

UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM S1 EKSTENSI
MEDAN

SKRIPSI

**ANALISIS PERHITUNGAN BIAYA VOLUME LABA UNTUK
MENCAPAI TARGET LABA PADA PT. INDOTERAS
SUMATERA MEDAN**

Oleh :

Nama : Lamsihar
NIM : 050522131
Departemen : Akuntansi



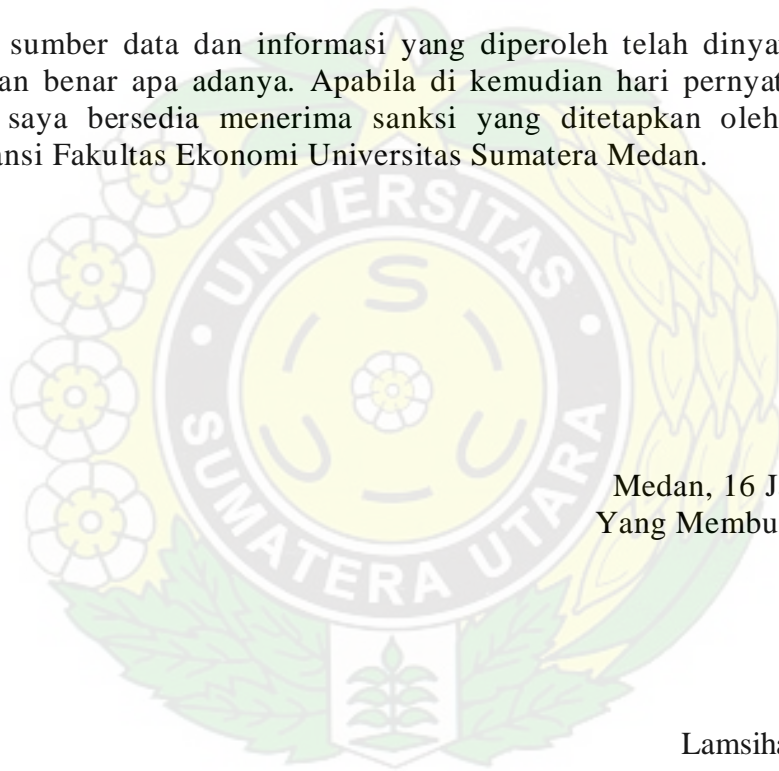
**Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
2009**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan skripsi yang berjudul “Analisis Perhitungan Biaya *Volume* Laba Untuk Mencapai Target Laba pada PT. Indoteras Sumatera Medan..”

Skripsi ini adalah benar hasil karya sendiri dari judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi level Program S-1 Extensi Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Medan.

Semua sumber data dan informasi yang diperoleh telah dinyatakan dengan jelas dan benar apa adanya. Apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Medan.



Medan, 16 Januari 2009
Yang Membuat Pernyataan

Lamsihar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus buat berkat dan cinta kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Perhitungan Biaya Volume Laba Untuk Mencapai Target Laba pada PT. Indoteras Sumatera Medan**” ini dengan baik, guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program S1-Ekstensi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Medan

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, dengan hati yang tulus dan ikhlas penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. John Tafbu Ritonga, M.Ec., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Medan.
2. Bapak Drs. Arifin Akhmad, M.Si,Ak. dan Bapak Fahmi Natigor, SE,M.Acc,Ak., selaku Ketua dan Sekretaris Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Medan.
3. Ibu Dra. Naleni Indra, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Arifin Lubis, MM. dan Ibu Risanty, SE, MSi., selaku Pembanding I dan Pembanding II yang telah mengkritisi dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Medan yang telah memberikan pengajaran yang berharga selama perkuliahan.
6. Pimpinan serta seluruh karyawan PT. Indoteras Sumatera Medan, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengambil data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua dan saudara-saudara yang telah banyak berkorban baik moral maupun material serta doa dan dorongan kepada penulis selama kuliah hingga dapat diselesaikannya penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengharapkan kiranya skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Medan, 16 Januari 2009

Penulis,

Lamsihar
050522131

ABSTRAK

ANALISIS PERHITUNGAN BIAYA VOLUME LABA UNTUK MENCAPAI TARGET LABA PADA PT. INDOTERAS SUMATERA MEDAN

Nama : Lamsihar
N.I.M : 050522131

Penelitian ini didasari pada pemikiran bahwa pentingnya perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba pada perusahaan. Hal ini bertujuan agar perusahaan memiliki suatu acuan untuk mencapai target laba yang ditentukan. PT. Indoteras Sumatera Medan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan oli mesin mobil. Salah satu bagian yang penting pada perusahaan adalah perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba yang diinginkan. Perhitungan biaya *volume* laba melibatkan data penjualan, data biaya tetap dan data biaya variabel. Dari penelitian pendahuluan diketahui bahwa target laba yang diinginkan (anggaran laba) tidak sesuai dengan realitas. Perusahaan melakukan analisis perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif.

Berdasarkan uraian dan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Penjualan perusahaan berada di atas titik impas.
2. Target laba yang direncanakan PT. Indoteras Sumatera Medan tidak tercapai.
3. Untuk mencapai target laba yang direncanakan, perusahaan perlu menjual sebanyak 7.566 unit.

Saran-saran yang penulis kemukakan kepada perusahaan tersebut adalah:

1. Fungsi penjualan pada perusahaan perlu ditingkatkan.
2. Pengeluaran biaya tetap dan biaya variabel pada perusahaan perlu diawasi.
3. Perusahaan perlu mengkaji ulang angka yang lebih realistis dalam perencanaan jumlah target laba dengan melakukan evaluasi terhadap pencapaian target laba pada periode yang lalu.
4. Perusahaan perlu mengambil keputusan yang tepat dari beberapa alternatif tindakan yang dapat dilakukan.

Kata kunci : perhitungan biaya volume laba, target laba

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	2
C. Perumusan Masalah.....	2
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1. Tujuan Penelitian	3
2. Manfaat Penelitian	3
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	4
A. Pengertian Biaya <i>Volume</i> Laba.....	4
B. Perilaku Biaya	12
C. Analisis Perhitungan Biaya <i>Volume</i> Laba	17
D. Kegunaan Biaya <i>Volume</i> Laba Dalam Penentuan Target Laba.....	27
E. Kerangka Konseptual.....	31

BAB III: METODE PENELITIAN	34
A. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian	34
B. Sumber dan Jenis Data.....	34
C. Teknik Pengumpulan Data	34
D. Metode Analisis Data	35
BAB IV: HASIL PENELITIAN	36
A. Data Penelitian	36
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
a. Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
b. Struktur Organisasi Perusahaan.....	37
2. Data Penjualan, Biaya Tetap dan Biaya Variabel Perusahaan	42
B. Analisis Hasil Penelitian	43
1. Analisis Biaya <i>Volume</i> Laba Untuk Mencapai Target Laba	44
2. Evaluasi Pencapaian Target Laba pada Perusahaan .	49
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba merupakan suatu rencana perkembangan perusahaan, dimana dalam realitanya membutuhkan suatu manajemen dan strategi yang tepat untuk mencapai hal tersebut. Tujuan dilakukan perhitungan ini adalah agar perusahaan memiliki suatu acuan untuk mencapai target laba yang ditentukan, berapa *volume* penjualan yang harus direncanakan perusahaan, dimana hal ini melibatkan transaksi penjualan, biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya yang tetap dikeluarkan perusahaan setiap periode dalam jumlah yang sama sedangkan biaya variabel merupakan biaya yang frekuensi kemunculannya tidak tetap dengan jumlah yang berbeda-beda.

Analisis biaya *volume* laba merupakan suatu alat bantu yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Oleh karena analisis biaya *volume* laba menekankan keterkaitan antara biaya, kuantitas yang terjual dan harga, maka semua informasi keuangan perusahaan terkandung di dalamnya. Analisis biaya *volume* laba dapat digunakan dalam perencanaan *volume* penjualan dalam mencapai target laba yang diinginkan.

PT. Indoteras Sumatera Medan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan oli mesin mobil. Salah satu bagian yang penting pada perusahaan adalah perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba

yang diinginkan. Perhitungan biaya *volume* laba melibatkan data penjualan, data biaya tetap dan data biaya variabel. Dari penelitian pendahuluan diketahui bahwa target laba yang diinginkan (anggaran laba) tidak sesuai dengan realitas. Anggaran laba merupakan target laba yang ditentukan di awal tahun, yang digunakan sebagai acuan laba yang ingin dicapai pada akhir tahun. Perusahaan melakukan analisis perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai masalah ini pada PT. Indoteras Sumatera Medan dan menuliskannya dalam sebuah skripsi yang berjudul “**Analisis Perhitungan Biaya Volume Laba Untuk Mencapai Target Laba pada PT. Indoteras Sumatera Medan.**”

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah analisis perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba menggunakan metode analisis biaya *volume* laba.

C. Perumusan Masalah

Untuk dapat mengarahkan dan memudahkan dalam penelitian yang terfokus dan sistematis, penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini, sebagai berikut: “Apakah perhitungan biaya *volume* laba pada perusahaan sudah sesuai dengan target laba yang diinginkan?”

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian adalah untuk menganalisis bagaimana perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba pada perusahaan.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penulis melakukan penelitian adalah :

- a. Bagi penulis, untuk lebih memahami perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba pada perusahaan.
- b. Bagi perusahaan, yakni sebagai bahan pertimbangan atau masukan atas kekurangan yang terdapat pada perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba.
- c. Bagi peneliti lain, yakni sebagai bahan referensi bagi calon peneliti berikutnya yang berminat melakukan penelitian menyangkut masalah yang dibahas ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Biaya *Volume* Laba

Sebelum menjelaskan pengertian biaya *volume* laba, maka kata biaya *volume* laba jika diuraikan terdiri dari 3 bagian yaitu:

1. Biaya
2. *Volume* (penjualan atau produksi)
3. Laba

Penguraian ini perlu dijelaskan agar dapat lebih dipahami arti dari biaya *volume* laba itu sendiri.

Ad 1. Biaya

Sugiri (2002:21) mendefinisikan biaya adalah “pengorbanan sumber daya ekonomis tertentu untuk memperoleh sumber daya ekonomi lainnya”.

Pengukuran biaya sebagian besar bergantung pada kemampuan untuk menelusuri biaya terhadap objek biaya.

Carter dan Usry (2004:30) mendefinisikan objek biaya adalah “suatu item atau aktivitas yang biayanya diakumulasi dan diukur”.

Kemampuan untuk menelusuri biaya terhadap objek biaya bervariasi tingkatannya. Cara umum untuk membedakan karakter biaya adalah dengan memberikan label biaya langsung atau tidak langsung dari suatu objek biaya tertentu.

Sering kali istilah biaya (*cost*) digunakan sebagai sinonim dari beban (*expense*). Menurut Carter dan Usry (2004:30), beban dapat didefinisikan sebagai "aliran keluar terukur dari barang atau jasa, yang kemudian dibandingkan dengan pendapatan untuk menentukan laba."

Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa biaya dan beban merupakan suatu bentuk pengorbanan sumber ekonomi, tetapi tujuan pengorbanannya berbeda. Biaya dikeluarkan untuk memperoleh barang dan jasa, sedangkan beban untuk memperoleh pendapatan. Untuk membedakan antara biaya dan beban, maka dapat dibayangkan pembelian bahan baku secara tunai, karena aktiva bersih tidak terpengaruh, tidak adanya beban yang diakui. Sumber daya perusahaan hanya diubah dari kas menjadi persediaan bahan baku. Bahan baku tersebut dibeli dengan biaya tertentu, tetapi belum menjadi beban. Ketika perusahaan menjual bahan baku tersebut yang sudah diolah menjadi barang jadi, biaya dari bahan baku dibukukan sebagai beban di laba rugi. Setiap beban adalah biaya, tetapi tidak setiap biaya adalah beban. Contoh aktiva adalah biaya, tetapi bukan (belum menjadi beban).

Menurut Carter dan Usry (2004:40), biaya dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Biaya dalam hubungannya dengan produk

Yaitu:

a. Biaya manufaktur (*manufacturing cost*)

Biaya manufaktur merupakan biaya pabrik yang terdiri dari 3 elemen biaya yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

b. Beban komersial (*commercial cost*)

Beban komersial terdiri dari 2 klasifikasi besar, yaitu beban pemasaran dan beban administratif. Beban pemasaran mulai dari titik dimana biaya manufaktur berakhir, yaitu ketika proses manufaktur selesai dan produk ada dalam kondisi siap jual. Beban administratif termasuk beban yang terjadi dalam mengarahkan dan mengendalikan organisasi.

2. Biaya dalam hubungannya dengan *volume* produksi/penjualan
Yaitu:
 - a. Biaya variabel (*variable cost*)
Jumlah total biaya variabel berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan.
 - b. Biaya tetap (*fixed cost*)
Biaya tetap bersifat konstan secara total dalam rentang yang relevan.
 - c. Biaya semi variabel (*semi variable cost*)
Beberapa jenis biaya memiliki elemen biaya tetap dan biaya variabel. Jenis biaya ini disebut dengan biaya semi variabel.
3. Biaya dalam hubungannya dengan departemen produksi atau segmen lain
Yaitu:
 - a. Departemen produksi (*factory department*) dan departemen jasa (*service department*)
Pada departemen produksi, operasi manual dan operasi mesin seperti pembentukan dan perakitan dilakukan secara langsung pada produk atau bagian-bagian dari produk. Pada departemen jasa, jasa diberikan untuk keuntungan departemen lain.
 - b. Biaya bersama (*common cost*) dan biaya gabungan (*join cost*)
Biaya bersama dan biaya gabungan adalah jenis biaya tidak langsung. Biaya bersama biasanya ada di organisasi dengan banyak departemen atau segmen. Biaya gabungan terjadi ketika produksi dari suatu produk menghasilkan satu atau beberapa produk tanpa dapat dihindari.
4. Biaya dalam hubungannya dengan periode akuntansi (*period accounting cost*)
Biaya dapat diklasifikasikan sebagai pengeluaran modal atau sebagai pengeluaran pendapatan. Suatu pengeluaran modal ditujukan untuk memberikan manfaat di masa depan dan dilaporkan sebagai aktiva. Pengeluaran pendapatan memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban.
5. Biaya dalam hubungannya dengan suatu keputusan, tindakan atau evaluasi
Ketika suatu pilihan harus dibuat di antara tindakan-tindakan atau alternatif-alternatif yang mungkin dilakukan adalah penting untuk mengidentifikasi biaya (dan pendapatan, pengurangan biaya, dan penghematan) yang relevan terhadap pilihan tersebut. Biaya diferensial adalah salah satu nama dari biaya yang relevan untuk suatu pilihan di antara banyak alternatif.

Dari uraian di atas, dapat diketahui biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan hubungannya dengan produk, hubungannya dengan *volume* produksi/penjualan, hubungannya dengan departemen produksi atau segmen lain, hubungannya dengan periode akuntansi dan hubungannya dengan suatu keputusan, tindakan atau evaluasi.

Informasi biaya sangat diperlukan perusahaan, tanpa informasi biaya manajemen tidak memiliki ukuran apakah masukan yang dikorbankan memiliki nilai ekonomi yang lebih rendah daripada nilai keluarannya. Akibatnya manajemen tidak memiliki informasi apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau tidak. Begitu juga tanpa informasi biaya manajemen tidak memiliki dasar untuk mengalokasikan berbagai sumber ekonomi yang dapat dikorbankan dalam menghasilkan sumber ekonomi lain. Akuntansi biaya menyediakan informasi biaya yang memungkinkan manajemen melakukan pengelolaan alokasi berbagai sumber ekonomi untuk menjamin dihasilkannya keluaran yang memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai masukan yang dikorbankan.

Dalam pembuatan produk, terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi seperti kegiatan pemasaran, kegiatan administrasi dan umum. Biaya produksi membentuk harga pokok produksi yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya non produksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk.

Manajemen dalam melaksanakan fungsi perencanaan, koordinasi dan pengendalian akan selalu dihadapkan pada masalah pemilihan alternatif tindakan. Dari rangkaian alternatif tindakan yang ada, manajemen harus mengambil

keputusan alternatif tindakan yang mana yang akan dipilih. Ketepatan pilihan yang dilakukan manajemen besar pengaruhnya dalam pencapaian tujuan perusahaan secara berhasil guna dan berdaya guna. Pengambilan keputusan untuk memilih alternatif tindakan berkaitan dengan masa yang akan datang. Oleh karena itu, salah satu informasi yang diperlukan adalah informasi biaya untuk pengambilan keputusan manajemen merupakan informasi masa yang akan datang. Informasi biaya masa yang akan datang bukan seluruhnya merupakan biaya yang relevan untuk pengambilan keputusan. Hanya biaya masa yang akan datang yang berbeda di antara alternatif tindakan saja, yang merupakan biaya relevan untuk pengambilan keputusan.

Pusat biaya adalah pusat tanggung jawab yang inputnya diukur secara moneter, namun *outputnya* tidak. Ada dua jenis umum dari pusat biaya yaitu pusat biaya teknik dan pusat biaya kebijakan. Dua istilah ini berkaitan dengan dua jenis biaya. Biaya teknik adalah biaya-biaya yang jumlahnya secara tepat dan memadai dapat diestimasi dengan keandalan yang wajar. Contoh biaya pabrik untuk tenaga kerja langsung, bahan baku langsung, komponen, perlengkapan dan keperluan-keperluan. Biaya kebijakan (juga disebut dengan biaya yang dikelola) adalah biaya yang tidak tersedia estimasi tekniknya. Di pusat biaya kebijakannya, biaya-biaya yang dikeluarkan tergantung pada penilaian manajemen atas jumlah yang memadai dalam kondisi tertentu.

Anthony dan Govindarajan (2005:175) menambahkan pusat biaya teknik memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. *Input-inputnya* dapat diukur secara moneter
2. *Input-inputnya* dapat diukur secara fisik

3. Jumlah dolar optimum dan *input* yang dibutuhkan untuk memproduksi satu unit *output* dapat ditentukan.

Ad 2. Volume (Penjualan atau Produksi)

Menurut Halim dan Supomo (2005:49), *volume* penjualan berpengaruh terhadap *volume* produk atau jasa tersebut. *Volume* produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. Dengan demikian, *volume* penjualan atau produksi merupakan bagian yang mempengaruhi perolehan laba perusahaan.

Ad 3. Laba

Anthony dan Govindarajan (2005:237) mendefinisikan laba merupakan “ukuran kinerja yang berguna karena laba memungkinkan manajemen senior untuk dapat menggunakan beberapa indikator (beberapa di antaranya menunjukkan arah yang berbeda).”

Sumber utama perusahaan adalah laba bersih yang dihasilkan dari kegiatan usaha perusahaan. Akun laba bertambah karena laba bersih dan berkurang karena rugi bersih dari kegiatan usaha. Ketika rugi atau pos-pos debit lainnya menghasilkan saldo debit pada akun laba, maka saldo debit tersebut disebut defisit.

Dengan menjadikan unit organisasi sebagai pusat laba, maka kualitas keputusan dapat meningkat, karena keputusan tersebut dibuat oleh para manajer yang paling dekat dengan titik keputusan. Hal ini disebabkan manajer di kantor pusat bebas dari pengambilan keputusan harian, sehingga dapat berkonsentrasi pada hal-hal yang lebih luas. Selain itu, manajer lebih bebas untuk menggunakan

imajinasi dan inisiatifnya untuk mengembangkan perusahaan dan kecepatan pengambilan keputusan operasional dapat meningkat, karena manajer tidak perlu mendapat persetujuan terlebih dahulu dari kantor pusat. Karena pusat laba serupa dengan perusahaan yang indenpenden, maka pusat laba memberikan tempat pelatihan yang lebih baik bagi manajemen umum. Para manajer mendapatkan pengalaman dalam mengelola seluruh area fungsional dan manajemen yang lebih tinggi mendapatkan kesempatan untuk mengevaluasi potensi pekerjaan yang tingkatnya lebih tinggi. Oleh karena keluaran yang dihasilkan pusat laba telah siap pakai, maka pusat laba lebih responsif terhadap tekanan untuk meningkatkan kinerja kompetitifnya.

Selain itu, kesadaran laba dapat lebih ditingkatkan karena para manajer yang bertanggung jawab atas laba akan selalu mencari cara dan tindakan yang tepat untuk meningkatkan labanya. Hal ini seperti seorang manajer yang bertanggung jawab untuk kegiatan pemasaran cenderung untuk menyetujui pengeluaran promosi yang dapat meningkatkan penjualan. Begitu juga manajer yang bertanggung jawab atas laba akan termotivasi untuk membuat promosi yang akan meningkatkan laba. Pusat laba memberikan informasi yang siap pakai bagi manajemen puncak mengenai profitabilitas dari komponen-komponen individual perusahaan.

Selain keuntungan yang diperoleh manajemen dari pusat laba, pusat laba juga dapat menimbulkan beberapa kesulitan seperti pengambilan keputusan yang terdesentralisasi akan memaksa manajemen puncak untuk lebih mengandalkan laporan pengendalian manajemen dan bukan wawasan pribadinya atas suatu

operasi, sehingga mengakibatkan hilangnya pengendalian. Akan tetapi, jika manajemen kantor pusat lebih mampu dan memiliki informasi yang lebih baik daripada manajer pusat laba, maka kualitas keputusan yang diambil pada tingkat unit akan berkurang. Hal ini menyebabkan terjadinya peningkatan perselisihan karena adanya argumen-argumen seperti mengenai harga transfer yang sesuai, pengalokasian biaya umum yang tepat dan kredit untuk pendapatan yang sebelumnya dihasilkan secara bersama-sama oleh dua atau lebih unit bisnis.

Selain kesulitan hilangnya pengendalian manajemen, unit-unit organisasi yang pernah bekerja sama sebagai unit fungsional akan saling berkompetisi satu sama lain, dimana hal ini menyebabkan peningkatan laba untuk satu manajer dan pengurangan laba bagi manajer yang lain. Dalam situasi ini, bisa terjadi seorang manajer gagal untuk memberikan potensi penjualan ke unit lain yang lebih tepat untuk merealisasikannya, menimbun pegawai atau peralatan yang lebih baik dari sudut pandang seluruh perusahaan, membuat keputusan yang memiliki konsekuensi biaya yang tidak diinginkan bagi unit lain dan lainnya. Para manajer umum yang kompeten mungkin saja tidak ada dalam organisasi fungsional karena tidak adanya kesempatan yang cukup bagi untuk mengembangkan kompetensi manajemen umum.

Selain itu, juga dapat mengakibatkan biaya tambahan, karena adanya tambahan manajemen, pegawai dan pembukuan yang dibutuhkan, dan mungkin mengakibatkan duplikat tugas di setiap pusat laba.

Perusahaan perlu memikirkan pengelolaan suatu pusat laba dalam hal pengendalian atas keputusan produk (barang atau jasa apa saja yang harus dibuat

atau dijual), keputusan pemasaran (bagaimana, dimana dan berapa jumlah barang atau jasa yang akan dijual ?) dan keputusan perolehan (bagaimana mendapatkan atau memproduksi barang atau jasa).

Jika seorang manajer unit bisnis mengendalikan aktivitas tersebut, biasanya tidak akan kesulitan dalam melaksanakan tanggung jawab laba dan mengukur kinerja.

Pada umumnya, semakin besar tingkat integrasi dalam suatu perusahaan, maka semakin sulit melaksanakan tanggung jawab pusat laba tunggal untuk ketiga aktivitas tersebut dalam lini produk yang ada, yaitu akan lebih sulit jika keputusan produksi, *sourcing* dan pemasaran untuk lini produk tunggal dipecah ke dalam dua unit bisnis atau lebih, sehingga memisahkan kontribusi tiap-tiap unit bisnis demi kesuksesan lini produk secara keseluruhan.

Setelah diuraikan pengertian dan penjelasan biaya, *volume* dan laba, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian biaya *volume* laba adalah suatu hubungan yang menekankan keterkaitan antara biaya, kuantitas yang terjual dan harga, sehingga semua informasi keuangan perusahaan terkandung di dalamnya.

B. Perilaku Biaya

Hansen dan Mowen (2005:84) mendefinisikan perilaku biaya merupakan “istilah umum untuk menggambarkan apakah biaya berubah seiring dengan perubahan *output*”. Biaya-biaya bereaksi pada perubahan *output* seperti perubahan biaya tetap, biaya variabel dan biaya campuran.

Menurut Halim dan Supomo (2005:22), perubahan biaya total sebagai akibat dari perubahan *volume* kegiatan perusahaan yang memiliki 3 pola yaitu:

1. Jumlahnya tetap, meskipun *volume* kegiatan berubah (biaya tetap).
2. Jumlahnya berubah secara proporsional dengan perubahan *volume* kegiatan (biaya variabel).
3. Jumlahnya berubah tidak sebanding dengan perubahan *volume* kegiatan (biaya semi variabel).

Untuk menentukan pola perilaku sebagaimana dinyatakan dalam fungsi tersebut di atas, terdapat berbagai metode/pendekatan. Menurut Halim dan Supomo (2005:24), terdapat tiga pendekatan dalam menentukan pola perilaku biaya yaitu:

1. Pendekatan intuisi
2. Pendekatan analisis enjineri
3. Pendekatan analisis data biaya masa lalu.

Pendekatan intuisi didasari intuisi manajemen. Intuisi tersebut bisa didasari atas surat-surat keputusan, kontrak-kontrak kerja dengan pihak lain dan sebagainya. Misalnya, manajemen menetapkan biaya penyusutan merupakan biaya tetap, biaya komisi merupakan biaya variabel dan lain sebagainya. Pendekatan ini kurang ilmiah.

Pendekatan analisis enjineri didasarkan pada hubungan fisik yang jelas antara masukan dengan keluaran. Misalnya, sebuah perusahaan yang memproduksi mobil, maka sebuah mobil secara fisik dapat diketahui bahwa akan memerlukan sebuah mesin, 4 buah ban dan lain sebagainya. Dengan demikian harga ban merupakan harga yang membentuk biaya variabel. Insinyur atau tenaga kerja yang terlibat langsung dengan pengolahan fisik ban mobil, biaya gaji atau upah mereka merupakan biaya variabel. Bila tidak ada hubungan fisik secara

langsung, maka akan termasuk ke dalam biaya tetap. Pendekatan ini memang teliti, namun sering kali memerlukan waktu dan biaya yang relatif tinggi.

Pada pendekatan analisis data biaya masa lalu didasari pada data biaya masa lalu. Pendekatan ini berasumsi bahwa biaya di masa yang akan datang sama perilakunya dengan biaya di masa yang lalu. Data biaya masa lalu dianalisis untuk mengetahui perilaku masing-masing biaya.

Menurut Mulyadi (2005:470), terdapat 3 metode untuk memperkirakan fungsi biaya dengan pendekatan historis yaitu:

1. Metode titik tertinggi dan terendah (*high and low point method*)
Untuk memperkirakan fungsi biaya, dalam metode ini suatu biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dibandingkan dengan biaya tersebut pada tingkat kegiatan terendah di masa yang lalu. Selisih biaya yang dihitung merupakan unsur biaya variabel dalam biaya tersebut.
2. Metode berjaga (*standby cost method*)
Metode ini menghitung berapa biaya yang harus tetap dikeluarkan andaikata perusahaan ditutup untuk sementara, jadi produknya sama dengan nol. Biaya ini disebut dengan biaya berjaga dan biaya berjaga ini merupakan bagian yang tetap. Perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan berjaga merupakan biaya variabel.
3. Metode kuadrat terkecil (*least-square method*)
Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan *volume* kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan regresi, $y = a + bx$, dimana y merupakan variabel tidak bebas yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x , yang merupakan variabel bebas. Variabel y menunjukkan biaya, sedangkan variabel x menunjukkan *volume* kegiatan.

Dengan demikian, perusahaan dapat memilih menggunakan metode-metode di atas dalam memisahkan biaya tetap dan biaya variabel.

Menurut Halim dan Supomo (2005:30), untuk memudahkan manajemen dalam perencanaan dan pengendalian, biaya tetap dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Biaya tetap komitet.
2. Biaya tetap diskresionari.

Penggolongan biaya tetap menjadi biaya tetap komitet berdasarkan pada mudah atau tidaknya biaya tetap dieliminasi atau dikurangi oleh manajemen. Biaya tetap komitet merupakan jenis biaya tetap yang tidak mudah dieliminasi atau dikurangi oleh manajemen, karena umumnya biaya ini timbul dari pendirian perusahaan atau pemilikan ekuipmen. Dengan perkataan lain, biaya tetap komitet terjadi sebagai akibat keputusan manajemen di masa yang akan datang. Biaya tetap komitet pada umumnya akan tetap timbul, meskipun perusahaan menghentikan kegiatan usahanya. Contoh biaya tetap komitet adalah biaya depresiasi gedung pabrik dan ekuipmen, pajak bumi dan bangunan, biaya sewa jangka panjang dan gaji direksi.

Pada biaya tetap diskresionari, biaya tetap dapat dieliminasi atau dikurangi oleh manajemen, karena pada umumnya biaya ini timbul dari kebijakan manajemen dalam penyusunan anggaran. Biaya tetap diskresionari yang terdapat dalam suatu tahun tertentu dapat dihapus atau dikurangi pada tahun berikutnya berdasarkan kebijakan manajemen. Contoh biaya tetap diskresionari seperti biaya promosi, biaya riset dan pengembangan, biaya konsultan dan gaji pegawai honorer

Menurut Halim dan Supomo (2005:31), biaya variabel dapat digolongkan menjadi biaya enjiner dan biaya variabel diskresionari yaitu:

1. Biaya variabel enjiner.
2. Biaya variabel diskresionari.

Biaya variabel enjiner mempunyai hubungan fisik dengan *volume* kegiatan perusahaan. Biaya ini bersifat variabel karena antara masukan dan keluarannya mempunyai hubungan yang optimum. Sebagai contoh adalah biaya bahan baku. Sebagai masukan, bahan baku mempunyai hubungan optimum dengan hasil produksi.

Pada biaya variabel diskresionari bersifat variabel karena kebijakan manajemen. Biaya ini berubah sebanding dengan perubahan *volume* kegiatan, karena manajemen menghendaki demikian. Sebagai contoh, biaya komisi penjualan yang ditentukan manajemen sebesar 5% dari hasil penjualan. Biaya komisi penjualan jumlahnya akan berubah secara proporsional dengan perubahan hasil penjualan.

Menurut Halim dan Supomo (2005:31), ada faktor-faktor yang harus diperhitungkan dalam menetapkan pola perilaku suatu biaya, yaitu:

1. Harus dipilih biaya yang akan diselediki pola perilakunya. Biaya ini merupakan variabel tidak bebas dan biasanya dinyatakan dengan simbol y .
2. Harus dipilih variabel bebas yaitu sesuatu yang menyebabkan biaya tersebut berfluktuasi.
3. Dengan demikian, variabel tidak bebas seperti biaya reparasi dan pemeliharaan dapat dinyatakan dalam suatu fungsi dari variabel bebas seperti jam mesin.

Asumsi yang mendasari penggambaran hubungan linear antara total biaya dengan variabel bebas adalah hubungan teknologi antara masukan dan keluaran harus linear. Sebagai contoh, setiap satuan produk selesai harus memerlukan jumlah bahan baku yang sama. Masukan yang dibeli harus sama dengan masukan yang digunakan, misalnya setiap karyawan dimanfaatkan secara penuh dan harga

pokok masukan yang dibeli harus mempunyai fungsi linear dengan kuantitas yang dibeli seperti harga bahan baku per satuan harus sama untuk jumlah pembelian berapapun.

C. Analisis Perhitungan Biaya *Volume* Laba

Analisis perhitungan biaya *volume* laba merupakan salah satu alat yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan.

Sugiri (2002:107) mendefinisikan analisis perhitungan biaya *volume* laba merupakan “sebuah teknik atau alat yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara *volume*, biaya total, pendapatan total dan laba”.

Oleh karena analisis biaya *volume* laba menekankan keterkaitan antara biaya, kuantitas yang terjual dan harga, maka semua informasi keuangan perusahaan terkandung di dalamnya.

Analisis biaya *volume* laba dapat menjawab beberapa permasalahan, antara lain jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas, dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas dan kenaikan harga terhadap laba jangka pendek. Selain itu, juga memungkinkan para manajer untuk melakukan analisis sensitivitas dengan menguji dampak dari berbagai tingkat harga atau biaya terhadap laba.

Jumlah laba yang diperoleh merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan yang orientasinya mencari laba. Agar diperoleh laba sesuai yang dikehendaki, perusahaan perlu menyusun perencanaan laba yang baik. Hal tersebut ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memprediksikan kondisi usaha

pada masa yang akan datang yang penuh dengan ketidakpastian, serta mengamati kemungkinan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan.

Biaya yang timbul dari perolehan atau untuk pengolahan suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan. Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya *volume* penjualan produk atau jasa yang bersangkutan, sedangkan besarnya *volume* penjualan berpengaruh terhadap *volume* produk atau jasa tersebut. Selanjutnya pada gilirannya *volume* produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. Dengan demikian, faktor-faktor yang mempengaruhi laba di atas saling terkait antara satu dengan yang lain.

Dengan adanya analisis perhitungan biaya *volume* dan laba dapat merencanakan dan mengawasi pengeluaran biaya yang terjadi dan *volume* penjualan yang harus diupayakan perusahaan agar laba yang direncanakan dapat tercapai.

Dasar-dasar analisis perhitungan biaya *volume* laba memanfaatkan *contribution margin*. Menurut Sugiri (2002:107), *contribution margin* merupakan “selisih antara hasil penjualan dan seluruh komponen biaya variabel (produksi, administrasi dan penjualan)”.

Contribution margin positif menunjukkan kelebihan dari hasil penjualan terhadap total biaya variabel. Selisih positif tersebut menunjukkan dana yang tersedia untuk menutup biaya. Apabila *contribution margin* melebihi jumlah biaya tetap total, maka kelebihan merupakan laba. Berikut ini akan dibuat contoh:

PT. ABC

LABA RUGI PRODUK

	Total	per Unit
Penjualan (10.000 unit)	Rp. 3.000.000	Rp. 300
Biaya variabel	<u>Rp. 1.200.000 (-)</u>	<u>Rp. 120 (-)</u>
<i>Contribution margin</i>	Rp. 1.800.000	Rp. 180
Biaya tetap	<u>Rp. 720.000 (-)</u>	
Laba bersih	<u>Rp. 1.080.000</u>	

Kalau diperhatikan, maka *contribution margin* per unit yang besarnya Rp. 180, maka kita dapat menganalisis bahwa setiap unit barang terjual mempunyai kontribusi untuk menutup biaya tetap sebesar Rp. 180. Biaya tetap pada laporan di atas menunjukkan jumlah Rp. 720.000. Dengan memperhatikan makna *contribution margin* per unit, maka kita dapat dengan cepat mengetahui berapa unit barang harus terjual agar seluruh biaya tetap tadi tertutup. Dengan kata lain, kita dapat menentukan titik impasnya. Agar seluruh biaya tetap tertutup tanpa memperoleh laba, maka jumlah *contribution margin* total harus sebesar Rp. 720.000. Ini tercapai apabila jumlah produk yang terjual adalah 4.000 unit, biaya tetap total dibagi dengan *contribution margin* per unit (Rp. 720.000/180). Pada contoh di bawah ini menunjukkan titik impas apabila penjualannya adalah 4.000 unit.

PT. ABC

LABA RUGI PRODUK

	Total	per Unit
Penjualan (4.000 unit)	Rp. 1.200.000	Rp. 300
Biaya variabel	<u>Rp. 480.000 (-)</u>	<u>Rp. 120 (-)</u>
<i>Contribution margin</i>	Rp. 720.000	Rp. 180
Biaya tetap	<u>Rp. 720.000 (-)</u>	
Laba bersih	<u>Rp. 0</u>	

Dengan memperhatikan makna titik impas dan *contribution margin* per unit, maka kita dapat menganalisis lebih lanjut bahwa setiap penjualan satu unit di atas titik impas akan memberi laba sebesar *contribution margin* per unit tersebut. Analisis seperti ini memudahkan manajer untuk merencanakan jumlah unit yang harus dijual di atas titik impas untuk mencapai sejumlah laba tertentu. Seandainya manajer merencanakan untuk mencapai laba Rp. 1.800., maka manajer akan menargetkan penjualan 10 unit di atas titik impas seperti contoh di bawah ini.

PT. ABC

LABA RUGI PRODUK

	Total	per Unit
Penjualan (4.010 unit)	Rp. 1.203.000	Rp. 300
Biaya variabel	<u>Rp. 481.200 (-)</u>	<u>Rp. 120 (-)</u>
<i>Contribution margin</i>	Rp. 721.800	Rp. 180
Biaya tetap	<u>Rp. 720.000 (-)</u>	
Laba bersih	<u>Rp. 1.800</u>	

Yang diperoleh dari laba yang diinginkan dibagi dengan *contribution margin* per unit, jadi Rp. 1800/180 yaitu 10 unit.

Analisis titik impas dapat dihitung dengan menggunakan metode persamaan (*equation method*) dan metode margin kontribusi (*contribution margin method*). Kedua metode tersebut ekuivalen. Adapun kedua metode tersebut adalah:

1. Metode persamaan (*equation method*)

Metode persamaan memanfaatkan data-data dari laporan laba rugi yang disusun dengan format berupa persamaan berikut :

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Penjualan} - (\text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap}) \\ \text{atau} \\ \text{Penjualan} &= \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba} \end{aligned}$$

Sumber : Garrison dan Noreen,2002:259

2. Metode margin kontribusi (*contribution margin method*)

Metode margin kontribusi pada dasarnya adalah metode singkat dari metode persamaan. Pendekatan ini memusatkan pada ide bahwa setiap unit yang terjual memberikan margin kontribusi yang dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap. Adapun formulanya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Titik impas (Unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi/Unit Penjualan}} \\ \text{Titik impas (Jual)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\ \text{Rasio margin kontribusi} &= \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Total Penjualan}} \end{aligned}$$

Sumber : Garrison dan Noreen,2002:259

Analisis biaya *volume* laba dapat digunakan untuk menentukan titik impas. Oleh karena dapat digunakan untuk menentukan titik impas, analisis ini sering disebut dengan analisis titik impas. Hal yang harus diperhatikan dalam analisis biaya *volume* laba adalah bahwa biaya diklasifikasikan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Laba ditentukan dengan persamaan sebagai berikut:

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

Untuk memberikan ilustrasi, maka dibuat suatu contoh. Misalnya data perusahaan PT. XYZ sebagai berikut (bersumber dari Sugiri, 2002:113):

Biaya tetap total selama 1 periode = Rp. 20.000

Biaya variabel per unit produk = Rp. 600

Harga jual produk per unit = Rp. 1.000

Jika X adalah jumlah unit produk yang dijual, maka laba yang diperoleh dengan menggunakan persamaan di atas adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba} = 1.000X - 600X - 20.000$$

Pada persamaan di atas, penjualan total adalah perkalian harga jual per unit dengan *volume* penjualan, yaitu 1.000X. Biaya variabel total adalah perkalian antara biaya variabel per unit dengan *volume* penjualan yaitu 600X. Adapun biaya tetap total adalah konstan Rp. 20.000 karena tidak tergantung pada *volume* penjualan. Dalam kondisi impas laba adalah nol (0) sebagai berikut:

$$0 = 1.000X - 600X - 20.000$$

Jadi X (penjualan) pada titik impas dapat dicari dengan menyelesaikan persamaan di atas sebagai berikut:

$$20.000 = 400X$$

$$X = 20.000/400$$

$$X = 50$$

Jadi impas tercapai pada *volume* penjualan sebanyak 50 unit produk. Ini terbukti dari perhitungan berikut:

Penjualan 50 unit @ Rp. 1.000	Rp. 50.000
Biaya variabel 50 unit @ Rp.600	<u>Rp. 30.000 (-)</u>
<i>Contribution margin</i>	Rp. 20.000
Biaya tetap	<u>Rp. 20.000 (-)</u>
Laba bersih	<u>Rp. 0</u>

Contribution margin dapat digunakan untuk menutup biaya tetap dan bila masih tersisa, maka sisanya merupakan laba. Jika manajemen ingin mengetahui kuantitas penjualan impas, maka ia harus sadar bahwa *contribution margin* total jumlahnya harus sama dengan biaya tetap total. Keadaan ini akan tercapai bila kuantitas penjualan adalah sebanyak biaya tetap total dibagi dengan *contribution margin* (CM) per unit. Adapun formulanya sebagai berikut:

$$\text{Titik impas} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM per Unit}}$$

Sumber :Sugiri, 2002:114

Dari contoh PT. XYZ di atas, maka dapat dihitung titik impasnya yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Titik impas} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Contribution margin/Unit Penjualan})} \\ \text{Titik impas} &= \frac{20.000}{(20.000/50 \text{ unit})} \end{aligned}$$

$$\text{Titik impas} = 50 \text{ unit}$$

Setiap tambahan satu unit produk yang terjual di atas titik impas, maka laba akan bertambah sebesar *contribution margin* per unit produk seperti berikut:

Penjualan 51 unit @ Rp. 1.000	Rp. 51.000
Biaya variabel 51 unit @ Rp.600	<u>Rp. 30.600 (-)</u>
<i>Contribution margin</i>	Rp. 20.400
Biaya tetap	<u>Rp. 20.000 (-)</u>
Laba bersih	<u>Rp. 400</u>

Pendekatan persamaan dan *contribution margin* per unit yang telah diuraikan di atas menghitung titik impas dan tingkat dalam unit produk yang terjual. Akan tetapi, *volume* penjualan tidak selalu diukur dalam unit produk. Oleh karena itu, harus menggunakan *contribution margin ratio* yang merupakan perbandingan antara *contribution margin* dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan persentase tiap satuan rupiah penjualan yang dapat digunakan untuk menutup biaya tetap dan laba. Dengan demikian, formula *contribution margin ratio* adalah:

$$\text{Contribution margin ratio} = \frac{\text{Contribution margin}}{\text{Penjualan}}$$

Sehingga formula titik impas adalah sebagai berikut:

$$\text{Titik impas} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution margin ratio}}$$

Pada contoh PT. XYZ di atas, maka *contribution margin ratio* diperoleh sebesar 40% yang diperoleh dari:

$$\text{Contribution margin ratio} = \frac{\text{Contribution margin}}{\text{Penjualan}}$$

$$\text{Contribution margin ratio} = \frac{20.000}{50.000}$$

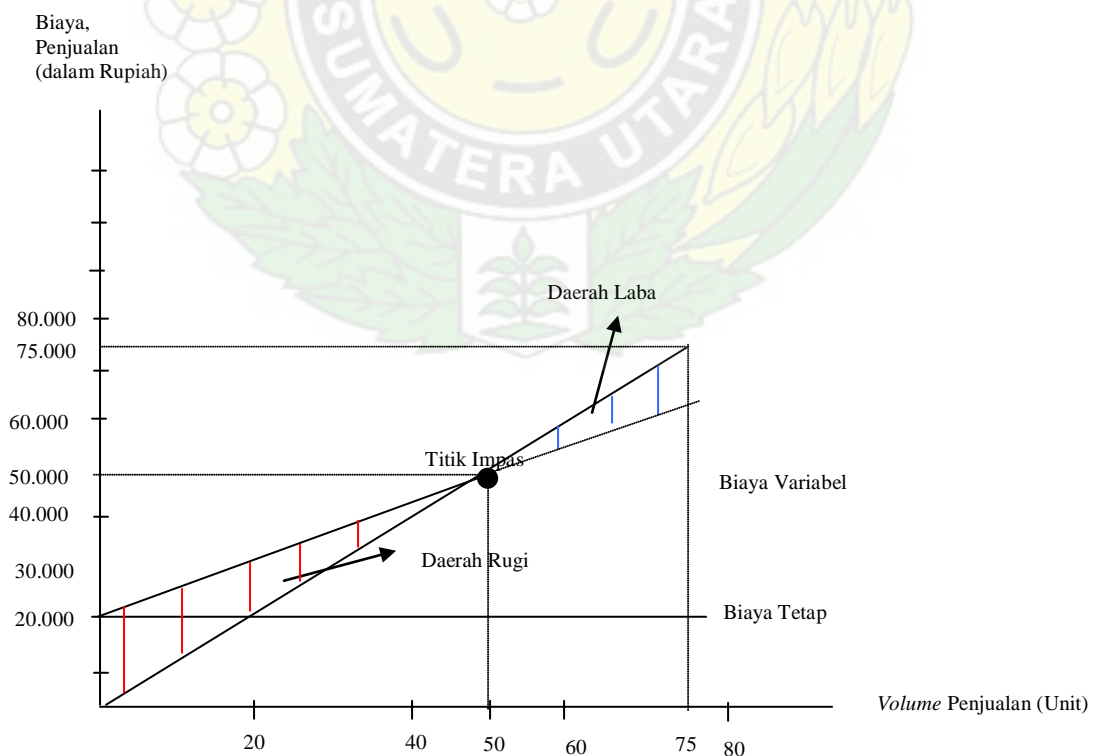
$$\text{Contribution margin ratio} = 0,4 \text{ atau } 40\%$$

Sehingga titik impas dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Titik impas} = \frac{20.000}{0,4}$$

$$\text{Titik impas} = \text{Rp. } 50.000$$

Adapun data transaksi PT. XYZ jika digambarkan dalam bentuk grafik seperti pada Gambar 2.1. berikut:



Gambar 2.1. Grafik Analisis Biaya Volume Laba

Aktiva perusahaan diinvestasikan dengan tujuan untuk memperoleh laba. Laba yang diharapkan dari investasi tersebut disebut dengan target laba. Analisis biaya *volume* laba dapat digunakan sebagai alat untuk menghitung jumlah unit produk yang seharusnya dijual agar perusahaan dapat memperoleh sejumlah target laba tertentu.

Adapun formula yang digunakan adalah:

$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Contribution margin per Unit}}$

Sumber :Sugiri, 2002:119

Dari contoh PT. XYZ di atas, misalnya perusahaan ini merencanakan laba bersih sebesar Rp. 10.000, maka penjualan yang harus direncanakan agar sesuai dengan target ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Penjualan} = \frac{20.000 + 10.000}{400}$$

$$\text{Penjualan} = 75 \text{ unit}$$

Dengan demikian, PT. XYZ harus menjual sebanyak 75 unit atau Rp. 75.000 (75 unit x Harga Jual) untuk mencapai target laba sebesar Rp. 10.000.

Jika dikaji ulang apakah penjualan 75 unit dapat mencapai target laba Rp. 10.000 yaitu:

Penjualan 75 unit @ Rp. 1.000	Rp. 75.000
Biaya variabel 75 unit @ Rp.600	<u>Rp. 45.000</u> (-)
<i>Contribution margin</i>	Rp. 30.000
Biaya tetap	<u>Rp. 20.000</u> (-)

Laba bersih

Rp.10.000

Dari perhitungan di atas, maka dapat dibuktikan bahwa jika perusahaan menjual sebanyak 75 unit, maka akan diperoleh laba bersih sebesar Rp. 10.000.

D. Kegunaan Biaya *Volume* Laba Dalam Penentuan Target Laba

Dengan menggunakan konsep perhitungan biaya *volume* laba yang telah diuraikan di atas, akuntan dapat menyediakan informasi yang berguna bagi manajemen untuk perencanaan dan penentuan target laba.

Dalam menghasilkan keakuratan target laba dengan analisis biaya *volume* laba, perusahaan perlu melakukan pengawasan faktor yang dapat mempengaruhi laba, yaitu biaya, harga jual dan *volume* (produksi atau penjualan). Biaya mempengaruhi laba perusahaan, dimana jika biaya perusahaan semakin tinggi, maka laba yang diperoleh semakin rendah. Harga jual mempengaruhi laba, dimana penentuan harga jual yang terlalu rendah akan menyebabkan laba yang diperoleh perusahaan tidak optimal dan penentuan harga jual yang terlalu tinggi akan menyebabkan laba yang diperoleh perusahaan menjadi kecil karena tidak dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menentukan harga jualnya yang lebih rendah. *Volume* penjualan mempengaruhi laba dimana semakin banyak *volume* penjualan perusahaan akan menyebabkan laba yang diperoleh perusahaan semakin besar dan sebaliknya. *Volume* produksi akan mempengaruhi laba dimana jika barang yang diproduksi berlebihan, maka biaya produksi perusahaan semakin meningkat dan laba yang diperoleh akan berkurang.

Target laba merupakan anggaran laba, dimana anggaran laba memuat taksiran laba atau rugi perusahaan selama periode anggaran. Anggaran ini disusun

dari anggaran operasi dan digunakan sebagai dasar perencanaan dan penentuan target laba. Dengan adanya anggaran laba, perusahaan dapat merencanakan strategi dan manajemen yang baik untuk mencapai laba tersebut. Hal ini disebabkan tujuan utama dari setiap perusahaan yang berorientasi pada laba adalah memperoleh laba yang memuaskan.

Nafarin (2004:12) mendefinisikan anggaran sebagai “suatu rencana keuangan periodik yang disusun berdasarkan program yang telah disahkan.”

Anthony dan Govindarajan (2005:3) mendefinisikan anggaran merupakan “alat penting untuk perencanaan dan pengendalian jangka pendek yang efektif dalam organisasi”.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa anggaran merupakan suatu perencanaan dan pengendalian keuangan yang disusun secara periodik dimana salah satunya adalah penentuan target laba.

Anggaran laba memuat taksiran laba atau rugi perusahaan selama periode anggaran. Anggaran ini disusun dari anggaran dan digunakan sebagai dasar perencanaan laba. Dengan adanya anggaran laba, perusahaan dapat merencanakan strategi dan manajemen yang baik untuk mencapai laba tersebut. Hal ini disebabkan tujuan utama dari setiap perusahaan yang berorientasi pada laba adalah memperoleh laba yang memuaskan. Oleh karena itu, laba merupakan tolak ukur yang penting atas efektivitas. Laba merupakan selisih antara pendapatan (ukuran *output*) dan biaya (ukuran *input*). Dengan demikian, laba mengukur efektivitas dan efisiensi. Ketika ukuran tersebut tidak ada, maka perlu untuk

mengklasifikasikan ukuran kinerja sebagai ukuran yang berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi.

Adapun cara pemanfaatan hasil biaya *volume* laba ke dalam anggaran yaitu:

1. Dalam penentuan anggaran pada periode yang akan datang, perusahaan dapat melihat hasil analisis perhitungan biaya *volume* laba, apakah target laba yang direncanakan sudah tercapai atau tidak.
2. Dengan demikian, hasil analisis perhitungan biaya *volume* laba dapat digunakan sebagai acuan dalam penentuan anggaran pada periode yang akan datang.

Dalam memanfaatkan kegunaan biaya *volume* laba dalam penentuan target laba, maka perusahaan juga harus:

1. Merencanakan tindakan dan manajemen yang tepat agar target laba dapat tercapai.
2. Mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas dari beberapa bagian organisasi yang mendukung target laba.
3. Mengkomunikasikan dan mengevaluasi informasi yang diperlukan dalam target laba, seperti harga jual, biaya dan *volume* penjualan.
4. Memutuskan tindakan apa yang seharusnya diambil jika terdapat penyimpangan target laba.
5. Mengubah tindakan dan manajemen perusahaan termasuk perilaku organisasi ke arah yang lebih baik sehingga masalah yang terjadi saat ini tidak terulang kembali di masa yang akan datang.

Dalam proses penyusunan anggaran, memerlukan tindakan pengambilan keputusan yang tepat dalam menentukan jumlah anggaran yang sesuai. Tujuan pengambilan keputusan ini adalah untuk memutuskan suatu masalah dengan pemilihan alternatif yang terbaik. Di dalam ruang lingkup perusahaan yang masih sederhana, secara relatif proses pengambilan keputusan bersifat sederhana. Akan tetapi, dalam ruang lingkup perusahaan yang sudah luas dengan aktivitas yang sudah kompleks, pengambilan keputusan akan menjadi lebih rumit.

Sugiri (2002:139) mendefinisikan pengambilan keputusan adalah “memilih salah satu di antara berbagai alternatif tindakan yang ada.”

Pemilihan ini biasanya menggunakan dasar ukuran tertentu, apakah profitabilitas atau penghematan biaya. Keputusan ini memerlukan informasi, dimana semakin tinggi kualitas informasi maka diharapkan semakin tinggi kualitas keputusan yang diambil. Sayangnya, informasi akuntansi manajemen hanyalah informasi kuantitatif. Padahal keputusan apa pun dalam dunia usaha mempertimbangkan faktor kualitatif. Faktor kualitatif antara lain kesan masyarakat, intuisi manajemen, tanggung jawab sosial, reaksi pelanggan, reaksi para pesaing, sikap karyawan dan lainnya.

Menurut Dermawan (2005:37), terdapat prosedur-prosedur dalam pengambilan keputusan antara lain:

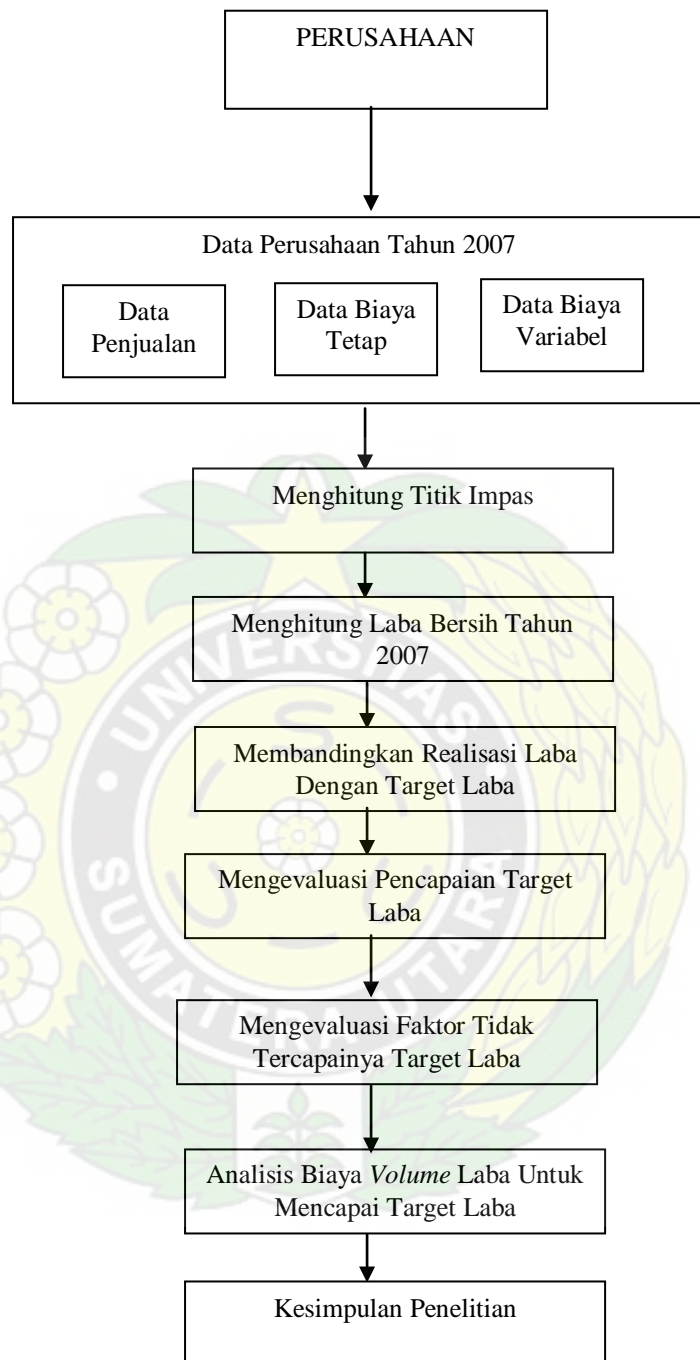
1. Mengetahui hakekat daripada masalah yang dihadapi, dengan perkataan lain mendefinisikan masalah yang dihadapi dengan setepat-tepatnya.
2. Mengumpulkan fakta-fakta dan data yang relevan.
3. Mengolah fakta-fakta dan data tersebut.
4. Menentukan beberapa alternatif yang mungkin ditempuh.
5. Memilih cara pemecahan dari alternatif-alternatif yang telah diolah dengan matang.
6. Memutuskan tindakan apa yang hendak dilakukan.

7. Menilai hasil-hasil yang diperoleh sebagai akibat daripada keputusan yang telah diambil.

Keputusan yang dapat diambil sehubungan dengan informasi dari biaya *volume* laba dalam penentuan target laba adalah jika perencanaan laba tidak sesuai dengan realisasi, maka perusahaan dapat menentukan beberapa alternatif yang mungkin ditempuh untuk mencari solusinya, mencari cara pemecahan dari alternatif-alternatif yang telah diolah dengan matang, memutuskan tindakan apa yang hendak dilakukan dan menilai hasil-hasil yang diperoleh sebagai akibat daripada keputusan yang telah diambil.

E. Kerangka Konseptual

Bagan proses analisis perhitungan biaya *volume* laba untuk mencapai target laba seperti pada Gambar 2.2. berikut:



Gambar 2.2. Kerangka Konseptual

Adapun penjelasan dari bagan prosedur di atas yaitu:

1. Mengumpulkan data penjualan, data biaya tetap dan biaya variabel tahun 2007.
2. Menghitung titik impas perusahaan tahun 2007.
3. Menghitung laba bersih yang dicapai pada tahun 2007.
4. Melakukan perbandingan realisasi laba dengan anggaran/target laba.
5. Melakukan evaluasi pencapaian target laba.
6. Mengevaluasi faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target laba pada perusahaan.
7. Menerapkan analisis biaya *volume* laba agar dapat diketahui *volume* penjualan yang harus ditempuh agar target laba tercapai.
8. Membuat kesimpulan penelitian.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian studi kasus, yaitu dengan pendekatan deskriptif berdasarkan teori yang mendukung tentang topik yang dibahas.

Lokasi penelitian berada di jalan Perbaungan No. 2-Q Medan dan jadwal penelitian dilakukan pada bulan September 2008.

B. Sumber dan Jenis Data

Sumber dan jenis data yang digunakan yaitu:

1. Data primer, yaitu data yang diproses dari hasil wawancara tentang objek penelitian dan data tersebut merupakan data yang belum diolah.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan dan data tersebut sudah diolah seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, data anggaran, data penjualan, data biaya tetap dan data biaya variabel perusahaan tahun 2007.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses penelitian dan penulisan skripsi, penulis menggunakan dua metode pendekatan dalam pengumpulan data dan keterangan yang berkaitan dengan judul skripsi, yaitu:

1. Teknik wawancara, yaitu dengan melakukan tanya jawab langsung dengan pihak yang kompeten dalam hal ini karyawan yang berwenang, yaitu bagian penjualan dan bagian akuntansi.
2. Teknik dokumentasi, yaitu mengadakan pengamatan langsung pada laporan penjualan, laporan biaya tetap dan laporan biaya variabel perusahaan.

D. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu metode yang menyusun dan mengklasifikasikan data yang diperoleh dari perusahaan kemudian diinterpretasikan dan dianalisis sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Data Penelitian

Data penelitian yang dilakukan meliputi gambaran umum perusahaan, data penjualan, biaya tetap dan biaya variabel perusahaan.

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Indoteras Sumatera Medan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan oli mesin untuk mesin mobil dengan merek Mesran. Perusahaan didirikan pada tahun 1995 oleh Bapak Alfin Chandra pada tanggal 25 Februari 1995 dengan akte pendirian No. 12 di depan Notaris Ruslan Efendy, SH. Lokasi perusahaan terletak di jalan Perbaungan No. 2-Q Medan.

Pada awal pendirian, perusahaan mengalami hambatan dalam penjualan karena rendahnya daya beli konsumen. Hal ini disebabkan kurang dikenalnya profil perusahaan di mata konsumen. Perusahaan melakukan serangkaian kegiatan seperti promosi dan hasilnya di awal tahun 2001, perusahaan ini mulai berkembang dan mulai dapat bersaing dengan perusahaan lain yang juga bergerak di bidang penjualan yang sama dan perusahaan mulai mendapatkan laba dengan banyaknya transaksi pembelian oleh konsumen. Perusahaan menyuplai oli mesin dari Jakarta dan dijual ke Medan, Aceh, dan Pekanbaru.

Merek dan jenis oli mesin yang dijual perusahaan yaitu Mesran Super, Mesran 40, Mesran B40 dan Mesran Prima XP.

Tujuan didirikannya perusahaan ini adalah untuk:

1. Memperoleh keuntungan.
2. Memasarkan dan memperkenalkan produk oli mesin ke Wilayah Sumatera Utara, khususnya Medan, Aceh, dan Pekanbaru.
3. Membantu program pemerintah dalam menciptakan lowongan kerja.

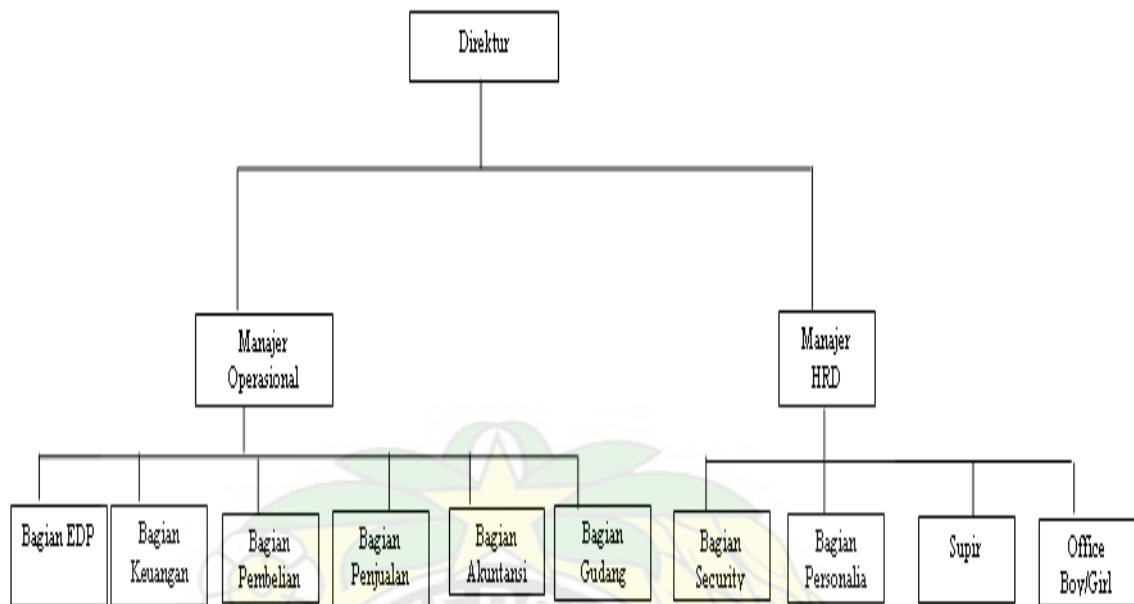
b. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan merupakan pola formal yang akan mempengaruhi sistem kerja dari perusahaan tersebut. Struktur organisasi yang baik harus dapat memisahkan antara fungsi, kedudukan, batas wewenang, tanggung jawab, serta kewajiban dari masing-masing karyawan, agar para karyawan mengetahui apa saja yang menjadi tugas dan tanggung jawab mereka.

PT. Indoteras Sumatera Medan membagi tugas masing-masing karyawannya dengan teratur agar tujuan perusahaan dapat terlaksana dengan baik.

PT. Indoteras Sumatera Medan menggunakan struktur organisasi lini/komando.

Bentuk struktur organisasi PT. Indoteras Sumatera Medan seperti pada Gambar 4.1 berikut.



Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Indoteras Sumatera Medan

Sumber : PT. Indoteras Sumatera Medan

Adapun pembagian kerja dan uraian tugas dalam struktur organisasi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Direktur, bertugas:

- a. Memimpin dan menjalankan perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan.
- b. Membuat rencana anggaran perusahaan.
- c. Menyusun rencana kerja.
- d. Menerima laporan hasil kerja karyawan.
- e. Mengatur cara kerja karyawan untuk mencapai efisiensi kerja di perusahaan.

2. Manajer Operasional, bertugas:
 - a. Mengatur proses kerja bagian keuangan, bagian pembelian, bagian penjualan bagian akuntansi dan bagian gudang.
 - b. Memeriksa kembali laporan yang diberikan bawahannya sebelum disajikan kepada direktur perusahaan.
 - c. Bertanggung jawab atas pengendalian intern persediaan.
3. Bagian EDP (*Electronic Data Processing*), bertugas:
 - a. Membentuk sistem jaringan komputer perusahaan.
 - b. Memelihara sistem jaringan komputer perusahaan.
 - c. Merancang perangkat lunak/aplikasi untuk mengolah data akuntansi perusahaan yang berbasis jaringan.
 - d. Memberikan pelatihan (*training*) dalam menggunakan perangkat lunak yang dirancang.
4. Bagian Keuangan, bertugas:
 - a. Mencatat data penerimaan kas dan pengeluaran kas.
 - b. Bertanggung jawab atas penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan.
 - c. Membuat laporan kas harian.
 - d. Memeriksa rekening di bank.
 - e. Membuat laporan keuangan.
5. Bagian Pembelian, bertugas:
 - a. Memilih *supplier* yang sesuai dengan perusahaan.
 - b. Melakukan pemesanan barang.
 - c. Melakukan transaksi pembelian dengan *supplier*.

- d. Melakukan retur pembelian jika barang yang dibeli rusak.
 - e. Membuat laporan pembelian dan laporan retur pembelian.
6. Bagian Penjualan, bertugas:
- a. Menjelaskan produk komputer yang dijual perusahaan.
 - b. Menerima pesanan pembelian dari *customer*.
 - c. Memberikan informasi barang yang akan dijual kepada *customer*.
 - d. Mencatat data *customer* yang akan membeli.
 - e. Melakukan transaksi penjualan dengan *customer*.
 - f. Mencatat data retur penjualan.
 - g. Membuat laporan penjualan dan laporan retur penjualan.
7. Bagian Akuntansi, bertugas:
- a. Mencatat data pengeluaran biaya tetap dan biaya variabel.
 - b. Mengaudit kembali laporan yang diberikan bagian keuangan, bagian pembelian, bagian penjualan dan bagian gudang.
 - c. Membantu bagian gudang dalam melakukan perhitungan fisik barang.
 - d. Melaporkan hasil audit pembukuan kepada manajer operasional.
8. Bagian Gudang, bertugas:
- a. Mengeluarkan barang yang dibeli oleh *customer*
 - b. Memasukkan barang yang dibeli dari *supplier*.
 - c. Melakukan pendataan persediaan barang di gudang.
 - d. Bertanggung jawab atas persediaan barang-barang di gudang.
 - e. Membuat laporan persediaan barang dan disajikan kepada manajer operasional dan bagian akuntansi.

9. Manajer HRD (*Human Resources Department*), bertugas:
- a. Mengatur proses kerja bagian *security*, bagian personalia, supir dan *office boy/girl*.
 - b. Bertanggung jawab atas kesejahteraan karyawan.
 - c. Mempromosikan karyawan yang berprestasi.
 - d. Memberikan peringatan dan sanksi bagi karyawan yang melanggar ketentuan kerja perusahaan.
10. Bagian *Security*, bertugas:
- a. Bertanggung jawab atas keamanan perusahaan.
 - b. Membantu *customer* jika ada keperluan di dalam perusahaan.
11. Bagian Personalia, bertugas:
- a. Mencatat data absensi karyawan.
 - b. Membuat laporan absensi karyawan.
 - c. Melakukan perekrutan dan seleksi karyawan.
12. Bagian Supir, bertugas:
- a. Merawat keadaan mobil.
 - b. Mengantar barang yang dibeli *customer*.
 - c. Bertanggung jawab atas mobil inventaris.
13. *Office Boy/Girl*, bertugas:
- a. Membersihkan ruangan kantor setiap hari.
 - b. Menyiapkan minuman kepada masing-masing manajer dan tamu perusahaan.
 - c. Bertanggung jawab atas kebersihan dan kenyamanan perusahaan.

2. Data Penjualan, Biaya Tetap dan Biaya Variabel Perusahaan

Berikut ini akan diuraikan data penjualan, biaya tetap dan biaya variabel perusahaan tahun 2007.

Adapun data penjualan perusahaan tahun 2007 seperti pada Tabel 4.1. berikut:

Tabel 4.1. Data Penjualan Tahun 2007

Nama Barang	Qty	Harga Jual (Rp.)	Sub Total (Rp.)
Mesran Super	1.550	284.900	441.595.000
Mesran 40	1.610	206.800	332.948.000
Mesran B40	1.530	216.700	331.551.000
Mesran Prima XP	1.482	322.300	477.648.600
Total	6.172		1.583.742.600

Sumber : PT. Indoteras Sumatera Medan

Adapun data biaya tetap perusahaan tahun 2007 seperti pada Tabel 4.2. berikut:

Tabel 4.2. Data Biaya Tetap Tahun 2007

Nama Biaya	Jan-07	Feb-07	Mar-07	Apr-07	Mei-07	Jun-07	Jul-07	Agust-07	Sep-07	Okh-07	Nop-07	Des-07
Biaya Sewa Gedung	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000
Biaya Asuransi Perusahaan	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Biaya Papan Iklan Perusahaan	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Biaya Penyusutan Inventaris Ktr	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000	565.000
Biaya Keamanan Bulanan	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Biaya Sewa Bus Karyawan	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Total Biaya Tetap per Bulan	10.365.000	10.365.000	10.365.000	10.365.000	10.365.000	10.365.000	10.365.000	10.365.000	10.365.000	10.365.000	10.365.000	10.365.000
Total Biaya Tetap Keseluruhan	124.380.000											

Sumber : PT. Indoteras Sumatera Medan

Dari data biaya tetap perusahaan di atas, dapat diketahui bahwa total biaya tetap perusahaan tahun 2007 adalah sebesar Rp. 124.380.000.

Adapun data biaya variabel perusahaan tahun 2007 seperti pada Tabel 4.3. berikut:

Tabel 4.3. Data Biaya Variabel Tahun 2007

Nama Biaya	Jan-07	Feb-07	Mar-07	Apr-07	Mei-07	Jun-07	Jul-07	Agust-07	Sep-07	Okt-07	Nov-07	Des-07
Biaya Faksimile	350.000	410.000	400.000	460.000	450.000	500.000	450.000	480.000	540.000	500.000	450.000	450.000
Biaya Listrik	6.500.000	6.520.000	6.550.000	6.580.000	7.350.000	7.380.000	7.400.000	7.650.000	7.782.000	7.652.000	7.672.000	7.600.000
Biaya Air	950.000	1.125.000	1.250.000	1.212.000	1.145.000	1.256.000	1.252.000	1.212.000	1.155.500	1.232.000	1.150.000	1.225.000
Biaya Telepon	500.000	998.000	1.121.000	981.700	992.000	981.700	989.000	9.782.000	1.150.000	1.052.000	1.100.000	999.000
Biaya Keperluan Kantor	250.000	270.000	258.300	345.000	365.000	555.000	305.200	325.200	212.580	278.000	225.000	214.800
Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Ktr	300.000		325.000						652.500	525.000		
Total Biaya Variabel per Bulan	8.850.000	9.323.000	9.904.300	9.578.700	10.302.000	10.672.700	10.396.200	19.449.200	11.492.580	11.239.000	10.597.000	10.488.800
Total Biaya Tetap Keseluruhan	132.293.480											

Sumber : PT. Indoteras Sumatera Medan

Dari data biaya variabel perusahaan di atas, dapat diketahui bahwa total biaya variabel perusahaan tahun 2007 adalah sebesar Rp. 132.293.480.

B. Analisis Hasil Penelitian

Analisis hasil penelitian ini meliputi analisis biaya *volume* laba untuk mencapai target laba dan evaluasi pencapaian target laba pada perusahaan.

1. Analisis Biaya *Volume* Laba Untuk Mencapai Target Laba

Sebelum dilakukan analisis biaya *volume* laba untuk mencapai target laba, maka perlu diuraikan apakah pengklasifikasian biaya pada perusahaan sudah tepat atau tidak.

Dari pengklasifikasian biaya tetap dan biaya variabel perusahaan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa pengklasifikasian post biaya sudah tepat, dimana tidak terdapat post biaya yang salah.

Selain itu, perlu juga diuraikan target laba yang direncanakan perusahaan untuk dicapai pada tahun 2007, dimana dalam perencanaan target laba perusahaan meliputi perencanaan biaya tetap dan biaya variabel agar dapat diperoleh jumlah target laba.

Pada Tabel 4.4. akan diuraikan data perencanaan (anggaran) perusahaan pada tahun 2007 yaitu:

Tabel 4.4. Data Perencanaan Perusahaan Tahun 2007

No.	Nama Perencanaan	Jumlah (Rp.)
1	Perencanaan Penjualan	1.600.000.000
2	Perencanaan Biaya Tetap	120.000.000
3	Perencanaan Biaya Variabel	130.000.000
4	Target Laba Tahun 2007	1.350.000.000

Sumber : PT. Indoteras Sumatera Medan

Dari data perencanaan di atas, dapat diketahui bahwa target laba perusahaan tahun 2007 adalah sebesar Rp. 1.350.000.000, dengan perhitungan sebagai berikut:

Perencanaan Penjualan	= Rp. 1.600.000.000
Perencanaan Biaya Variabel	= Rp. 120.000.000
Perencanaan Biaya Tetap	= <u>Rp. 140.000.000</u> -
Target Laba	= Rp. 1.350.000.000

Setelah ditampilkan target laba yang ingin dicapai perusahaan tahun 2007, maka berikut ini penulis akan membuat perhitungan laba bersih realitas perusahaan tahun 2007 dengan menguraikan perhitungan laba bersih untuk setiap produk yang dijual perusahaan.

Berikut ini akan diuraikan data biaya variabel yang dibebankan untuk masing-masing produk seperti pada Tabel 4.5. berikut:

Tabel 4.5. Data Biaya Variabel Masing-Masing Produk

Nama Produk	Jumlah (Rp.)
Mesran Super	33.223.411
Mesran 40	34.509.479
Mesran B40	32.794.722
Mesran Prima XP	31.765.868
Total Rp.	132.293.480

Sumber : Penulis

Adapun cara pembebanan biaya variabel untuk masing-masing produk yang dijual perusahaan misalnya pada produk Mesran Super, jumlah biaya variabel sebesar Rp. 33.223.411 diperoleh dengan perhitungan:

$$\text{Biaya Variabel Produk} = \left[\frac{\text{Jumlah Penjualan Produk Mesran Super}}{\text{Total Seluruh Unit Penjualan}} \right] \times \text{Total Biaya Variabel}$$

$$\text{Biaya Variabel Produk} = \left[\frac{1.550 \text{ unit}}{6.172 \text{ unit}} \right] \times \text{Rp. } 132.293.480$$

Biaya Variabel Produk = Rp. 33.223.411

Total biaya variabel untuk masing-masing produk adalah sebesar total biaya variabel perusahaan tahun 2007 yaitu Rp. 132.293.480.

Setelah dilakukan perhitungan, maka laba bersih perusahaan tahun 2007 dapat dihitung seperti pada Tabel 4.6. berikut:

Tabel 4.6. Data Laba Bersih Tahun 2007

	Nama Produk				Total Rp.
	Mesran Super	Mesran 40	Mesran B40	Mesran Prima XP	
Penjualan	441.595.000	332.948.000	331.551.000	477.648.600	1.583.742.600
Biaya Perusahaan					
- Biaya Tetap	124.380.000	124.380.000	124.380.000	124.380.000	124.380.000
- Biaya Variabel	33.223.411	34.509.479	32.794.722	31.765.868	132.293.480
Total Biaya Perusahaan	157.603.411	158.889.479	157.174.722	156.145.868	256.673.480
Laba Bersih Produk Rp.	283.991.589	174.058.521	174.376.278	321.502.732	1.327.069.120
Total Laba Bersih Rp.	1.327.069.120				

Sumber : Penulis

Adapun cara perhitungan di atas adalah:

1. Perhitungan laba bersih

Misalnya laba bersih produk Mesran Super di tahun 2007 adalah sebesar Rp.

283.991.589 yang diperoleh dari:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Penjualan} - (\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel})$$

$$\text{Laba Bersih} = \text{Rp. } 441.595.000 - (\text{Rp. } 124.380.000 + \text{Rp. } 33.223.411)$$

$$\text{Laba Bersih} = \text{Rp. } 283.991.589$$

2. Total laba bersih perusahaan pada tahun 2007 secara keseluruhan adalah Rp.

1.327.069.120 yang diperoleh dari total laba bersih untuk keempat produk yang dijual perusahaan.

3. Penjualan diambil dari total penjualan masing-masing produk tahun 2007.
4. Biaya tetap sebesar Rp. 248.294.609 diambil dari total biaya tetap dari bulan Januari 2007 sampai Desember 2007.
5. Biaya variabel diambil dari total biaya variabel per produk tahun 2007.

Dari perhitungan laba bersih perusahaan tahun 2007 di atas, maka dapat diketahui bahwa:

1. Produk Mesran Prima XP menghasilkan laba bersih yang paling tinggi dibandingkan dengan produk yang lain.
2. Produk Mesran 40 menghasilkan laba bersih yang paling kecil dibandingkan dengan produk yang lain.
3. Total laba bersih perusahaan tahun 2007 adalah sebesar Rp. 1.327.069.120.

Berikut ini akan diuraikan perhitungan titik impas perusahaan dengan cara:

$$\text{Titik Impas} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{C/M Ratio}}$$

$$\text{Contribution Margin (C/M) Ratio} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}}$$

$$\text{Contribution Margin (C/M) Ratio} = \frac{\text{Rp. 1.202.689.120}}{\text{Rp. 1.583.742.600}}$$

$$\text{Contribution Margin (C/M) Ratio} = 0.8$$

Penjualan sebesar Rp. 1.583.742.600 adalah total penjualan untuk keempat produk yang dijual perusahaan.

Nilai *contribution margin* sebesar Rp. 1.202.689.120 diperoleh dari:

$$\text{Contribution Margin} = \text{Total Laba Bersih} - \text{Total Biaya Tetap}$$

Contribution Margin = Rp. 1.327.069.120 - Rp. 124.380.000

Contribution Margin = Rp. 1.202.689.120

Sehingga titik impas dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Titik Impas} = \frac{\text{Rp. 124.380.000}}{0.8}$$

$$\text{Titik Impas} = \text{Rp.155.475.000}$$

Dari perhitungan ini, dapat diketahui bahwa total penjualan minimum perusahaan adalah sebesar Rp. 155.475.000, dimana jika total penjualan perusahaan di bawah titik impas, perusahaan akan mengalami kerugian. Total penjualan perusahaan adalah sebesar Rp. 1.583.742.600 dan berada di atas titik impas.

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa laba bersih perusahaan adalah sebesar Rp. 1.327.069.120 dan tidak mencapai target laba yang diinginkan sebesar Rp. 1.350.000.000.

Jika perusahaan ingin mencapai target laba tersebut, maka *volume* penjualan yang harus ditempuh perusahaan dapat dihitung dengan cara:

$$\text{Penjualan} = \frac{(\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba})}{(\text{Contribution Margin/Total Unit Penjualan})}$$

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Rp. 124.380.000} + \text{Rp. 1.350.000.000}}{(\text{Rp. 1.202.689.120} / 6.172 \text{ unit})}$$

$$\text{Penjualan} = 7.566 \text{ unit}$$

Total unit penjualan harus sebesar 7.566 unit agar target laba sebesar Rp. 1.350.000.000 dapat tercapai. Dengan demikian analisis biaya *volume* laba dapat membantu perusahaan dalam penentuan target laba.

2. Evaluasi Pencapaian Target Laba pada Perusahaan

Faktor utama yang menyebabkan target laba perusahaan tidak tercapai adalah adanya penyimpangan perencanaan dengan realisasi. Pada Tabel 4.7. akan dilakukan perbandingan:

Tabel 4.7. Perbandingan Perencanaan Dengan Realisasi

No.	Nama Perencanaan	Perencanaan (Rp.)	Realisasi (Rp.)	Selisih (Rp.)
1	Perencanaan Penjualan	1.600.000.000	1.583.742.600	16.257.400
2	Perencanaan Biaya Tetap	120.000.000	124.380.000	(4.380.000)
3	Perencanaan Biaya Variabel	130.000.000	132.293.480	(2.293.480)
4	Laba Tahun 2007	1.350.000.000	1.327.069.120	22.930.880

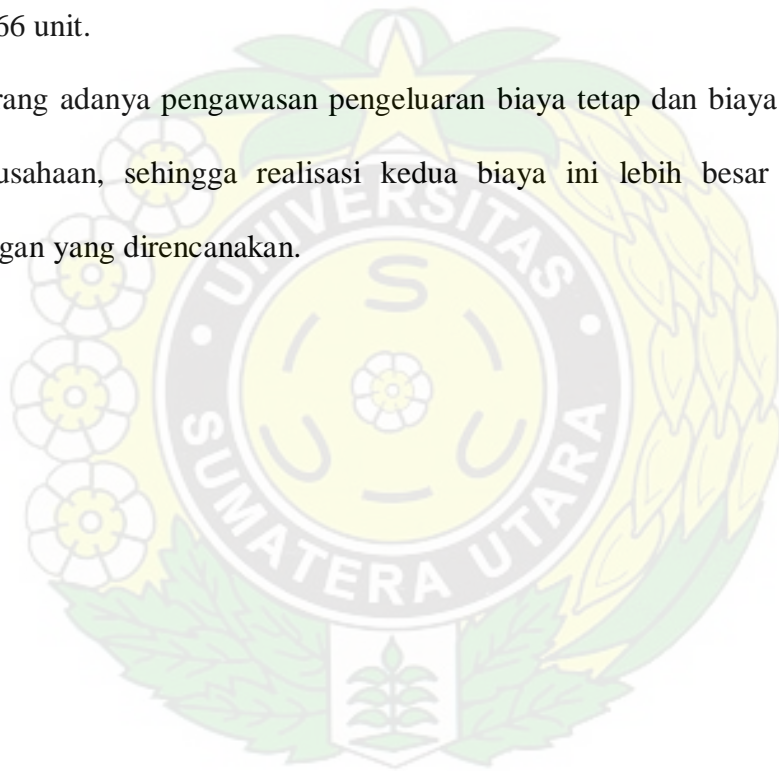
Sumber : Penulis

Dari perbandingan di atas, dapat dievaluasi bahwa:

1. Terjadi selisih target laba yang direncanakan perusahaan dengan realisasi sebesar Rp. 22.930.880.
2. Tidak tercapainya target laba tentunya akan menyebabkan jumlah perencanaan penjualan dengan realisasi penjualan juga berbeda, yaitu terjadi selisih sebesar Rp. 16.257.400.
3. Jumlah realisasi biaya tetap lebih besar dari perencanaan yang ditentukan yaitu terjadi selisih sebesar Rp. 4.380.000.
4. Jumlah realisasi biaya variabel lebih besar dari perencanaan yang ditentukan yaitu terjadi selisih sebesar Rp. 2.293.480.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target laba pada perusahaan adalah:

1. Kurang maksimalnya fungsi penjualan pada perusahaan sehingga jumlah penjualan tidak relevan dengan jumlah perencanaan penjualan, dimana realisasi *volume* penjualan pada perusahaan hanya sebesar 6.172 unit sedangkan untuk mencapai target laba, perusahaan perlu menjual sebanyak 7.566 unit.
2. Kurang adanya pengawasan pengeluaran biaya tetap dan biaya variabel pada perusahaan, sehingga realisasi kedua biaya ini lebih besar dibandingkan dengan yang direncanakan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

4. Penjualan perusahaan berada di atas titik impas.
5. Target laba yang direncanakan PT. Indoteras Sumatera Medan tidak tercapai.
6. Berdasarkan analisis hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa:
 - a. Terjadi selisih target laba yang direncanakan perusahaan dengan realisasi sebesar Rp. 22.930.880.
 - b. Terjadi selisih perencanaan penjualan dengan realisasi penjualan sebesar Rp. 16.257.400.
 - c. Terjadi selisih perencanaan biaya tetap dengan realisasi biaya tetap sebesar Rp. 4.380.000.
 - d. Terjadi selisih perencanaan biaya variabel dengan realisasi biaya variabel sebesar Rp. 2.293.480.
7. Untuk mencapai target laba yang direncanakan, perusahaan perlu menjual sebanyak 7.566 unit.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran guna memecahkan persoalan yang dihadapi PT. Indoteras Sumatera Medan, yang

juga mungkin berguna bagi semua pihak. Adapun saran-saran yang penulis kemukakan terhadap perusahaan ini adalah:

5. Fungsi penjualan pada perusahaan perlu ditingkatkan sehingga *volume* penjualan dapat meningkat, seperti meningkatkan *knowledge* bagian penjualan, memperbanyak kegiatan promosi dan lainnya.
6. Pengeluaran biaya tetap dan biaya variabel pada perusahaan perlu diawasi sehingga pengeluaran biaya dapat terarah dan sesuai kebutuhan.
7. Perusahaan perlu mengkaji ulang angka yang lebih realistis dalam perencanaan jumlah target laba dengan melakukan evaluasi terhadap pencapaian target laba pada periode yang lalu.
8. Perusahaan perlu mengambil keputusan yang tepat dari beberapa alternatif tindakan yang dapat dilakukan seperti penurunan harga jual, pengurangan biaya tetap dan variabel dan lainnya dalam memperbaiki manajemen perusahaan sehingga dapat terealisasi target laba yang diinginkan.



