

Analisis Perhitungan Cost Volume dan Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada PT. Sariguna Primatirta Tbk

Muhammad Hanafi¹, Nurmala², Andri Eko Putra³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, hmuhamad408@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, nurmalabahamid@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas PGRI Palembang, andri_ekoputra@yahoo.com

ABSTRACT

This research is a qualitative descriptive study which aims to determine the Analysis of Cost Volume and Profit Calculations as a Basis for Profit Planning at PT. Sariguna Primatirta Tbk period 2017-2020. The data used is secondary data, the population in this study is the data of the Financial Statements of PT. Sariguna Primatirta Tbk which is listed on the Investment Gallery of the Indonesia Stock Exchange. In this study, the authors analyzed the financial report data, namely the calculation of break even points, contribution margins, contribution margin ratios, and calculation of sales targets. Based on the analysis of Cost Volume and Profit shows that at PT. ariguna Primatirta Tbk has been able to manage operational costs that occur to the maximum extent possible, as evidenced by variable costs which tend to remain constant each period. The break even point value has broken even, the profit earned is at the break even point value so that the company is able to make a profit. The contribution margin ratio shows that the company's profit before fixed costs exceeds half of the variable costs that have been incurred. The author suggests taking action to increase revenue or reduce operating costs to reduce the risk of loss and use Cost Volume and Profit analysis to predict the costs to be incurred, the expected income and for further profit planning.

Keywords: *cost volume profit, profit planning*

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui Analisis Perhitungan *Cost Volume dan Profit* Sebagai Dasar Perencanaan Laba pada PT. Sariguna Primatirta Tbk periode tahun 2017-2020. Data yang digunakan adalah data skunder, populasi dalam penelitian ini adalah data Laporan Keuangan PT. Sariguna Primatirta Tbk yang terdaftar di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini penulis menganalisis data laporan keuangan yang dilakukan yaitu perhitungan *break even point*, *contribution margin*, rasio *contribution margin*, dan perhitungan target penjualan. Berdasarkan hasil analisis *Cost Volume dan Profit* menunjukkan bahwa pada PT. ariguna Primatirta Tbk telah mampu mengelola biaya operasional yang terjadi dengan semaksimal mungkin, dibuktikan dengan biaya variabel yang cenderung tetap setiap periodenya. Nilai *break even point* telah melakukan tingkat impas, laba yang diperoleh pada nilai titik impas sehingga perusahaan mampu mendapatkan laba. Rasio *contribution margin* menunjukkan bahwa keuntungan perusahaan sebelum biaya tetap yang diperoleh melebihi setengah dari biaya variabel yang telah dikeluarkan. Penulis menyarankan agar mengambil tindakan menaikkan pendapatan atau menurunkan biaya operasional untuk menurunkan risiko terjadinya kerugian dan menggunakan analisis *Cost Volume dan Profit* untuk memprediksi biaya yang akan dikeluarkan, pendapatan yang diharapkan dan untuk perencanaan laba selanjutnya.

Kata Kunci: *cost volume profit, perencanaan laba*

A. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis informasi akuntansi biaya, sangat membantu manajemen dalam proses perencanaan, pengendalian dan pembuatan keputusan, sehingga manajemen dapat merespon dengan cepat perubahan kebutuhan konsumen. Di era global, manajemen dituntut untuk bersikap fleksibel dan adaptasi dalam menyikapi perubahan tuntutan konsumen, Salah satu peranan penting untuk memulai kegiatan



bagi suatu perusahaan adalah membuat perencanaan laba yang memudahkan manajemen dalam menjalankan kegiatan usahanya.” Menurut Yanto (2020) Perencanaan laba adalah satu titik tahap awal yang sangat berperan penting dalam perusahaan karena dengan adanya perencanaan laba dapat memudahkan manajemen dalam menjalankan kegiatan usahanya”.

Tujuan Perencanaan dapat dicapai bila manajemen berhasil memenuhi syarat minimal KPI yang telah ditentukan diawal. Oleh karena itu, perencanaan laba merupakan rencana manajemen mencakup semua fase operasi Di masa depan untuk mencapai tujuan perusahaan yang dibagi menjadi dua yaitu jangka pendek dan jangka panjang. Sebaiknya di awal tahun Perusahaan harus melakukan *forecasting* mengenai perubahan biaya dan volume yang sekiranya mempengaruhi laba. Dengan begitu, manajemen bisa memikirkan anggaran penjualan serta biaya pemasaran. Manajemen bisa menggunakan alat bantu ialah analisis cost volume profit.“ Perencanaan laba dapat direalisasi bila manajemen berhasil menjalankan perusahaan dengan baik dan diukur dari total keuntungan yang diperoleh.

Menurut Batemen & Snell (2014:15) “perencanaan (*planning*) adalah cara paling umum untuk mendefinisikan tujuan yang akan dicapai dan menetapkan kegiatan yang tepat yang diharapkan untuk mencapai tujuan tersebut”. Merencanakan keuntungan menetapkan target yang ingin dicapai serta langkah ataupun strategi yang diterapkan oleh industri supaya menggapai tujuan. Industri wajib bisa memastikan dampak keadaan dimana pergantian biaya serta volume pengaruhi laba. Dengan itu, manajemen bisa memikirkan anggaran penjualan serta biaya yang wajib dicapai industri. Untuk menolong industri merancang laba yang baik, manajemen industri bisa memakai perlengkapan bantu ialah analisis cost volume profit.

Analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) menurut Yanto (2020) ialah sesuatu perlengkapan yang membantu analisis yang menghubungkan kaitan antara biaya, volume, serta laba dari sesuatu industri.” Analisis biaya volume merupakan tata cara analisis yang berfokus pada pergantian volume, biaya variabel, biaya tetap, serta komposisi penjualan produk dalam menciptakan bermacam aspek yang mempengaruhi laba.

Analisis biaya volume laba membantu manajemen membuat keputusan operasional, hal ini memungkinkan manajer untuk menentukan dampak keputusan pada harga penjualan produk, volume penjualan, dan biaya operasional yang mempengaruhi laba serta direalisasikan sebelum membuat perencanaan laba yang akan dipersiapkan untuk tahun berikutnya

Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh Aznerda dan Dewi, (2019) melakukan penelitian mengenai Analisa Biaya dan Volume Laba sebagai alat bantu perencanaan laba pada PT. Panca Rasa Pratama Group. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk memastikan jumlah volume penjualan yang wajib diupayakan oleh industri supaya menggapai titik impas serta perencanaan laba yang pas bersumber pada analisis biaya volume laba.

B. LANDASAN TEORI

Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya Menurut Mulyadi (2016:7) adalah mendokumentasikan, mengkategorikan, meringkas, dan menampilkan biaya yang terkait dengan pembuatan, pemasaran, dan pengiriman barang dan jasa untuk menganalisisnya.

Bagi perusahaan manufaktur peran Akuntansi biaya sangat membantu perusahaan dalam menghitung biaya produksi sebagai kegiatan operasionalnya,

menghasilkan produk untuk keperluan bisnis dalam sebuah perusahaan manufaktur untuk keperluan bisnis dalam sebuah perusahaan manufaktur Jadi biaya akan dipisahkan menjadi beberapa bagian dan juga penyajian biaya dilakukan dengan cara yang sudah ditentukan. dimana akuntansi biaya ini bisa digunakan dalam suatu proses untuk menghitung biaya kegiatan operasional, perusahaan untuk menciptakan suatu produk..

Pengertian Biaya

Siregar et, al (2013:35) berpendapat bahwa biaya atau cost adalah penebusan dari aset keuangan untuk mendapatkan tenaga kerja dan produk yang seharusnya memberikan bantuan sekarang atau nanti.

Klasifikasi Biaya

Siregar et, al (2013:36) berpendapat bahwa informasi pertukaran dapat membuat data yang berbeda. Misalnya, dari informasi pengeluaran material, data tentang pengeluaran barang atau pengeluaran per kapabilitas dapat dibuat.

Mulyadi (2016:13) berpendapat bahwa sebagai aturan umum, biaya dikelompokkan berdasarkan target yang akan dicapai oleh karakteristik, karena gagasan pembukuan biaya dikenal sebagai "*different cost for different purpose*" dan itu menyiratkan berbagai pengeluaran untuk berbagai keperluan.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan pada periode sekarang atau memiliki keberadaan yang berharga lebih dari satu periode pembukuan.

Elemen Biaya Produksi

Biaya produksi biaya yang dibebankan dalam siklus penciptaan selama satu periode, biaya produksi juga dapat disebut biaya fabrikasi atau biaya pabrik yang didefinisikan sebagai jumlah dari tiga komponen biaya yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. (Purwaji, Wibowo dan Murtanto, 2016:15)

a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah biaya dari suatu komponen yang digunakan pada proses produksi, yang mana pemakaiannya bisa digunakan atau diidentifikasi serta merupakan bagian yang sangat diperlukan dari suatu produk tertentu.

b. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja langsung adalah pengeluaran atau kehilangan aset daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang pemanfaatannya dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya, serta bisa dibebankan secara layak ke dalam suatu produk.

c. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat diikuti atau dibedakan secara langsung pada suatu barang.

Pengertian Volume Penjualan

Tujuan bisnis suatu perusahaan adalah untuk mencapai volume penjualan yang diinginkan perusahaan, baik sebagai tenaga kerja maupun produk . Volume penjualan dapat diartikan sebagai komposisi dan banyaknya produk dan layanan yang dijual dengan pendapatan transaksi yang diperoleh oleh suatu organisasi. Mulyadi (2015:239) menyatakan "volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual".



Pengertian Laba

Menurut Utari et, al (2016:86) “Laba adalah Laba adalah realisasi semua pekerja dalam suatu organisasi yang dinyatakan sebagai angka moneter, terutama kovarians positif antara pembayaran dikurangi pengeluaran (pengeluaran). Menghasilkan keuntungan akan memungkinkan industri untuk menjaga perusahaan tetap bertahan dan terus mengembangkan kegiatan bisnisnya. Tujuan dari analisis biaya volume keuntungan adalah untuk memahami berapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkan dengan memproduksi sejumlah produk tertentu. Informasi ini dapat membantu dalam membuat keputusan tentang bagaimana memproduksi dan menjual produk.

Pengertian Analisis *Cost Volume Profit*

Menurut (Siregar et, al, 2013:317) Analisis *Cost Volume Profit* merupakan Alat ini berguna untuk merencanakan dan membuat kesepakatan, meneliti masalah yang terkait dengan perencanaan penjualan, dan membantu untuk menyadari tantangan yang dihadapi dan menyusun rencana masa depan.

Elemen-elemen Analisis *Cost Volume Profit*

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

a. 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”.

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

1. Margin kontribusi = Penjualan – Biaya variabel
2. Rasio margin kontribusi = $\frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Penjualan}} \%$

b. *Break even point* (BEP)

Menurut Sunyoto (2013:123) “*break even point* adalah teknik analisis yang berfokus pada menghasilkan informasi dan mengidentifikasi situasi di mana aktivitas (diukur dengan hasil penjualan) tidak menghasilkan keuntungan, tetapi tidak menimbulkan kerugian.”.

Titik impas dapat dihitung dengan menggunakan rumus persamaan berikut:

Rumus:

1. Penjualan = Biaya variabel + biaya tetap + laba
2. Titik impas dalam rupiah = Biaya tetap / Rasio margin kontribusi
3. BEP dalam unit = $\frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$

Keterangan:

- Biaya tetap : biaya yang jumlahnya tidak ditentukan oleh volume kegiatan
 Harga jual per unit : tarif harga setiap produk
 Biaya variabel per unit : jumlah konstan per unit yang diproduksi

c. *Margin of safety*

Dengan menghitung *margin of safety* menyediakan manajemen dengan menentukan tingkat bahaya dari perubahan operasi. Semakin rendah margin of safety, semakin hati-hati manajemen harus memantau penjualan dan mengendalikan biaya agar tidak mengakibatkan kerugian bersih.

Margin of safety ini dapat menggunakan rumus berikut:

1. Margin pengaman = penjualan dianggarkan – penjualan impas
2. Persentase margin pengaman = $\frac{\text{Margin pengaman}}{\text{Penjualan}}$

d. *Operating leverage*

Tingkat *operating leverage* ini dapat dihitung menggunakan formula sebagai berikut (Garrison et al. 2013:228) :

$$\text{Tingkat operating leverage} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Laba neto}}$$

Perencanaan laba

Menurut Garrison et, al (2014:382) perencanaan laba memiliki manfaat antara lain:

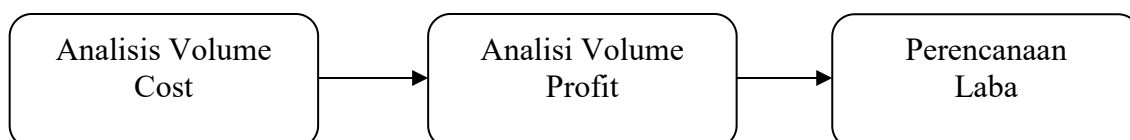
- a. Anggaran adalah alat komunikasi manajemen perusahaan di seluruh organisasi..
- b. Anggaran memaksa manajer untuk berpikir dan merencanakan masa depan. Tanpa penganggaran, manajer harus menghabiskan waktu mereka menangani banyak keadaan darurat dalam waktu singkat.
- c. Proses penganggaran merupakan alat untuk mengalokasikan sumber daya di berbagai bidang organisasi agar dapat digunakan seefektif mungkin..
- d. Proses penganggaran dapat mengungkap potensi masalah sebelum terjadi..
- e. Anggaran mengoordinasikan kegiatan seluruh organisasi dengan mengintegrasikan rencana berbagai bagian. Penganggaran membantu memastikan bahwa setiap orang dalam organisasi menuju tujuan yang sama.
- f. Anggaran menentukan tujuan dan sasaran perusahaan yang dapat dijadikan tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja selanjutnya.

Analisis Target Penjualan

menurut Garrison et,al (2013:224) : Penjualan yang diinginkan untuk mencapai target laba dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Nilai penjualan} = \frac{\text{Target laba} + \text{Beban tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$$

Kerangka Pemikiran



C. PROSEDUR PENELITIAN

Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini dilakukan pada PT. Sariguna Primatirta Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Variabel operasional yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Cost Volume Profit* dan perencanaan laba

Definisi Operasional Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:



Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Analisis <i>Cost-volume-Profit</i>	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> merupakan perencanaan dan pengambilan keputusan berguna untuk memahami masalah perusahaan dan menemukan solusi. Mereka dapat membantu mengidentifikasi masalah dan merencanakan tindakan di masa depan.	1. Klasifikasi biaya 2. <i>Break Even Point</i> 3. <i>Contribution Margin</i> 4. <i>Rasio Contribution Margin</i>	Rasio
Perencanaan Laba	Deskripsi keuangan dan naratif tentang hasil yang diharapkan dari penerapan keputusan.	Target Penjualan	Rasio

Sumber : Siregar et, al (2013:317)

Populasi dan sampel yang digunakan dalam suatu penelitian ini yaitu Laporan Keuangan PT. Sariguna Primatirta Tbk pada tahun 2017-2021

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder ini bisa berupa bukti, atau laporan historis, dalam penelitian ini peneliti menggunakan data laporan keuangan tahun yang telah dipublikasikan oleh PT. Sariguna Primatirta Tbk periode 2017 s.d 2021.

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Dokumentasi dan Studi Pustaka. Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menganalisis biaya produksi untuk menentukan harga jual yang digunakan untuk menghasilkan laba dengan pendekatan

1. Analisis Pemisahan Biaya ke dalam komponen Biaya Tetap dan Biaya Variabel
2. Menghitung *Break Even Point*

Menurut Blocher et, al (2013:510) Dapat menggunakan rumus berikut:

➤ *Break Even Point (BEP)* dalam penjualan (Q= penjualan dalam unit)

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

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

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

Dimana:

FC = Fixed Cost (biaya tetap)

VC = Variabel Cost (biaya variabel)

S = Sales (penjualan)

3. Menghitung *Contribution Margin*

Perhitungan *Contribution Margin* menggunakan rumus berikut :

$$Contribution Margin (nilai uang) = penjualan - biaya variabel$$

4. Menghitung Rasio *Contribution Margin*

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut: Samryn (2012:191):

Rasio margin kontribusi = $\frac{\text{Total Margin kontribusi}}{\text{Penjualan}}$

5. Analisis Target Penjualan

Menurut Hariri (2016:3) metode kuadrat terkecil (*lest square*) adalah metode sebagai informasi sesekali serta memerlukan informasi penawaran di masa lalu yang digunakan untuk meramalkan penawaran masa depan dengan tujuan agar hasilnya masih belum diketahui.

Dengan rumus berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y : Jumlah Penjualan

a dan b : Koefisien

x / t : Waktu tertentu dalam bentuk kode

D. HASIL PENELITIAN

1) Hasil Perhitungan Pemisahan Biaya ke Dalam Komponen Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Berikut adalah Total Volume Penjualan, Biaya-biaya, dan Laba/Rugi yang terjadi pada PT. Sariguna Primatirta Tbk Periode 2017-2021:

No	Tahun	Volume Penjualan	Biaya-biaya	Laba/Rugi
1	2017	Rp 614.677.561.202	Rp 565.543.286.818	Rp 62.342.385.255
2	2018	Rp 831.104.026.853	RP 744.657.915.963	Rp 81.356.830.315
3	2019	Rp 1.088.679.619.907	Rp 884.467.789.039	Rp 172.342.839.552
4	2020	Rp 972.634.784.176	Rp 785.456.991.012	Rp 168.613.556.985
5	2021	Rp 1.103.519.743.574	Rp 855.228.676.568	Rp 229.981.620.687

Sumber: Laporan keuangan PT. Sariguna Primatirta Tbk, Data diolah 2022

Menghitung *Break Even Point*

Berikut adalah Hasil Rekapitulasi perhitungan *Break Even Point*

Tahun	Pendapatan	Break Event Point
2017	Rp 614.677.561.202	Rp 478.516.509.447
2018	Rp 831.104.026.853	Rp 559.522.402.281
2019	Rp 1.088.679.619.907	Rp 525.355.800.372
2020	Rp 972.634.784.176	Rp 517.665.693.014
2021	Rp 1.103.519.743.574	Rp 506.097.369.909

Sumber : Laporan keuangan PT. Sariguna Primatirta Tbk, Data diolah 2022



Menghitung *Contribution Margin*

Berikut adalah hasil perhitungan *Contribution Margin* pada tahun 2017 s.d 2021

Tahun	Penjualan	Biaya Variabel	<i>Contribution Margin</i>
2017	Rp 614.677.561.202	Rp 393.277.343.417	Rp 221.400.217.785
2018	Rp 831.104.026.853	Rp 566.670.747.233	Rp 264.569.278.620
2019	Rp 1.088.679.619.907	Rp 695.339.700.905	Rp 393.339.919.002
2020	Rp 972.634.784.176	Rp 568.037.399.946	Rp 404.597.384.230
2021	Rp 1.103.519.743.574	Rp 647.728.954.905	Rp 455.790.988.669

Sumber : Laporan keuangan PT. Sariguna Primatirta Tbk, Data diolah 2022

Menghitung Rasio *Contribution Margin*

Berikut adalah hasil perhitungan Rasio *Contribution Margin* pada tahun 2017 s.d 2021

Tahun	Penjualan	Total <i>Contribution Margin</i>	Rasio <i>Contribution Margin</i>
2017	Rp 614.677.561.202	Rp 221.400.217.785	36.02%
2018	Rp 831.104.026.853	Rp 264.569.278.620	31.83%
2019	Rp 1.088.679.619.907	Rp 393.339.919.002	36.13%
2020	Rp 972.634.784.176	Rp 404.597.384.230	41.60%
2021	Rp 1.103.519.743.574	Rp 455.790.988.669	40.32%

Sumber : Laporan keuangan PT. Sariguna Primatirta Tbk, Data diolah 2022

Analisis Target Penjualan

Berikut adalah hasil target penjualan dengan menggunakan metode *least square* untuk tahun 2022 :

Tahun	Total Penjualan (Y)	X_i	$X_i Y_i$	X_i^2
2017	Rp 614.677.561.202	-2	-Rp 1.229.355.122.404	4
2018	Rp 831.104.026.853	-1	-Rp 831.104.026.853	1
2019	Rp 1.088.679.619.907	0	Rp -	0
2020	Rp 972.634.784.176	1	Rp 972.634.784.176	1
2021	Rp 1.103.519.743.574	2	Rp 2.207.039.487.148	4
Σ	Rp 4.610.615.735.712		Rp 1.119.215.122.067	10

Sumber : Pengolahan Data 2022

Dari perhitungan diatas dapat dicari nilai a dan b untuk menentukan persamaan peramalan penjualan pada PT. Sariguna Primatirta Tbk sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum Y}{n} = \frac{\text{Rp } 4.610.615.735.712}{5} = \text{Rp } 922.123.147.142 \\
 b &= \frac{\sum X_i Y_i}{\sum X_i^2} = \frac{\text{Rp } 1.119.215.122.067}{10} = \text{Rp } 111.921.512.207
 \end{aligned}$$

Persamaan trend yang di dapat adalah $Y = \text{Rp } 922.123.147.142 + X = \text{Rp } 111.921.512.207$. Dengan menggunakan rumus persamaan tersebut dapat dicari hasil ramalan penjualan untuk tahun 2020 sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Y_{2022} &= \text{Rp } 922.123.147.142 + \text{Rp } 111.921.512.207X \\ &= \text{Rp } 922.123.147.142 + \text{Rp } 111.921.512.207(6) \\ &= \text{Rp } 922.123.147.142 + \text{Rp } 671.529.073.242 \\ &= \text{Rp } 1.593.652.220.384 \end{aligned}$$

Dengan perhitungan diatas diketahui penjualan yang akan terjadi pada tahun 2022 adalah Rp 1.593.652.220.384,-.Langkah berikutnya yaitu penentuan nilai *Break even point* pada tahun 2022 berdasarkan hasil perkiraan penjualan

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

$$\begin{aligned} &= \text{Rp } 217.874.917.746 : 1 (\text{Rp } 680.115.192.650 / \text{Rp } 1.593.652.220.384) \\ &= \text{Rp } 217.874.917.746 : 1 \quad 0.43 \\ &= \text{Rp } 217.874.917.746 : 0.57 \\ &= \text{Rp } 382.236.697.800 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa nilai break event point untuk tahun 2022 adalah Rp 382.236.697.800.

E. PEMBAHASAN

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) merupakan metode analisis yang berguna bagi manajemen dalam membuat keputusan operasi dan produksi berhubungan dengan volume penjualan, biaya dan laba. Perusahaan PT. Sariguna Primatirta Tbk adalah perusahaan manufaktur yang melakukan mengolah bahan baku yaitu air mineral dalam kemasan.

Penjualan yang dibuat oleh PT. Sariguna Primatirta Tbk memiliki total volume penjualan pada tahun 2017 adalah Rp 614.677.561.202. Biaya tetap tahun 2017 sebesar Rp 172.265.943.401 dan biaya variabel tahun 2017 sebesar Rp. 393.277.343.417. Total volume penjualan pada tahun 2018 adalah Rp 831.104.026.853. Biaya tetap tahun 2018 sebesar Rp 178.087.168.730 dan biaya variabel tahun 2018 sebesar Rp. 566.570.747.233. Total volume penjualan pada tahun 2019 adalah Rp 1.088.679.619.907. Biaya tetap tahun 2019 sebesar Rp 189.128.088.134 dan biaya variabel tahun 2019 sebesar Rp. 695.339.700.905.

Total volume penjualan pada tahun 2020 adalah Rp 972.634.784.176. Biaya tetap tahun 2020 sebesar Rp 217.419.591.066 dan biaya variabel tahun 2020 sebesar Rp. 568.037.399.946. Total volume penjualan pada tahun 2021 adalah Rp 1.103.519.743.574. Biaya tetap tahun 2021 sebesar Rp 207.499.921.663 dan biaya variabel tahun 2021 sebesar Rp. 647.728.754.905.

Laporan keuangan PT. Sariguna Primatirta Tbk setelah melakukan pengklasifikasian terdapat analisis *break even point* (bep) dari perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai titik impas pada tahun 2017 sebesar Rp 478.516.509.447, tahun 2018 sebesar Rp 556.522.406.281, tahun 2019 sebesar Rp 525.355.800.372, tahun 2020 sebesar Rp 517.665.693.014, dan tahun 2021 sebesar Rp 506.097.369.909. Hasil dari analisis break even point dari tahun 2017 sampai dengan 2021 telah mampu menutupi pengeluaran yang digunakan untuk kegiatan perusahaan dengan tujuan agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan Selain



itu, dapat ditunjukkan bahwa nilai pendapatan perusahaan melebihi titik impas., meskipun dalam lima tahun terakhir selalu mengalami fluktuasi.

Pada analisis *cos volume profit* (cvp) terdapat analisis *contribution margin* dan rasio *contribution margin* merupakan suatu perhitungan volume penjualan air mineral dalam kemasan, analisis tersebut dapat dilihat dalam tabel. Pada tabel di atas terlihat bahwa rasio contribution margin selama lima tahun terakhir mengalami peningkatan, sehingga nilainya selalu mengalami perubahan setiap tahunnya. Nilai rasio margin kontribusi cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini diiringi dengan peningkatan nilai titik impas, yang disebabkan oleh biaya variabel yang cenderung meningkat setiap tahunnya.

PT. Sariguna Primatirta Tbk membedah fokus kesepakatan yang akan terjadi pada tahun 2022 dengan perkiraan ukuran kesepakatan di atas, sangat mungkin diantisipasi bahwa kesepakatan yang terjadi pada tahun 2022 adalah sebesar Rp. 1.593.652.220.384. Tahap berikutnya adalah menentukan nilai break event point berdasarkan hasil transaksi yang dinilai. Dengan menghitung nilai break event point, perusahaan akan benar-benar ingin memutuskan tingkat dasar volume transaksi yang harus dicapai sehingga perusahaan dapat menghasilkan keuntungan pada periode berikutnya. Dari pemeriksaan lebih lanjut, nilai break event point yang dinilai pada tahun 2022 adalah Rp. 382.236.697.800, dimana apabila selama periode tersebut perusahaan dapat memperoleh volume transaksi sebesar jumlah tersebut, maka pada saat itu, organisasi tersebut tidak berada dalam kerangka berpikir untung atau rugi. Sejalan dengan itu bahwa jika PT. Sariguna Primatirta Tbk membutuhkan keuntungan pada tahun 2022, maka tingkat volume transaksi yang dibuat harus melampaui nilai break event point yang ditentukan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1) Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada PT. Sariguna Primatirta Tbk, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Contribution margin Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa sisa pendapatan setelah dikurangi variabel. Nilai margin kontribusi memiliki keuntungan selama lima tahun terakhir karena pendapatan residual mampu menutupi biaya tetap.

PT. Sariguna Primatirta Tbk telah mampu menangani biaya operasional yang terjadi semaksimal mungkin, dapat dilihat pada peningkatan biaya-biaya faktor yang terjadi meskipun pada tahun 2020 mengalami penurunan sehingga selama lima tahun terakhir biaya variabel mengalami fluktuasi biaya. Proporsi tepi komitmen habis-habisan menunjukkan bahwa manfaat organisasi sebelum biaya tetap melebihi setengah dari biaya variabel yang ditimbulkan. Dengan demikian, organisasi dapat mengurus biaya yang layak dari kesepakatan.

Pada laporan laba rugi perusahaan PT. Sariguna Primatirta Tbk berdasarkan break event point melakukan penjualan diatas titik impas maka akan memperoleh laba. Hasil dari analisis break even point dari tahun 2017 sampai dengan 2021 telah mampu menutupi biaya yang digunakan.

Pemeriksaan Cost Volume Profit (CVP) mampu menolong administrator untuk mengetahui sebab masalah dari semua biaya, volume transaksi, serta manfaat ketika ada perubahan biaya tetap dan biaya variabel. Berdasarkan pemeriksaan tersebut, pimpinan bisa memutuskan keputusan tentang fokus kesepakatan yang harus dipenuhi oleh organisasi sehingga organisasi dapat diandalkan dalam kondisi menguntungkan.

2) Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan pada PT. Sariguna Primatirta Tbk maka saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan PT. Sariguna Primatirta Tbk Untuk mencapai nilai *break even point* dan memperoleh keuntungan pada periode berikutnya, perusahaan sebisa mungkin untuk menaikkan penjualan. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan diskon pembelian atau strategi pemasaran lainnya.
2. Diharapkan PT. Sariguna Primatirta Tbk dapat melakukan pemasaran produk dengan melakukan kerjasama pada toko ritel dan sebagainya untuk mencapai target laba yang direncanakan.
3. Mengembangkan suatu perusahaan harus memperhatikan pangsa pasar dari barang yang dihasilkannya. Industri perlu membuat strategi penjualan yang lebih menarik bagi konsumen sehingga akan lebih berpeluang untuk membeli produk dari perusahaan dan alhasil penjualan akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2014). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hariri, F. R. (2016). Metode Least Square untuk Prediksi Penjualan Sari Kedelai Rosi. *Jurnal SIMETRIS* .
- Purwaji, A., Wibowo, & Murtanto. (2016). *Pengantar Akuntansi 1 Edisi dua*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Samryn, L. (2012). *Akuntansi Manajemen Informasi Biaya untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi & Investasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Simamora, H. (2012). *Akuntansi Manajemen Edisi III*. Duri: Riau Star Gate Publisher.
- Sodikin, S. S. (2015). *Akuntansi Manajemen Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sunyoto, D. (2013). *Analisis Laporan Keuangan Keuangan Untuk Bisnis (Teori dan kasus)*. Yogyakarta: Gejayan.
- Utari, D., Purwanti, A., & Prawironegoro, D. (2016). *Akuntansi Manajemen Pendekatan Praktis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

