
ANALISIS COST VOLUME PROFIT (CVP) DALAM UPAYA MERENCANAKAN LABA (STUDI KASUS PADA BUSINESS UNIT INDOOR AIR QUALITY PT XYZ)

Sudaryono¹, Sri Sapto Darmawati², Mujiyani³, Mulatsih⁴

¹Universitas Gunadarma

²Universitas Gunadarma

³Universitas Gunadarma

⁴Universitas Gunadarma

Email: daryono@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui dan menganalisis perencanaan laba dengan menggunakan analisis Cost Volume Profit (CVP) pada Business Unit Indoor Air Quality (BU IAQ) PT XYZ. Metode analisis data yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan sumber data sekunder yang diperoleh dari informasi laporan keuangan tahunan pada Business Unit Indoor Air Quality (BU IAQ) dari tahun 2019-2022. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada analisis Cost Volume Profit yang diantaranya Contribution Margin, Break Even Point, Margin of Safety, serta analisis target laba menggunakan metode Least Square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalam konteks PT XYZ, efisiensi pengolahan biaya masih menjadi tantangan, terutama dalam mengendalikan biaya variabel yang sering mengalami peningkatan setiap periodenya. Meskipun biaya tetap menurun, perusahaan perlu fokus pada pengurangan biaya variabel untuk meningkatkan laba. Strategi perencanaan laba tahun 2023 mencakup peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran yang berfokus pada kepuasan pelanggan dan kualitas produk. Peningkatan dan pemertahanan pelanggan baru menjadi kunci dalam meningkatkan produksi dan kinerja perusahaan. Analisis Cost Volume Profit (CVP) akan mempermudah manajer dalam mengevaluasi pengaruhnya pada perubahan biaya variabel maupun tetap terhadap total biaya, volume penjualan, dan laba, yang esensial untuk pengambilan keputusan dalam mencapai target penjualan yang menguntungkan dan menghindari risiko kerugian.

Kata Kunci: *Analisis Cost Volume Profit*

Abstract

This study aims to determine and analyze profit planning using Cost Volume Profit (CVP) analysis in the Indoor Air Quality (BU IAQ) Business Unit PT XYZ. The data analysis method used by this study is descriptive. The type of data used is quantitative data with secondary data sources obtained from annual financial statement information at the Business Unit Indoor Air Quality (BU IAQ) from 2019-2022. The sampling technique in this study uses elements contained in the Cost Volume Profit analysis which include Contribution Margin, Break Even Point, Margin of Safety, and profit target analysis using the Least Square method. The results showed that in the context of PT XYZ, cost processing efficiency is still a challenge, especially in variable costs that often increase every period. Although fixed costs are declining, companies need to focus on reducing variable costs to increase profits. The 2023 profit planning strategy includes increasing sales through marketing strategies that focus on

customer satisfaction and product quality. Increasing and retaining new customers is key in improving production and company performance. Cost Volume Profit (CVP) analysis will make it easier for managers to evaluate the effect of changes in variable and fixed costs on total costs, sales volume, and profits, which are essential for decision making to achieve profitable sales targets and avoid the risk of loss.

Keywords: Cost Volume Profit Analisis

A. PENDAHULUAN

Di era revolusi industri yang semakin progresif saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Banyak bermunculan perusahaan-perusahaan dengan berbagai macam produk yang ditawarkannya sehingga perusahaan diharuskan selalu berkembang agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya khususnya dalam perusahaan yang memiliki bidang yang sejenis. Pelaku usaha harus mampu mengelola permasalahan yang dihadapinya dengan baik agar tetap mampu bersaing dengan kompetitornya. Manajemen harus bisa membuat keputusan yang strategis untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam proses membuat keputusan yang tepat, maka manajer harus memantau aspek finansial dan non finansial yang berjalan sesuai pedoman perencanaan yang mencakup seluruh tahapan pada tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan keseluruhan perusahaan adalah mencapai keuntungan maksimal. Upaya dalam mencapai target perusahaan maka peran utama yaitu dalam manajemen mampu mengelola dan mengatur fasilitas dari perusahaan.

Pada hakikatnya setiap perusahaan akan dibentuk semaksimal mungkin sehingga mempunyai tujuan dan sasaran perusahaan agar memperoleh laba sebesar-besarnya dan perusahaan akan semakin berkembang. Seiringnya berjalan waktu, dalam dunia bisnis perusahaan-perusahaan akan semakin berkembang sehingga persaingan bisnis akan semakin ketat, maka dari itu perusahaan perlu perencanaan laba dan memilih keputusan manajemen yang tepat agar bertahan pada kompetitif ini dalam dunia bisnis. Selain itu, manfaat perencanaan serta pemilihan dalam suatu keputusan yang tepat, dapat memperkirakan besarnya suatu timbal balik dari modal yang dikeluarkan perusahaan, sehingga laba yang sudah didapatkan akan maksimal (Lengkong, 2022)

Setiap bisnis mempunyai tujuan, yaitu keuntungan. Perencanaan yang baik dari pihak manajemen dapat digunakan untuk memperkirakan keuntungan yang maksimal yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan. Untuk Upaya yang dilakukan agar mendapatkan profit secara optimal yang sudah direncanakan serta diterapkannya yang sudah mencapai sasaran dari perencanaan dalam suatu laba, hal yang harus dilakukan oleh pihak manajemen yang dikemukakan oleh Iswara dan Susanti (2017) sebagai berikut:

- 1) Mempertahankan harga dan volume penjualan yang sudah tepat tetapi harus meminimalkan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan dalam memproduksi penjualannya.
- 2) Mendapatkan laba harus sesuai target dengan cara menetapkan tingkat harga produk yang dijualnya.
- 3) Melakukan penambahan dalam penjualan secara maksimal.

Ketiga unsur dari upaya pihak manajemen, hal ini akan menjadi satu yang terpadu untuk perencanaan dalam membuat hasil keputusan untuk tahun-tahun berikutnya, sehingga masing-masing unsur dari upaya pihak manajemen wajib dilaksanakan. Cara untuk melakukan perencanaan untuk keuntungan, yang harus dilakukan manajemen yaitu dengan mengevaluasi aspek-aspek sekitar yang berdampak pada laba seperti, harga jual, biaya-biaya yang dikeluarkan, volume penjualan, dan lain-lain.

Yanto (2020) mengemukakan bahwa analisis dengan menggunakan Cost Volume Profit merupakan salah satu cara dalam mengkaitkan antara laba, biaya, dan volume yang terdapat di perusahaan. Hal terpenting yang harus diketahui dalam menganalisis biaya volume laba adalah alat bantu dalam melakukan analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berdampak pada laba yang terus mengalami perubahan akan diprioritaskan terhadap berubahnya ukuran volume penjualan serta biaya tetap dan variabel, serta pembauran dalam penjualan produknya. Analisis biaya volume laba bermanfaat karena akan membantu manajemen dalam membuat keputusan dalam kegiatan perusahaannya, sehingga manajemen mampu mengidentifikasi pengaruhnya dari pengambilan keputusan tersebut terkait tingkat harga produk, volume penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan operasional perusahaan yang akan menghasilkan suatu perkiraan laba yang terstruktur untuk tahun berikutnya.

Salah satu perusahaan manufaktur di bidang elektronik di Indonesia adalah PT XYZ. Perusahaan ini memproduksi peralatan rumah tangga, antara lain pompa air, AC, lemari es, mesin cuci, kipas angin, serta perlengkapan audio dan video. Business Unit Indoor Air Quality (BU IAQ) merupakan divisi yang memproduksi produk kipas angin. Selama empat tahun terakhir, BU IAQ mengalami penurunan laba yang cukup signifikan, terutama pada tahun 2021-2022. Penyebab penurunan tersebut karena total pendapatan perseroan menurun dan biaya operasional yang dikeluarkan dalam aktivitas produksi meningkat. Apabila perusahaan tidak sanggup dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lainnya seperti dengan perusahaan lain yang bidang yang sejenisnya, perusahaan akan tidak mampu mempertahankan keberadaannya karena perusahaan elektronik di Indonesia sudah cukup banyak. Pimpinan di dalam perusahaan harus bisa mengelola biaya-biaya yang harus dikeluarkan terkait dengan aktivitas operasional dari perusahaan secara efektif agar produk yang dihasilkan dapat mengatasipersaingan harga yang sudah beredar di pasar. Jika memiliki tingkat harga pada produk yang kompetitif di pasaran, maka akan memiliki peluang dimana konsumen akan memilih membeli produk yang diproduksi dari PT XYZ. Dalam proses perencanaan untuk mencapai tujuan perusahaan, manajemen harus melakukan analisis terhadap laporan keuangan yang disusun pada periode sebelumnya. Dalam hal ini, manajemen dapat menggunakan metode Cost Volume Profit agar analisis dari sejumlah faktor seperti pendapatan dan biaya variabel dan tetap yang akan mempengaruhi pencapaian tujuan keuntungan. Bisnis yang melakukan analisis dengan menggunakan analisis Cost Volume Profit (CVP) akan mendapatkan banyak manfaat, seperti kemampuan mengetahui volume penjualan minimum yang harus dicapai bisnis agar tidak mengalami kerugian, serta kejelasan kebijakan perusahaan. target. untuk memudahkan manajer mengambil keputusan.

Tabel 1
Total Penjualan, Biaya Variabel dan Biaya Tetap, dan Laba/Rugi Business Unit
Indoor Air Quality (BU IAQ) PT XYZ
Tahun 2019-2022
(Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan	Biaya Variabel	Biaya Tetap	Laba/Rugi
2019	1.040.670,00	710.200,00	244.463,00	86.007,00
2020	970.664,00	657.062,00	227.668,00	86.498,00
2021	949.712,00	727.441,00	205.425,00	17.030,00
2022	926.408,00	734.763,00	192.965,00	34.685,00

Sumber : Laporan Keuangan BU IAQ PT XYZ, data diolah 2023

Berdasarkan tabel berikut (Tabel 1.), mencerminkan kinerja keuangan perusahaan selama empat tahun terakhir. Pada periode ini terjadi fluktuasi yang cukup signifikan dibandingkan periode-periode sebelumnya, karena adanya pandemi COVID-19 pada tahun

2020 yang memaksa dunia usaha untuk menghentikan segala jenis kegiatan yang menyebabkan terjadinya kerumunan orang dalam jumlah besar. Meski banyak berfluktuasi, angka penjualan yang dibukukan perseroan masih cenderung stabil. Sedangkan dari segi biaya, biaya variabel perusahaan juga berbeda namun tidak sesuai dengan perubahan pendapatan. Pada tahun 2019, biaya variabel sebesar Rp 710.200 dan meningkat menjadi Rp 734.763 pada tahun 2022, meskipun penjualan pada tahun tersebut lebih rendah. Biaya tetap sedikit berfluktuasi namun secara umum cenderung stabil. Namun biaya tetap tampaknya turut berperan dalam mempengaruhi laba bersih perseroan yang berfluktuasi antara Rp 17.030 hingga Rp 86.498 selama empat tahun terakhir. Terlihat pada tahun 2021, laba perseroan turun signifikan menjadi Rp 17.030 meski pendapatannya tergolong tinggi.

Dilihat dari latar belakang yang sudah dipaparkan, maka penelitian ini akan memperhitungkan dalam perencanaan dari laba itu sendiri dengan menghitung metode Cost Volume Profit (CVP), yang mana fokus penelitian ini adalah unit bisnis kualitas produk produk udara dalam ruangan PT XYZ.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen adalah salah satu bagian dari akuntansi yang memprioritaskan terhadap penyediaan yang termasuk dalam peningkatan dan pemilihan informasi terkait akuntansi untuk para manajer yang akan digunakan sebagai acuan dalam perencanaan, sistem pengendalian kegiatan perusahaan serta pemilihan keputusan (Samryn, 2015:4).

Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Sistem informasi akuntansi manajemen adalah sistem informasi yang menghasilkan keluaran (Output) dengan memasukan (Input) dan berbagai proses yang diperlukan untuk memenuhi tujuan tertentu manajemen (Kautsar dan Mochammad, 2016:3).

Tujuan Akuntansi Manajemen

Tujuan akuntansi manajerial yang dikemukakan oleh Warren et al (2017:3) adalah memberikan informasi yang yang berkaitan dan tepat waktu agar terpenuhinya kebutuhan manajer dan karyawan untuk membuat keputusan yang tepat.

Pengertian Biaya

Siregar et al (2018) biaya adalah salah satu sumber ekonomi dalam bentuk uang yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa dan pada masa sekarang ataupun di masa yang akan datang akan memperoleh manfaat dari barang atau jasa yang telah diperoleh. Biaya dapat dikatakan apabila barang atau jasa yang sudah diperoleh telah digunakan untuk menghasilkan suatu manfaatnya. Biaya merupakan hal yang penting bagi perusahaan agar perusahaan dapat mengetahui perolehan laba ataupun rugi yang ditinjau dari hasil pendapatan yang akan dikurangi dengan biaya.

Klasifikasi Biaya

Mulyadi (2016:13) berpendapat bahwa pada dasarnya, biaya dibagi sesuai sasaran yang diinginkan sesuai fungsinya masing-masing, karena ide pembukuan biaya disebut sebagai "Different Cost For Different Purpose" dan hal itu pertanda sebagai pengeluaran untuk kebutuhan yang diperlukan.

Elemen Biaya Produksi

Biaya produksi dikenal juga sebagai biaya pabrik yang terdiri dari 3 komponen biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik yang akan dibebankan kedalam siklus biaya selama satu tahun periode berjalan (Purwaji, Wibowo, dan Murtanto, 2016:15).

a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah salah satu komponen biaya yang dilakukan dari hasil kegiatan produksi, dimana pemanfaatannya bisa diidentifikasi dan salah satu bagian yang sangat penting dari salah satu produk.

b. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja langsung adalah salah satu pengeluaran dalam perusahaan untuk memberi aset nya kepada karyawan yang sudah bekerja di perusahaan dan dapat dibebankan yang sesuai kepada suatu produk.

c. Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan salah satu biaya produksi yang dipisahkan secara langsung sesuai dengan produk-produk tertentu.

Pengertian Volume Penjualan

Menurut Rangkuti (2018:27) bahwa pengertian dari volume penjualan yakni target yang diungkapkan secara angka dari ukuran volume produknya. Volume penjualan merupakan ketidakpastian dalam jumlah penjualannya dan dinyatakan dalam bentuk ton, unit, liter atau kilo.

Volume penjualan merupakan keseluruhan yang membuahkan hasil dari aktivitas penjualan produk. Semakin tinggi tingkat penjualan pada perusahaan, maka semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan. Oleh karena itu untuk menghindari hal yang mengalami kerugian maka volume penjualan harus diutamakan dengan cara mempertimbangkan tingkat volume penjualan.

Pengertian Laba

Salman dan Farid (2016) berpendapat bahwa “yang dimaksud laba adalah selisih antara pendapatan dan biaya”.

Sedangkan menurut Wild dan Subramanyam (2014), menyatakan bahwa “laba (Earnings) atau laba bersih (Net Income) mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengambilan kepala pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan pendapatan di atas biaya sebagai imbalan menghasilkan barang dan jasa selama satu periode akuntansi.

Pengertian Analisis Cost Volume Profit (CVP)

Analisis Cost Volume Profit adalah suatu teknik yang digunakan untuk menghitung pengaruhnya dalam perubahan harga jual, volume penjualan dan biaya yang dikaitkan dengan laba agar perencanaan laba dalam jangka pendek yang dilakukan oleh manajemen akan terbantu. Analisis CVP merupakan hal penting untuk perusahaan berupa informasi keuangan yang berguna untuk mengetahui situasi bisnis dan ekonomi, mengatasi permasalahan di salah satu divisi ataupun departemen (Palupi & Wulan, 2021). Analisis Cost Volume Profit dapat mengidentifikasi perilaku terhadap biaya sehingga menjadikannya sebagai kunci utama (Rahmayuni & Masmuddin, 2019).

Peran analisis CVP yakni menolong perusahaan terkait penentuan komponen yang akan diubah secara tepat untuk mencapai sasaran target laba yang efektif yang dilihat dari situasi perusahaan (Yulistia, 2020). Oleh karena itu, analisis CVP akan mengutamakan lima hal berikut:

1. Harga Produk (Prices of Products)
2. Volume Produksi
3. Biaya Variabel per Unit
4. Total Biaya Tetap
5. Bauran Produk dalam Penjualan (Mix of Product Sold).
6. Elemen-elemen Analisis Cost Volume Profit (CVP)

Unsur-unsur yang menjadi dasar perhitungan analisis Cost Volume Profit (CVP) adalah sebagai berikut:

Contribution Margin

Menurut (Sodikin, 2015:102) “Margin kontribusi adalah Perbedaan utama antara pendapatan penjualan dan semua beban variabel lainnya adalah bahwa pendapatan penjualan mewakili jumlah uang yang dihasilkan dari penjualan produk atau layanan. Semua biaya variabel lainnya, seperti produksi, administrasi, dan penjualan, adalah biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Margin kontribusi menunjukkan bahwa hasil penjualan dapat digunakan untuk menutupi biaya variabel dan semua atau sebagian biaya tetap. Jika margin kontribusi melebihi jumlah biaya tetap, peningkatannya adalah keuntungan”.

Break Even Point (BEP)

Salma dan Farid (2016) Break Even Point adalah titik impas pada jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya yang artinya laba sama dengan nol. Penjualan yang sudah berhasil diperoleh sebanding dengan biaya total yang sudah digunakan oleh perusahaan, maka titik impas pada perusahaan sudah tercapai.

Margin of Safety (MOS)

Margin pengaman atau Margin of Safety akan memudahkan dalam memperoleh informasi untuk manajemen perusahaan mengenai tingkatan volume penjualan yang boleh turun dari penjualan yang sebelumnya sudah dimodalkan agar perusahaan menghindari kerugian. Jumlah volume penjualan yang sudah dikeluarkan akan dikurangi dengan volume penjualan titik impasnya disebut Margin of Safety (Mulyadi,2015).

Perencanaan Laba

Perencanaan laba pada dasarnya merupakan kegiatan membentuk masa depan. Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan laba adalah memutuskan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang (Sujarweni, 2015).

C. METODE PENELITIAN**Obyek Penelitian**

Obyek dari penelitian ini adalah Business Unit Indoor Air Quality (BU IAQ) pada PT XYZ yang berlokasi di Jl. Raya Bogor, Km. 29, Gandaria Pekayon, Jakarta.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Data Kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka-angka yang diperoleh dari data keuangan seperti biaya-biaya yang dibebankan, laba yang dihasilkan, dan penjualan.

Data Kualitatif, yaitu data yang akan menjadi sifat dari data kuantitatif tersebut dalam bentuk pendeskripsian seperti profil perusahaan, sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan aktivitas-aktivitas dalam perusahaan.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekunder. Data sekunder ini merupakan data yang berhubungan secara langsung dengan penelitian yang dilaksanakan dan berasal dari BU IAQ PT XYZ yaitu data- data keuangan dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022, sedangkan data-data lain yang diperlukan dari perusahaan tersebut, buku-buku yang berkaitan, hasil pencarian di internet mengenai artikel, jurnal, dan adanya hasil dari penelitian sebelumnya yang dapat digunakan oleh peneliti sebagai bahan referensi dengan penelitian yang dilakukan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan di penelitian ini adalah deskriptif disertai dengan pendekatan studi kasus, yang artinya penelitian ini bersifat uraian dan gambaran dari situasi data di penelitian ini dan menjelaskan secara mendetail agar dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan dari penelitian ini

Teknik Analisis

Penelitian akan memerlukan analisis data dan interpretasinya untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini yang akan menjabarkan suatu kejadian tertentu. Analisis data adalah suatu tahapan yang akan menyederhanakan data agar lebih mudah dipahami. Metode yang digunakan untuk menganalisis data mampu menyesuaikan dari variabel-variabel yang dipilih di penelitian ini. Teknik analisis yang akan diinterpretasikan pada penelitian ini meliputi:

Contribution Margin (Margin Kontribusi)

Menurut Sodikin (2015:102), Margin kontribusi adalah pendapatan penjualan dengan biaya variabel lainnya memiliki perbedaan yaitu pendapatan penjualan akan mewakili total penghasilan dari penjualan barang atau jasa. Biaya variabel lainnya meliputi, produksi, penjualan, dan administrasi ini akan diperlukan agar kegiatan bisnis berjalan dengan baik. Margin kontribusi

menyatakan bahwa hasil yang diperoleh dari penjualan akan berguna untuk melengkapi biaya variabel semua ataupun sebagian dari biaya tetap sehingga total biaya tetap akan berkurang. Apabila margin kontribusi lebih dari total biaya tetap maka laba yang diperoleh meningkat.

Pengungkapan margin kontribusi dan rasio margin kontribusi dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{CM} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{CMR} = \frac{\text{Total CM}}{\text{Total}} \times 100\%$$

1. Analisis titik impas (*Break Even Point*)

Analisis titik impas merupakan suatu alat analisis yang menjelaskan keterkaitan antara biaya tetap serta variabel, laba penjualan, serta ukuran volume penjualan. Blochr, et al dalam Atika & Ventje (2014) mengemukakan bahwa analisis Break Even Poin (BEP) dapat digunakan dalam suatu perhitungan dengan rumus:

a) *Break Even Point* (BEP) meliputi penjualan (Q= penjualan dalam bentuk unit)

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{FC}{S-VC}$$

b) *Break Even Point* (BEP) dalam satuan rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC}{1-\frac{VC}{S}}$$

Dimana :

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

VC = *Variable Cost* (Biaya Variabel)

S = *Sales* (Penjualan)

2. *Margin of Safety* (MoS)

Menurut Hanafi et al (2022), “Dengan menghitung Margin Of Safety menyediakan manajemen dengan menentukan tingkat bahaya dari perubahan

operasi. Semakin rendah Margin Of Safety, semakin hati-hati manajemen harus memantai penjualan dan mengendalikan biaya agar tidak mengakibatkan kerugian bersih”.

Margin Of Safety ini dapat di hitung menggunakan rumus berikut :

$$\text{MoS} = \text{Total Penjualan} - \text{Total Margin Impas}$$

$$\text{MoS Ratio} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

3. Analisis Target Penjualan

Dilihari di dalam penelitian ini dari data laporan keuangan sering mengalami penurunan dari hasil penjualannya setiap satu periodenya. Maka dari itu, dilakukan analisis Trend penjualan yang menggunakan suatu peramalan dalam penjualan dengan metode Least Square atau dalam artian kuadrat kecil dan patokan dalam data ini yaitu data hasil penjualan dalam jangka waktu 4 tahun untuk menetapkan perencanaan atau peramalan terhadap laba di tahun 2023.

Metode Least Square adalah teknik metode perencanaan yang dapat diramalkan sehingga bermanfaat untuk mengetahui kondisi terbaru yang dilihat dari data deret dari waktu ke waktu yang menggunakan data-data hasil penjualan yang di periode-periode sebelumnya agar dapat mengetahui hasil dari peramalan (Hariri, 2016). Data yang akan dilakukan pada teknik ini akan menjadi dua data yaitu data genap serta ganjil. Perhitungan analisis Trend dengan metode kuadrat kecil ini terdapt rumus sebagai berikut:

$Y = a + bx$ Keterangan :

Y = Penjualan dan

b = Koefisien

x / t = Waktu tertentu dalam bentuk kode

Cara pertama dalam menetapkan nilai (x) atau (t) harus melakukan pembagian data yang menjadi dua data yaitu data genap dan data ganjil. Data genap akan menggunakan skor x/t: -7, -5, -3, -1, 1, 3,5, 7,... lalu pada data ganjil akan menggunakan skor ..., -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3,... agar mengetahui nilai a dan b maka dilakukan perhitungan dengan persamaan sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xY}{\sum x^2}$$

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan Data Gambaran Umum Perusahaan

PT XYZ merupakan salah satu anak perusahaan langsung dari Gobel Group. Perusahaan ini memproduksi beberapa jenis produk diantaranya Air Conditioner (AC), audio, kulkas, mesin cuci, dispenser dan televisi (TV). Setiap lini produksi memiliki departemen atau Business Unit-nya masing-masing yang mengontrol seluruh kegiatan produksi. Namun berbeda dengan Business Unit Indoor Air Quality (BU IAQ), unit bisnis tersebut merupakan gabungan antara kipas angin dan pompa air.

Data Penjualan

Data penjualan PT XYZ pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2
Data Penjualan BU IAQ PT XYZ Periode 2019-2022
(Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan
2019	1.040.670
2020	970.664
2021	949.712
2022	926.408

Sumber : Laporan Keuangan BU IAQ PT XYZ, data diolah 2023

Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya tetap dan biaya variabel pada Business Unit IAQ PT XYZ pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3
Klasifikasi Biaya BU IAQ PT XYZ Periode 2019-2022
(Jutaan Rupiah)

Tahun	Biaya Variabel	Biaya Tetap
2019	710.200	244.463
2020	657.062	227.668
2021	727.441	205.425
2022	734.763	192.965

Sumber : Laporan Keuangan BU IAQ PT XYZ, data diolah 2023

Pembahasan

Analisis *Contribution Margin*

Berikut hasil perhitungan secara keseluruhan *Contribution Margin* serta nilai rasio dari *Contribution Margin Business Unit Indoor Air Quality (IAQ)* pada tahun 2019 hingga tahun 2022 yang telah dilakukan perhitungan di tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4
Perhitungan *Contribution Margin* BU IAQ PT XYZ Periode 2019-2022
(Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan (S)	Biaya Variabel (VC)	CM (S - VC)	CMR (CM/S × 100%)	Biaya Tetap (FC)	L/R (CM -FC)
2019	1.040.670	710.200	330.470	31,76%	244.463	86.007
2020	970.664	657.062	313.602	32,31%	227.668	85.934
2021	949.712	727.441	222.271	23,40%	205.425	16.846
2022	926.408	734.763	191.645	20,69%	192.965	(1.320)

Sumber : Laporan Keuangan BU IAQ PT XYZ, data diolah 2023

Pada empat tahun terakhir (2019-2022), PT XYZ mengalami penurunan yang signifikan dalam *Contribution Margin* dan *Contribution Margin Ratio*. Ini terjadi karena penurunan penjualan akibat pandemi COVID-19, sementara biaya variabel meningkat karena pengeluaran tambahan terkait dengan protokol kesehatan dan kerja dari rumah. Namun, ada pengurangan biaya tetap setiap tahunnya karena perusahaan melakukan penghematan operasional selama pandemi. Ini termasuk pengurangan biaya sewa kantor, utilitas, dan perawatan fasilitas, serta penggunaan fasilitas yang lebih efisien. Dengan demikian, manajer Business Unit Indoor Air

Quality PT XYZ perlu memperhatikan Contribution Margin dalam perencanaan laba untuk mencapai target laba yang diinginkan.

Analisis Break Even Point

Berikut hasil perhitungan secara keseluruhan Break Even Point dan nilai rasio Break Even Point pada Business Unit Indoor Air Quality (IAQ) pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 5
Perhitungan Break Even Point BU IAQ PT XYZ Periode 2019-2022
(Jutaan Rupiah)

Tahun	Biaya Tetap (FC)	Biaya Variabel (VC)	Penjualan (S)	BEP (Rp) (FC/(1- VC/S))
2019	244.463	710.200	1.040.670	769.828
2020	227.668	657.062	970.664	704.680
2021	205.425	727.441	949.712	877.732
2022	192.965	734.763	926.408	932.788

Sumber : Laporan Keuangan BU IAQ PT XYZ, data diolah 2023

Analisis Break-Even Point (BEP) akan menyesuaikan Contribution Margin perusahaan. *Contribution Margin* pada perusahaan rendah, maka akan menghasilkan BEP yang tinggi, dan *Contribution Margin* pada perusahaan tinggi, maka akan menghasilkan BEP yang rendah. BEP yang tinggi dapat mempengaruhi laba perusahaan sampai batas keselamatan. Pengurangan signifikan dalam biaya tetap akan meningkatkan BEP yang ditargetkan oleh BU IAQ PT XYZ setiap tahunnya. BEP di PT XYZ fluktuatif setiap tahunnya karena perubahan biaya tetap dan variabel. Tahun 2022, dengan mengetahui penjualan minimum yang diperlukan, manajer dapat merencanakan strategi untuk meningkatkan volumepenjualan.

Analisis Margin of Safety

Berikut hasil perhitungan secara keseluruhan Margin of Safety dan nilai rasio Margin of Safety pada Business Unit Indoor Air Quality (IAQ) pada tahun 2019 hingga tahun 2022 yang diperhitungkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 6
Perhitungan Margin of Safety BU IAQ PT XYZ Periode 2019-2022
(Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan(S)	BEP (Rp) (FC/(1- VC/S))	MOS (S-BEP)	MOS Ratio (MOS/S) * 100%
2019	1.040.670	769.828	270.841	26%
2020	970.664	704.680	265.983	27%
2021	949.712	877.732	71.979	8%
2022	926.408	932.788	(6.380)	-1%

Sumber : Laporan Keuangan BU IAQ PT XYZ, data diolah 2023

Berdasarkan hasil perhitungan Margin of Safety, bahwa batas keamanan yang diperoleh BU IAQ PT XYZ termasuk rendah, yang artinya hasil tersebut menandakan bahwa perusahaan tidak mencapai titik impas karena risiko perusahaan rendah yang disebabkan oleh penurunannya pada jumlah volume penjualan. Maka dari itu, upaya yang harus dilakukan pihak manajer adalah dengan melihat batas keamanan tahun 2022 yang berhasil diramalkan agar menghasilkan laba yang diinginkan dengan demikian tidak akan terjadi penurunan dalam volume penjualan yang melampaui batas keamanan yang berdampak pada kerugian bagi BU IAQ PT XYZ.

Analisis Target Penjualan

Perhitungan target pada penjualan Business Unit Indoor Air Quality PT XYZ tahun 2023 akan menggunakan analisis Forecasting dengan menggunakan metode Least Square. Hal pertama yang harus dilakukan adalah melakukan perhitungan pada peramalan penjualan menggunakan metode Least Square dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = Total penjualan

b = Koefisien

x/t = periode yang ditentukan dengan kode tertentu.

Data yang akan menjadi perhitungan adalah data penjualan Business Unit Indoor AirQuality PT XYZ periode 2019-2022.

Tabel 7
Data Penjualan BU IAQ PT XYZ Periode 2019-2022
(Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan
2019	1.040.670
2020	970.664
2021	949.712
2022	926.408

Sumber : Laporan Keuangan BU IAQ PT XYZ, data diolah 2023
Data yang sudah dipaparkan, kemudian akan dilakukan perhitungan sebagai berikut :

Tabel 8.
Perhitungan Target Penjualan BU IAQ PT XYZ Periode 2019-2022
(Jutaan Rupiah)

	Penjualan (Y)	Xi	XiYi	Xi ²
2019	1.040.670,00	-3	(3.122.010)	9
2020	970.664,00	-1	(970.664)	1
2021	949.712,00	1	949.712	1
2022	926.408,00	3	2.779.224	9
	3.887.454,00		(363.738)	20

Sumber : Laporan Keuangan BU IAQ PT XYZ, data diolah 2023

Dari perhitungan di atas akan memperoleh nilai a dan b dengan menetapkan formula dari peramalan pada penjualan Business Unit Indoor Air Quality PT XYZ sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{Rp. 3.887.454}{4} = Rp. 971.863$$

$$b = \frac{\sum xY}{\sum x^2} = \frac{-Rp. 363.738}{20} = -Rp. 18.186$$

Kemudian formula Trend yang diperoleh adalah $Y = Rp 971.863 - Rp 18.186x$. Hasil dari persamaan tersebut akan digunakan untuk mencari hasil ramalan penjualan tahun 2023 dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Y_{2023} &= Rp 971.863 - Rp 18.186x \\ &= Rp 971.863 - Rp 18.186 (5) \\ &= Rp 971.863 - Rp 90.934 \\ &= Rp 880.929 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan dalam peramalan penjualan yang disajikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penjualan pada tahun 2023 memiliki nilai peramalan sebesar Rp 880.929. Tahap berikutnya yaitu menghitung nilai BEP yang diperoleh dari perhitungan peramalan penjualan. Manfaat menghitung BEP ini akan menolong perusahaan dalam menetapkan tingkat volume penjualan sekurang-kurangnya perusahaan mampu memperoleh laba di tahun berikutnya. Pendugaan sementara ini akan dimanfaatkan untuk meningkatkan ukuran volume pada penjualan yang dihasilkan adalah perhitungan peramalan penjualan, dan pendugaan lainnya dilakukan agar pada biaya tetap dan biaya variabel sebesar 5% dari periode tahun sebelumnya (Ratningsih & Purnia, 2018). Nilai Break Even Point yang diperoleh sebagai berikut:

$$BEP (Rp) = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{192.965}{1 - \frac{734.763}{880.929}} \\
 &= \text{Rp } 192.965 : 1 - 0.83 \\
 &= \text{Rp } 192.965 : 0.16 \\
 &= \text{Rp } 1.157.638
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa nilai Break Even point tahun 2023 sejumlah Rp 1.157.638, yang artinya apabila pada tahun 2023 mendapatkan volume penjualan yang besar maka hasil yang didapatkan pada tahun 2023 tersebut perusahaan tidak mengalami perubahan apapun perihal laba ataupun rugi. Maka dari itu, jika target Business Unit Indoor Air Quality PT XYZ yaitu laba pada tahun 2023, hal yang harus dilakukan adalah tingkat volume penjualan harus lebih besar dibandingkan dengan hasil perhitungan Brek Even Point.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: BU IAQ PT XYZ perlu lebih efisien mengelola biaya, terutama biaya variabel yang cenderung meningkat setiap tahun. Meskipun biaya tetap menurun, pengendalian biaya variabel penting untuk meningkatkan laba.

1. Untuk mencapai target laba di tahun 2023, perusahaan harus meningkatkan penjualan dengan fokus pada pelayanan pelanggan dan kualitas produk. Pertahankan pelanggan yang ada dan tambahkan pelanggan baru untuk meningkatkan produksi dan kinerja.
2. Analisis Cost Volume Profit (CVP) membantu manajer memahami bagaimana perubahan biaya tetap dan biaya variabel memengaruhi laba. Ini membantu pengambilan keputusan terkait target penjualan dan menghindari risiko kerugian.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu meningkatkan penjualan agar mencapai Break Even Point dan menghindari kerugian.
2. Pengelolaan biaya harus efisien, terutama biaya variabel yang naik karena pandemi COVID-19, untuk menghindari kerugian.
3. Saat melakukan ekspansi, pertimbangkan pangsa pasar dan strategi penjualan yang menarik konsumen untuk meningkatkan penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

1. Agus Purwaji (2016). Pengantar Akuntansi. Edisi Kedua. Salemba Empat.
2. Iswara, Setia Ulfah, Susanti. (2017). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Yang Diharapkan (studi pada perusahaan Kopi di Kabupaten Jember). Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan). Volume 2 Nomor 3. <http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/RAK>.
3. Koraag, J. V., & Ilat, V. (2016). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu "Ibu Siti". Jurnal Berkala Ilmiah Efisien, Vol. 16, No. 3.
4. Lengkong, A. E. (2022). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada Cousin Coffee & Eatery. Jurnal Lpm, 5(2), 477.
5. Mulyadi. (2015). Akuntansi Biaya. Edisi 5. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
6. Mulyadi. (2016). Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.

7. Rahmayuni, S., & Masmuddin, R. (2019). Analisis Cost Volume Profit Dalam Meningkatkan Pendapatan pada UKM Balikpapan. 23(1), 15-19. doi:<https://doi.org/10.46984/sebatik.v23i1.438>
8. Rangkuti, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Rotan (Studi pada UD. Mula Rotan Petisah Kota Medan). Skripsi diterbitkan.
9. Salman, K. R., & Farid, M. (2016). Akuntansi Manajemen. Jakarta: Indeks.
10. Samryn, L. M. (2015). Pengantar Akuntansi. (Edisi IFRS ed., Vol. Buku 1). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
11. Siregar, B. (2018). Akuntansi Manajemen (Edisi 4 ed.). Jakarta: Salemba Empat. Sodikin, S.
12. S. (2015). Akuntansi Manajemen: Sebuah Pengantar. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. (Vol. 33). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
13. Warren, C. S. (2015). Pengantar Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
14. Yanto, M. (2020). Penerapan Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Dasar Perencanaan Laba. Usaha Bersama Tanjungpinang, 9(2), 369-386.
15. Yulistia, P. R. (2020). Peran Cost Volume Profit Analysis dalam Mencapai Target Laba Perusahaan Pengolahan Rajungan PT. KS Cirebon. Skripsi Diterbitkan.