

**ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI ALAT
PERENCANAAN LABA PADA UD.MENTARI PASURUAN**

SKRIPSI



Oleh

SOFIATUL MUNAWAROH

NIM: 12520003

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2016**

**ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI ALAT
PERENCANAAN LABA PADA UD.MENTARI PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

SOFIATUL MUNAWAROH

NIM: 12520003

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI ALAT
PERENCANAAN LABA PADA UD.MENTARI PASURUAN**

SKRIPSI

Oleh

SOFIATUL MUNAWAROH

NIM: 12520003

Telah disetujui 10 Juni 2016

Dosen Pembimbing,



Nawirah, SE., MSA., Ak., CA

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 2 005

LEMBAR PENGESAHAN

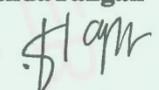
ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA UD. MENTARI PASURUAN

SKRIPSI

Oleh
SOFIATUL MUNAWAROH
NIM : 12520003

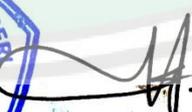
Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 24 Juni 2016

Susunan Dewan Penguji :

- | | TandaTangan |
|---|--|
| 1. Ketua Penguji
<u>Niken Nindya Hapsari, SE., M.SA., Ak.,</u> | :() |
| 2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
<u>Nawirah, SE., MSA., Ak., CA</u> | :() |
| 3. Penguji Utama
<u>Dr.HA. Muhtadi Ridwan, M.A</u>
NIP. 19550302 198703 1 004 | :() |

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,




Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 2 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sofiatul Munawaroh

NIM : 12520003

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA UD. MENTARI PASURUAN

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari terdapat “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 28 Juni 2016

Hormat saya,



NIM : 12520003

PERSEMBAHANKU

Yang utama dari segalanya...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Ku persembahkan skripsi ini kepada orang yang sangat ku kasahi dan ku sayangi:

Ayah dan Ibundaku Tercinta (Abdur Rochman Soleh & Siti Romlah), serta adik-adikku (Nanang Saifudin & Salman Alfarisi) dan Seluruh Keluargaku yang senantiasa Tiada Putus-putusnya untuk mengasihiku setulus hati, yang selalu mengingatkanku dalam segala hal yang selalu sabar memberikan bimbingan dan nasehat kepadaku serta pengorbanannya selama ini dan spiritual sehingga saya mampu menatap dan menyongsong masa Depan.

Guru-guruku yang telah memberikan wawasan dan ilmu sehingga membuatku bisa menjadi manusia yang berilmu.

Untuk sahabat-sahabatku dan tak lupa semua pihak yang turut serta membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas semuanya.

MOTTO

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

“Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya” (Q.S Ali-Imran : 159)



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur terpanjatkan kehadiran Allah SWT. Telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya. Berkat rahmat dan petunjuk-Nya pula, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “*Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD. Mentari Pasuruan*”

Shalawat serta salam, semoga tetap tercurahkan kepada junjungan baginda Nabi Muhammad SAW, para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang telah membawa petunjuk kebenaran, untuk seluruh umat manusia, yang kita harapkan syafaatnya di akhirat kelak.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari semua pihak, oleh karena itu tak lupa penulis ungkapkan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Ayah, Ibu dan Adik-adikku tercinta, yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, dan yang telah mendidik selama ini, setiap waktu berdo'a demi kelancaran penulisan skripsi ini hingga tercapainya cita-cita penulis.
2. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M, Si selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
3. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang memberikan izin dalam melaksanakan penelitian.

4. Ibu Nanik Wahyuni,SE.,M.Si.,Ak.,CA selaku ketua jurusan Akuntansi yang juga memberikan izin dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Nawirah,SE.,MSA.,Ak.,CA selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta memberikan pengarahan, sehingga skripsi ini dapat tersusun.
6. Bapak Darmaji, selaku pimpinan UD. Mentari yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Sahabat-sahabatku tercinta Nur Hasanah S.E, Diyah Maya Pristanti. S.E , Anis Rahmawati S.E, Masruhainah S.E, Sauma Hidayati S.E, Dei Gratia Ulfa H. S.E, yang selalu ada untukku.
8. Kakakku Agus Miftah yang turut membantu dalam memberikan waktu dan semangat untuk menyusun skripsi ini.
9. M. Nizar Zuhhad yang memberikan kebahagiaan serta dukungan dan do'anya di setiap waktu sehingga semua proses menjadi lebih berarti.
10. Teman-teman jurusan Akuntansi 2012, semua sahabat-sahabatku di organisasi HMJ Akuntansi dan DEMA FE, dan teman-teman kos Pak Barji yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan warna sendiri dalam mengarungi kehidupan di kampus.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik konstruktif dari berbagai pihak sangat diharapkan demi terwujudnya karya yang lebih baik di masa mendatang. Sebagai ungkapan terima kasih, penulis hanya mampu berdo'a, semoga amal baik Bapak/Ibu akan diberikan balasan yang setimpal oleh Allah SWT.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya. Amin Ya Robbal'Alamin

Malang, 28 Juni 2016
Penyusun

Sofiatul Munawaroh



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DARTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Pengertian Biaya	15
2.2.2 Klasifikasi Biaya	16
2.2.3 Biaya dalam Hubungannya dengan Volume Produksi.....	17
2.2.4 Pengertian Volume Penjualan	18
2.2.5 Pengertian Laba	18
2.2.6 Analisis Biaya-Volume-Laba	19
2.2.7 Perencanaan Laba	20
2.2.8 Analisis Target Laba	25
2.2.9 Elemen – Elemen Analisis Biaya-Volume-Laba	26
2.2.10 Perlakuan Biaya Volume Laba dalam Perspektif Islam ...	29

2.3	Kerangka Berfikir	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		35
3.1	Lokasi Penelitian	35
3.2	Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
3.3	Data dan Jenis Data	35
3.4	Subjek Penelitian	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.6	Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Hasil Penelitian	42
4.1.1	Sejarah UD. Mentari	42
4.1.2	Struktur Organisasi	44
4.1.3	Ruang Lingkup Usaha	49
4.1.4	Sumber Daya Manusia	50
4.1.5	Proses Produksi	51
4.1.6	Pemasaran	57
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.2.1	Analisis Peramalan	59
4.2.1.1	Ramalan Penjualan 2016	59
4.2.1.2	Perencanaan Biaya-Biaya Akan Datang	69
4.2.1.3	Pemisahan Biaya Semivariabel	74
4.2.2	Analisis Target Laba	88
4.2.2.1	Perhitungan Harga Pokok Penjualan	88
4.2.2.2	Proyeksi Laporan Laba Rugi	88
4.2.3	Dasar – Dasar analisis <i>Cost Volume Profit</i>	89
4.2.3.1	Analisis <i>Contribution Margin Ratio</i>	89
4.2.3.2	Penentuan <i>Break Event Point</i> (BEP)	90
4.2.3.3	Penentuan <i>Margin of Safety</i> (MOS)	93
4.2.3.4	Penentuan <i>Operating Leverage</i>	93
BAB V PENUTUP		95
5.1	Kesimpulan	95

5.2 Saran 96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1. Analisis Data	38
Tabel 4.1 Data Volume Penjualan Tas UD. Mentari	58
Tabel 4.2 Data Ringkas Volume Penjualan Tas UD. Mentari	59
Tabel 4.3 Data Volume Penjualan Tas Kw 1	60
Tabel 4.4 Perhitungan Ramalan Penjualan Tas Kw 1	60
Tabel 4.5 Data Volume Penjualan Tas Kw 2	62
Tabel 4.6 Perhitungan Ramalan Penjualan Tas Kw 2	63
Tabel 4.7 Data Volume Penjualan Tas Kw 3	64
Tabel 4.8 Perhitungan Ramalan Penjualan Tas Kw 3	65
Tabel 4.9 Hasil Peramalan Penjualan Tas Bulan Januari – April 2016	67
Tabel 4.10 Hasil Peramalan Penjualan Tas Bulan Mei – Agustus 2016	67
Tabel 4.11 Hasil Peramalan Penjualan Tas Bulan Sept. – Des. 2016....	68
Tabel 4.12 Realisasi Penjualan Tahun 2014, 2015.....	69
Tabel 4.13 Data Biaya Bahan Baku Tas	70
Tabel 4.14 Rincian Perhitungan Biaya Bahan Baku Tas Januari-April 2016	70
Tabel 4.15 Rincian Perhitungan Biaya Bahan Baku Tas Mei – Agust. 2016	71
Tabel 4.16 Rincian Perhitungan Biaya Bahan Baku Tas Sept. – Des. 2016	72
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Biaya Bahan Baku Tas 2016	73
Tabel 4.18 Perhitungan Biaya Listrik dan Air 2016	76
Tabel 4.19 Perhitungan Biaya Telepon 2016	78
Tabel 4.20 Perhitungan Biaya Administrasi dan Umum	80
Tabel 4.21 Pemisahan Biaya Semivariabel Januari – April 2016	82
Tabel 4.22 Pemisahan Biaya Semivariabel Mei – Agustus 2016	83
Tabel 4.23 Pemisahan Biaya Semivariabel Sept. – Des. 2016	83
Tabel 4.24 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung 2016	84
Tabel 4.25 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	85
Tabel 4.26 Biaya Variabel Per Unit	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi UD. Mentari	45
Gambar 4.2	<i>Break Event Point</i> Tas UD. Mentari	92



ABSTRAK

Munawaroh, Sofiatul. 2016, SKRIPSI. Judul: “Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD. Mentari Pasuruan”
Pembimbing : Nawirah, SE, MSA, Ak. CA
Kata Kunci : Analisis Biaya Volume Laba, Perencanaan laba UD. Mentari

Oganisasi yang berorientasi sebagai *profit oriented* memiliki tujuan dan sasaran jangka panjang dalam menentukan kelangsungan hidupnya. Ada peningkatan laba yang menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan. Peningkatan laba membutuhkan suatu perencanaan yang menghubungkan biaya, voume penjualan, dan harga jual. Untuk dapat memahami hal tersebut maka dibutuhkan suatu alat analisis yaitu analisis biaya volume laba. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perencanaan laba pada UD. Mentari dengan menggunakan analisis Biaya Volume Laba.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, tujuannya adalah untuk menemukan kelemahan dan kekurangannya sehingga dapat ditentukan upaya perbaikan menganalisis suatu fakta, gejala dan peristiwa yang terjadi pada UD. Mentari. Pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Analisis data menggunakan konsep peramalan, target laba, dan dasar-dasar *cost volume profit analysis*.

Dari hasil penelitian menunjukkan *Break Even Point* UD. Mentari sebesar 9.552 unit dan Rp. 143.220.662. Laba sebesar Rp. 550.946.000. *Margin of Safety* 63%, ini berarti bahwa jika penjualan sebenarnya produk tas UD. Mentari kurang dari atau dibawah 63% (dari penjualan yang direncanakan) maka perusahaan akan menderita kerugian. *Ratio contribution marrgin* sebesar 63%. Hasil perhitungan *contribution margin* menunjukkan persentase pendapatan yang diperoleh UD. Mentari untuk menutupi biaya tetap. *Operating Lverage* sebesar 1,16 atau 11,6%. Artinya apabila perusahaan mengalami peningkatan penjualan sebesar 1% maka perusahaan mendapat kenaikan laba sebesar 11,6%.

ABSTRACT

Munawaroh, Sofiatul. 2016, Thesis. Title: "Analysis of Profit Volume Cost As Profit Planning At UD. MentariPasuruan "

Supervisor : Nawirah, SE, MSA, Ak. CA

Keywords : Cost Volume Profit Analysis, Planning UD profit. Mentari

Oriented organization as a profit oriented that has goals and objectives in determining the long-term survival. There is an increase in profit that is an indicator of success in managing the company's financial management. Increased profits require a plan that connects the charge, from Volume of sales, and selling price. To understand the analysis tool that analyzes the profit volume cost. The purpose of this study was to determine the profit planning at UD. Mentari. It used Profit Volume Cost analysis.

This study used a qualitative method with case study approach, the goal was to find weaknesses and strengthen so that it can be determined efforts to repair analyze the facts, symptoms and events happening at UD. Mentari. The collection of data was through observation, documentation and interview. Analysis of data used the concept of forecasting, profit targets, and the basics of profit volume cost analysis.

The results showed of Break Even Point UD. Mentari amounted to 9.552 units and 143 220 662 Rupiah. Profit was 550 946 000 Rupiah. Margin of Safety was 63%, this meant that if the actual sales of bags products of UD. Mentari was 63% (of the planned sales), the company will suffer a loss. Contribution margin ratio was 63%. The result of the calculation of the contribution margin showed the percentage of revenue earned of UD. Mentari in covering fixed costs. Operating Leverage was by 1.16 or 11.6%. This meant that if the company has increased sales by 1%, the company got a profit increase of 11.6%.

ملخص

منورة صافية. 2016. بحث جامعي. العنوان: "تحليل التكلفة حجم الربح كأداة تخطيط الربح في الأعمال التجارية منتاري فاسوروان"

المشرفة : نورة، الماجستير

كلمات الرئيسية : تحليل التكلفة حجم الربح ، و تخطيط الربح في الأعمال التجارية منتاري

منظمة التي منحى باعتباره الأهداف والغايات الهادفة للربح في تحديد البقاء على المدى الطويل وكان هناك زيادة في الأرباح مؤشرا على النجاح في إدارة إدارة المالية للشركة. زيادة الأرباح تتطلب الخطة أن يربط هذا الاتهام، من حجم المبيعات، وسعر البيع. لفهم هذا نحن بحاجة إلى أداة التحليل أن يحلل الربح حجم التكلفة. والغرض من هذه الدراسة لتحديد التخطيط الربح فيتخطيط الربح في الأعمال التجارية منتاري باستخدام تحليل التكلفة حجم الربح.

استخدمت هذه الدراسة طريقة النوعي مع نهج دراسة الحالة، والهدف هو العثور على نقاط الضعف وأوجه القصور بحيث يمكن تحديد الجهود المبذولة لإصلاح تحليل الحقائق والأعراض والأحداث التي تحدث فيتخطيط الربح في الأعمال التجارية منتاري. جمع البيانات من خلال المراقبة والتوثيق والمقابلة. تحليل البيانات باستخدام مفهوم التنبؤ، وأهداف الربح، وأساسيات التحليل الربح حجم التكلفة.

أظهرت النتائج نقطة التعادلا لأعمال التجارية منتاريبلغت إلى 9.552 ، و 143.220.662 روية. الربح 550.946.000 روية. هامش السلامة 63٪، وهذا يعني أنه إذا كانت المبيعات الفعلية للمنتجات أكياسا لأعمال التجارية منتاري هي أقل من أو أقل من 63٪ (من المبيعات المخطط لها)، وستقوم الشركة تعاني من خسائر. نسبة هامش المساهمة بنسبة 63٪. نتيجة لاحتساب هامش المساهمة يبين نسبة الإيرادات المتحصلة الأعمال التجارية منتاري لتغطية تكاليف ثابتة *Operating Leverage* بنسبة 1.16 أو 11.6٪. هذا يعني أنه إذا كانت الشركة قد زادت المبيعات بنسبة 1٪، وحصلت الشركة على زيادة الأرباح من 11.6٪.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Oganisasi yang berorientasi sebagai *profit oriented* memiliki tujuan dan sasaran jangka panjang dalam menentukan kelangsungan hidupnya atau biasa disebut dengan istilah *going concern*. Sebagai perusahaan yang menghasilkan laba dan terus meningkatkan laba setiap tahunnya. Dari peningkatan laba tersebut nanti menjadi indikator dalam menentukan apakah perusahaan tersebut telah berhasil mengelola usahanya dengan baik ataukah masih perlu meningkatkan kinerja agar dapat menjalankan usaha lebih baik dan menghasilkan laba yang meningkat setiap tahunnya.

Indikator yang disebutkan di atas menuntut manajemen untuk bisa melihat kemungkinan dan kesempatan di masa mendatang dan menghasilkan keputusan-keputusan yang dapat menunjang keberhasilan tujuan perusahaan. Manajemen perlu membuat suatu perencanaan untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Keberhasilan suatu manajemen dinilai dan diukur dari laba yang diperoleh perusahaan. Perencanaan merupakan hal yang sangat penting karena akan mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Serta dapat menyadari segala resiko dan kemungkinan buruk yang akan terjadi sewaktu-waktu. Manajemen harus memiliki kemampuan yang tinggi agar dalam menghadapi resiko tersebut dapat terselesaikan dengan baik,

dengan membuat perencanaan, manajemen telah memiliki alat untuk memprediksi penjualan dan target laba yang akan dibuat oleh perusahaan.

Supaya dapat meningkatkan laba, maka perlu membuat strategi dan perencanaan untuk masa mendatang. Di antaranya yang dapat dilakukan dalam usaha meningkatkan laba adalah:

1. Menekan biaya operasional dan mempertahankan harga jual dengan volume penjualan yang sama.
2. Meningkatkan volume penjualan
3. Meningkatkan harga jual sesuai dengan laba yang dikehendaki

Ketiga hal tersebut berhubungan erat dengan analisis yang akan digunakan penulis untuk merencanakan laba tahun berikutnya dengan membuat peramalan penjualan dan pemisahan biaya tetap dengan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya yang tidak terpengaruh oleh perubahan volume produksi, sedangkan biaya variabel sangat terpengaruh oleh perubahan volume produksi. Contoh biaya tetap yaitu biaya pemeliharaan, biaya penyusutan atau depresiasi, biaya pajak, biaya asuransi, serta biaya sewa. Contoh biaya variabel yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya listrik untuk mesin.

Peneliti menggunakan Analisis biaya volume laba (*cost-volume-profit analysis*– analisis CVP) untuk membantu perencanaan laba seperti yang telah dijelaskan di atas. Analisis CVP yaitu alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan, karena analisis CVP menekankan pada

keterkaitan antara biaya, jumlah yang dijual, dan harga, analisis ini menggabungkan semua informasi keuangan perusahaan.

Analisis biaya volume labatersebut nanti akan menghasilkan nilai titik impas (*break event point* atau BEP), nilai *contribution margin*(CM), dan nilai *margin of safety*(MOS). Titik impas (BEP) merupakan suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami keuntungan dan tidak mengalami kerugian, sedangkan analisis *contribution margin*(CM) untuk mengetahui jumlah yang tersedia untuk menutupi beban tetap yang kemudian menjadi laba untuk periode tersebut. Dan *margin of safety*(MOS) adalah analisis untuk menghitung jumlah dimana penjualan dapat menurun sebelum kerugian terjadi.

Analisis biaya volume labakaan memudahkan perusahaandalam menentukan target pendapatan dan jumlahbiaya yang dikeluarkan dalam upaya mencapai laba yang telah ditentukantersebut. Menurut Hansen dan Mowen (2000:457) analisis biaya volume laba memfokuskan pada harga, pendapatan, volume, biaya, laba dan kombinasi penjualan. Analisis ini dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan atau pendapatan yang diperlukan supaya impas atau mencapai target laba. Perubahan pada pola biaya tetap dan variabel mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan analisis CVP untuk melihat bagaimana perubahan tertentu pada harga atau biaya akan mempengaruhi titik impas.

Sebelum melakukan analisis biaya volume laba, pihak manajemen perlu membuat suatu perencanaan, perencanaan tersebut nantinya akan

mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Perencanaan laba itu berhubungan dengan volume penjualan, hasilpenjualan, biaya produksi serta biaya operasi perusahaan. Apabila kondisiperusahaan dan perekonomian mengalami perubahan maka perlu dilakukan analisis dalam merealisasikan laba yang telah direncanakan agar tidak menyimpang dari teknik perencanaan yang digunakan. Teknik perencanaan yang dapat digunakan yaitu dengan analisis biaya volume laba. Dimana analisis ini memberikan informasi mengenai besarnya penjualan yang harus dicapai.

Analisis Biaya Volume laba (ABVL) ini memiliki beberapa keistimewaan di antaranya sebagai berikut menurut Armila (2006:179): Dapat memperluas penggunaan informasi yang diberikan oleh analisis BEP, dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai MOS, DOL, CM dan *shut down point*, dapat membuat kalkulasi perencanaan laba pengambilan keputusan dari suatu perusahaan menjadi akurat. ABVL dapat menentukan volume penjualan yang harus dicapai pada target laba tertentu. ABVL sebagai dasar dalam merencanakan kegiatan operasional, membantu pengendalian melalui anggaran, meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan, menganalisa dampak perubahan volume produksi dan penjualan, bahan pertimbangan dalam menentukan dan menganalisa harga jual dalam usaha mencapai laba yang telah ditentukan.

Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Dahlia (2011) tentang Analisis Biaya volume laba sebagai alat bantu dalam perencanaan laba

PT Pabrik Gula Takalar. Penelitian ini menerapkan analisis *cost-volume-profit* dalam menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi laba yang diperoleh PT Pabrik Gula Takalar selama lima tahun terakhir yaitu tahun 2006 hingga tahun 2010 dan objek yang digunakan yaitu pabrik gula. Dalam penelitian ini ditemukan faktor yang menyebabkan laba PT Pabrik gula Takalar tidak tercapai karena komposisi pendapatan penjualan PT Pabrik Gula Takalar tidak mampu menutupi biaya tetap karena perusahaan dalam keadaan rugi tiap tahunnya. Oleh sebab itu analisis biaya volume laba sangat penting diterapkan sebagai alat perencanaan laba, dan peneliti tertarik menggunakan analisis ini sebagai alat untuk penelitian pada objek yang akan diteliti.

Suatu perusahaan yang akan diteliti merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Perusahaan tersebut memproduksi tas yang biasa digunakan oleh kaum wanita. Perusahaan ini milik perseorangan dan berbentuk UD. Perusahaan ini bernama UD.Mentari dan berlokasi di Kabupaten Pasuruan. UD.Mentari memproduksi beberapa jenis dan model tas wanita. Karena saat ini permintaan akan tas terus mengalami peningkatan, bagi para wanita tas merupakan sebuah fashion dan untuk sosialita tas merupakan sebuah investasi. Mereka membeli tas dengan harga ratusan juta. Tetapi tidak semua tas berharga mahal contohnya tas wanita yang di produksi di UD. Mentari yang bertempat di Purwosari Pasuruan, harga tasnya sangat terjangkau yaitu mulai dari KW 1 Rp.45.000, KW 2 Rp.40.000 dan KW 3 Rp.35.000. Usaha produksi tas wanita ini sudah berdiri selama 18 tahun dari tahun 1997.

Penjualan tas UD.Mentari mengalami peningkatan setiap bulannya, dari data perusahaan yang didapat peneliti melalui wawancara dan dokumentasi, penjualan berada pada kisaran antara 8100-8500 unit setiap catur wulannya. Pada bulan September 2014 sampai April 2015 penjualan berada pada titik stabil yaitu 8300 unit namun pada bulan Mei – Agustus mengalami penurunan menjadi 8200 unit disebabkan karena permintaan pasar yang menurun. Di akhir tahun 2015 mengalami kenaikan yang lebih besar dibanding bulan-bulan sebelumnya hingga mencapai 8500 unit, peningkatan karena adanya permintaan pasar yang meningkat.

Perusahaan ini merupakan usaha yang melakukan berbagai upaya ke arah peningkatan volume penjualan dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan. Menurut bapak Darmaji, pimpinan UD. Mentari sebelumnya perusahaan ini belum pernah melakukan perencanaan laba untuk tahun berikutnya, hanya mengacu pada semakin tinggi penjualan maka semakin banyak keuntungan yang diperoleh. Sedangkan biaya-biaya bahan baku dan biaya untuk produksi dapat naik seiring dengan naiknya harga BBM, begitu pula seharusnya harga jual produk agar bisa dinaikkan sesuai standart dan kualitas produk serta pengeluaran yang telah dilakukan, untuk dapat menentukan harga jual dan kenaikan biaya serta mengantisipasi terjadinya kenaikan harga maka dari itu peneliti tertarik ingin membuat perencanaan laba yang mungkin bisa digunakan oleh perusahaan sebagai acuan untuk menentukan target laba di waktu berikutnya. Berdasarkan uraian tersebut

peneliti mengambil judul “ANALISIS BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA UD.MENTARI PASURUAN”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari ulasan yang dikemukakan peneliti ingin mengambil judul tersebut maka tentukan rumusan masalah bagaimana perencanaan laba pada UD.Mentari dengan menggunakan analisis Biaya volume laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut diperoleh tujuan penelitian untuk mengetahui perencanaan laba pada UD.Mentari dengan menggunakan analisis Biaya volume laba.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan kegunaan bagi hal-hal sebagai berikut:

1. Manfaat praktis
 - a. Bagi perusahaan

Memberikan sumbangsih pemikiran sebagai alternatif bagi perusahaan untuk mengambil kebijaksanaan dalam perencanaan laba masa yang akan datang dalam hubungannya dengan biaya volume laba.

- b. Bagi akademis

Sebagai literature untuk dijadikan pedoman atau sumber sebagai acuan bagi penelitian berikutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

c. Bagi penulis

Sebagai pengaplikasian penulis untuk menerapkan ilmu selama bangku perkuliahan dan sebagai tambahan pengalaman maupun pengetahuan di bidang akuntansi manajemen khususnya dalam masalah perencanaan laba.

2. Manfaat akademis

Selain manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan disiplin ilmu akuntansi khususnya di bidang akuntansi manajemen terutama tentang biaya volume laba.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang berhubungan dengan analisis biaya volume laba sebagai alat perencanaan laba telah banyak dilakukan oleh peneliti di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Parade(2013), dengan judul “Analisis Biaya volume laba Sebagai AlatPerencanaan Laba Pada UD. Hartono PutraPutra Balung Jember (studi kasus pada UD. Hartono Putra yang bergerak dalam bidang peternakansapi perah)”. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa BEP peternakan susu sapi perah adalah sebesar 16.618 liter dan Rp50.736.880. UD.Hartono Putra pada bulan Juli-September 2013mendapatkan laba sebesar Rp 27.848.218. Volume penjualan yang harus dicapai produk jenis susu sapi perah sebesar 29.450 literdengan harga jual Rp 3.500/ liter. Margin kontribusi peternakan susu sapi perah adalah Rp 55.711.033. *Margin of safety* peternakan susu sapi perah adalah 44%, ini berarti bahwa jika penjualan sebenarnya susu sapi perah murni berkurang atau menyimpang lebih besar dari 44% (dari penjualan yang direncanakan) maka perusahaan akan menderita kerugian. Jadi dapat dikatakan bahwa *operating leverage* UD. Hartono Putra adalah sebesar 1,99 atau 19,9% yang berarti setiap 1% kenaikan pendapatan penjualan akan mengakibatkan 19,9% kenaikan laba bersih.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Dahlia (2011), mengenai Analisis *Biaya volume laba* Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba PT Pabrik Gula Takalar. Dengan hasil bahwa PT Pabrik Gula Takalar mengalami kerugian selama 5 tahun terakhir yang disebabkan karena penjualan gula cenderung menurun tiap tahunnya sedangkan biaya yang dikeluarkan cenderung meningkat yang tidak bisa diimbangi oleh penjualan sehingga terjadi kerugian. Untuk biaya variabel PT Pabrik Gula Takalar cenderung meningkat tiap tahunnya. Harga jual per ton gula PT Pabrik Gula Takalar cenderung meningkat seiring dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh PT Pabrik Gula Takalar. Biaya tetap PT Pabrik Gula Takalar cenderung meningkat namun tidak diiringi dengan kuantitas penjualan dan juga tingginya biaya variabel yang menyebabkan perusahaan mengalami kerugian. Faktor-faktor yang mempengaruhi laba PT Pabrik Gula Takalar adalah biaya variabel dan biaya tetap, harga jual, dan volume penjualan. Hal tersebut dibuktikan dalam analisis sensitivitas. Analisis tersebut menunjukkan perubahan-perubahan faktor seperti perubahan harga jual, volume penjualan, biaya variabel, dan biaya tetap akan mempengaruhi perolehan laba secara signifikan.

Penelitian berikutnya oleh Dirhotsaha, dkk (2013) dengan judul Penerapan *Cost, Volume, Profit Analysis* Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba (Studi Pada Pt. Industri Kemasan Semen Gresik). Hasil penelitian ini menunjukkan pemisahan biaya semivariabel ke dalam biaya tetap sebesar Rp 33.648.601.360,75 dan biaya variabel sebesar Rp 128.655.610.037,21, *Contribution margin Ratio* total sebesar 37,50%. Perhitungan

BEP menunjukkan, BEP mix produknya sebesar 93.008.971 unit atau sebesar Rp 89.737.016.655,23. Dalam perencanaan penjualan dan laba PT. Industri Kemasan Semen Gresik merencanakan kenaikan laba pada tahun 2012 sebesar 25%. Untuk mencapai target kenaikan laba perusahaan maka PT. Industri Kemasan Semen Gresik harus menaikkan penjualan sebesar 243.428.190 unit atau sebesar Rp 234.864.212.910,05 masing-masing untuk produk sewn sebesar 234.764 unit produk woven sebesar 29.700.309 unit dan untuk produk pasted sebesar 243.428.189 unit. Berdasarkan perhitungan perencanaan penjualan dan laba tahun 2012 pada PT. Industri Kemasan Semen Gresik *margin of safety* diperoleh sebesar 61,80 %.

Penelitian selanjutnya oleh Samahati(2013) tentang Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sedona Manado yang menunjukkan hasil *Break even point* Hotel Sedona Manado tahun 2011 adalah Rp.10,689,703,558.93 sedangkan tahun 2012 adalah Rp.10,813,378,046.61. dan pada perencanaan 2013 *break even point* Hotel Sedona Manado adalah Rp. 10,903,001,880.93. Tingkat keuntungan yang didapat hotel Sedona Manado berdasarkan *Margin of safety* pada tahun 2011 (32.89%) adalah sebesar 67.11%, pada tahun 2012 dengan *Margin of safety*(31.12%) adalah sebesar 68.88%. Dan pada tahun 2013 dengan *Margin of safety* (36.87%) adalah 63.13%. Atau dalam artian, jika Hotel Sedona Manado mampu mendapatkan hasil sesuai dengan *Margin of safety* yang sudah dianggarkan, maka Hotel Sedona Manado akan mendapatkan keuntungan pada

tahun 2011 sebesar 67.11%, tahun 2012 sebesar 68.88%, dan tahun 2013 sebesar 63.13%

Penelitian berikutnya oleh Verawati (2014) dengan judul Penerapan Metode CVP (*Cost-Volume-Profit*) Sebagai AlatBantu Analisis Perencanaan Laba dalam Mencapai TargetPerusahaan Pada UKM Vinito Brownis. Menunjukkan hasil Pada perhitungan margin kontribusi didapatkan angka sebesar Rp.164.772.150 danmemiliki rasio margin kontribusi sebesar 46,61 %. *Margin of safety* pada UKM VinitoBrownis adalah sebesar 76,24 %. *Break even point* atau titik impas untuk periode Mei –Oktober adalah sebesar Rp.83.969.839. Serta laba maksimal yang diperkirakan mampudiperoleh di periode Mei – Oktober 2014 yaitu sebesar Rp.182.265.995.

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Sekarang
1	Parade (2013) Analisis Biaya volume laba Sebagai alat Perencanaan Laba Pada ud.Hartono Putra Balung Jember	Menentukan <i>Break EvenPoint</i> (BEP) atau titik impas.	Kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek penelitian pada sektor peternakan 2. Indikator penilaian terfokus dari hasil peningkatan penjualan. 3. Periode penelitian
2	Dahlia HB (2011) Analisis <i>Biaya volume laba</i> Sebagai AlatBantu DalamPerencanaan Laba PT PabrikGula Takalar.	Menganalisis Faktor-faktor apa yang menyebabkan target laba PTPabrik GulaTakalar tidak tercapai	Kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek yang digunakanyaitu pabrik gula Takalar 2. Analisis faktor penyebab kerugian pada pabrik gula Takalar dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi laba yang diperoleh PT

				Pabrik Gula Takalar selama lima tahun terakhir yaitu tahun 2006 hingga tahun 2010.
				3. Periode penelitian
3	Dirhotsaha, dkk (2013) Penerapan <i>Cost, Volume, Profit Analysis</i> Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba (Studi Pada Pt. Industri Kemasan Semen Gresik).	Merencanakan laba tahun 2012 pada tingkat laba yang di tentukan	Deskriptif dengan pendekatan studi kasus	<ol style="list-style-type: none"> Objek yang digunakan adalah industri indikator penelitian dari penetapan dan pemisahan biaya semivariabel. Periode penelitian
4	Samahati (2013) Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sedona Manado	Mengetahui <i>break even point</i> pada kegiatan operasion al Hotel Sedona Manado, mengetahui jumlah volume penjualan Hotel Sedona Manado pada tingkat laba yang direncanakan, mengetahui berapa tingkat <i>margin of safety</i> pada Hotel Sedona Manado.	Kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> Objek menggunakan perusahaan jasa Metode analisis yang dipakai, yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan rumus <i>break even poin</i> atas dasar <i>sales</i> dalam Rupiah. Periode penelitian
5	Verawati (2014) Penerapan Metode CVP (<i>Cost-Volume-Profit</i>) Sebagai AlatBantu Analisis Perencanaan	Mengetahui berapa nilai <i>Break Event Point</i> , mengetahui perhitungan dan seberapa besar <i>Margin of safety</i> , <i>Contibution</i>	Kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> Objek yang dipakai adalah perusahaan makanan ringan Periode penelitian

	Laba dalam Mencapai Target Perusahaan Pada UKM Vinito Brownis	<i>Margin</i> , serta laba maksimal yang dapat diperoleh UKM Vinito Brownis periode Mei – Oktober 2014		
--	---	--	--	--

Sumber: Data diolah tahun 2016

Parade (2013) Analisis Biaya volume laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD. Hartono Putra Putra Balung Jember. Penelitian ini juga membahas tentang perencanaan laba dengan menentukan *Break Even Point* (BEP) atau titik impas. Tetapi terdapat perbedaan karena penelitian ini memakai peternak sapi perah sebagai objek. Dahlia HB (2011) Analisis *Biaya volume laba* Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba PT Pabrik Gula Takalar. Penelitian ini sama-sama menerapkan analisis *cost-volume-profit* dalam melakukan penelitian. Perbedaan yaitu tujuan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi laba yang diperoleh PT Pabrik Gula Takalar selama lima tahun terakhir yaitu tahun 2006 hingga tahun 2010 dan objek yang digunakan yaitu pabrik gula.

Dirhotsahadkk (2013) Penerapan *Cost, Volume, Profit* Analisis Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba. Penelitian ini juga membahas perencanaan laba tahun berikutnya pada tingkat laba yang ditentukan. Perbedaan terletak pada objek yang digunakan yaitu pada PT. Industri Kemasan Semen Gresik. Samahati (2013) Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sedona Manado. Penelitian ini juga membahas tentang BEP, *margin of safety* dan perencanaan laba pada tingkat volume penjualan tertentu. Perbedaan terletak pada objek yaitu

menggunakan hotel sebagai objek penelitian. Verawati (2014) Penerapan Metode CVP (*Cost-Volume-Profit*) Sebagai AlatBantu Analisis Perencanaan Laba dalam Mencapai TargetPerusahaan pada UKM Vinito Brownis. Penelitian ini juga membahas *Break Event Point*, *Margin of safety*, *Contibution Margin*, serta laba maksimal yang dapat diperoleh perusahaan. Perbedaannya terletak pada objek yang digunakan yaitu UKM.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Pengertian Biaya

Menurut Mursyidi (2008:13) mengemukakan “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.” Bisa juga dikatakan bahwa biaya adalah pengorbanan yang dilakukan saat ini atau masa depan untuk mendapatkan manfaat tertentu dengan mengurangi kas atau harta sesuai ukuran satuan uang.

Bustami dan Nurlela (2006:4) mengemukakan “Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.” Dengan kata lain, biaya merupakan pengorbanan yang telah atau akan dikeluarkan untuk

mencapai tujuan dan belum habis masa pakainya kemudian dimasukkan dalam neraca sebagai aktiva.

Menurut Dunia dan Wasilah (2009:22) mengemukakan bahwa: “Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan. Biasanya tercermin dalam neraca sebagai aset (*asset*) perusahaan.” Dengan kata lain bahwa biaya adalah nilai pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan jasa atau barang dengan manfaat lebih dari satu tahun periode akuntansi.

2.2.2 Klasifikasi biaya

Menurut Dunia dan Wasilah (2009:23) menjelaskan bahwa: Klasifikasi biaya diperlukan untuk menyampaikan dan menyajikan data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuannya. Sebelum memutuskan bagaimana menghimpun dan mengalokasikan biaya dengan baik, manajemen dapat melakukan pengklasifikasian biaya atas dasar:

1. Objek biaya;
 - a. Produk
 - b. Departemen
2. Perilaku biaya;
3. Periode akuntansi;
4. Fungsi manajemen atau jenis kegiatan fungsional.

Sedangkan menurut Bustami dan Nurlela (2006:9), Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting.

Klasifikasi biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungan dengan:

1. Produk
2. Volume produksi
3. Departemen dan pusat biaya
4. Periode akuntansi
5. Pengambilan keputusan

2.2.3 Biaya dalam Hubungannya dengan Volume Produksi

Beberapa jenis biaya bervariasi secara proporsional terhadap perubahan dalam volume produksi atau output, sementara yang lainnya tetap relatif konstan dalam jumlah. Kecenderungan biaya untuk bervariasi terhadap output harus dipertimbangkan oleh manajemen jika manajemen ingin sukses dalam merencanakan dan mengendalikan biaya.

Biaya variabel. Jumlah total biaya variabel berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan. Dengan kata lain, biaya variabel menunjukkan jumlah per unit yang relatif konstan dengan berubahnya aktivitas dalam rentang yang

relevan. Biaya variabel biasanya mencakup biaya bahan mencakup biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Biaya tetap. Biaya tetap bersifat konstan secara total dalam rentang yang relevan. Dengan kata lain, biaya tetap per unit semakin kecil seiring dengan meningkatnya aktivitas dalam rentang yang relevan.

Biaya semivariabel. Beberapa jenis biaya memiliki elemen biaya tetap dan biaya variabel. Jenis biaya ini disebut biaya semivariabel. (William K. Carter, 2009:43-44)

2.2.4 Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan dapat diartikan sebagai komposisi dari banyaknya jumlah barang atau jasa yang terjual dengan pendapatan penjualan yang didapat oleh suatu perusahaan.

Menurut Mulyadi (2005:239) mendefinisikan bahwa “volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang dan jasa yang terjual”.

2.2.5 Pengertian Laba

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa laba merupakan *main goals* atau tolak ukur keberhasilan manajemen perusahaan berbasis bisnis atau *profitseeking* terlebih pada bagian manajemen keuangan.

Untuk dapat mencapai laba yang besar, manajemen dapat melakukan berbagai langkah berikut :

- a. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan memperhatikan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
- b. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang diharapkan.
- c. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Pengertian laba menurut Soemarso (2004:227) laba adalah merupakan selisih antara pendapatan dan pengeluaran atau suatu kelebihan pendapatan yang diterima oleh perusahaan setelah dikurangi pengorbanan yang dikeluarkan, yang merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.

2.2.6 Analisis Biaya Volume Laba

Analisis biaya volume laba (*cost-volume-profit analysis*—analisis CVP). Menurut Hansen dan Mowen (2000:457) analisis biaya volume laba memfokuskan pada harga, pendapatan, volume, biaya, laba dan kombinasi penjualan. Analisis ini dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan atau pendapatan yang diperlukan supaya impas atau mencapai target laba. Perubahan pada pola biaya tetap dan variabel mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan analisis CVP untuk melihat bagaimana perubahan tertentu pada harga atau biaya akan mempengaruhi titik impas.

Sedangkan menurut Raiborn dan Michael Kinney (2011:499) Analisis CVP merupakan model jangka pendek yang fokus pada

hubungan di antara harga penjualan, biaya variabel, biaya tetap, volume, dan laba. Model ini merupakan alat perencanaan yang penting yang dapat memberikan informasi mengenai pengaruh pada laba ketika perubahan dibuat dalam struktur biaya atau dalam tingkat penjualan.

2.2.7 Perencanaan Laba

Perencanaan laba adalah rencana kerja yang dapat diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangan dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas, modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek menurut Supriyono (2004:218).

a. Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan merupakan jumlah penjualan yang kita perkirakan akan terjadi dimasa yang akan datang untuk menghadapi unsur ketidakpastian. Dalam dunia usaha, perusahaan sering berhadapan dengan keadaan yang tidak pasti, sehingga suatu perusahaan tidaklah akan dapat menjalankan aktivitasnya. Walau perusahaan mempunyai rencana hasil dari suatu ramalan. Namundemikian, jika ramalan tersebut dibuat berdasar atas dasar pemikiran yang rasional dengan teknik-teknik tertentu, maka hasilnya akan lebih baik daripada tanpa rencana sama sekali. Ramalan penjualan merupakan proyek teknis dari permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi menurut Adisaputro dan Asri (2003:147). Dari pengertian ramalan penjualan tersebut, didalamnya terdapat pemikiran mengenai jumlah

produk yang diproduksi di masa yang akan datang disamping perkiraan unsur-unsur yang lain. Biasanya jumlah produk yang diproduksi ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk menjual produknya yang tercermin dari ramalan penjualan yang dibuat.

Pada dasarnya ada tiga cara yang dapat dipakai untuk meramalkan tingkat penjualan menurut Adisaputro dan Asri (2003:148-168) yaitu :

- a) Berdasarkan pendapat, berupa :
 1. Pendapat *salesman*
 2. Pendapat *sales manager*
 3. Pendapat para ahli
 4. Survey konsumen
- b) Berdasarkan perhitungan statistik, berupa :
 1. Analisis *trend*
 2. Analisis korelasi
- c) Metode khusus, berupa :
 1. Analisis industri
 2. Analisis *product line*
 3. Analisis penggunaan akhir

Salah satu metode yang dapat digunakan adalah *trend linier* dengan *least square method*, dengan rumus menurut Dajan, (2009:217) :

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Dimana :

y = Nilai penjualan yang diramalkan/ditaksir

a = Nilai penjualan (y) pada periode dasar

b = besarnya perubahan variabel y pada setiap perubahan satu unit variabel x (bilangan berubah untuk satuan waktu)

x = satuan/periode waktu

n = jumlah tahun/periode data yang dianalisis (banyaknya pasangandata)

b. Penyusunan Anggaran Produksi

Anggaran produksi merupakan rencana detail yang menunjukkan jumlah unit yang harus diproduksi selama periode tertentu untuk memenuhi penjualan dan persediaan.

Kebutuhan produksi periode anggaran mendatang dapat ditentukan dan disusun ke dalam bentuk anggaran produksi. Produk dalam jumlah yang memadai harus tersedia untuk memenuhi persediaan akhir yang dikehendaki. Sebagian produk sudah tersedia dalam bentuk persediaan awal. Jadi, yang akan diproduksi adalah sisanya. Oleh karena itu, kebutuhan produksi dapat ditentukan melalui penjumlahan penjualan yang dianggarkan (dalam satuan atau

uang) dan hasil totalnya dikurangi persediaan awal (dalam satuan atau uang). Apabila persediaan tidak direncanakan dengan seksama, maka tingkat persediaan yang tersisa pada akhir periode dapat berlebihan, yang mengakibatkan penanaman dana yang tidak semestinya terjadi dan mengakibatkan biaya penyimpanan produk yang tidak dikehendaki, yang semestinya tidak perlu terjadi.

Penentuan volume produksi dapat disusun dalam suatu anggaran produksi dengan rumus Adisaputro dan Asri (2003:183)

Tingkat penjualanRp xxx
 Tingkat persediaan akhir Rp $\frac{xxx}{+}$
 Jumlah (produk) yang harus tersediaRp xxx
 Tingkat persediaan awal..... Rp $\frac{xxx}{-}$
 Tingkat produksi Rp xxx

c. Perencanaan Biaya-biaya Akan Datang

Untuk menghitung estimasi harga jual produk, harga beli bahan baku, tarif tenaga kerja serta biaya-biaya yang lainnya digunakan metode *Geometric mean* dengan rumus Dajan (2009:154) :

$$\text{Log GM} = \frac{\sum \log X_i}{n}$$

Dimana :

Log GM=Geometric Mean/logaritma dari % pertambahan harga jual, harga beli, tarif dan biaya

Xi = Nilai pengamatan

N = Jumlah pengamatan

Rata-rata pengukuran ini umumnya digunakan untuk mengukur tingkat perubahan (*rate of change*) atau pengrata-rataan rasio. Tujuan digunakan *geometric mean* untuk merata-ratakan serangkaian data adalah untuk mengurangi bias yang disebabkan oleh komponen x yang ekstrim. Pada *geometric mean* pengaruh nilai ekstrim dapat diperkecil dan hal itu merupakan sebab mengapa *geometric mean* umumnya disukai daripada rata-rata hitung dalam menghitung indeks.

d. Pemisahan Biaya Semivariabel

Penyusunan anggaran biaya tetap untuk biaya overhead pabrik, biaya administrasi umum dan biaya pemasaran berdasarkan kebijakan perusahaan. pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel menggunakan rumus persamaan kuadrat terkecil (*least square method*) Dajan, (2009:217) :

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Dimana:

y = biaya semivariabel

x = tingkat aktivitas

a = biaya tetap

b = biaya variabel per-satuan (*slope garis trend*)

n = jumlah pengamatan atau periode

2.2.8 Analisis target laba

Analisis target laba dapat menggambarkan tingkat penjualan yang seharusnya dianggarkan perusahaan untuk mencapai sejumlah laba tertentu. Analisis target laba dapat digunakan dengan menyusun harga pokok penjualan dan menentukan laba yang direncanakan dengan menyusun proyeksi laporan laba rugi berdasarkan harga pokok penjualan.

a) Menyusun Harga Pokok Penjualan

Untuk mengetahui besarnya harga pokok penjualan digunakan

rumus Supriyono (2004:290) :

Persediaan Awal	xxx
Biaya produksi :	
Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Bahan Penolong	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik	<u>xxx +</u>
Harga Pokok Produksi	<u>xxx +</u>
Harga Pokok Barang Siap Dijual	xxx
Persediaan Akhir	<u>xxx -</u>
Harga Pokok Penjualan variable	xxx

b) Menyusun Proyeksi Laba Rugi

Menyusun proyeksi laporan laba rugi berdasarkan harga pokok penjualan, dapat disusun dengan rumus Mulyadi (2004:25) :

Penjualan	xxx
Harga Pokok Penjualan Variabel	<u>xxx -</u>
Laba Kotor	xxx
Biaya Variabel	<u>xxx -</u>
<i>Contribution margin</i>	xxx
Biaya Tetap	<u>xxx -</u>
Laba Bersih Sebelum Pajak	xxx

2.2.9 Elemen-elemen Analisis Biaya Volume Laba

Dasar analisis biaya volume laba:

a. *Contribution margin*

Menurut Garrison dkk (2000:215) margin kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Jumlah tersebut akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan laba untuk periode tersebut.

Menurut Armila (2006:183) persentase *contribution margin* terhadap penjualan total disebut *contribution margin ratio* atau sebagai *profit-volume ratio*. Rasio ini berguna sekali dalam hal menunjukkan bagaimana *contribution margin* akan dipengaruhi oleh perubahan penjualan total dalam jumlah rupiah tertentu. *Contribution margin* mempunyai kaitan yang erat sekali dengan

analisis biaya volume laba, yang mana analisis biaya volume laba ini berkaitan dengan titik impas.

Contribution margin yang rendah akan mengakibatkan *break even point* yang tinggi sedangkan *contribution margin* yang tinggi akan mengakibatkan *break even point* yang rendah. Tinggi rendahnya *break even point* yang dicapai akan berpengaruh pada laba yang diterima oleh perusahaan yaitu sampai pada tingkat batas keselamatan.

Untuk dapat menentukan *contribution margin* dapat digunakan rumus:

a) Formula untuk menghitung *contribution margin* adalah:

$$\text{Contribution margin} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

b) Formula untuk menghitung *contribution margin* per unit adalah:

$$\text{CM (unit)} = \text{Harga jual per unit} - \text{Biaya Variabel per unit}$$

c) Sedangkan untuk rasio *Contribution margin*:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Penjualan}} \%$$

Atau

$$\text{Contribution margin Ratio} = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}$$

b. Analisis titik impas

Menurut Samryn (2001:168) titik impas merupakan tingkat aktivitas dimana suatu organisasi tidak mendapat laba dan juga tidak menderita rugi. Titik impas juga dapat didefinisikan sebagai titik di

mana total pendapatan sama dengan total biaya atau sebagai titik dimana total margin kontribusi sama dengan total biaya tetap. Titik impas ini selanjutnya dapat dihitung dengan menggunakan metode persamaan, metode marjin kontribusi, dan metode grafik. Baik dalam hitungan unit penjualan maupun penjualan dalam satuan mata uang tertentu yang digunakan dalam transaksi bisnis.

a) Titik impas dapat dihitung dengan menggunakan rumus persamaan:

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya variabel} + \text{biaya tetap} + \text{laba}$$

b) Titik impas dalam unit:

$$\text{Impas dalam unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya Variabel per unit}}$$

c) Titik impas dalam Rp = Biaya Tetap / Rasio Margin Kontribusi

c. *Margin of safety*

Menurut Samryn (2001:174) *Margin of safety* merupakan kelebihan penjualan yang dianggarkan atau realisasi di atas volume penjualan pada titik impas. Perhitungannya dapat dinyatakan dalam unit, satuan uang dan presentase. Perhitungan ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi manajemen agar lebih berhati-hati dalam memelihara tingkat penjualan yang sudah dicapai, agar perusahaan tidak mengalami penurunan penjualan sampai pada suatu tingkat yang merugikan.

Margin of safety bisa dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Margin Keamanan} = \text{Total penjualan} - \text{Titik Impas}$$

d. *Operating leverage*

Menurut Samryn (2001:175) agar dapat mempertahankan stabilitas labanya, perusahaan memerlukan analisis struktur biaya. Untuk itu di antaranya perlu dipertimbangkan faktor-faktor *operating leverage*, struktur komisi penjualan, dan bauran penjualan. *Operating leverage* adalah suatu ukuran kemampuan manajemen memanfaatkan biaya tetap dalam suatu organisasi agar mencapai tingkat laba tertentu. Faktor *leverage* operasi mempengaruhi sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan. Tingkat *leverage* operasi dapat dihitung dengan menggunakan formula:

$$\text{Tingkat } leverage \text{ operasi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

Ukuran *leverage* operasi adalah dengan *Degree of operating leverage* (DOL) artinya bila DOL diketemukan 2 maka bilamana penjualan naik atau turun sebesar 10 % maka keuntungan bisa diprediksi akan naik atau turun sebanyak 2 kali. Berarti $2 \times 10 \% = 20 \%$. Semakin tinggi DOL maka perusahaan akan semakin beresiko karena harus menanggung beban tetap yang tinggi pula. (<https://paknurcahyo.wordpress.com/2010/10/07/cara-mudah-menghitung-analisa-leverage-dalam-manajemen-keuangan/>)

2.2.10 Perlakuan Biaya Volume Laba dalam Perspektif Islam

Dari sisi ilmu pengetahuan, Akuntansi adalah ilmu informasi yang mencoba mengkonversi bukti dan data menjadi informasi dengan cara melakukan pengukuran atas berbagai transaksi dan dikelompokkan

dalam account, perkiraan atau pos keuangan seperti aktiva, utang, modal, hasil, biaya, dan laba. Dalam Al-qur'an disampaikan bahwa kita harus mengukur secara adil, jangan dilebihkan dan jangan dikurangi. Rasulullah SAW sendiri pada masa hidupnya juga telah mendidik secara khusus beberapa sahabat untuk menangani profesi akuntan dengan sebutan "hafazhatul amwal" (pengawas keuangan). Dalam surah Al-Israa' ayat 35 mengandung perintah agar takaran dan timbangan kepada orang lain dicukupkan menurut ukuran yang normal. Yang berbunyi :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٣٥

Artinya:

"Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya."

Tafsir Ibnu Katsir (<http://www.ibnukatsironline.com/2015/06/tafsir-surat-al-isra-ayat-34-35.html>) :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar. Yakni kalian tidak boleh melipat (mengurangi)nya.

وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ

dan timbanglah dengan neraca yang benar. Qistas sewazan dengan lafaz *qirtas* (kertas): dapat dibaca *qurtas*, artinya timbangan, mujahid mengatakan bahwa yang dimaksud dengan *qistas* menurut bahasa romawi artinya neraca timbangan.

الْمُسْتَقِيمَ

yang benar. Yaitu neraca yang tidak miring. Tidak melenceng, dan tidak kacau (bergetar).

ذَلِكَ خَيْرٌ

Itulah yang lebih utama (bagimu). Maksudnya, lebih utama bagi kalian dalam kehidupan dunia dan akhirat. Karena itulah dalam firman selanjutnya disebutkan:

وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٣٥

dan lebih baik akibatnya bagi kehidupan akhirat kalian. Sa'id telah meriwayatkan dari Qatadah sehubungan dengan makna firman-Nya: Itulah yang lebih utama (bagi kalian) dan lebih baik akibatnya. Yakni lebih baik pahalanya dan lebih baik akibatnya.

Menurut Tafsir Jalalayn (<http://tafsirq.com/17-al-isra/ayat-35#tafsir-jalalayn>):(Dan sempurnakanlah takaran) penuhilah dengan tepat (apabila kalian menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar) timbangan yang tepat (itulah yang lebih utama dan lebih baik akibatnya.)

Menurut Tafsir Quraish Shihab (<http://tafsirq.com/17-al-isra/ayat-35#tafsir-quraish-shihab>):Sempurnakanlah takaran jika kalian menakar untuk pembeli. Timbanglah dengan neraca yang adil. Sesungguhnya menepati takaran dan timbangan lebih baik bagi kalian di dunia. Sebab hal itu dapat membuat orang bermuamalah dengan kalian. Sesungguhnya kesudahan yang paling baik adalah di akhirat.

Dalam analisis biaya volume laba memahami hubungan antara biaya, volume dan laba organisasi dengan memfokuskan hubungan lima elemen berikut: (1) Harga produk; (2) Volume atau tingkat aktivitas; (3) Biaya variabel per unit; (4) Total biaya tetap; (5) Bauran produk yang dijual.

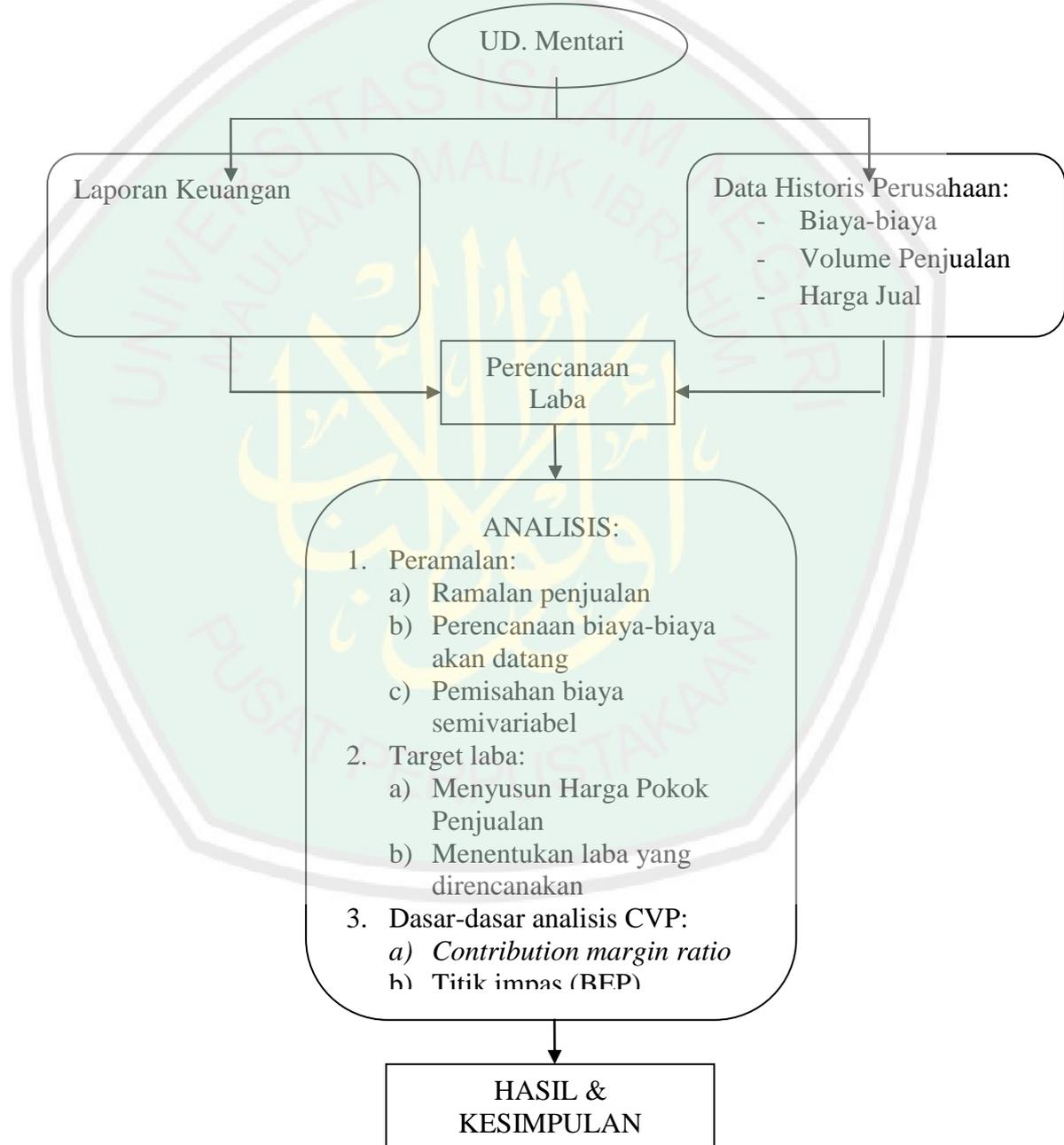
Karena analisis Biaya volume laba membantu manajer untuk memahami hubungan antara biaya, volume dan laba, alat analisis ini sangat berguna dalam proses pembuatan keputusan. Keputusan ini termasuk produk apa yang akan dibuat atau dijual, bagaimanakah kebijakan penentuan harganya, apakah strategi pemasaran yang digunakan, tipe fasilitas produksi apa yang diperlukan.

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah Swt memerintahkan untuk menyempurnakan takaran dengan neraca (timbangan) yang benar. Dapat diibaratkan disini sebagai seorang manajer dalam mengambil keputusan dengan menyempurnakan takaran atau hitungan dengan menggunakan perencanaan yang benar menggunakan analisis yang tepat sehingga diharapkan dapat memberikan kebaikan terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir akan mempermudah peneliti dalam menguraikan secara sistematis pokok permasalahan dalam penelitian. Secara sederhana, kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Penelitian dimulai dari peneliti datang ke lokasi UD.Mentari untuk melakukan observasi, wawancara dan penggalian data. Setelah melakukan penggalian data dan memperoleh informasi laporan laba rugi, data historis perusahaan yang berisi tentang biaya-biaya, volume penjualan, dan harga jual produk tas. Kemudian peneliti melakukan perencanaan laba dimulai dengan menghitung analisis peramalan yaitu: ramalan penjualan, membuat perencanaan biaya-biaya yang akan datang, penyusunan anggaran biaya tetap untuk biaya overhead pabrik, biaya administrasi umum dan biaya pemasaran berdasarkan kebijakan perusahaan dengan melakukan pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biayavariabel . Kemudian menghitung analisis target laba: menyusun harga pokok produksi sebagai dasar untuk menyusun proyeksi Laba rugi untuk menentukan laba bersih. Laba bersih digunakan untuk menentukan laba yang direncanakan. Selanjutnya peneliti mulai melakukan analisis biaya volume laba dengan menghitung dasar-dasar analisis CVP yaitu: analisis *Contribution margin*, *Break Even Point*, *Operating Lverage*, dan *Margin of safety*. Setelah melakukan perhitungan dari semua analisis tersebut diperoleh hasil yang kemudian bisa menjadi rekomendasi kepada UD.Mentari dalam perencanaan laba periode berikutnya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UD.Mentari yaitu industri pembuatan tas yang berlokasi di Kabupaten Pasuruan. Peneliti memilih melakukan penelitian di UD.Mentari dikarenakan masih banyak kekurangan pada manajemen yang diterapkan. UD.Mentari juga belum pernah melakukan perencanaan laba sebelumnya.

3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan pada kondisi obyek yang alami. Dimana penelitian ini bermaksud untuk memahami tentang kegiatan produksi dan perencanaan pada suatu perusahaan yaitu UD.Mentari dan disarkan pada apa yang terjadi di lapangan sebagai bahan kajian untuk menemukan kelemahan dan kekurangannya sehingga dapat ditentukan upaya perbaikannya menganalisis suatu fakta, gejala dan peristiwa yang terjadi pada UD.Mentari.

3.3 Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari:

1. Data primer yaitu data-data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli(tanpa perantara). Data diperoleh melalui wawancara yang bersifat

langsung sehingga akurasinya lebih tinggi. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara secara langsung dengan Bapak Darmaji selaku pimpinan UD.Mentari dan pendiri UD.Mentari.

2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dan dalam bentuk dokumen, yaitu berupa laporan produksi dan harga jual produk. Data ini diperoleh peneliti langsung dari pihak yang berkaitan, berupa data dari UD.Mentari serta berbagai literature yang relevan dengan penelitian.

3.4 Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek atau yang menjadi sasaran penelitian adalah UD.Mentari. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadikan UD.Mentari dapat menjadi lebih baik, dan pelaporan keuangan yang ada sesuai dengan standar yang berlaku khususnya mengenai perencanaan laba.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Secara umum teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun penjelasan dari istilah tersebut adalah:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengamatan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan data yang menyangkut kondisi dan posisi perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan dan sejarah perusahaan.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur. Wawancara dilakukan kepada Bapak Darmaji selaku pimpinan UD.Mentari dan pendiri UD.Mentari.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data dengan melihat catatan atau dokumen yang ada dalam perusahaan. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah :

- a. Profil Perusahaan
- b. Sejarah perusahaan
- c. Biaya-biaya
- d. Volume penjualan
- e. Harga jual produk
- f. Laporan keuangan

3.6 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, maka yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Dalam penelitian ini data diperoleh melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi di UD.Mentari. Data yang diperoleh dari observasi adalah menyangkut kondisi dan posisi perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan dan sejarah perusahaan.

Selain itu data yang diperoleh dari hasil wawancara adalah mengenai kegiatan produksi, serta mengenai bahan baku, biaya-biaya yang dikeluarkan produk yang dihasilkan dan omset penjualan dari UD.Menatri. Sedangkan data yang diperoleh melalui teknik dokumentasi antara lain: data biaya-biaya produksi, laporan laba rugi, laporan harga pokok produksi dan data-data pendukung lainnya.

2. Analisis data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Langkah yang selanjutnya diambil oleh peneliti adalah menganalisis data-data yang diperoleh dengan rangkaian analisis sebagai berikut:

- a) Membuat peramalan, target laba dan analisis biaya volume laba untuk periode bulan Januari-April 2016, Mei – Agustus 2016, September – Desember 2016.
- b) Menghitung analisis peramalan, target laba dan dasar-dasar analisis biaya-volume laba dengan rumus dan formula sebagai berikut:

Tabel 3.1 Analisis Data

Konsep	Alat analisis	Rumus	Tujuan
1. Peramalan	1) Ramalan penjualan menggunakan metode analisis trend metode <i>last - square</i> .	$Y = a + bx$ $a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$ $b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$	Mengetahui jumlah ramalan penjualan yang harus tercapai di periode berikutnya.

		<p>Dimana :</p> <p>Y=Nilai penjualan yang diramalkan/ditaksir</p> <p>a=Nilai penjualan (y) pada periode dasar</p> <p>b=besarnya perubahan variabel y pada setiap perubahan satu unit variabel x (bilangan perubah untuk satuan waktu)</p> <p>x = satuan/periode waktu</p> <p>n = jumlah tahun/periode datayang dianalisis (banyaknya pasangan data)</p>	
	<p>2) Perencanaan biaya-biaya akan datang dengan metode <i>geometric mean</i></p>	<p>$\text{Log GM} = \frac{\sum \log X_i}{n}$</p> <p>Dimana :</p> <p>Log GM = Geometric Mean/logaritma dari % pertambahan harga jual, harga beli, tarif dan biaya</p> <p>Xi = Nilai pengamatan</p> <p>N = Jumlah Pengamatan</p>	<p>Untuk menghitung estimasi harga jual produk, harga beli bahan baku, tarifenaga kerja serta biaya-biaya yang Lainnya</p>
	<p>3) Pemisahan Biaya Semivariabel dengan metodepersamaan kuadrat terkecil (<i>last square method</i>)</p>	<p>$Y = a + bx$</p> <p>$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$</p> <p>$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$</p> <p>Dimana :</p> <p>y = biaya semivariabel</p> <p>x = tingkat aktivitas</p> <p>a = biaya tetap</p> <p>b = biaya variabel per-satuan (<i>slope garis trend</i>)</p> <p>n = jumlah pengamatan atau periode</p>	<p>Mengetahui yang termasuk ke dalam biaya variabel dan biaya tetap.</p>

			perusahaan. Semakin tinggi biaya tetap, maka semakin tinggi <i>operating leverage</i> yang dicapai dan semakin besar pula sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan
--	--	--	---

3. Penyajian data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Setelah analisis data selesai dilakukan, selanjutnya adalah menyajikan data yang telah diolah, dalam penelitian ini penyajian data dilakukan adalah mengenai laba yang telah direncanakan dari perhitungan perencanaan laba, hasil dari analisis dasar CVP dan penjelasannya.

4. Hasil dan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Dalam penelitian ini, kesimpulan yang di dapat adalah BEP UD. Mentari pada bulan Januari-April 2016, Volume penjualan yang harus dicapai produk tas dalam harga yang telah ditentukan. *Contribution margin* produksi tas UD. Mentari, nilai *Margin of safety*, *Degree of operating leverage* dan berapa persen kenaikan laba bersih yang akan dicapai. Dengan demikian hasil dari kesimpulan dan analisis peneliti dapat direkomendasikan kepada UD. Mentari.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah UD.Mentari

UD.Mentari merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Perusahaan ini memproduksi tas yang biasa digunakan oleh kaum wanita yang terletak di Jl. Damaran Desa Karangrejo Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Perusahaan ini milik perseorangan dan berbentuk UD. Dari hasil wawancara dengan pimpinan UD. Mentari, diperoleh keterangan bahwa perusahaan ini didirikan oleh bapak Darmaji selaku pimpinan pada tahun 1997 yang sebelumnya beliau adalah seorang karyawan dari sebuah perusahaan pembuatan tas di Kota Gresik. Sampai saat ini perusahaan ini sudah memiliki 10 karyawan tetap. Munculnya ide untuk mendirikan usaha sendiri didapat oleh bapak Darmaji setelah beliau merasa cukup mendapat bekal pengetahuan tentang pembuatan tas dari menjadi karyawan perusahaan di Gresik. Dan berpikir tidak selamanya akan menjadi karyawan di perusahaan itu, kemudian muncul ide untuk mendirikan usaha pembuatan tas sendiri dengan berbekal pengetahuan yang didapat dari perusahaan tempat kerja sebelumnya. Karena saat itu hanya berbekal niat, keterampilan, tekad dan belum memiliki modal materi maka awal mula pendirian usaha ini adalah dengan menggadaikan tanah sebagai modal awal, setelah mendirikan usaha dan mendapatkan izin usaha UD. Mentari hanya

memiliki 2 karyawan. Kemudian setelah berjalannya periode dan terus berkembang cukup pesat, karyawan UD.Mentari terus bertambah hingga saat ini memiliki 10 karyawan tetap.

Tujuan dari UD. Mentari adalah memperoleh keuntungan dengan cara menyediakan kebutuhan tas khususnya tas wanita yang berkualitas dan juga dengan kuantitas yang banyak dengan harga yang terjangkau, selain itu perusahaan berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan tenaga kerjanya. Tujuan lain perusahaan adalah agar dapat menjaga kestabilan kualitas dan produksi tas serta memperluas usaha.

UD.Mentari memproduksi beberapa model tas sesuai dengan harga dan varian harga ada 3 macam, yaitu mulai dari KW 1 dengan harga Rp.45.000, KW 2 harga Rp.40.000 dan KW 3 harga Rp.35.000. Sebelumnya pemasaran tas ini di daerah Lawang, kota Malang dan sekarang sudah mencakup Lumajang, Jember, Tulungagung dan seluruh pasar Jawa Timur. Kapasitas penjualan tas UD.Mentari mengalami peningkatan setiap bulannya, penjualan berada pada kisaran antara 8100-8500 unit setiap catur wulannya. Pada bulan September 2014 sampai April 2015 penjualan berada pada titik stabil yaitu 8300 unit namun pada bulan Mei – Agustus mengalami penurunan menjadi 8200 unit disebabkan karena permintaan pasar yang menurun. Di akhir tahun 2015 mengalami kenaikan yang lebih besar dibanding bulan-bulan sebelumnya hingga mencapai 8500 unit, peningkatan karena adanya permintaan pasar yang meningkat.

UD.Mentari mendistribusikan produknya dengan cara memasarkan sendiri serta menerima pesanan dari setiap pelanggan, juga menjual di tempat produksi bagi yang datang langsung ke tempat. Ada juga sales yang membantu memasarkan produk di pasaran, dan beberapa orang yang mendistribusikan dengan cara menjadi *reseller*.

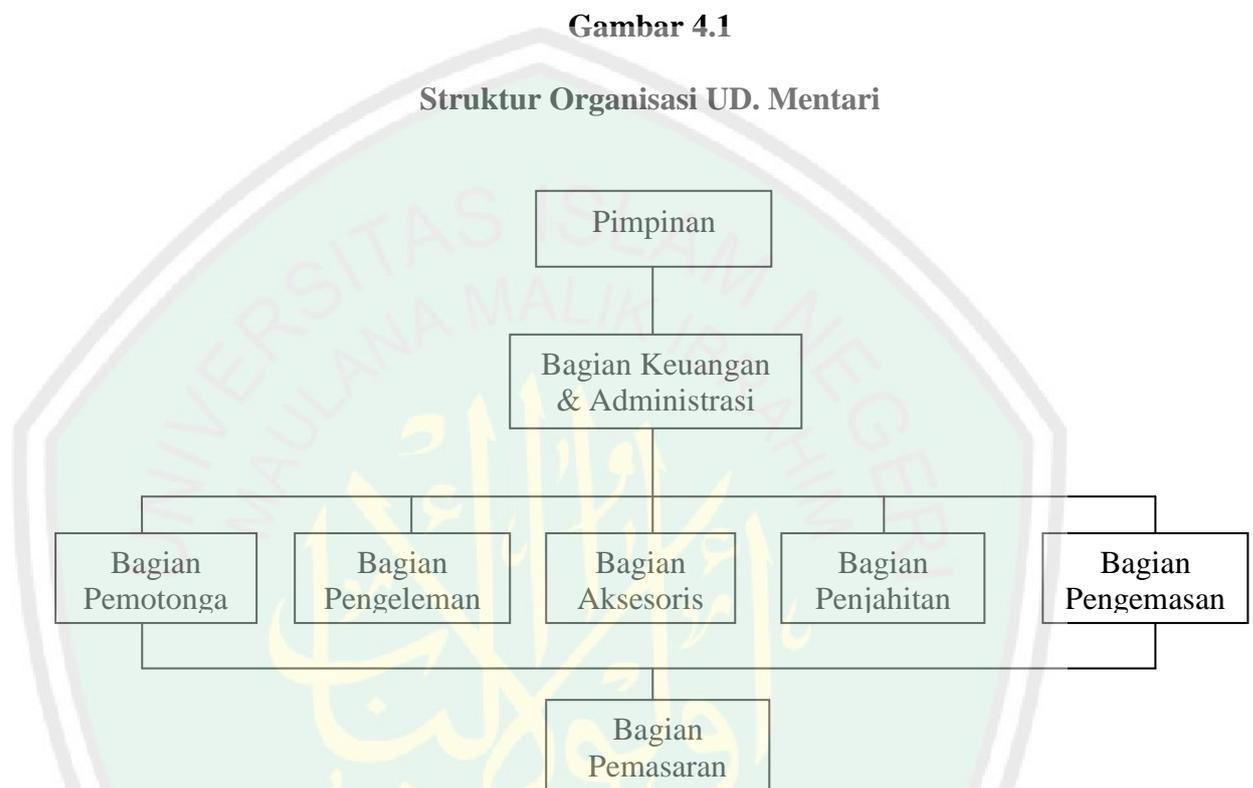
Setiap bulannya UD.Mentari bisa menghasilkan kurang lebih 2000 unit tas, jika pesanan melebihi itu maka karyawan ditetapkan shift lembur. Untuk proses produksi, UD. Mentari sangat memperhatikan standarkualitas dan kekuatan tas baik dari model maupun bentuk tas yang akan di distribusikan kepadakonsumen. Bahan baku yang digunakan oleh UD. Mentari didapatkan dari supplier yang terpercaya sehingga kualitas produk terjamin.

Perusahaan pembuatan tassaat ini harus benar-benar melakukan efisiensi dalam hal apa pun mengenai kegiatan perusahaan dan produktivitas karyawan harus benar-benar diawasi agar tidak terjadi pengeluaran yang berlebihan dari pihak perusahaan. Oleh karena itu perusahaan ini harus benar-benar mampu menekan biaya seminimal mungkin dan meningkatkan volume produksi semaksimal mungkin. Karena dua hal tersebut merupakan kunci dasar dalam meningkatkan keuntungan sebuah usaha.

4.1.2 Struktur Organisasi

Organisasi merupakan suatu kerangka hubungan yang berstruktur berisitentang wewenang, tanggung jawab, serta pemabagian tugas untuk

menjalankan suatu fungsi tertentu. Susunan organisasi UD. Mentari adalah sebagai berikut :



Sumber: UD. Mentari 2016

Penjelasan dari struktur organisasi tersebut adalah:

1. Pimpinan

Pimpinan atau merupakan pemilik tunggal perusahaan adalah posisi tertinggi di UD. Mentari, dalam organisasi ini seluruh keputusan, wewenang dan tanggungjawab adalah berada pada posisi ini. Adapun tugas dan wewenangnya adalah sebagai berikut:

- 1) Menetapkan visi, misi dan tujuan perusahaan

- 2) Melakukan pengawasan secara langsung kepada setiap karyawan
- 3) Menetapkan dan mengambil keputusan bagi perusahaan
- 4) Merekrut karyawan dan memberhentikanannya
- 5) Memberikan pengarahan tentang alur kegiatan produksi
- 6) Mengatur jalannya kegiatan produksi

2. Bagian keuangan & Administrasi

Staf keuangan disini bertugas melakukan kegiatan administrasi keuangan perusahaan untuk menjamin kelancaran, keakuratan dan ketertiban administrasi keuangan perusahaan. Tugas dan wewenangnya adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat, memeriksa dan mengarsip nota penjualan, pembelian dan retur
- 2) Mengarsip seluruh dokumen transaksi untuk menjaga ketertiban administrasi dan memudahkan penelusuran dokumen.
- 3) Melakukan penghitungan gaji, dan membayarkan gaji karyawan
- 4) Menagih hutang dan membayarkan hutang perusahaan
- 5) Membayarkan tagihan listrik dan biaya lain yang dikeluarkan perusahaan

3. Bagian Pemotongan

Bagian pemotongan disini adalah karyawan yang bekerja sebagai pemotong kain yang akan digunakan dalam proses produksi pembuatan tas. Tugas dan wewenangnya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengambil kain dari gudang

- 2) Memotong sesuai dengan ukuran yang ditentukan oleh pimpinan dan variasi yang ditetapkan
- 3) Meneruskan kain yang sudah dipotong untuk selanjutnya diproduksi oleh bagian yang berwenang

4. Bagian Pengeleman

Bagian pengeleman disini adalah karyawan yang bertugas untuk memberikan dan mengoleskan lem pada kain yang sudah dipotong oleh bagian pemotongan. Tugas dan wewenangnya adalah:

- 1) Mengambil kain dari bagian pemotongan
- 2) Mengoleskan dan memberikan lem sesuai ukuran
- 3) Menjemur kain yang sudah diolesi lem
- 4) Mengambil kain-kain yang sudah diolesi lem jika sudah kering

5. Bagian Aksesoris

Bagian aksesoris disini adalah karyawan yang bertugas untuk memasang aksesoris dan membentuk sesuai rancangan model tas yang sudah ditentukan. Tugas dan wewenangnya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengambil kain yang sudah diolesi lem dan merekatkan pada bagian tertentu yang sudah dirancang
- 2) Memasang aksesoris sesuai bentuk dan ukurannya
- 3) Menata rapi rancangan tas yang sudah hampir jadi dan mengantarkan ke bagian selanjutnya yaitu bagian penjahitan

6. Bagian Penjahitan

Bagian penjahitan disini adalah karyawan yang bertugas untuk menjahit rancangan tas yang sudah hampir jadi, kemudian bisa dibidang bagian ini adalah bagian akhir dari proses produksi. Tugas dan wewenangnya adalah:

- 1) Menerima rancangan tas yang hampir jadi dari bagian aksesoris
- 2) Menjahit rancangan tas yang hampir jadi menjadi tas yang utuh

7. Bagian Pengemasan

Bagian pengemasan adalah karyawan yang bertugas untuk mengemas tas yang sudah jadi ke dalam bentuk *packaging* dengan rapi. Tugas dan wewenangnya adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pengemasan tas yang sudah jadi
- 2) Menghitung total produk yang telah dikemas dan merekapnya dalam persediaan produk jadi

8. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran adalah bagian yang memasarkan produk jadi dan mendistribusikannya ke berbagai wilayah yang sudah ada jaringan dan pelanggan. Disini pemasarnya adalah diambil alih sendiri oleh pemilik. Karena pemilik perusahaan telah memiliki banyak relasi yang merupakan rekan kerja dan partner dalam bisnis ini. Tugas dan wewenangnya adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun strategi pemasaran
- 2) Memantau kondisi pasar dan harga produk di pasar

- 3) Mengevaluasi produk dan membandingkan dengan produk lain yang sama di pasaran.

4.1.3 Ruang Lingkup Usaha

UD. Mentari merupakan unit usaha yang bergerak di bidang manufaktur dan memproduksi tas wanita. Tas ini terdiri dari tiga macam varian harga, terbagi menjadi tas dengan kualitas kw 1, kw 2, dan kw 3. Saat ini pemasaran produk ini sudah mencapai lingkup pasar di wilayah kota-kota di Jawa Timur. Selain dipasarkan sendiri, produk ini dijual kembali oleh *reseller* yang datang langsung ke tempat produksi. Model dan variasi dari tas ini mengikuti permintaan pasar dan dari hasil rancangan sendiri.

Kegiatan UD. Mentari melakukan aktifitas produksi dapat menghasilkan 500 unit tas dalam waktu satu minggu dengan 6 hari kerja dari senin sampai sabtu. Dalam waktu satu bulan UD. Mentari dapat memproduksi kurang lebih 2000 unit tas. Menggunakan bahan dasar kain mitasi sepanjang 1 meter persegi dapat diproduksi menjadi 2 unit tas. Tingkat produksi akan meningkat di bulan-bulan tertentu yaitu di akhir tahun karena adanya permintaan pasar yang lebih tinggi dari bulan-bulan biasanya. Di bulan September sampai April penjualan berada pada titik stabil namun pada bulan Mei – Agustus mengalami penurunan disebabkan karena permintaan pasar yang menurun, hal ini disebabkan pada kisaran bulan Juli tepat dengan bulan dimana anak-anak sekolah menjalani kenaikan kelas dan kelulusan, biasanya pada bulan ini pasar lebih banyak membutuhkan tas untuk anak sekolah dan

yang banyak laku adalah untuk kebutuhan tersebut, maka pada bulan ini yang paling banyak mengalami penurunan.

4.1.4 Sumber Daya Manusia

Sistem perekrutan tenaga kerja yang dilakukan perusahaan adalah sistem kedisiplinan dan ketekunan. Tidak ada persyaratan khusus seperti jenjang pendidikan. Untuk menjadi karyawan perusahaan ini yang paling diutamakan adalah ulet dan tekun dalam menjalani tugas yang diberikan, karena dalam pekerjaan di perusahaan ini sudah dilakukan pembagian tugas kerja agar aktivitas berjalan lancar.

a. Jumlah Tenaga Kerja

UD. Mentari sampai saat ini memiliki 10 karyawan tetap yang terdiri dari 6 orang pekerja di bagian penjahitan, 2 orang di bagian pengeleman dan aksesoris, 1 orang di bagian pemotongan, dan 1 orang lagi di bagian pengemasan. Masing-masing pekerja bertanggung jawab pada bagianya sendiri.

b. Hari dan Jam Kerja

Hari kerja di UD. Mentari sebanyak enam hari kerja, yaitu dari hari senin sampai hari sabtu. Jam kerja per hari dimulai pukul 07.00 WIB sampai 15.00 WIB.

c. Sistem Pengupahan

Karyawan UD. Mentari memperoleh gaji setiap minggu dimana gaji per harinya yaitu sebesar Rp.30.000. pemilik UD. Mentari juga

memiliki kepedulian yang tinggi kepada karyawannya, ada tunjangan pengobatan dan transportasi bagi karyawan yang rumahnya jauh dan membutuhkan transportasi. Selain itu, setiap hari raya Idul Fitri karyawan juga mendapatkan tunjangan hari raya.

4.1.5 Proses Produksi

Proses produksi merupakan pengolahan dari bahan baku menjadi barang jadi melalui tahap-tahap dan prosedur yang sudah ditentukan. Kegiatan yang mengkombinasikan faktor-faktor produksi yaitu tenaga kerja, bahan baku, dan, metode yang ada untuk menghasilkan suatu produk, dan dapat diambil nilai lebihnya atau manfaatnya oleh konsumen. Sifat proses produksi adalah mengolah, yaitu mengolah bahan baku dan bahan pembantu secara manual dengan menggunakan peralatan, sehingga menghasilkan suatu produk yang nilainya lebih dari barang semula.

Proses produksi merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu industry, karena akan menentukan baik atau tidaknya suatu produk yang akan dihasilkan. Maka proses produksi harus dilakukan dengan sebaik-baiknya agar menghasilkan produk yang berkualitas baik. Sebelum produk dijual dan dipasarkan maka proses ini adalah bagian yang sangat penting. Bahan-bahan baku juga diperlukan dalam proses ini, kualitas ditentukan dari proses produksi yang baik serta bahan baku yang sesuai. UD. Mentari memproduksi tas dengan bahan baku sebagai berikut:

a) Imitasi / PU Leather

Imitasi merupakan kain sejenis dengan kulit tapi merupakan bahan yang sudah menjadi tiruan atau bukan kulit asli, melainkan jenis kulit sintetis yang terbuat dari plastik yaitu PVC dan PU atau orang banyak menyebut sebagai Imitasi atau plastik. PU dalam 'PU Leather' adalah singkatan untuk poliuretan. Kulit PU adalah salah satu bahan tas yang paling populer belakangan ini di dunia fashion. Bahan ini banyak dipakai karena harganya murah dibanding kulit per feet persegi 1:10. Saat ini bahan sintetis sangat bagus, sebagai produsen bahkan menyamakan bahan sintetis serupa dengan kulit secara tekstur. Imitasi ini menjadi bahan dasar utama pembuatan tas. Dan diperoleh perusahaan dari vendor yang berlokasi di wilayah Tanggulangin Jawa Timur.

b) Kain kiloan

Kain kiloan ini merupakan kain perca atau kain yang digunakan sebagai lapisan bagian dalam tas. Dinamakan kain kiloan karena membelinya dibandrol dengan harga per kilo kain yang dibeli.

c) Aksesoris

Aksesoris merupakan bahan penghias tas yang terdiri dari lengkungan besi yang berbentuk seperti cincin, terdiri dari beberapa bentuk dan macam. Ada yang berbentuk seperti segitiga, persegi empat, ada juga yang bulat seperti pines dan bentuk lain yang bervariasi. Aksesoris ini untuk pelengkap dan variasi bagian luar tas.

d) Resleting

Resleting merupakan bahan yang biasa kita jumpai di berbagai benda sehari-hari. Fungsinya adalah sebagai alat untuk membuka atau menutup tas.

e) Lem

Lem adalah bahan perekat yang digunakan untuk olesan kain

f) Benang jahit

Benang jahit adalah benang yang dipakai untuk menjahit rancangan tas yang sudah hampir jadi.

Kemudian alat-alat yang digunakan dalam proses produksi adalah sebagai berikut:

a) Alat pemotong

Alat pemotong ini adalah seperti cutter atau sejenisnya yang digunakan untuk memotong mitasi dan kain sebagai bahan dasar tas.

Alat ini terbuat dari pisau dan pemotongan ini tidak menggunakan mesin, hanya dilakukan manual agar pemotongan lebih sesuai dengan ukuran yang sudah ditentukan.

b) Gunting

Gunting merupakan alat yang digunakan untuk memotong kain dan benang, gunting ini dipakai sesuai kebutuhan dan fungsinya untuk memotong bagian kain yang sulit untuk dijangkau dengan alat pemotong. Memotong bagian yang tidak sesuai dan untuk mempercepat proses penyelesaian potongan kain.

c) Meteran

Meteran merupakan alat untuk mengukur berapa panjang kain yang harus dipotong. Berapa meter kain yang diperlukan untuk satu jenis model tas yang sudah ditentukan.

d) Penggaris

Penggaris merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kelurusan dan kesesuaian ukuran kain, penggaris ini fungsinya untuk membuat potongan kain menjadi lurus dan tidak melenceng dari potongan yang seharusnya.

e) Pensil

Pensil berfungsi untuk memberi tanda pada bagian dalam kain yang tidak terlihat untuk mengikuti bagian-bagian yang ditentukan pemotongannya. Pembuatan garis dan titik menggunakan pensil ini adalah agar tidak begitu terlihat tandanya.

f) Kuas lem

Kuas lem ini digunakan untuk mengoleskan lem pada kain imitasi yang sudah dipotong.

g) Mesin jahit juki

Mesin jahit disini berfungsi untuk menjahit rancangan dan model tas yang sudah hampir jadi. Mesin jahit berfungsi untuk menyatukan beberapa potongan kain pola sehingga tercipta tas yang sudah didesain.

h) Plong

Plong digunakan untuk membuat lubang pada tas sebagai bagian yang akan dimasukkan aksesoris atau merk pada bagian tertentu sesuai desain tas yang dibuat.

i) Palu

Palu digunakan untuk memasang aksesoris pada tas dan merapikan bagian aksesoris yang kurang pas hingga aksesoris terpasang dengan benar.

Dari penjelasan mengenai bahan dan alat-alat yang sudah ada, maka proses produksi pembuatan tas adalah sebagai berikut:

a) Proses pemotongan kain imitasi

Pada proses awal ini kain dalam bentuk lebar diukur menggunakan meteran, diberi tanda atau garis menggunakan pensil dan diluruskan dengan penggaris. kemudian dipotong dengan menggunakan alat pemotong sesuai bagian yang sudah diberi tanda menggunakan pensil. Pemotongan ini harus sempurna karena ini merupakan tahap awal untuk proses produksi, dan kain yang sudah dipotong merupakan bahan dasar untuk proses selanjutnya. Jika ada kesalahan dalam pemotongan maka kain imitasi akan tidak sesuai dengan rancangan model tas.

b) Proses pemotongan kain kiloan

Pemotongan kain kiloan dilakukan sesuai dengan ukuran kain imitasi yang sudah ditentukan, ukurannya menyesuaikan. Lebih kecil dari ukuran kain imitasi karena kain kiloan ini sebagai lapisan bagian dalam tas yang akan dijahit di dalamnya. Jadi ukurannya menyesuaikan bentuk tas. Pemotongan kain kiloan ini menggunakan gunting.

c) Proses pengeleman

Setelah melalui proses pemotongan, kain imitasi ditata rapi dan diolesi lem yang sudah disiapkan dalam wadah dengan menggunakan kuas.

d) Proses penjemuran

Potongan kain imitasi yang telah melalui proses pengeleman kemudian dijemur agar lem semakin merekat. Proses penjemuran ini memerlukan waktu 1-2 jam dan memerlukan sinar matahari untuk proses menjemur. Jika sinar matahari semakin terik maka proses penjemuran akan semakin cepat. Tetapi jika sinar matahari sedikit redup maka waktu yang diperlukan akan lebih lama dari biasanya.

e) Proses pemasangan aksesoris

Potongan kain yang sudah diolesi lem dan dijemur, selanjutnya direkatkan dan diberi pasangan aksesoris. Aksesoris dipasang sesuai dengan desain yang sudah ditentukan oleh pemilik.

f) Proses penjahitan

Selanjutnya setelah melalui proses-proses di atas bagian akhir adalah menjahit dan memasang Resleting tas. Sebelum pemasangan resleting dilakukan. Kain kiloan yang sudah dipotong dipasang terlebih dahulu pada bagian dalam kemudian dijahit. Baru lah bagian-bagian yang belum terpasang dijahit agar menjadi tas yang sempurna.

g) Proses *packaging*

Setelah melalui proses yang sudah dijelaskan dari awal ini adalah proses akhir dari produksi yaitu mengemas produk yang sudah jadi, yaitu tas dikemas dan diberi label UD. Mentari untuk kemudian dipasarkan dan dijual oleh *reseller*.

4.1.6 Pemasaran

a. Jenis dan harga produk

Produksi tas mencakup tas yang terjual, rata-rata produksi tas adalah 500 unit per minggu. Harga produk tas sesuai dengan kualitas. Kualitas dari tas UD. Mentari dibagi menjadi 3, yaitu Kw 1 Rp.45.000, Kw 2 Rp. 40.000, dan Kw 3 Rp.35.000. harga produk tidak mengalami perubahan dalam rentang waktu yang relevan.

b. Distribusi

Sistem distribusi yang dilakukan oleh UD.Mentari adalah sistem distribusi langsung dan tidak langsung. Distribusi langsung dilakukan di kota-kota besar di Jawa Timur seperti Surabaya, Tulungagung,

Probolinggo, Malang dan lainnya. Distribusi tidak langsung memerlukan perantara yakni *reseller* datang ke tempat produksi.

c. Hasil penjualan

Volume penjualan UD. Mentari selama tahun 2014-2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Volume Penjualan Tas UD. Mentari

Tahun	Periode	Penjualan Tas		
		Unit	KW	Harga
2014	Mei – Agustus	2700	1	Rp.45.000
		2700	2	Rp.40.000
		2700	3	Rp.35.000
	Jumlah	8100		
	Sept – Des	2500	1	Rp.45.000
		2700	2	Rp.40.000
		3100	3	Rp.35.000
	Jumlah	8300		
2015	Januari – April	2600	1	Rp.45.000
		2800	2	Rp.40.000
		2900	3	Rp.35.000
	Jumlah	8300		
	Mei – Agustus	2600	1	Rp.45.000
		2700	2	Rp.40.000
		2900	3	Rp.35.000
	Jumlah	8200		
	Sept – Des	2800	1	Rp.45.000
		2800	2	Rp.40.000
		2900	3	Rp.35.000
Jumlah	8500			

Sumber: UD. Mentari 2016

Data penjualan tersebut adalah jumlah volume yang terjual selama tahun 2014 dan 2015. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa setiap akhir tahun penjualan dapat dikatakan mengalami peningkatan. Mulai dari tas kw 1, kw 2, dan kw 3.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1. Analisis Peramalan

Analisis ini dilakukan untuk membuat perencanaan dan peramalan tentang penjualan, biaya-biaya akan datang, dan pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya variabel dan biaya tetap.

4.2.1.1. Menentukan Ramalan Penjualan Bulan Januari – April 2016, Mei – Agustus 2016, dan September – Desember 2016

Ramalan penjualan merupakan jumlah penjualan yang kita perkirakan akan terjadi di masa yang akan datang untuk menghadapi unsur ketidakpastian.

Tabel 4.2

Data Ringkas Volume Penjualan Tas UD. Mentari

Tahun	Bulan	Unit
2014	Mei – Agustus	8100
	September – Desember	8300
2015	Januari – April	8300
	Mei – Agustus	8200
	September – Desember	8500
Jumlah		41.400

Sumber: UD. Mentari 2016 Data Diolah

Data volume penjualan tersebut adalah sebagai dasar untuk membuat perhitungan ramalan penjualan tahun berikutnya. Setelah diketahui volume penjualan tahun lalu. Adapun ramalan penjualan untuk tas UD. Mentari adalah sebagai berikut:

a) **Ramalan Penjualan Tas KW 1 :****Tabel 4.3****Data Volume Penjualan Tas KW 1**

Tahun	Periode	Produk Tas	
		Unit	Harga
2014	Mei-Agustus	2700	45.000
	September-Desember	2500	45.000
2015	Januari-April	2600	45.000
	Mei-Agustus	2600	45.000
	September-Desember	2800	45.000

Sumber: UD. Mentari 2016 Data diolah

Tabel 4.4 menunjukkan jumlah tas Kw 1 yang terjual pada bulan Mei – agustus, September – Desember 2014. Dan penjualan tas kw 1 tahun 2015. Berikut perhitungan ramalan penjualan untuk tas kw 1:

Tabel 4.4**Perhitungan Ramalan Penjualan Tas KW 1**

Tahun	Bulan	Penjualan tas (Y)	X	X ²	XY
2014	Mei-Agustus	2700	-2	4	-5400
	September-Desember	2500	-1	1	-2500
2015	Januari-April	2600	0	-	0
	Mei-Agustus	2600	1	1	2600
	September-Desember	2800	2	4	5600
Jumlah		13200	0	10	300

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(5 \times 300) - (0 \times 13200)}{(5 \times 10 - (0)^2)}$$

$$= \frac{1500 - 0}{50 - 0} = 30$$

$$a = \frac{13200 - (10(0))}{5}$$

$$= \frac{13200}{5} = 2640$$

$$Y = 2.640 + 30(x)$$

Ramalan penjualan tas KW 1 bulan Januari - April 2016:

$$\begin{aligned} Y &= 2.640 + 30(3) \\ &= 2640 + 90 \\ &= 2730 \end{aligned}$$

Setelah dilakukan perhitungan peramalan penjualan untuk bulan januari – April 2016 diperoleh hasil 2730 unit untuk tas KW 1.

Ramalan penjualan tas KW 1 bulan Mei – Agustus 2016:

$$\begin{aligned} Y &= 2.640 + 30(4) \\ &= 2.640 + 120 \\ &= 2760 \end{aligned}$$

Pada bulan Mei- Agustus 2016 ramalan penjualan meningkat dari caturwulan sebelumnya yaitu 2760 unit.

Ramalan penjualan tas KW 1 bulan September - Desember 2016:

$$Y = 2.640 + 30 (5)$$

$$= 2.640 + 150$$

$$= 2790$$

Akhir tahun 2016 penjualan tas KW 1 diperkirakan kembali meningkat yaitu 2790 unit.

b) Ramalan Penjualan Tas KW 2:

Tabel 4.5

Data Volume Penjualan Tas KW 2

Tahun	Periode	Produk Tas	
		Unit	Harga
2014	Mei-Agustus	2700	40.000
	September-Desember	2700	40.000
2015	Januari-April	2800	40.000
	Mei-Agustus	2700	40.000
	September-Desember	2800	40.000

Sumber: UD, Mentari 2016 Data diolah

Tabel 4.6 menunjukkan volume penjualan tas KW 2 tahun 2014 mulai bulan Mei – Desember. Dan bulan Januari - Desember tahun 2015. Dari data penjualan tas kw 2 ini kemudian dibuat perhitungan ramalan penjualan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Perhitungan Ramalan Penjualan Tas KW2

Tahun	Bulan	Penjualan tas (Y)	X	X ²	XY
2014	Mei- Agustus	2700	-2	4	-5400
	September- Desember	2700	-1	1	-2700
2015	Januari- April	2800	0	-	0
	Mei- Agustus	2700	1	1	2700
	September- Desember	2800	2	4	5600
Jumlah		13700	0	10	200

$$b = \frac{(5 \times 200) - (0 \times 13700)}{(5 \times 10 - (0)^2)}$$

$$= \frac{1000 - 0}{50 - 0} = 20$$

$$a = \frac{13700 - (20(0))}{5}$$

$$= \frac{13700}{5} = 2.740$$

5

$$Y = 2.740 + 20(x)$$

Ramalan penjualan tas KW 2 bulan Januari - April 2016:

$$Y = 2.740 + 20(3)$$

$$= 2.740 + 60$$

$$= 2800$$

Ramalan penjualan tas KW 2 bulan Januari – April 2016 menunjukkan hasil 2800 unit.

Ramalan penjualan tas KW 2 bulan Mei – Agustus 2016 adalah :

$$Y = 2.740 + 20 (4)$$

$$= 2.740 + 80$$

$$= 2820$$

Ramalan penjualan tas KW 2 bulan Mei - Agustus 2016 menunjukkan hasil 2820 unit. Mengalami peningkatan dari bulan berikutnya.

Ramalan penjualan tas KW 2 bulan September - Desember 2016:

$$Y = 2.740 + 20 (5)$$

$$= 2.740 + 100$$

$$= 2.840$$

Ramalan penjualan tas KW 2 bulan September - Desember 2016 menunjukkan hasil 2840 unit. Kembali diperkirakan mengalami peningkatan dari bulan berikutnya.

c) Ramalan Penjualan Tas KW 3:

Tabel 4.7

Data Volume Penjualan Tas KW 3

Tahun	Periode	Produk Tas	
		Unit	Harga
2014	Mei-Agustus	2700	35.000
	September-Desember	3100	35.000

2015	Januari-April	2900	35.000
	Mei-Agustus	2900	35.000
	September-Desember	2900	35.000

Sumber: UD. Mentari 2016 Data diolah

Tabel 4.8 menunjukkan volume penjualan tas KW 3 pada bulan Mei-Desember 2014 dan bulan Januari-Desember 2015. Kemudian dari data penjualan tersebut dibuat ramalan penjualan untuk tahun 2016 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Perhitungan Ramalan Penjualan Tas KW3

Tahun	Bulan	Penjualan tas (Y)	X	X ²	XY
2014	Mei-Agustus	2700	-2	4	-5400
	September-Desember	3100	-1	1	-3100
2015	Januari-April	2900	0	-	0
	Mei-Agustus	2900	1	1	2900
	September-Desember	2900	2	4	5800
Jumlah		14500	0	10	200

$$b = \frac{(5 \times 200) - (0 \times 14500)}{(5 \times 10 - (0)^2)}$$

$$= \frac{1000 - 0}{50 - 0} = 20$$

$$50 - 0$$

$$a = \frac{14500 - (20(0))}{5}$$

$$= \frac{14500}{5} = 2900$$

$$Y = 2.900 + 20(x)$$

Ramalan penjualan tas KW 3 bulan Januari - April 2016:

$$Y = 2.900 + 20(3)$$

$$= 2.900 + 60$$

$$= 2.960$$

Hasil perhitungan ramalan menunjukkan bulan Januari – April 2016 penjualan tas kw 3 sebanyak 2.960 unit.

Ramalan penjualan tas KW 3 bulan Mei – Agustus 2016:

$$Y = 2.900 + 20(4)$$

$$= 2.900 + 80$$

$$= 2.980$$

Hasil perhitungan ramalan menunjukkan bulan Mei – Agustus 2016 penjualan tas kw 3 sebanyak 2.980 unit. Meningkat dari caturwulan sebelumnya.

Ramalan penjualan tas KW 3 bulan September - Desember 2016:

$$Y = 2.900 + 20(5)$$

$$= 2.900 + 100$$

$$= 3.000$$

Hasil perhitungan ramalan menunjukkan bulan September - Desember 2016 penjualan tas kw 3 sebanyak 3.000 unit. Kembali meningkat dari caturwulan sebelumnya.

Setelah dilakukannya semua perhitungan peramalan penjualan tas kw 1, kw 2, dan kw 3 diperoleh hasil peramalan dengan menggunakan metode analisis *trend* metode *Last square* diperoleh sebagai berikut:

a) Bulan Januari – April 2016

Tabel 4.9

Hasil Peramalan Penjualan Tas Bulan Januari – April 2016

Jenis Produk	Ramalan Penjualan	Kw	Harga jual	Penjualan (Rp)
Tas	2730 unit	1	45.000	122.850.000
	2800 unit	2	40.000	112.000.000
	2960 unit	3	35.000	103.600.000
Jumlah	8490 unit			338.450.000

Tabel 4.10 menunjukkan hasil ramalan penjualan tas kw 1,2,3 bulan Januari – April 2016 dengan total penjualan sebanyak 8.490 unit dengan nilai jual Rp. 338.450.000.

b) Bulan Mei – Agustus 2016

Tabel 4.10

Hasil Peramalan Penjualan Tas Bulan Mei – Agustus 2016

Jenis Produk	Ramalan Penjualan	Kw	Harga jual	Penjualan (Rp)
Tas	2760 unit	1	45.000	124.200.000
	2820 unit	2	40.000	112.800.000
	2980 unit	3	35.000	104.300.000
Jumlah	8560 unit			341.300.000

Tabel 4.11 menunjukkan hasil ramalan penjualan tas kw 1,2,3 bulan Mei- Agustus 2016 dengan total penjualan sebanyak 8.560 unit dengan nilai jual Rp. 341.300.000

c) Bulan September – Desember 2016

Tabel 4.11

HasilPeramalan Penjualan Tas Bulan Sept. – Des. 2016

Jenis Produk	Ramalan Penjualan	Kw	Harga jual	Penjualan (Rp)
Tas	2790 unit	1	45.000	125.550.000
	2840 unit	2	40.000	113.600.000
	3000 unit	3	35.000	100.000.000
Jumlah	8630 unit			344.150.000

Tabel 4.12 menunjukkan hasil ramalan penjualan tas kw 1,2,3 bulan September – Desember 2016. dengan total penjualan sebanyak 8.630 unit dengan nilai jual Rp. 344.150.000

Dari hasil analisis peramalan penjualan, diperkirakan kuantitas penjualan selama tahun 2016 akan terus mengalami peningkatan. Yaitu 8.490 unit pada bulan Januari – April 2016, 8.560 unit pada bulan Mei – Agustus 2016, dan 8.630 unit pada bulan September – Desember.

Berdasarkan kegiatan penjualan UD. Mentari dan ramalan penjualan jika dibandingkan dengan realisasi penjualan tahun lalu maka berikut ini data yang telah diperoleh selama tahun 2014 dan 2015.

Tabel 4.12
Realisasi Penjualan
Tahun 2014, 2015

Kw	Bulan	2014	2015	2016 (sales Budgeted)
1	Januari – April	-	117.000.000	122.850.000
	Mei – Agustus	121.500.000	117.000.000	124.200.000
	September – Desember	112.500.000	126.000.000	125.550.000
2	Januari – April	-	112.000.000	112.000.000
	Mei – Agustus	108.000.000	108.000.000	112.800.000
	September – Desember	108.000.000	112.000.000	113.600.000
3	Januari – April	-	101.500.000	103.600.000
	Mei – Agustus	94.500.000	102.500.000	104.300.000
	September – Desember	108.500.000	101.500.000	100.000.000
	Total	653.000.000	997.500.000	1.018.900.000

Sumber: UD. Mentari 2016 Data Diolah

Realisasi penjualan tahun 2014 dengan nilai jual Rp. 653.000.000, tahun 2015 Rp.997.500.000, kemudian dibuat peramalan penjualan tahun 2016 Rp. 1.018.900.000. Perusahaan diharapkan meningkatkan penjualan pada tahun 2016 dengan meningkatkan volume produksi dan menghasilkan nilai jual sesuai dengan yang telah diramalkan agar laba dapat meningkat dari tahun sebelumnya.

4.2.1.2. Perencanaan biaya-biaya akan datang

Bahan yang digunakan untuk pembuatan tas adalah sebagai

berikut:

- a) Imitasi / PU Leather dibeli dengan harga Rp. 15.000 per meter
- b) Kain kiloan Rp. 35.000 per kilo gram
- c) Aksesoris Rp. 20.000 per gross
- d) Resleting Rp. 68.000 per rol

e) Benang jahit Rp. 40.000 per kilogram

f) Lem Rp. 18.000 per liter

Berikut data pengeluaran biaya bahan baku yang dikeluarkan oleh UD. Mentari tahun 2014 – 2015:

Tabel 4.13

Data Biaya Bahan Baku Tas

Jenis bahan	2014		2015		
	Mei – Agustus (Rp)	Sept – Des (Rp)	Januari – April (Rp)	Mei – Agustus (Rp)	Sept – Des (Rp)
Imitasi / PU Leather	60.750.000	62.250.000	62.250.000	61.500.000	63.750.000
Kain kiloan	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.680.000
Aksesoris	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
Resleting	10.880.000	10.880.000	10.880.000	10.880.000	10.880.000
Benang jahit	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000
Lem	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
Jumlah	83.350.000	84.850.000	84.850.000	84.100.000	86.630.000

Sumber: UD. Mentari 2016

Dari data biaya bahan baku tersebut dibuat perencanaan biaya-biaya akan datang, adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14

Rincian Perhitungan Biaya Bahan Tas Bulan Januari - April 2016

Tahun	Bulan	Harga Beli	Xi (%)	Log Xi
2014	Mei-Agustus	83.350.000		
	September-Desember	84.450.000	1,013197361	0,005694049
2015	Januari-April	84.450.000	1	0
	Mei-Agustus	84.100.000	0,995855536	- 0,001803658

	September-Desember	86.630.000	1,030083234	0,012872318
	Jumlah	422.980.000	4,039136131	0,016762709

$$\begin{aligned}\text{Log GM} &= \frac{\sum \log X_i}{n} \\ &= \frac{0,016}{4} = 0,00419\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{GM} &= 4,0391 \times 0,00419 \\ &= 0,016 \\ &= 1,0575\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Harga beli} &= 1,0575 \times 86.630.000 \\ &= \text{Rp. } 91.611.225\end{aligned}$$

Hasil perhitungan menunjukkan pada bulan Januari- April 2016 biaya bahan yang dibutuhkan sebesar Rp.91.611.225. dengan peningkatan dari bulan dan tahun sebelumnya dikarenakan meningkatnya volume penjualan yang harus dicapai, maka biaya untuk bahan baku pun meningkat.

Tabel 4.15
Rincian Perhitungan Biaya Bahan Tas Bulan Mei - Agustus 2016

Tahun	Bulan	Harga Beli	Xi (%)	Log Xi
2014	September-Desember	84.450.000		
2015	Januari-April	84.450.000	1	0
	Mei-Agustus	84.100.000	0,995855536	-0,001803658
	September-	86.630.000	1,030083234	0,012872318

	Desember			
2016	Januari - April	91.611.225	1,0575	0,02428038
Jumlah		514.591.225	4,08343877	0,03534904

$$\text{Log GM} = \frac{0,0353}{4} = 0,008825$$

4

$$\text{GM} = \frac{4,08343877}{4} \times 0,008825$$

$$= 1,0208$$

$$= 1,0208$$

$$\text{Harga beli} = 1,0208 \times 91.611.225$$

$$= \text{Rp. } 93.521.319$$

Hasil perhitungan menunjukkan pada bulan Mei - Agustus 2016 biaya bahan yang dibutuhkan sebesar Rp.93.521.319. Dikarenakan meningkatnya volume penjualan yang harus dicapai, maka biaya untuk bahan baku pun meningkat.

Tabel 4.16
Rincian Perhitungan Biaya Bahan Tas Bulan September – Desember 2016

Tahun	Bulan	Harga Beli	Xi (%)	Log Xi
2015	Januari-April	84.450.000	-	-
	Mei-Agustus	84.100.000	0,995855536	-0,001803658
	September-Desember	86.630.000	1,030083234	0,012872318
2016	Januari - April	91.611.225	1,0575	0,02428038
	Mei - Agustus	93.521.319	1,02085	0,008961933
Jumlah		440.312.544	4,10428877	0,044310973

$$\text{Log GM} = \frac{\sum \log Xi}{n}$$

$$= \frac{0,0443}{4} = 0,011075$$

4

$$GM = 4,1042 \times 0,011075$$

$$0,0443$$

$$= 1,02605$$

$$\text{Harga beli} = 1,02605 \times 93.521.319$$

$$= \text{Rp. } 95.957.549$$

Hasil perhitungan menunjukkan pada bulan September - Desember 2016 biaya bahan yang dibutuhkan sebesar Rp.95.957.549. Dikarenakan meningkatnya volume penjualan yang harus dicapai, maka biaya untuk bahan baku pun meningkat.

Setelah dilakukan perincian perhitungan biaya – biaya bahan untuk masa mendatang. Maka diperoleh ringkasan biaya bahan untuk tas disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Perhitungan Biaya Bahan Tas 2016

Tahun	Bulan	Biaya Bahan tas
2016	Januari – April	Rp. 91.611.225
	Mei – Agustus	Rp. 93.521.319
	September – Desember	Rp. 95.957.549
Jumlah		Rp.281.909.093

Sumber: Olahan Data, 2016

Biaya-biaya bahan baku tersebut secara signifikan meningkat karena meningkatnya volume penjualan yang sudah dianggarkan.

4.2.1.3. Pemisahan Biaya Semivariabel

UD. Mentari mempunyai biaya semivariabel yang harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Analisis biaya yang termasuk dalam biaya semivariabel adalah:

- a. Biaya listrik dan air
- b. Biaya telepon
- c. Biaya administrasi dan umum

Biaya Tetap

Merupakan biaya yang selama kurun waktu operasi selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume kegiatan atau penjualan berubah. Pada UD. Mentari biaya tetap nya terdiri atas:

- 1) Biaya tenaga kerja tidak langsung
- 2) Biaya penyusutan aset tetap
- 3) Biaya pemeliharaan mesin
- 4) Biaya overhead pabrik (BOP) tetap

Biaya Variabel

Yaitu biaya yang besar kecilnya tergantung pada banyak sedikitnya volume kegiatan. Pada UD. Mentari biaya variabelnya terdiri dari:

- 1) Biaya tenaga kerja langsung
- 2) Biaya bahan baku
- 3) Biaya administrasi & umum variabel
- 4) Biaya overhead pabrik (BOP) variabel

Berikut adalah perhitungan pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya variabel dan biaya tetap. Menggunakan rumus persamaan kuadrat terkecil (*least square method*) Dajan, Anto (2009:217) :

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Dimana:

y = biaya semivariabel

x = tingkat aktivitas

a = biaya tetap

b = biaya variabel per-satuan (slope garis trend)

n = jumlah pengamatan atau periode

a. Pemisahan Biaya Listrik dan Air

Berikut adalah biaya listrik dan air yang dikeluarkan UD. Mentari selama tahun 2014 – 2015:

Tabel 4.18

Perhitungan Biaya Listrik dan Air 2016

Tahun	Bulan	Y Biaya listrik	X Produksi	XY	x ²
2014	Mei-Agustus	Rp.810.000	8100	6.561.000.000	65.610.000
	September-Desember	Rp.840.000	8300	6.972.000.000	68.890.000
2015	Januari-April	Rp.840.000	8300	6.972.000.000	68.890.000
	Mei-Agustus	Rp.830.000	8200	6.806.000.000	67.240.000
	September-Desember	Rp.840.000	8500	7.140.000.000	72.250.000
Jumlah		Rp.4.160.000	41.400	34.451.000.000	342.880.000

Sumber: UD. Mentari 2016 Data diolah

$$Y = a + bx$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(5 \times 34.451.000.000) - (41.400 \times 4.160.000)}{(5 \times 342.880.000 - (41.400)^2)}$$

$$= \frac{172.255.000.000 - 172.244.000.000}{1.714.400.000 - 1.713.960.000}$$

$$= \frac{31.000.000}{440.000} = 70$$

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

$$= \frac{4.160.000 - (70(41.400))}{5} = \frac{4.160.000 - 2.898.000}{5}$$

$$= 252.400$$

$$Y = a + bx$$

$$= 252.400 + 70 (x)$$

Ramalan biaya semivariabel untuk bulan Januari – April 2016:

$$Y = 252.400 + 70 (8490)$$

$$= 252.400 + 594.300$$

$$= 846.700$$

Biaya semivariabel untuk Januari-April 2016 adalah 846.700

terdiri dari:

$$\text{Biaya variabel} = \text{per unit} \quad = 70 \times 8.490 = 594.300$$

Biaya tetap bulan Januari-April 2016 = Rp. 252.400

Ramalan biaya semivariabel untuk bulan Mei - Agustus 2016:

$$Y = 252.400 + 70 (8560)$$

$$= 252.400 + 599.200$$

$$= 851.600$$

Biaya semivariabel untuk Mei – Agustus 2016 adalah 851.600

terdiri dari:

$$\text{Biaya variabel} = \text{per unit} \quad = 70 \times 8.560 = 599.200$$

Biaya tetap bulan Mei – Agustus 2016 = Rp. 252.400

Ramalan biaya semivariabel untuk bulan September - Desember 2016:

$$Y = 252.400 + 70 (8630)$$

$$= 252.400 + 604.100$$

$$= 856.500$$

Biaya semivariabel untuk September –Desember2016 adalah 856.500 terdiri dari:

$$\text{Biaya variabel} = \text{per unit} = 70 \times 8.630 = 604.100$$

$$\text{Biaya tetap bulan September –Desember2016} = \text{Rp. } 252.400$$

b) Pemisahan Biaya Telepon

Tabel 4.19
Perhitungan Biaya Telepon 2016

Tahun	Bulan	Y Biaya Telepon	X Produksi	XY	x^2
2014	Mei-Agustus	Rp.80.000	8100	648.000.000	65.610.000
	September- Desember	Rp.82.000	8300	680.600.000	68.890.000
2015	Januari-April	Rp.83.000	8300	688.900.000	68.890.000
	Mei-Agustus	Rp.83.000	8200	680.060.000	67.240.000
	September- Desember	Rp.84.000	8500	714.000.000	72.250.000
Jumlah		Rp.412.000	41.400	3.412.100.000	342.880.000

Sumber: UD. Mentari 2016 Data diolah

$$b = \frac{(5 \times 3.412.100.000) - (41.400 \times 412.000)}{(5 \times 342.880.000 - (41.400)^2)}$$

$$= \frac{17.060.500.000 - 17.056.800.000}{1.714.400.000 - 1.713.960.000}$$

$$= \frac{3.700.000}{440.000} = 8,4$$

$$a = \frac{412.000 - (8,4(41.400))}{5} = \frac{412.000 - 347760}{5}$$

5

5

$$= 12.848$$

$$Y = a + bx$$

$$= 12.848 + 8,4 (x)$$

Ramalan biaya semivariabel untuk bulan Januari – April 2016:

$$Y = 12.848 + (8,4(8.490))$$

$$= 12.848 + 71.316$$

$$= 84.164$$

Biaya semivariabel untuk Januari-April 2016 adalah 84.164 terdiri

dari:

$$\text{Biaya variabel} = \text{per unit} = 8,4 \times 8.490 = 71.316$$

$$\text{Biaya tetap bulan Januari-April 2016} = \text{Rp. } 12.848$$

Ramalan biaya semivariabel untuk bulan Mei - Agustus 2016:

$$Y = 12.848 + (8,4(8.560))$$

$$= 12.848 + 71.904$$

$$= 84.752$$

Biaya semivariabel untuk Mei – Agustus 2016 adalah 84.164 terdiri

dari:

$$\text{Biaya variabel} = \text{per unit} = 8,4 \times 8.560 = 71.904$$

$$\text{Biaya tetap bulan Januari-April 2016} = \text{Rp. } 12.848$$

Ramalan biaya semivariabel untuk bulan September - Desember 2016:

$$Y = 12.848 + (8,4(8.630))$$

$$= 12.848 + 72.492$$

$$= 85.340$$

Biaya semivariabel untuk September –Desember2016 adalah 85.340 terdiri dari:

$$\text{Biaya variabel} = \text{per unit} = 8,4 \times 8.630 = 72.492$$

$$\text{Biaya tetap bulan September –Desember2016} = \text{Rp. } 12.848$$

c) Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum

Tabel 4.20
Perhitungan Biaya Administrasi dan umum 2016

Tahun	Bulan	Y Biaya Administrasi & umum	X Produksi	XY	X ²
2014	Mei-Agustus	81.000	8100	656.100.000	65.610.000
	September- Desember	82.000	8300	680.600.000	68.890.000
2015	Januari-April	82.000	8300	680.600.000	68.890.000
	Mei-Agustus	83.000	8200	680.600.000	67.240.000
	September- Desember	85.000	8500	722.500.000	72.250.000
Jumlah		Rp. 413.000	41.400	3.420.400.000	342.880.000

Sumber: UD. Mentari 2016 Data diolah

$$b = \frac{(5 \times 3.420.400.000) - (41.400 \times 413.000)}{(5 \times 342.880.000 - (41.400)^2)}$$

$$= \frac{17.102.000.000 - 17.098.200.000}{1.714.400.000 - 1.713.960.000}$$

$$= \frac{3.800.000}{440.000} = 8,6$$

$$= \frac{3.800.000}{440.000} = 8,6$$

$$a = \frac{413.000 - (8,6(41.400))}{5} = \frac{413.000 - 357.545}{5} = 11.091$$

$$Y = a + bx$$

$$= 11.091 + 8,6(x)$$

Ramalan biaya semivariabel untuk bulan Januari – April 2016:

$$Y = 11.091 + (8,6(8.490))$$

$$= 11.091 + 73.014$$

$$= 84.105$$

Biaya semivariabel untuk Januari-April 2016 adalah 84.105 terdiri dari:

$$\text{Biaya variabel} = 8,6 \times 8.490 = \text{Rp.}73.014$$

$$\text{Biaya tetap bulan Januari-April 2016} = \text{Rp.} 11.091$$

Ramalan biaya semivariabel untuk bulan Mei - Agustus 2016:

$$Y = 11.091 + (8,6(8.560))$$

$$= 11.091 + 73.616$$

$$= 84.707$$

Biaya semivariabel untuk Mei - Agustus 2016 adalah 84.707 terdiri dari:

$$\text{Biaya variabel} = 8,6 \times 8.560 = \text{Rp.}73.616$$

$$\text{Biaya tetap bulan Mei - Agustus 2016} = \text{Rp.} 11.091$$

Ramalan biaya semivariabel untuk bulan September - Desember 2016:

$$\begin{aligned} Y &= 11.091 + (8,6(8.630)) \\ &= 11.091 + 74.218 \\ &= 85.309 \end{aligned}$$

Biaya semivariabel untuk September – Desember 2016 adalah 85.309 terdiri dari:

$$\text{Biaya variabel} = 8,6 \times 8.630 = \text{Rp.}74.218$$

$$\text{Biaya tetap bulan Mei - Agustus 2016} = \text{Rp.} 11.091$$

Berdasarkan perhitungan peramalan biaya semivariabel dengan menggunakan metode persamaan kuadrat terkecil (*last square method*) diperoleh pemisahan biaya variabel dan biaya tetap sebagai berikut:

Tabel 4.21

Pemisahan Biaya Semivariabel Bulan Januari- April 2016

No	Jenis biaya Semivariabel	Biaya Variabel	Biaya Tetap
1	Biaya Listrik dan Air	594.300	252.400
2	Biaya Telepon	71.316	12.848
3	Biaya Administrasi dan Umum	73.014	11.091
Jumlah		738.630	276.339

Dari tabel 4.21 dijelaskan bahwa biaya semivariabel dipisahkan menjadi biaya variabel dan biaya tetap, sehingga biaya variabel akan menjadi bagian dari BOP variabel kemudian biaya

tetap akan menjadi BOP tetap. Biaya variabel sebesar Rp.738.630, biaya tetap Rp. 276.339.

Tabel 4.22

Pemisahan Biaya Semivariabel Bulan Mei - Agustus 2016

No	Jenis biaya Semivariabel	Biaya Variabel	Biaya Tetap
1	Biaya Listrik dan Air	599.200	252.400
2	Biaya Telepon	71.904	12.848
3	Biaya Administrasi dan Umum	73.616	11.091
	Jumlah	744.720	276.339

Tabel 4.22 menjelaskan bahwa biaya semivariabel dipisahkan menjadi biaya variabel dan biaya tetap, sehingga biaya variabel akan menjadi bagian dari BOP variabel kemudian biaya tetap akan menjadi BOP tetap. Biaya semivariabel bulan Mei – Agustus 2016 terdiri dari biaya variabel sebesar Rp.744.720. dan biaya tetap Rp.276.339

Tabel 4.23

Pemisahan Biaya Semivariabel Bulan September - Desember 2016

No	Jenis biaya Semivariabel	Biaya Variabel	Biaya Tetap
1	Biaya Listrik dan Air	604.100	252.400
2	Biaya Telepon	72.492	12.848
3	Biaya Administrasi dan Umum	74.218	11.091
	Jumlah	750.810	276.339

Tabel 4.23 menjelaskan bahwa biaya semivariabel dipisahkan menjadi biaya variabel dan biaya tetap, sehingga biaya variabel akan menjadi bagian dari BOP variabel kemudian biaya tetap akan menjadi BOP tetap. Biaya semivaribel bulan September - Desember 2016 terdiri dari biaya variabel sebesar Rp.750.810. dan biaya tetap Rp.276.339

d) Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung

UD. Mentari memiliki 10 karyawan tetap, sistem gaji yang digunakan yaitu per mingguan dengan upah Rp.30.000 per harinya. Jam kerja dimulai pukul 07.00 pagi sampai 15.00 sore. Hari kerja di UD. Mentari sebanyak enam hari kerja, yaitu hari senin hingga sabtu. Berikut adalah perhitungan biaya tenaga kerja langsung per catur wulan:

Tabel 4.24

Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung 2016

Jenis kegiatan	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Hari Kerja Per Bulan	Upah Per hari	Upah Per Bulan	Upah per Caturwulan
Pemotongan	1	26	30.000	780.000	3.120.000
Pengeleman & Aksesoris	2	26	30.000	1.560.000	6.240.000
Penjahitan	6	26	30.000	4.680.000	18.720.000
Pengemasan	1	26	30.000	780.000	3.120.000
Jumlah	10	26	300.000	7.800.000	31.200.000

Sumber: UD. Mentari 2016 Data diolah

Biaya tenaga kerja langsung untuk bulan Januari – April 2016 adalah Rp.31.200.000. Selama satu bulan UD. Mentari menggaji karyawannya sebesar Rp. 7.800.000, selama empat bulan (caturwulan) sebesar Rp. 31.200.000. Jadi untuk gaji karyawan bulan Mei – Agustus 2016 (caturwulan kedua), September – Desember 2016 (caturwulan ketiga) sama dengan caturwulan pertama yaitu sebesar Rp.31.200.000.

e) Biaya Tenaga kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja tidak langsung UD. Mentari adalah pimpinan dan bagian administrasi, karena kedua jabatan ini tidak memiliki keterkaitan langsung dengan proses produksi. Maka dua orang ini termasuk dalam tenaga kerja tidak langsung. Sistem gajinya per bulan. Berikut rincian perhitungan biaya tenaga kerja tidak langsung:

Tabel 4.25

Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung 2016

No	Jabatan	Jumlah orang	Gaji per bulan	Jumlah	
				Per bulan	Per catur wulan
1	Pimpinan	1	Rp. 5.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 20.000.000
2	Administrasi & keuangan	1	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000	Rp. 4.000.000
	Jumlah	2	Rp. 6.000.000	Rp. 6.000.000	Rp. 24.000.000

Sumber: UD. Mentari 2016 Data diolah

Biaya tenaga kerja langsung untuk bulan Januari – April 2016 adalah Rp.24.000.000. UD. Mentari selama satu bulan menggaji sebesar Rp. 6.000.000. Jika dikalkulasikan empat bulan (caturwulan) sebesar Rp. 24.000.000. Jadi untuk biaya tenaga kerja tidak langsung bulan Mei – Agustus 2016 (caturwulan kedua), September – Desember 2016 (caturwulan ketiga) sama dengan caturwulan pertama yaitu sebesar Rp.24.000.000.

f) Penyusutan Aset Tetap UD. Mentari

UD. Mentari melakukan penyusutan aset tetap dengan menggunakan metode garis lurus. Aset tetap yang memerlukan penyusutan yaitu mesin jahit juki. Mesin ini diperoleh pada tahun 2012. Mesin lama yang sudah tidak dapat digunakan diganti dengan mesin-mesin yang baru. Harga perolehan mesin ini Rp. 2.500.000 per unit. Sedangkan mesin jahit yang dimiliki oleh UD. Mentari adalah 6 unit, maka dikalikan dari harga perolehan dengan jumlah unit seperti berikut: Rp. $2.500.000 \times 6 = \text{Rp.}15.000.000$. umur ekonomis yang ditaksir dari mesin ini adalah 5 tahun. Jika menggunakan metode garis lurus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Harga perolehan / umur ekonomis} &= \text{Rp.}15.000.000 / 5 \text{ tahun} \\ &= \text{Rp.}3.000.000 \text{ per tahun.} \end{aligned}$$

Perhitungan metode garis lurus menunjukkan bahwa penyusutan mesin adalah Rp.3.000.000 untuk satu tahun. Maka penyusutan mesin per bulan adalah $\text{Rp.3.000.000} / 12 = \text{Rp.250.000}$. Jika dihitung per catur wulan maka ditemukan sebesar $\text{Rp.250.000} \times 4 = 1.000.000$.

g) Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Variabel

Terdiri dari biaya listrik dan air, biaya telepon yang bersifat

variabel = $594.300 + 71.316 = 665.616$

$$= 665.616 \times 3$$

$$= 1.996.848$$

h) Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Tetap

BOP tetap UD. Mentari terdiri dari biaya-biaya sebagai berikut:

1) Biaya penyusutan aset tetap:

Rp. 1.000.000

2) Biaya tenaga kerja tidak langsung :

Terdiri dari pimpinan dan bagian administrasi dan keuangan

Rp.24.000.000

3) Biaya semivariabel yang bersifat tetap:

Terdiri dari biaya listrik & air Rp.252.400 dan biaya telepon

Rp. 12.848. sehingga menjadi Rp. 265.248

4) Biaya pemeliharaan mesin :

Rp. 200.000 per bulan untuk 1 unit, sedangkan mesin yang dimiliki UD. Mentari 6 unit x 200.000 = 1.200.000. per caturwulan $4 \times 1.200.000 = 4.800.000$

Total biaya overhead pabrik (BOP) tetap UD. Mentari adalah sebesar Rp. 30.065.248 x 3 = Rp. 90.195.744

4.2.2. Analisis Target laba

4.2.2.1 Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan variabel 2016

Biaya Produksi:

Jumlah biaya bahan baku tas Rp.281.909.093

Biaya tenaga kerja langsung Rp. 93.600.000

BOP Rp. 1.996.848+

Harga pokok penjualan variabel Rp.377.505.941

4.2.2.2 Proyeksi Laporan Laba Rugi

Proyeksi Laporan Laba Rugi 2016

Penjualan Rp.1.018.900.000

HPP Variabel Rp.377.505.941-

Laba Kotor Rp. 641.394.059

Biaya administrasi & umum Rp. 219.042-

Contribution Margin Rp.641.175.017

Biaya Tetap:

BOP	Rp. 90.195.744
Biaya Administrasi & umum	Rp. <u>33.273</u> +
Jumlah biaya tetap	Rp. <u>90.229.017</u> -
Laba bersih sebelum pajak	Rp. 550.946.000

4.2.3. Dasar – Dasar Analisis CVP

4.2.3.1. Analisis *Contribution Margin Ratio*

Margin kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Jumlah tersebut akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan laba untuk periode tersebut.

Formulasi untuk menghitung rasio *Contribution Margin*:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Penjualan}} \%$$

Atau

$$\text{Contribution Margin Ratio} = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}$$

Contribution Margin Ratio 2016:

$$\begin{aligned} \text{CMR} &= 1 - \frac{377.505.941}{1.018.900.000} \\ &= 63\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan *contribution margin* menunjukkan persentase pendapatan yang diperoleh UD. Mentari untuk menutupi biaya tetap. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pendapatan yang diperoleh UD. Mentari dapat menutupi biaya tetap dengan presentase di atas 50%.

Contribution margin yang rendah akan mengakibatkan *break even point* yang tinggi sedangkan *contribution margin* yang tinggi akan mengakibatkan *break even point* yang rendah. Tinggi rendahnya *break even point* yang dicapai akan berpengaruh pada laba yang diterima oleh perusahaan yaitu sampai pada tingkat batas keselamatan.

Artinya keuntungan sebelum biaya tetap yang diperoleh melebihi setengah dari biaya variabel yang telah dikeluarkan. Sehingga untuk menutupi biaya tetap masih memiliki keuntungan yang cukup besar sebelum dikurangi pajak penghasilan. Perubahan yang terjadi pun tidak begitu signifikan.

4.2.3.2. Penentuan *Break Event Point* (BEP)

Break Event Point (BEP) ditentukan untuk mengetahui titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya. Dengan menggunakan rumus:

Penjualan = Biaya variabel + biaya tetap + laba

Impas dalam unit =
$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual}(\text{unit}) - \text{B. Variabel}(\text{unit})}$$

Biaya variabel per unit tas kw 1 selain biaya bahan baku. Yaitu Rp. 95.613.312/ 8280 unit = 11.548. Sedangkan biaya variabel per unit tas kw 2 yaitu Rp. 95.613.312/ 8460 unit = 11.301. Dan biaya variabel per unit tas kw 3 yaitu Rp. 95.613.312/ 8940 = 10.695.

Tabel 4.26

Biaya variabel per unit

Tas kw	Biaya variabel	Unit	Hasil
1	95.613.312	8280	11.548
2	95.613.312	8460	11.301
3	95.613.312	8940	10.695
Total		25.680	

Berikut perhitungan BEP tas masing-masing KW:

$$\text{BEP tas Kw 1} = \frac{90.229.017}{45.000 - 11.548}$$

$$= 2.697$$

$$\text{BEP tas Kw 2} = \frac{90.229.017}{40.000 - 11.301}$$

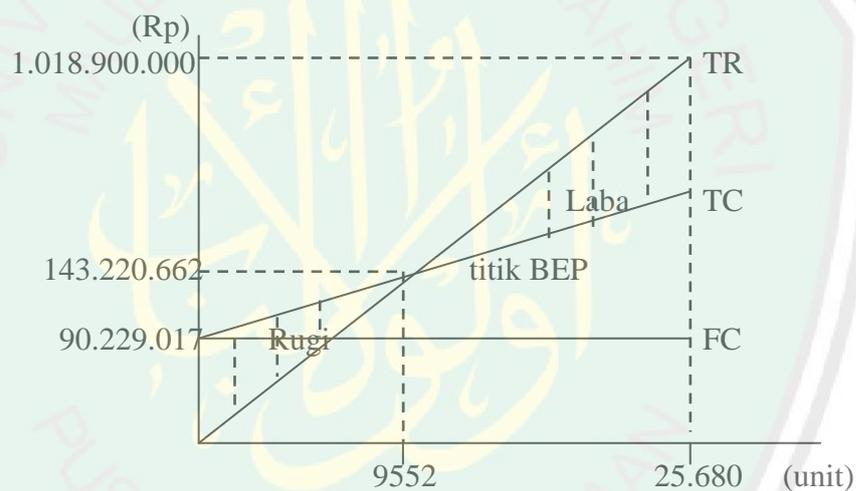
$$= 3.143$$

$$\text{BEP tas Kw 3} = \frac{90.229.017}{35.000 - 10.695}$$

$$= 3.712$$

$$\begin{aligned} \text{BEP dalam rupiah} &= \frac{\text{TFC}}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}} \\ \text{BEP} &= \frac{90.229.017}{1 - \frac{377.505.941}{1.018.900.000}} \\ &= \frac{90.229.017}{1 - 0,37} = \frac{90.229.017}{0,63} \\ &= \text{Rp. 143.220.662} \end{aligned}$$

Gambar 4.2 Break Even Point tas UD. Mentari



Pada gambar 4.2.1 dapat dijelaskan bahwa tingkat penjualan yang harus dicapai agar UD. Mentari berada pada titik impas atau *Break Even Point* untuk produk tas sebanyak 9552 unit atau senilai Rp.143.220.662. Jika produksi dan penjualan kurang dari angka tersebut maka UD. Mentari bisa mengalami kerugian.

4.2.3.3. Penentuan *Margin of Savety* (MOS)

Margin of Savety (MOS) Untuk menghitung jumlah dimana penjualan dapat menurun sebelum kerugian terjadi. Besarnya *Margin of Savety* UD. Mentari dihitung sebagai berikut: MS =

$$\frac{SB - SBE}{SB} \times 100\%$$

Dimana:

MS = *Margin of Savety*

SB = *Sales Budgeted* (penjualan yang direncanakan)

SBE = *Sales Break Even Point* (penjualan titik impas)

$$\text{Margin of Savety} = \frac{25.690 - 9.552}{25.690} \times 100\% = 0,63 = 63\%$$

Keterangan:

Margin of Savety UD. Mentari adalah 63%, ini berarti bahwa jika penjualan sebenarnya produk tas UD. Mentari kurang dari atau dibawah 63% (dari penjualan yang direncanakan) maka perusahaan akan menderita kerugian.

4.2.3.4. Penentuan *Operating Laverage*

Untuk mengetahui ukuran besarnya penggunaan biaya tetap dalam sebuah perusahaan. Semakin tinggi biaya tetap, maka semakin tinggi *operating leverage* yang dicapai dan semakin besar pula sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan.

$$\text{Tingkat } \textit{laverage} \text{ operasi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

$$\text{Tingkat } \textit{laverage} \text{ operasi} = \frac{\text{Rp.641.175.017}}{\text{Rp.550.946.000}} = 1,16$$

Tingkat *laverage* operasi atau *Operating Laverage* merupakan ukuran, pada tingkat penjualan tertentu, berapa persen perubahan volume penjualan yang akan mempengaruhi keuntungan. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Operating Laverage* UD. Mentari adalah sebesar 1,16. Ukuran leverage operasi adalah dengan *Degree of operating leverage* (DOL) artinya bila DOL diketemukan 1,16 maka bilamana penjualan naik atau turun sebesar 10 % maka keuntungan bisa diprediksi akan naik atau turun sebanyak 1,16 kali. Berarti $1,16 \times 10 \% = 11,6 \%$. Artinya apabila perusahaan mengalami peningkatan penjualan sebesar 1% maka perusahaan mendapat kenaikan laba sebesar 11,6%.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada UD. Mentari, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. BEP UD. Mentari adalah sebesar 9.552 unit dan Rp. 143.220.662. maksudnya adalah jika perusahaan memproduksi kurang dari nilai BEP tersebut maka perusahaan akan mengalami kerugian. UD. Mentari mendapatkan laba sebesar Rp. 550.946.000, maka UD. Mentari harus memperhatikan tindakan sesuai ramalan dan estimasi. Volume penjualan tas yang harus dicapai sebesar 25.680 unit secara keseluruhan. Jika dibuat rincian per kw maka penjualan tas kw 1 dengan harga Rp.45.000 sebesar 8.280 unit, kw 2 dengan harga Rp.40.000 sebesar 8.460 unit, kw 3 dengan harga Rp.35.000 sebesar 8.940 unit. Volume penjualan tersebut adalah estimasi untuk tahun 2016 dalam meningkatkan laba dari tahun sebelumnya.
2. *Margin of Safety* UD. Mentari adalah 63%, ini berarti bahwa jika penjualan sebenarnya produk tas UD. Mentari kurang dari atau dibawah 63% (dari penjualan yang direncanakan) maka perusahaan akan menderita kerugian.
3. *Ratio contribution margin* UD. Mentari sebesar 63%. Hasil perhitungan *contribution margin* menunjukkan persentase pendapatan yang diperoleh

UD. Mentari untuk menutupi biaya tetap. *Contribution margin* yang rendah akan mengakibatkan *break even point* yang tinggi sedangkan *contribution margin* yang tinggi akan mengakibatkan *break even point* yang rendah. Tinggi rendahnya *break even point* yang dicapai akan berpengaruh pada laba yang diterima oleh perusahaan yaitu sampai pada tingkat batas keselamatan. Artinya keuntungan sebelum biaya tetap yang diperoleh melebihi setengah dari biaya variabel yang telah dikeluarkan. Sehingga untuk menutupi biaya tetap masih memiliki keuntungan yang cukup besar sebelum dikurangi pajak penghasilan. Perubahan yang terjadi pun tidak begitu signifikan.

4. Tingkat *leverage* operasi atau *Operating Leverage* merupakan ukuran, pada tingkat penjualan tertentu, berapa persen perubahan volume penjualan yang akan mempengaruhi keuntungan. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Operating Leverage* UD. Mentari adalah sebesar 1,16 atau 11,6%. Artinya apabila perusahaan mengalami peningkatan penjualan sebesar 1% maka perusahaan mendapat kenaikan laba sebesar 11,6%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis data, maka dapat diajukan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian ini, diantaranya:

1. Perusahaan hendaknya memperhatikan kondisi pasar, agar dapat mengetahui banyak sedikitnya permintaan pasar. Meski sejauh ini permintaan untuk produk tas UD. Mentari dalam keadaan stabil dan

tidak terbatas. Sedangkan tenaga kerja yang ada untuk produksi masih kurang sehingga proses produksi kurang memenuhi target. Maka alternatif berikutnya dengan menambah tenaga kerja dan meningkatkan jam kerja atau menetapkan shift lembur untuk dapat menambah produksi menjadi lebih tinggi.

2. Perusahaan hendaknya membuat standar minimum penetapan anggaran dengan realisasi anggaran. Agar dapat mengevaluasi tercapainya anggaran yang dibuat. Sehingga dapat diketahui apakah anggaran telah terealisasi atau belum dilihat dari penetapan standar minimum yang telah dicapai.
3. UD. Mentari harus memproduksi di atas titik impas atau *break even point* sehingga laba yang direncanakan dapat terpenuhi, kemudian memperhatikan juga *margin of safety* dan *operating leverage*.
4. UD. Mentari sebaiknya menerapkan analisis biaya volume laba sebagai alat bantu dalam merencanakan laba. Karena selama ini perusahaan belum menerapkan analisis biaya volume labadalam perencanaan labanya.
5. UD. Mentari harus memperhatikan peningkatan ramalan penjualan untuk mendapatkan laba yang maksimum.

DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'an dan Terjemahan

Adisaputro, Gunawan dan Marwan Asri. 2003. *Anggaran Perusahaan*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.

Bustami, Bastian. dan Nurlela. 2006. *Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Carter, William K. 2009. *Akuntansi Biaya*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Dajan, Anto. 2009. *Pengantar Metode Statistik*, jilid 1. Jakarta: BPFE.

Dirhotsaha, R. Radikha Widya, dkk. 2013. *Penerapan Cost, Volume, Profit Analysis Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba (Studi Pada Pt. Industri Kemasan Semen Gresik)*. Vol.6, No.2 Desember 2013.

Garison, Ray H., Eric W. Norren. 2000. *Akuntansi Manajerial: Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.

Hansen, Don R., Mowen, Maryanne M. 2000. *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

HB, Dahlia. 2011. *Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba PT Pabrik Gula Takalar*. Universitas Hasanuddin Makassar.

Dunia, Firdaus A. dan Abdullah, Wasilah. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

Kinney, Michael R. Dan Raiborn, Cecily A. 2011. *akuntasnsi Biaya Dasar dan Perembangan Cost Accounting Foundtions and Evolutions*. Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat.

Mulyadi. 2004. *akuntansi manajemen*, jilid 2. Yogyakarta : Penerbit STIE YKPN.

_____. 2005. *Akuntansi biaya, edisi 5*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Mursyidi. 2008. *Akuntansi Biaya Conventional Costing, Just In Time, dan Activity Based Costing*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Parade, Arie Edhonata. 2013. *Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD. Hartono Putra Putra Balung Jember*. Universitas Jember.
- Samahati, Ricky Budiman. 2013. *Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sedona Manado*. Vol.1 No.3 September 2013.
- Samryn. 2001. *Akuntansi Manajerial Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soemarso S.R. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Buku 2, Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Supriyono. 2004. *Alat-alat pengendalian dan analisa keuangan*. Yogyakarta : Penerbit Erlangga.
- Warindrani, Krisna, Armila. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Verawati, Eti. 2014. *Penerapan Metode CVP (Cost-Volume-Profit) Sebagai Alat Bantu Analisis Perencanaan Laba dalam Mencapai Target Perusahaan Pada UKM Vinito Brownis*. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- <http://www.ibnukatsironline.com/2015/06/tafsir-surat-al-isra-ayat-34-35.html> diakses pada 6 Juni 2016
- <http://tafsirq.com/17-al-isra/ayat-35#tafsir-jalalayn> diakses pada 6 Juni 2016
- <http://tafsirq.com/17-al-isra/ayat-35#tafsir-quraish-shihab> diakses pada 6 Juni 2016
- <https://paknurcahyo.wordpress.com/2010/10/07/cara-mudah-menghitung-analisa-leverage-dalam-manajemen-keuangan/> diakses pada 12 Juni 2016