" di Surabaya)*. Skripsi.
- Carter, William K., dan Milton F. Usry. 2002. *Cost Accounting, Thirteenth Edition*. Dame – Thomson Learning.
- , 2004. *Akuntansi Biaya*. Edisi 13. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Carter, William K., dan Milton F. Usry. 2002. *Cost Accounting, Thirteenth Edition*. Dame – Thomson Learning.
- Garrison, Ray H., dan Eric W. Noreen. 2003. *Managerial Accounting, Tenth Edition*. New York: McGraw – Hill Irwin
- Hammer, Laurence H., William K. Carter dan Milton F. Usry. 1995. *Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi 9. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Hansen, Don R. Dan M. M. Mowen 1997. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 4. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- , 2003. *Management Accounting, Sixth Edition*. Cincinnati Ohio: South – Western College Publishing Co.
- Hilton, Ronald W., Michael W. Maher, dan Frank H. Selto. 2006. *Cost Management : Strategies for Business Decisions*. New York: McGraw – Hill Irwin.
- Horngrén, Charles T., Srikant M. Datar., dan George Foster. 2006. *Cost Accountin : A Managerial Emphasis, Twelfth Edition*. Pearson Education Inc.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Putra, Mujahidin Asa. 2002. Perencanaan Laba Jangka Pendek Perusahaan. *Media Akuntansi*. (Edisi 123/Januari/Tahun IX/2002):34 – 35.
- Simamora, Henry. 1999. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat

- Slamet, Edy Juwono et. Al. 2003. *Buku Pedoman tentang Tata Cara Penulisan Praproposal, Proposal Penelitian, Skripsi Pembimbingan dan Pengujian Skripsi*. Surabaya :
- Ulfa, Maria. 2002. *Analisis Biaya Volume Laba Berdasarkan Aktivitas pada Situasi Ketidakpastian (Studi Kasus pada PT. Boma Bisma Indra Surabaya)*. Skripsi.
- Widiarini, Frida. 2004. *Penerapan Cost Volume Profit (CVP) Analysis Sebagai Alat Perencanaan Laba dan Pengambilan Keputusan Manajemen Jangka Pendek pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk*. Skripsi.

