

ANALISIS BIAYA VOLUME LABA UNTUK PERENCANAAN LABA PADA PERUSAHAAN ES BATU CAMPLONG DI SAMPANG

ZAINAL YULIANTO

zainalyulianto@yahoo.com
Fakultas Ekonomi Universitas Madura

ABSTRACT

Cost-volume-profit analysis is an analysis to find out the relationship between costs, sales volume, profits and product mix to achieve the desired level of profit. The objective to be achieved in this study is to find out about the analysis of profit volume costs in the Ice Cube Camplong Company in profit planning. This type of research uses a type of quantitative descriptive research which is recording data with numbers that are values and can be given an objective picture of the problem under study. So the profit planning that must be targeted by the Es Batu Camplong company is Rp. 107,479 units from the calculation of the profit target of Rp. 328,500.00 from the comparison results from the previous year. So to achieve sales of 25% the company wants in the coming year the company must sell Rp 107,479 units.

Keywords: *Cost Analysis of Profit Volume, BEP and Profit Planning.*

ABSTRAK

Analisis biaya-volume-laba adalah suatu analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, laba dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang analisis biaya volume laba pada Perusahaan Es Batu Camplong dalam perencanaan laba. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif merupakan pencatatan data disertai angka-angka yang merupakan nilai dan dapat diberikan gambaran yang objektif dari masalah yang diteliti. Jadi perencanaan laba yang harus di targetkan perusahaan Es Batu Camplong sebesar Rp 107.479 unit dari perhitungan target laba sebesar Rp 328.500.00 dari hasil perbandingan dari tahun sebelumnya. Maka untuk mencapai penjualan sebesar 25% yang diinginkan perusahaan pada tahun yang akan datang perusahaan harus menjual sebesar Rp 107.479 unit.

Kata Kunci: *Analisis Biaya Volume Laba, BEP dan Perencanaan Laba.*

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan mempunyai peranan penting dalam perekonomian. Berhasil atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang. Tujuan perusahaan dalam perekonomian yang semakin berkembang adalah untuk memperoleh laba yang semakin besar sesuai dengan pertumbuhan perusahaan.

Perencanaan merupakan salah satu faktor yang sangat berperan penting untuk kelancaran maupun keberhasilan manajemen dalam mencapai tujuannya, dengan adanya perencanaan yang baik maka akan memudahkan tugas manajemen itu sendiri. Karena semua kegiatan perusahaan dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah di rencanakan. Perencanaan yang baik akan memungkinkan manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien.

Kegiatan perusahaan untuk memperoleh laba yang maksimal adalah dengan meningkatkan penjualan. Peningkatan penjualan akan mempengaruhi laba perusahaan, akan tetapi besarnya laba juga tidak terlepas dari besarnya biaya. Biaya merupakan segala sesuatu yang berbentuk satuan hitung yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa

Menurut Bastian and Bustami (2006:209): "Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang dan jasa yang terjual". Semakin besar volume penjualan, biaya yang dikeluarkan juga semakin besar. Jadi terdapat hubungan erat antara volume dan laba. Masalah ini tidak dapat dipecahkan hanya dengan menggunakan ketajaman naluri para manajer saja, tetapi harus melalui suatu perhitungan yang teliti.

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

Perusahaan Es Batu Camplong adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi. Kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan Es Batu Camplong yaitu memproduksi es batu dan langsung menjualnya kepada pemasok. Perusahaan es batu Camplong hanya memasarkan barangnya di luar daerah camplong, daerah Camplong sendiri yang masyarakatnya membutuhkan jumlah es batu yang lumayan banyak dikarenakan masyarakat Camplong kebanyakan nelayan, tetapi di daerah Camplong sendiri pemasarannya dikuasai perusahaan pesaing.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah ini adalah: bagaimanakah analisis biaya volume laba untuk perencanaan laba pada Perusahaan Es Batu Camplong? Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang analisis biaya volume laba pada Perusahaan Es Batu Camplong dalam perencanaan laba.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Volume Penjualan

Menurut (Hansen and Mowen 2004:177) Volume penjualan dapat diartikan sebagai komposisi penjualan yang merupakan kombinasi relatif berbagai jenis produk, terhadap total pendapatan penjualan dalam suatu perusahaan. Manajemen harus berusaha agar mencapai kombinasi atau komposisi penjualan yang dapat menghasilkan jumlah laba yang maksimal.

Jika mendengar istilah volume, maka yang terbayang adalah kata jumlah. Menurut (Mulyadi 2005:239) mendefinisikan bahwa "volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang dan jasa yang terjual".

Berdasarkan kedua pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan hasil penjualan produk (barang atau jasa) selama satu periode tertentu.

Volume adalah tingkat aktivitas perusahaan baik produksi maupun penjualan. Volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus dicapai.

Dalam suatu perusahaan tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang menguntungkan dalam arti dapat menghasilkan pendapatan secara optimal

Pengertian Laba

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

Laba atau keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara, yang pertama Laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanam modalnya, setelah dikurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut (termasuk di dalamnya, biaya kesempatan). Sementara itu, laba dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi.

Laba merupakan elemen penting yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk merepresentasi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Akan tetapi, teori akuntansi sampai saat ini belum mencapai kemantapan dalam pemaknaan dan pengukuran laba. Oleh karena itu, berbeda dengan elemen air statemen keuangan lainnya, pembahasan laba meliputi tiga tataran, yaitu : semantik, sintaktik, dan pragmatik.

Menurut (Harahap 2008:113)

“laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi. Sementara pengertian laba yang dianut oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah selisih pengukuran pendapatan dan biaya. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa laba adalah selisih antara total penghasilan dan total biaya yang dikeluarkan pada suatu kegiatan usaha. Dalam analisis *cost-volume-profit* yaitu total penjualan (*price per unit times quantities of sales*) dikurangi *total cost (fixedcost plus variable cost)*”.

Analisis Biaya Volume Laba

Menurut (Bustami dan Nurlela 2009:193) analisis biaya-volume-laba adalah suatu analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, laba dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan. Sedangkan menurut (Mulyadi 2004:223) “analisis biaya volume laba merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba, untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Menurut (Mulyadi 2004:262) analisis biaya volume laba melibatkan berbagai faktor yang saling berhubungan diantaranya sebagai berikut:

1. Harga jual per satuan
2. Volume penjualan
3. Biaya variabel per unit
4. Total biaya tetap
5. Komposisi atau produk yang dijual

Analisis biaya-volume-laba sangat berguna bagi perusahaan yang sedang menyusun rencana usahanya atau sebagai alat pengendali sewaktu perusahaan masih dalam kegiatan. Analisis biaya-volume-laba menitikberatkan sampai seberapa jauh perubahan-perubahan pada biaya, volume dan harga jual akan berakibat pada perubahan laba yang direncanakan menurut (Weston dan Bringham 2005:201).

Menurut (Bustami dan Nurlela 2009:193) disamping kegunaan yang telah disebutkan diatas analisis biaya-volume-laba ini juga dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu.
3. Mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
4. Mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan.

5. Menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan.

Asumsi-asumsi Analisis Biaya Volume Laba

Analisis biaya volume laba dalam sebuah organisasi bisnis didasarkan pada asumsi-asumsi berikut menurut (Samryn 2012: 172):

1. Harga jual konstan sepanjang kisaran relevan tertentu. Maksudnya, suatu hasil perhitungan dengan menggunakan model hubungan biaya volume dan laba hanya akan valid pada satu tingkat harga tertentu. Apabila harga berubah, maka hasil perhitungan yang dihasilkan tidak dapat lagi digunakan sebagai acuan dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen yang relevan.
2. Biaya bersifat linier dalam setiap kisaran relevan dan dapat dibagi secara akurat ke dalam elemen-elemen biaya variabel dan biaya tetap.
3. Dalam perusahaan yang menghasilkan dan menjual banyak produk, bauran penjualannya konstan. Misalkan pada suatu saat tertentu sebuah perusahaan menjual dua jenis produk dengan komposisi 10 unit produk A dan 15 unit produk B pada saat yang bersamaan. Apabila pada kesempatan lain, misalnya komposisi penjualan berubah menjadi 7 unit produk A dan B, maka perhitungan impas untuk komposisi pertama tidak berlaku lagi bagi periode dengan komposisi baru tersebut.
4. Dalam perusahaan pabrikan tingkat persediaan tidak berubah dalam pengertian bahwa selisih tingkat persediaan awal dan persediaan akhir periode tidak signifikan.

Untuk menghitung biaya volume laba menggunakan rumus menurut (Samryn 2012:173)

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

Marjin Kontribusi

Marjin kontribusi adalah jumlah yang tersedia dari penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Jumlah tersebut akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan laba untuk periode tersebut menurut (Mulyadi 2004:143)

Sedangkan menurut (Mulyadi 2006:183) persentase marjin kontribusi terhadap penjualan total disebut rasio marjin kontribusi atau sebagai *profit-volume ratio*. Rasio ini berguna sekali dalam hal menunjukkan bagaimana marjin kontribusi akan dipengaruhi oleh perubahan penjualan total dalam jumlah rupiah tertentu. Marjin kontribusi mempunyai kaitan yang erat sekali dengan analisis biaya-volume-laba, yang mana analisis biaya-volume-laba ini berkaitan dengan titik impas.

Marjin kontribusi yang rendah akan mengakibatkan *break even point* yang tinggi sedangkan marjin kontribusi 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 menentukan marjin kontribusi dapat digunakan dengan rumus menurut (Samryn 2012:181)

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel}$$

Pendekatan analisis biaya volume laba

Untuk menghitung analisis biaya volume laba terdapat beberapa pendekatan yaitu menurut (Samryn 2012:68):

1. *Full costing* adalah sebagai pendekatan tradisional menghasilkan laporan laba rugi dimana biaya-biaya diorganisasi dan disajikan berdasarkan fungsi-fungsi produksi, administrasi, dan penjualan.

2. *Variable costing* adalah sebagai pendekatan kontribusi merupakan suatu format laporan laba rugi yang mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku biaya, dimana biaya-biaya dipisahkan menurut kategori biaya variable dan biaya tetap.
3. Kontribusi adalah pendekatan yang banyak bermanfaat bagi keperluan internal manajemen, seperti data yang berhubungan dengan biaya volume dan laba yang diperlukan untuk tujuan perencanaan laba dapat diperoleh dari laporan akuntansi regular.
4. *Absorption costing* adalah pendekatan untuk memungkinkan para manajer meningkatkan laba usahanya dalam jangka pendek dengan menaikkanskedul produksi.

Perencanaan laba

Ukuran yang sering dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk, dan biaya. Ketiga faktor ini saling berkaitan, oleh karena itu dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan biaya, volume dan laba memegang peranan yang sangat penting.

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 (Supriyono 2004:218). Perencanaan laba pada dasarnya merupakan perencanaan yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai laba dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba atau analisis titik impas (*break even point analysis*) dan digunakan untuk menghadapi perubahan yang mungkin terjadi atas harga jual satuan, biaya tetap, biaya variabel atau perubahan volume penjualan dan komposisi produk yang dijual. Perencanaan laba ini menggunakan analisis biaya-volume-laba. Perencanaan laba akan memudahkan tugas manajemen untuk mencapainya dan mengawasinya terhadap kegiatan perusahaan dimasa yang akan datang. Perencanaan yang baik akan memungkinkan manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien menurut (Ahmad 2007:54).

Untuk mencapai laba yang besar (dalam perencanaan dan realisasi) manajemen dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
3. Meningkatkan volume penjualan lebih besar.

Tetapi perlu diingat dan diperhatikan bahwa ketiga langkah atau faktor (biaya, harga jual, dan volume penjualan) mempunyai hubungan yang erat atau bahkan saling berkaitan satu sama lainnya. Dengan menggunakan analisis biaya volume laba memberikan cara untuk menentukan berapa banyak unit yang harus dijual untuk memperoleh target laba tertentu. sedangkan untuk menghitung perencanaan laba menggunakan rumus (Sugiri, Slamet 2009:110):

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

Analisis Break Even Point (Titik Impas)

Break even point merupakan tingkat aktivitas dimana suatu organisasi tidak mendapat laba dan juga tidak menderita kerugian. Dalam suatu grafik, titik impas dapat ditemukan pada titik perpotongan garis pendapatan dan garis total biaya. Titik impas berada

pada posisi total pendapatan sama dengan total biaya atau sebagai tingkat penjualan di mana total margin kontribusi sama dengan total biaya tetap menurut (Samryn 2012:174).

Sedangkan pengertian *break even point* menurut (Adisaputro 2007:93)

“adalah suatu keadaan dimana penghasilan dari penjualan hanya cukup untuk menutup biaya, baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap. Dengan kata lain keadaan *break even point* menunjukkan jumlah laba sama dengan nol atau bahwa penghasilan total sama dengan biaya total. Tujuan titik impas adalah untuk mencari tingkat aktivitas dimana pendapatan dari hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetap”.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa titik impas adalah suatu keadaan dimana pendapatan dan jumlah biaya yang dikeluarkan dalam suatu perusahaan sama besarnya, dalam arti perusahaan tersebut tidak mendapatkan laba dan tidak menderita kerugian. Dalam perencanaan laba guna mengambil keputusan jangka pendek perusahaan, analisis *break even point* merupakan pendekatan perencanaan laba sama dengan total biaya dan penghasilan penjualan.

Biaya variabel merupakan biaya yang secara total berubah secara proposional dengan perubahan dalam tingkat aktivitas. Suatu biaya variabel, konstan per unit menurut (Samryn 2012:47).

Untuk menentukan tingkat *break even point* (BEP) menurut (Adisaputro 2007:96) dapat dicari dengan rumus:

1. Titik impas atas dasar sales dalam rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Total biaya variabel}}{\text{Total revenue}}}$$

2. Titik impas dalam unit

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

Marjin Keamanan

Analisis marjin keamanan menunjukkan berapa banyak penjualan yang boleh turun dari jumlah penjualan tertentu dimana perusahaan belum menderita rugi atau dalam keadaan *Break Even*. Dengan kata lain angka marjin keamanan memberikan petunjuk jumlah maksimum penurunan angka volume penjualan yang direncanakan yang tidak mengakibatkan kerugian. marjin keamanan merupakan elemen untuk mengukur keamanan perusahaan.

Menurut (Samryn 2012:181), “Margin keamanan merupakan kelebihan penjualan yang dianggarkan atau realisasi di atas titik impas. Hasil perhitungannya menunjukkan jumlah sampai seberapa besar penjualan dapat turun sehingga sampai pada titik impas. Perhitungannya dapat dinyatakan dalam unit, satuan uang dan persentase.

Sedangkan menurut (Bustami dan Nurlela 2009:210), “batas keamanan merupakan hasil penjualan pada tingkat titik impas dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan atau pada tingkat tertentu, maka akan di dapat informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak menderita kerugian. Hubungan atau selisih antara penjualan dianggarkan atau tingkat penjumlahan tertentu dengan penjualan titik impas disebut dengan batas keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan. Jadi batas keamanan adalah seberapa jauh penjualan perusahaan tersebut boleh turun sehingga tidak mengalami kerugian.

Untuk menentukan marjin keamanan atau batas keamanan menurut (Samryn 2012:181) dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Marjin Keamanan} = \text{Total Penjualan} - \text{Titik Impas}$$

Operating Leverage

Operating leverage diartikan sebagai seberapa besar perusahaan menggunakan beban tetap operasional. Beban tetap operasional biasanya berasal dari biaya depresiasi, biaya produksi dan pemasaran yang bersifat tetap (misalnya gaji bulanan karyawan). Sebagai kebalikannya adalah beban (biaya) variabel operasional. Contoh biaya variabel operasional adalah biaya tenaga kerja yang dibayar berdasarkan produk yang dihasilkan (misalnya karyawan harian perusahaan rokok, dibayar Rp.100,00 untuk setiap rokok yang dilinting). Komposisi biaya tetap/variabel yang berbeda mempunyai implikasi yang berbeda terhadap risiko dan keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan.

Menurut (Garrison dkk 2006:343) *Operating leverage* adalah suatu ukuran tentang seberapa sensitif laba terhadap perubahan dalam penjualan. *Operating leverage* bertindak sebagai pengganda. Jika *operating leverage* tinggi, peningkatan persentase yang kecil dalam penjualan dapat menghasilkan peningkatan laba bersih dalam persentase yang jauh lebih besar.

Adapun kegunaan dari operating leverage adalah leverage operasi dapat mengukur perubahan pendapatan atau penjualan terhadap keuntungan operasi perusahaan. Dilihat dari kegunaan operating leverage, dapat disimpulkan bahwa perusahaan dapat mengetahui perubahan laba operasi sebagai akibat perubahan penjualan, sehingga perusahaan dapat mengetahui keuntungan operasi perusahaan.

Operating Leverage merupakan suatu ukuran kemampuan manajemen memanfaatkan biaya tetap dalam suatu organisasi agar mencapai tingkat laba tertentu menurut (Samryn 2012:182)

Rumus *Operating Leverage* menurut (Samryn 2012:182):

$$\text{Tingkat Operating Leverage} = \frac{\text{margin kontribusi}}{\text{Laba Operasi}}$$

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono,2006;14). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain (Sugiyono,2006;11).

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu analisis yang menggunakan data berupa angka-angka dan rumus-rumus yaitu:

1. Untuk menghitung marjin kontribusi menggunakan rumus (Samryn 2012:173):
$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$
2. Untuk menentukan tingkat *break even point* (BEP) menurut (Adisaputro 2007:96) dapat dicari dengan rumus:
 - a. Titik impas atas dasar sales dalam rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Total biaya variabel}}{\text{Total revenue}}}$$

b. Titik impas dalam unit

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

3. Untuk menghitung perencanaan laba menggunakan rumus (Sugiri 2009:110):

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

4. Untuk menentukan *Margin of safety* atau batas keamanan menurut (Samryn 2012:181) dapat dihitung dengan rumus:

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

5. Untuk menghitung *Operating Leverage* menggunakan rumus menurut (Samryn 2012:182):

$$\text{Tingkat Operating Leverage} = \frac{\text{Marjin kontribusi}}{\text{Laba Operasi}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Biaya

Tabel 1
Biaya Produksi dan Non produksi per hari
Perusahaan Es batu camplong di Sampang 2017

No	Biaya – Biaya	Biaya Produksi	Biaya Non Produksi
1	Biaya Bahan Baku (air)	Rp1.200.000	
2	Biaya tenaga kerja	Rp600.000	
3	Biaya Gaji bagian administrasi		Rp180.000
4	Biaya Gaji bagian pemasaran		Rp300.000
5	Biaya Listrik	Rp944	Rp64.810
7	Biaya bahan bakar		Rp200.000
8	Biaya Penyusutan mesin	Rp 19.178	
9	Biaya pemeliharaan mesin	Rp 8.219	
10	Biaya penyusutan gedung	Rp 20.548	
11	Biaya penyusutan kendaraan		Rp41.096
12	Biaya Pemeliharaan kendaraan		Rp10.959
	TOTAL	Rp1.848.889	Rp796.865

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel biaya produksi dan non produksi per hari dijelaskan bahwa jumlah biaya produksi perhari sebesar Rp1.848.889 dan jumlah biaya non produksi perhari sebesar Rp 796.865

Tabel 2
Biaya Produksi dan Non produksi per tahun
Perusahaan Es batu camplong di Sampang 2017

No	Biaya – Biaya	Biaya Produksi	Biaya Non Produksi
1	Biaya Bahan Baku (air)	Rp438.000.000	
2	Biaya tenaga kerja	Rp219.000.000	
3	Biaya Gaji bagian administrasi		Rp66.240.000
4	Biaya Gaji bagian pemasaran		Rp109.500.000
5	Biaya Listrik	Rp344.400	Rp23.655.600
7	Biaya bahan bakar		Rp73.000.000
8	Biaya Penyusutan mesin	Rp 7.000.000	
9	Biaya pemeliharaan mesin	Rp 3.000.000	
10	Biaya penyusutan gedung	Rp 7.500.000	
11	Biaya penyusutan kendaraan		Rp15.000.000
12	Biaya Pemeliharaan kendaraan		Rp4.000.000
	TOTAL	Rp674.844.400	Rp 291.395.600

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel biaya produksi dan non produksi per tahun di jelaskan bahwa total biaya produksi pertahun sebesar Rp674.844.400 dan biaya non produksi pertahun sebesar Rp 291.395.600

Kelompok Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tabel 3
Biaya Tetap dan Biaya variabel per hari
Perusahaan Es batu camplong di Sampang 2017

No	Biaya – Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel
1	Biaya Bahan Baku (air)	Rp1.200.000	
2	Biaya tenaga kerja	Rp600.000	
3	Biaya Gaji bagian administrasi		Rp180.000
4	Biaya Gaji bagian pemasaran		Rp300.000
5	Biaya Listrik	Rp944	Rp64.810
7	Biaya bahan bakar		Rp200.000
8	Biaya Penyusutan mesin	Rp 19.178	
9	Biaya pemeliharaan mesin	Rp 8.219	
10	Biaya penyusutan gedung	Rp 20.548	
11	Biaya penyusutan kendaraan	Rp 41.096	
12	Biaya Pemeliharaan kendaraan	Rp 10.959	
	TOTAL	Rp 1.900.944	Rp 744.810

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel biaya tetap dan biaya variabel per hari di jelaskan bahwa total biaya tetap per hari sebesar Rp 1.900.944 dan total biaya variabel per hari sebesar Rp 744.810

Tabel 4
Biaya Tetap dan Biaya Variabel per tahun
Perusahaan Es batu camplong di Sampang 2017

No	Biaya – Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel
1	Biaya Bahan Baku (air)	Rp438.000.000	
2	Biaya tenaga kerja	Rp219.000.000	
3	Biaya Gaji bagian administrasi		Rp66.240.000
4	Biaya Gaji bagian pemasaran		Rp109.500.000
5	Biaya Listrik	Rp344.400	Rp23.655.600
7	Biaya bahan bakar		Rp73.000.000
8	Biaya Penyusutan mesin	Rp 7.000.000	
9	Biaya pemeliharaan mesin	Rp 3.000.000	
10	Biaya penyusutan gedung	Rp 7.500.000	
11	Biaya penyusutan kendaraan	Rp 15.000.000	
12	Biaya Pemeliharaan kendaraan	Rp 4.000.000	
	TOTAL	Rp 693.844.400	Rp 272.395.600

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel biaya tetap dan biaya variabel per tahun di jelaskan bahwa total biaya tetap per tahun sebesar Rp 693.844.400 dan total biaya variabel per tahun sebesar Rp 272.395.600

Pembahasan

Untuk kepentingan analisis biaya volume laba maka peneliti menyusun laporan laba rugi dengan menggunakan pendekatan variabel costing sebagai berikut :

Tabel 5
Laporan Laba Rugi Variable Costing
Perusahaan Es Batu Camplong di Sampang
Periode yang berakhir 31 Desember 2017

Keterangan	Jumlah	No Tabel
Penjualan	Rp1.314.000.000	Tabel 4.2
Biaya Variabel	Rp 272.395.600	Tabel 4.6
Marjin Kontribusi	Rp1.041.604.400	
Biaya Tetap	Rp 693.844.400	Tabel 4.6
Laba Operasi	Rp 347.760.000	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan laporan laba rugi variabel costing perusahaan Es Batu Camplong dapat diketahui bahwa margin kontribusi sebesar Rp 1.041.604.400 dan laba operasi sebesar Rp 347.760.000

1. Untuk menghitung Margin Kontribusi menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{MK} &= \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel} \\ &= \text{Rp}1.314.000.000 - \text{Rp} 272.395.600 \\ &= \text{Rp} 1.041.604.400 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas untuk menghitung margin kontribusi perusahaan Es batu camplong pada tahun 2017 yaitu: penjualan– Biaya variabel sebesar Rp 1.041.604.400. Sedangkan untuk menghitung margin kontribusi per unit adalah total margin kontribusi dibagi total produksi Es Batu dalam satu tahun.

$$\begin{aligned} \text{MK per Unit} &= \text{Rp} 1.041.604.400 : 109.500 \\ &= 9.512,3.689 \text{ dibulatkan menjadi} = 9.512 \text{ Unit} \end{aligned}$$

2. Untuk menentukan tingkat *Break Even Point*(BEP) dapat dicari dengan rumus:

- a. Titik impas atas dasar sales dalam rupiah

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{Total biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Total biaya variabel}}{\text{Total revenue}}} \\ &= \frac{\text{Rp} 693.844.400}{1 - \frac{\text{Rp} 272.395.600}{\text{Rp}1.314.000.000}} \\ &= \text{Rp} 875295401,6 \end{aligned}$$

Di bulatkan mejadi = Rp 875.295.402

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa untuk mencapai titik impas dalam penjualan rupiah, perusahaan Es batu camplong harus mampu menjual hasil produksinya sebesar Rp 875.295.402

Sedangkan untuk menghitung biaya variabel per unit adalah biaya variabel dibagi total produksi Es Batu dalam satu tahun = Rp 272.395.600 : 109.500 Unit
= Rp 2.487,631 /Unit

Dibulatkan menjadi = Rp 2.488 /Unit

- b. Titik impas dalam unit

$$\begin{aligned} \text{BEP (Unit)} &= \frac{\text{Total biaya tetap (Tabel 4.6)}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya variabel per unit}} \\ &= \frac{\text{Rp} 693.844.400}{\text{Rp} 12.000 - \text{Rp} 2.488} \\ &= \text{Rp} 9.512 \\ &= 72.941,283466161 \quad \text{Di bulatkan} = 72.941 \text{ Unit} \end{aligned}$$

Gambar 1
Perhitungan titik impas
Laporan laba rugi tahun 2017

Pendapatan (72.941 Unit x Rp 12.000)	Rp 875.295.402*
Biaya variabel (72.941 Unit x 2.488)	(Rp 181.451.002)*
Margin Kontribusi	Rp693.844.400
Biaya Tetap	(Rp693.844.400)
Laba Operasi	Rp0
(*) Jumlah yang tertera merupakan hasil perhitungan asli tanpa pembulatan	

Sumber: Data diolah

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dibuktikan bahwa laba operasi per unit sama dengan nol.

Untuk mencapai unit yang harus terjual agar perusahaan Es batu camplong tidak mengalami kerugian maka harus mampu menjual 72.994 unit dalam satu tahun.

6. Perhitungan perencanaan laba yaitu:

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa target laba yang di tetapkan perusahaan Es Batu Camplong adalah sebesar 25% dan penjualan sebelumnya, perusahaan mengharapkan ada peningkatan laba sebanyak 25%. Pada tahun 2016 perusahaan mencapai tingkat penjualan Rp 657.000.000 karena itu target laba untuk tahun 2017 dapat dihitung dengan:

Penjualan 2016 = Rp 657.000.000

Target laba 2017 = 25% dari penjualan 2016

= 25% X Rp 657.000.000

= Rp 164.250.000

Diketahui bahwa pada tahun 2016, perusahaan hanya memproduksi 150 balok per hari, sedangkan sejak tahun 2017 perusaha memproduksi 300 balok perhari (dua kali lipat dari tahun sebelumnya) sehingga target laba diasumsikan juga menjadi dua kali lipat dari tahun 2016 yaitu:

Target laba tahun 2017 untuk 300 balok = Rp 164.250.000 x 2

= Rp 328.500.000

Untuk menghitung perencanaan laba yaitu menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 693.844.400 + \text{Rp } 328.500.000}{\text{Rp } 9.512} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.002.344.400}{\text{Rp } 9.512} \end{aligned}$$

Q = 107.479 Unit

Berdasarkan hasil perhitungan perencanaan laba diatas dapat diketahui bahwa perusahaan harus menjual 107.479 Unit agar mencapai target laba perusahaan sebesar 25%

Kenyataannya bahwa perusahaan sudah melebihi target laba yang diinginkan yaitu 26% pada tahun 2017, sedangkan cara menghitung pencapaian laba operasi dari penjualan

yaitu = $\frac{\text{laba operasi tahun 2017}}{\text{penjualan tahun 2017}} \times 100 \%$

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Rp } 347.760.000}{\text{Rp } 1.314.000.000} \times 100 \% \\ &= 26,466 \% \end{aligned}$$

dibulatkan = 26 %

7. Untuk menentukan Marjin keamanan dapat dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Marjin Keamanan} &= \text{Total Penjualan} - \text{Titik Impas} \\ &= \text{Rp } 1.314.000.000 - \text{Rp } 875.295.402 \\ &= \text{Rp } 438.704.598 \end{aligned}$$

Perhitungan diatas menentukan bahwa marjin keamanan perusahaan Es Batu Camplong sebesar Rp438.704.598 sehingga memudahkan pihak manajemen dalam pengambilan keputusan. Marjin keamanan untuk perencanaan penjualan maupun laba digunakan untuk sebagai penentu penjualan pada tingkat impas, tingkat laba yang diharapkan dan tingkat keamanan dari kondisinya.

8. Untuk menghitung *Operating Leverage* menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Tingkat } \textit{Operating Leverage} &= \frac{\text{Marjin kontribusi}}{\text{Laba operasi}} \\ &= \frac{\text{Rp 1.041.604.400}}{\text{Rp 347.760.000}} \\ &= 2,99 \text{ dibulatkan} = 3 \end{aligned}$$

Jadi dapat diketahui bahwa *Operating Leverage* perusahaan Es Batu Camplong sebesar 2,99 atau 3. Jika penjualan 1 maka laba operasi meningkat 3x lipat sedangkan kalau ada target penjualan 25% maka laba operasi meningkat 75%

PENUTUP

Laporan laba rugi perusahaan Es Batu Camplong pada tahun 2017 dapat diketahui bahwa penjualan sebesar Rp 1.314.000.000 dikurangi biaya variabel sebesar Rp 272.395.600 maka margin kontribusi yang dihasilkan sebesar Rp 1.041.604.400 dan dikurangi biaya tetap sebesar Rp 693.844.400 maka perusahaan Es Batu Camplong mendapatkan laba operasi sebesar Rp 347.760.000. Margin kontribusi perusahaan Es Batu Camplong sebesar Rp 1.041.604.400 dan margin kontribusi per unit sebesar Rp 9.512. BEP perusahaan Es Batu Camplong sebesar Rp 875.295.402 dalam rupiah sedangkan BEP dalam unit sebesar 72.944 Unit maka perusahaan Es Batu Camplong Harus mampu menjual 72.944 unit agar tidak mengalami rugi. Nilai margin keamanan perusahaan Es Batu Camplong sebesar Rp 438.704.598. *Operating leverage* merupakan ukuran pada tingkat penjualan perusahaan Es Batu Camplong, berapa persen perubahan volume akan mempengaruhi keuntungan perusahaan Es Batu Camplong jadi dapat dikatakan bahwa *Operating leverage* perusahaan Es Batu Camplong sebesar 2,99. Jadi perencanaan laba yang harus di targetkan perusahaan Es Batu Camplong sebesar 107.479 unit dari perhitungan target laba sebesar Rp 328.500.00 dari hasil perbandingan dari tahun sebelumnya. Maka untuk mencapai penjualan sebesar 25% yang diinginkan perusahaan pada tahun yang akan datang perusahaan harus menjual sebesar 107.479 unit.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. 2007. *Anggaran Perusahaan 2*. Edisi pertama, cetakan ketujuh. BPFE. Yogyakarta.
- Kamaruddin, A. 2007. *Akuntansi Manajemen*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Bustami, B dan Nurlala. 2007. *Akuntansi biaya: Dasar-dasar Konsep Biaya Dan Pengambilan Keputusan*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Garison Ray H. Eric W. Norren, Peter C. Brewer. 2000. *Akuntansi Manajemen: Buku 1*. Salemba Empat. Jakarta.
- Hansen and Mowen. 2004. *Akuntansi Manajemen: Analisis Biaya Volume Laba. Edisi Revisi*. Erlangga. Jakarta.
- Harahap, S. 2008. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mulyadi. 2004. *Akuntansi manajemen. jilid 2*. Penerbit STIE YKPN. Yogyakarta.
- Samryn. 2012. *Akuntansi Manajemen. Edisi Revisi*. PT Fajar Interpratama Mandiri. Jakarta.

- Sugiri, S. 2009. *Akuntansi Manajemen. Edisi Keempat*. SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN. Yogyakarta.
- Soemarso S.R. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar. Buku 2,Edisi 5*. Salemba Empat. Jakarta.
- Supriyono. 2004. *Alat-alat pengendalian dan analisa keuangan*. Penerbit Erlangga. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suharsimi dan Arikunto.2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- J. Fred, Weston dan F. Bringham, Eugene. 2005. *Manajemen Keuangan. Ketujuh*. Penerbit Erlangga. Jakarta.