

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi yang semakin luas dan terbuka saat ini mengakibatkan persaingan yang ketat didalam dunia bisnis. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk dapat bertahan dibidangnya, tetapi juga harus dapat memperoleh laba semaksimal mungkin. Tujuan utama dari kegiatan bisnis adalah untuk memperoleh laba. Bagaimana memperoleh laba yang maksimal adalah tergantung dari cara yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan seefektif dan seefisien mungkin.

Untuk menjaga kesinambungan perusahaan yang baik, harus dilakukan penanganan dan pengelolaan yang baik pula. Pihak manajemen di dituntut untuk dapat mengkoordinasikan seluruh sumber daya, selain itu pihak manajer hendaknya dapat berpikir kritis dalam mengambil setiap keputusan agar berdampak baik bagi perusahaan. Selain itu manajer memerlukan perencanaan yang berisikan langkah-langkah yang akan dan harus ditempuh dalam pencapaian tujuan. Perencanaan juga merupakan salah satu alat pengendalian terhadap kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan perusahaan.

Perencanaan laba dapat membantu dalam penaksiran tingkat laba yang akan didapat perusahaan, sehingga laba yang didapat akan lebih optimal. Untuk mencapai laba yang optimal (dalam perencanaan laba maupun realisasi), manajer-manajer dapat menggunakan langkah-langkah berikut:

1. Menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan tingkat harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang

dikehendaki.

3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Analisis *cost volume profit (CVP analysis)* adalah salah satu dari beberapa alat yang berguna bagi manajemen untuk memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba. Alat analisis ini sangat berguna dalam proses pembuatan keputusan bisnis untuk menghasilkan laba jangka pendek. Metode ini menggunakan analisa berdasarkan pada variabilitas penghasilan penjualan maupun biaya terhadap volume kegiatan.

Salah satu elemen analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit/CVP*) yang penting adalah analisis titik impas (*Break Event Point analysis*). Analisis *break event* adalah suatu teknik analisis untuk mengetahui penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol). Dengan melakukan analisis *break event*, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimum yang harus dicapai, agar tidak mengalami kerugian.

Perkembangan industri Perhotelan khususnya di Samosir meningkat tiap tahunnya. Dengan banyaknya jumlah hotel yang ada di Samosir maka menjadi persoalan tersendiri bagi pihak manajemen hotel dalam melakukan kegiatan operasionalnya karena persaingan yang cukup tinggi.

Hotel Toledo inn yang merupakan salah satu hotel yang cukup terkenal di Samosir memiliki daya tarik tersendiri bagi penulis untuk dijadikan sebagai objek dalam penulisan skripsi ini. Hotel Toledo inn merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perhotelan. Setiap periode, perusahaan ini membuat perencanaan berdasarkan pengalaman masa lalu (data historis). Perencanaan tersebut dapat digunakan sebagai alat pengendalian jangka pendek operasional perusahaan. Namun dalam pengendalian

perencanaan jangka pendeknya Hotel Toledo Inn belum menerapkan *Analysis cost volume profit*. Akibatnya, manajemen mengalami kesulitan dalam menentukan biaya dan volume penjualan serta berapa rencana laba yang ditetapkan ingin dicapai, sehingga keputusan jangka pendek yang diambil manajer menjadi kurang tepat.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik dan ingin mengkaji lebih jauh lagi dengan mengadakan penelitian mengenai analisis biaya-volume-laba dengan judul “**Analisis Hubungan *Cost-Volume-Profit (CVP)* untuk Perencanaan Laba pada Hotel Toledo inn di Samosir ”**

1.2 Identifikasi masalah

Bertitik tolak dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah

1. Belum diterapkannya analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)* sebagai alat perencanaan laba pada Hotel Toledo Inn.
2. Manajemen kesulitan menentukan biaya dan volume penjualan untuk merencanakan laba pada Hotel Toledo tersebut.

1.3 Pembatasan Masalah

Terbatasnya waktu dan kemampuan serta biaya yang tersedia, maka penulis hanya membatasi masalah yang menyangkut perencanaan laba menggunakan analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)* pada Hotel Toledo Inn.

1.4 Perumusan masalah

Setiap usaha dalam pencapaian tujuannya pasti akan menghadapi masalah yang dapat mempengaruhi pelaksanaan hasil dari rencana yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Masalah yang dibahas pada Hotel Toledo inn di Samosir adalah : “Bagaimana merencanakan laba dengan menggunakan analisis *Cost-Volume-Profit* pada Hotel Toledo Inn?”

1.5 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui tingkat penjualan minimal perusahaan agar tidak menderita kerugian.
- b. Untuk merencanakan laba perusahaan dengan analisis *cost-volume-profit*.

1.6 Manfaat penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini bermanfaat sebagai berikut :

1. Manfaat bagi perusahaan.

Diharapkan dari hasil penelitian ini sedikit banyak bisa memberikan kontribusi pemikiran yang selanjutnya dapat membantu manajemen dalam perencanaan laba dimasa yang akan datang.

2. Manfaat bagi pihak lain

Sebagai tambahan pengetahuan terutama dalam bidang perencanaan laba.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perencanaan laba

Salah satu fungsi pokok manajemen adalah perencanaan. Menurut (Garrison 2013:382) Perencanaan adalah perumusan tujuan dan penyusunan berbagai anggaran untuk mencapai tujuan tersebut.

Adapun perencanaan mengandung aspek :

- a. Penentuan tujuan yang akan dicapai
- b. Memilih dan menentukan cara yang akan ditempuh dari semua alternatif yang mungkin dipilih
- c. Usaha-usaha atau langkah-langkah yang ditempuh untuk mencapai tujuan atas dasar alternatif yang dipilih.

Manfaat pentingnya perencanaan yang baik didalam suatu perusahaan adalah :

- a. Karena tujuan yang ingin dicapai telah ditetapkan, maka pelaksanaan kegiatan dapat diusahakan dengan efektivitas dan efisiensi setinggi mungkin
- b. Untuk mengetahui apakah tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dan dapat dilakukan koreksi-koreksi atas penyimpangan yang timbul seawal mungkin.
- c. Dapat mengidentifikasi hambatan-hambatan yang timbul dan mengatasinya secara terarah, serta menghindari adanya kegiatan yang tidak terarah dan terkontrol.

Laba perusahaan merupakan selisih antara penghasilan penjualan diatas semua biaya dalam periode akuntansi tertentu, oleh karena itu perencanaan laba untuk periode akuntansi tertentu akan berhubungan dengan perencanaan laba atas penghasilan penjualan atas biaya pada periode akuntansi yang bersangkutan. Dalam perencanaan laba juga harus menggunakan sumber-sumber ekonomi yang dimilikinya guna mencapai tujuan yang hendak dicapai.

Salah satu fungsi manajemen adalah perencanaan atas kegiatan perusahaan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan perusahaan pada periode yang akan datang. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba optimal sesuai dengan kemampuan perusahaan, oleh karena itu untuk mencapai laba optimal tersebut perlu disusun perencanaan laba agar kemampuan yang dimiliki perusahaan dapat dikerahkan secara terkoordinasi dalam mencapai tujuan tersebut.

Perencanaan laba (profit planning) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Perencanaan laba akan efektif hanya bila semua pihak yang bertanggungjawab melaksanakan usaha yang terus menerus dan agresif untuk mencapai tujuan.

Manajer harus menerima tanggung jawab untuk mencapai atau melampaui sasaran departemen yang tercantum di perencanaan laba. Seluruh tingkatan manajemen harus mengerti program, harus menyadari relevansi rencana bagi pelaksanaan fungsinya dan harus berpartisipasi dalam penerapannya dengan cara yang tepat. Perencanaan laba tidak dapat menggantikan manajemen. Perencanaan laba ini merupakan sistem yang dapat membantu melaksanakan proses manajemen. Adapun manfaat dan keuntungan perencanaan laba adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atau identifikasi dan penyelesaian masalah. Manajemen wajib mempelajari semua aspek bisnis dalam mengembangkan anggaran. Hal ini memungkinkan adanya kesempatan untuk menilai kembali setiap segi dari operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program.

2. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen. Hal itu membantu mengembangkan kesadaran akan laba di seluruh lapisan organisasi dan merangsang kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.

3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal tersebut memberikan suatu cara untuk menyesuaikan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita. Anggaran membuat identifikasi dan eliminasi dari halangan serta ketidakseimbangan menjadi mungkin, sebelum kedua hal itu terjadi serta untuk menyalurkan usaha-usaha ke aktivitas-aktivitas yang paling menguntungkan.

4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen. Keahlian dan pengetahuan dari semua manajer dibutuhkan untuk mengembangkan rencana yang paling efektif. Partisipasi dari semua tingkatan mengeluarkan ide-ide dan menyediakan suatu cara untuk mengkomunikasikan tujuan serta untuk memperoleh dukungan atas rencana akhir. Manajer yang berpartisipasi belajar mengenai apa yang diharapkan; yaitu mereka mengembangkan komitmen terhadap cita-cita dimana mereka turut berpartisipasi dalam penetapannya.

5. Anggaran menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja actual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu. Hal ini memicu manajer untuk me

Dalam perencanaan laba (*profit planning*) sering disebut anggaran perencanaan (*planning budgeted*) atau rencana operasi (*planning operation*) adalah rencana dari manajemen yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan dibagi atas dua jenis yaitu rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang.

2.1.2 Pengertian Biaya (cost)

Menurut Salman (2016:28) “Biaya adalah kas atau nilai ekuivalent kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi”

Biaya (*cost*) adalah kas atau setara kas yang dikorbankan (dibayarkan) untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat (pendapatan) pada saat ini atau mendatang bagi

organisasi. Disebut setara kas (*cash equivalent*) karena sumber daya non kas dapat ditukarkan dengan barang atau jasa yang dikehendaki. Sebagai contoh : ketika perusahaan membeli keperluan kantor (*office supplies*) secara tunai atau kredit, jumlah pembayaran untuk keperluan tersebut merupakan biaya perolehan keperluan kantor. Sebaliknya, walaupun pembayaran dividen kepada para pemegang saham juga merupakan sebuah bentuk pembayaran, namun pembayaran itu bukanlah biaya karena pembayaran dividen tidak menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Demikian pula, suatu pembayaran kas untuk melunasi kredit (pinjaman) bukan merupakan biaya karena pelunasan kredit tidak menghasilkan pendapatan.

Cost mempunyai pengertian bahwa kita mempunyai sumber daya perusahaan yang terbatas dan untuk mendapatkannya diperlukan sejumlah pengorbanan atau pengeluaran tertentu. Semua saldo akun-akun dalam neraca adalah wujud daripada *cost* tersebut.

Biaya yang akan memberikan manfaat (*benefit*) hanya pada periode berjalan / sekarang (*current periode*) biasanya dicatat sebagai beban (*expense*) dibandingkan aktiva. Beban/pengeluaran (*expense*) adalah pembelanjaan yang sekarang dikonsumsi atau biaya yang telah dihabiskan. Beban itu sendiri terjadi karena dua sebab, pertama yang berasal dari *cost* yang sudah *expired* (melampaui masanya) dan yang kedua karena penggunaan, maksudnya beban itu hadir jika sudah melakukan pemakaian tertentu atau utilitas. Misalnya : penggunaan air (PAM), listrik (PLN), telepon & *speedy* (TELKOM), dst.

Menurut Sugiri (2010:21), “Biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomis tertentu untuk memperoleh sumber daya ekonomi lainnya”

Definisi di atas memberikan pemahaman yang jelas bahwa *cost* merupakan sejumlah nilai yang dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa, dimana pengorbanan tersebut diukur dengan berkurangnya harta atau bertambahnya kewajiban pada saat perolehan dalam satuan

moneter (rupiah). Expense didefinisikan sebagai biaya yang telah memberikan manfaat dan ketika manfaat tersebut digunakan. Cost yang akan memberikan manfaat di masa yang akan datang dicatat sebagai aktiva (asset) dan dicantumkan dalam neraca, sedangkan cost yang telah memberikan manfaat dicatat sebagai expense dan dicantumkan dalam laporan laba rugi.

2.1.3 Penggolongan Biaya

Menurut Bastian (2012:11) “klasifikasi biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya yang sistematis atas keseluruhan dari elemen-elemen yang ada dalam suatu golongan tertentu yang dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting”.

Klasifikasi biaya sangat diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu pihak manajemen dalam mencapai tujuannya. Untuk tujuan perhitungan biaya produksi dan jasa, biaya dapat diklasifikasikan menurut tujuan atau fungsi tertentu. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal dengan konsep : “*different costs for different purpose*”.

Biaya dapat digolongkan menurut :

1. Objek pengeluaran
 2. Fungsi pokok dalam perusahaan
 3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
 4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
 5. Jangka waktu manfaatnya
1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Biaya digolongkan sesuai dengan objek yang dibiayai, misalnya

Pengeluaran untuk bahan baku yang dipakai dalam proses produksi disebut biaya bahan baku, pengeluaran untuk membayar advertensi disebut biaya advertensi, pengeluaran untuk lembur karyawan disebut dengan biaya lembur, pengeluaran untuk upah pekerja digolongkan sebagai biaya tenaga kerja.

2. Penggolongan biaya menurut fungsi dalam perusahaan

Fungsi-fungsi dalam perusahaan terdiri atas fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya digolongkan menjadi 3 kelompok :

1. Biaya produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Biaya produksi ini dikelompokkan menjadi : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi tak langsung (biaya overhead pabrik)

2. Biaya pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan usaha memperoleh pesanan dan memenuhi pesanan. Misalnya : biaya promosi, biaya angkut barang keluar, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran dan sebagainya.

3. Biaya administrasi dan umum

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Misalnya : gaji direksi, biaya bagian akuntansi, dan personalia, biaya telepon, biaya rapat dan sebagainya.

3. Penggolongan biaya atas dasar hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam

hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu :

1. Biaya langsung (*direct cost*)

Merupakan biaya-biaya yang terjadi karena ada sesuatu yang dibiayai, misalnya biaya bahan baku dalam pembuatan produk. Biaya ini timbul karena adanya sesuatu yang dibiayai yaitu produk, jika tidak ada pembuatan produk maka biaya bahan baku tidak ada.

2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Merupakan biaya-biaya yang terjadi tidak tergantung kepada ada atau tidaknya sesuatu yang dibiayai, misalnya biaya penyusutan mesin dan biaya asuransi pabrik. Biaya-biaya ini ada terjadi walaupun tidak ada pembuatan produk.

Dalam hubungannya dengan produk sebagai suatu yang dibiayai, biaya

produksi dibagi menjadi dua kelompok yaitu :

1. Biaya produksi langsung

2. Biaya produksi tidak langsung

Biaya produksi langsung terdiri atas :

- a. Biaya bahan langsung, yaitu semua bahan yang membentuk satu kesatuan yang tak terpisahkan dari barang jadi dan dapat langsung diperhitungkan kedalam harga pokok produk.
- b. Biaya tenaga kerja langsung, adalah upah untuk buruh yang secara fisik berhubungan langsung dengan pembuatan produk dan jasanya dapat langsung diperhitungkan kedalam harga pokok produk.

Biaya produksi tak langsung atau disebut juga biaya overhead pabrik,

adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk pembuatan produk selain dari biaya bahan langsung, dan biaya tenaga kerja langsung. Termasuk dalam kelompok ini adalah :

- a. Bahan penolong, adalah bahan-bahan yang diperlukan untuk pembuatan produk yang penggunaannya relatif kecil, atau terlalu sulit untuk memperlakukannya sebagai bahan langsung.
- b. Tenaga kerja tidak langsung, adalah gaji atau upah tenaga kerja yang secara fisik tidak berhubungan langsung dengan pembuatan produk.
- c. Biaya produk tidak langsung lainnya, misalnya biaya penerangan pabrik, biaya pembangkit tenaga, biaya penyusutan mesin dan gedung, biaya reparasi dan pemeliharaan mesin dan biaya perlengkapan pabrik.

Biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung, keduanya disebut biaya primer (*prime cost*). Sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, keduanya disebut biaya konvensi (*conversion cost*).

4. Penggolongan biaya atas dasar hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
Atas dasar hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya

Digolongkan menjadi :

1. Biaya tetap (*fixed cost*), adalah biaya yang jumlahnya sampai kegiatan tertentu jumlahnya relatif tetap, tidak terpengaruh oleh volume kegiatan.
2. Biaya variabel (*variable cost*), adalah biaya yang jumlahnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
3. Biaya semi variabel (*semi variable cost*), adalah biaya-biaya yang mempunyai unsur tetap dan variabel, oleh karena itu biaya ini sering disebut biaya campuran (*mixed cost*)
5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Untuk tujuan perhitungan rugi laba dan penentuan harga pokok produk secara teliti, maka biaya digolongkan atas dasar jangka waktu manfaatnya. Untuk kepentingan tersebut maka pengeluaran digolongkan menjadi dua golongan besar yaitu :

1. Pengeluaran modal (*capital expenditur*)

Pengeluaran modal adalah pengeluaran yang manfaatnya dinikmati selama lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal pada saat terjadinya dicatat sebagai harta, dan dibebankan kepada periode-periode akuntansi yang menikmatinya dengan cara mengalokasikan sebagai harga perolehannya sebagai biaya penyusutan (*depresiasi*) atau sebagai amortisasi.

2. Pengeluaran penghasilan (*revenue expenditur*)

Pengeluaran penghasilan adalah pengeluaran yang manfaatnya hanya dinikmati dalam periode akuntansi saat terjadinya pengeluaran itu. Pengeluaran penghasilan pada saat terjadinya, dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan penghasilan yang diperoleh pada priode yang bersangkutan.

2.1.4 Perilaku Biaya

Perilaku biaya dapat diartikan sebagai perubahan biaya yang terjadi akibat perubahan dari aktivitas bisnis.

Perilaku biaya mengacu pada bagaimana biaya berubah atau tidak berubah sebagai akibat dari perubahan volume kegiatan atau aktivitas perusahaan. Salah satu tujuan klasifikasi biaya adalah memprediksi perilaku biaya untuk merespon perubahan aktivitas. Perilaku biaya berarti bagaimana biaya akan bereaksi atau merespon perubahan aktivitas bisnis. Bila aktivitas bisnis meningkat atau surut, biaya tertentu mungkin akan ikut naik atau turun atau mungkin juga tetap. Untuk tujuan perencanaan, manajer harus dapat mengantisipasi apakah akan

terjadi, jika biaya mengalami perubahan yaitu sejauh mana perubahannya. Jadi biaya diklasifikasikan berdasarkan pada bagaimana perubahan biaya tersebut. Umumnya biaya ini diklasifikasikan atas biaya variabel, biaya tetap, dan biaya campuran (biaya semi variabel atau biaya semi tetap).

a. Biaya variabel

Biaya variabel (variable cost) sebagai biaya yang jumlahnya berubah sebanding dengan perubahan aktivitas bisnis. Apabila tingkat aktivitas meningkat 10 persen, maka jumlah biaya variabel akan ikut meningkat sebesar 10 persen. Meskipun begitu, biaya variabel per unit jumlahnya tetap ketika terjadi perubahan aktivitas. Contohnya : biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, komisi penjualan.

Dalam perusahaan dagang, semua biaya produksi dan beberapa biaya pemasaran, biaya umum dan administrasi merupakan biaya variabel, tetapi pada perusahaan manufaktur tidak semua biaya produksi pabrikasi adalah biaya variabel, sebagian dari biaya produksi adalah bersifat tetap. Sedangkan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, biaya variabel adalah biaya tenaga kerja, biaya bahan yang digunakan untuk melaksanakan jasa dan beberapa bagian biaya overhead.

Oleh sebab itu, biaya variabel hubungannya dengan volume produksi ada tiga bagian yaitu :

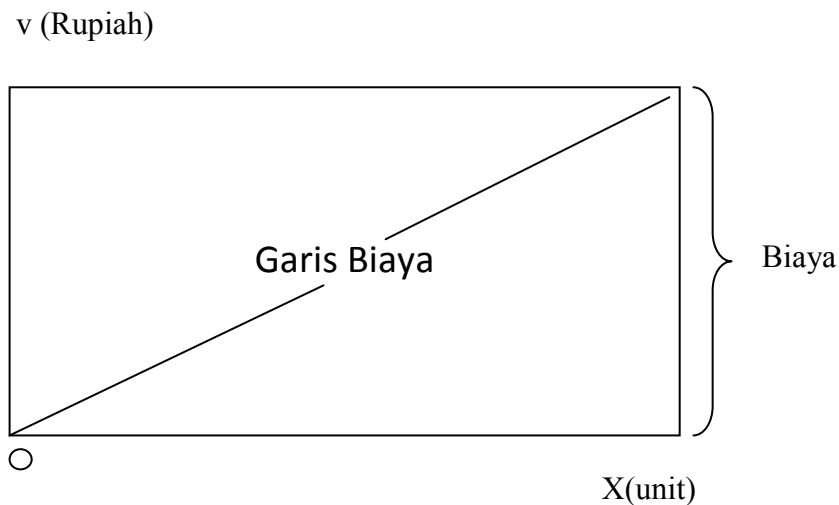
- a. Biaya variabel yang berubah sebanding dengan volume produksi
- b. Biaya variabel yang berubah lebih banyak dari perubahan volume produksi diatas volume produksi
- c. Biaya variabel yang berubah lebih sedikit jumlahnya dibawah daripada perubahan volume produksi.

Dalam pembahasan selanjutnya adalah biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan.

Adapun karakteristik biaya variabel :

1. Biaya variabel secara total berubah sebanding dengan volume produksi
2. Biaya variabel per unit adalah tetap
3. Biaya variabel dapat dikendalikan oleh manajemen operasiona

Gambar 1
Biaya variabel



b. Biaya tetap

Kasmir (2009:171), mengungkapkan bahwa biaya tetap merupakan biaya yang secara total tidak mengalami perubahan walaupun ada perubahan volume produksi atau penjualan (dalam batas waktu tertentu).

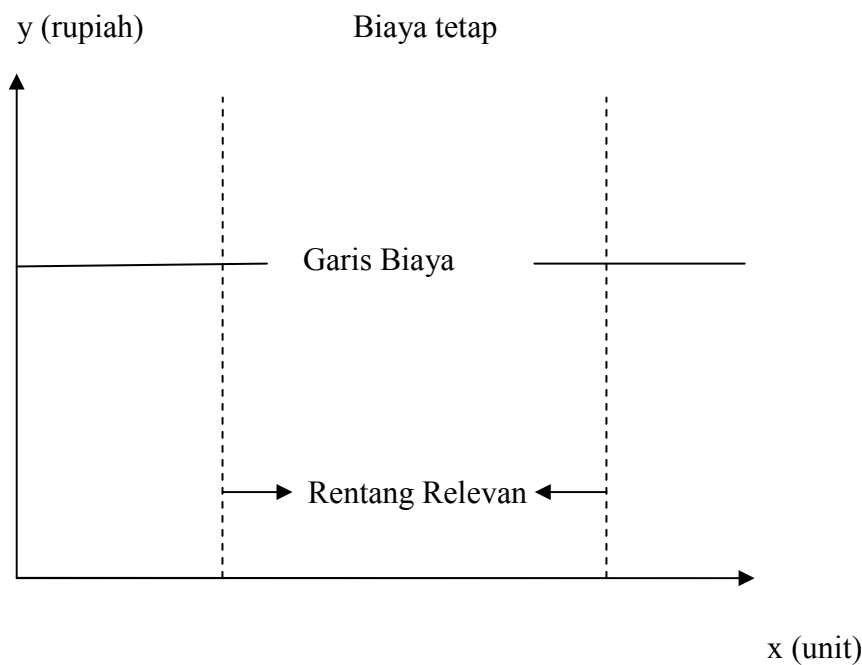
Karakteristik biaya tetap adalah :

- a. Biaya tetap secara total tidak berubah walaupun terjadi perubahan volume produksi (dalam rentang relevan)
- b. Biaya tetap persatuan akan berubah jika terjadi perubahan volume produksi

- c. Biaya tetap pada umumnya tidak dapat dikendalikan oleh manajemen operasional
- d. Biaya tetap dilihat dari kuasa manajemen eksekutif dan kuasa manajemen menengah, secara perlahan dapat berubah menjadi biaya variabel.

Pengertian di atas menunjukkan bahwa total biaya tetap tidak berubah karena adanya perubahan volume aktivitas dalam rentang kegiatan tertentu (relevant range), sedangkan biaya tetap per unit akan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Relevant range adalah suatu kisaran tingkat aktivitas dalam mana relatif perilaku biaya variabel dan biaya tetap dianggap valid.

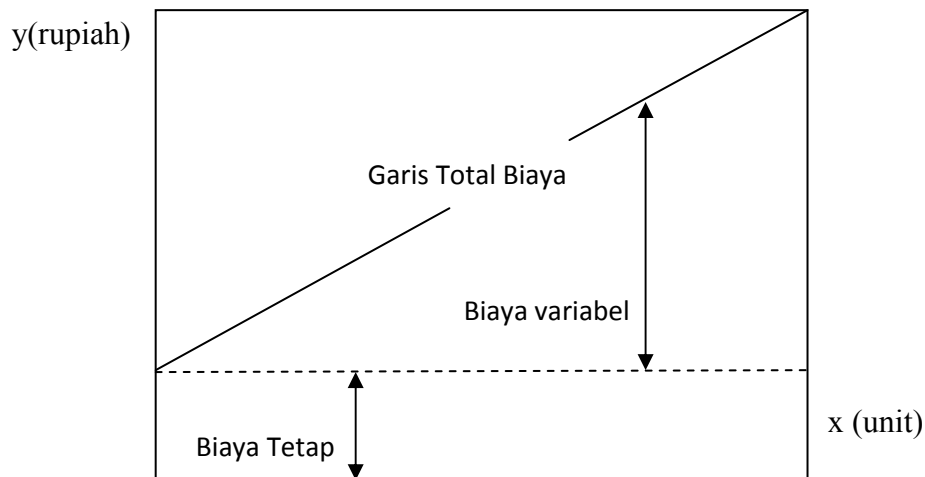
Gambar 2



- c. Biaya semivariabel

Pengertian biaya semivariabel menurut Mulyadi (2000:512): “biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel di dalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur biaya variabel merupakan bagian dari biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan”.

Agar dapat dimanfaatkan dengan cara yang lebih baik, informasi biaya semi variabel sebaiknya dipisahkan lebih dahulu dari unsur-unsur biaya variabel dan unsur-unsur biaya tetapnya. Apabila pemisahan ini tidak dilakukan maka alternatif keputusan yang dihasilkan juga kurang memuaskan akurasinya terutama bila jumlah biaya semivariabel ini cukup signifikan dibanding total biaya secara keseluruhan.



Gambar 3

Biaya semivarabel

Pemisahan unsur-unsur biaya tetap dan biaya variabel dari biaya semivariabel dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa cara, yaitu:

a. Metode Scattergraph (*scattergraph Method*)

Metode scattergraph dapat digunakan untuk menganalisis perilaku biaya. Dalam metode ini, biaya yang dianalisis disebut variabel dependen dan diplot digaris vertikal atau yang disebut sumbu y. Aktivitas terkait disebut variabel independen, misalnya : biaya tenaga kerja langsung, jam tenaga kerja langsung, jam mesin, unit output, persentase kapasitas dan diplot sepanjang garis horizontal yang disebut sumbu x.

Metode *scattergraph* merupakan kemajuan dari metode titik rendah karena metode ini menggunakan semua data yang tersedia, bukan hanya dua titik data. Metode ini memungkinkan inspeksi data secara visual untuk menentukan apakah biaya tersebut tampak terkait dengan aktivitas itu dan apakah hubungannya mendekati linear.

b. Metode Tinggi-Rendah (*High-Low Method*)

Analisis biaya semi variabel dengan menggunakan *high-low method* dimulai dengan mengidentifikasi periode dengan tingkat aktivitas yang paling rendah dan periode dengan tingkat aktivitas paling tinggi. Perbedaan biaya pada kedua periode tersebut dibagi dengan perubahan aktivitas antara kedua periode ekstrim tersebut untuk memperkirakan biaya variabel per unit aktivitas. Metode Tinggi-Rendah adalah metode yang paling sederhana dan dapat digunakan untuk memperkirakan biaya tetap dan biaya variabel secara cepat tetapi memiliki kelemahan karena hanya mendasarkan pada dua titik saja.

c. Metode Regresi Kuadrat Terkecil (*Least-Squares Regression*)

Metode kuadrat terkecil kadang-kadang disebut analisis regresi, menentukan secara matematis garis yang paling sesuai, atau garis regresi linear melalui sekelompok titik.

Metode least-squares regression pada umumnya menghitung garis regresi yang meminimalkan jumlah dan kesalahan kuadrat residual (the sum of squared error). Pada metode least-squares regression untuk membuat estimasi hubungan linear didasarkan pada persamaan linear.

$$Y = a + bX$$

2.1.5 Analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)*

Menurut Hansen & Mowen (2004:423) yaitu

“analisis cost-volume-profit merupakan alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Karena analisis CVP menekankan pada keterkaitan antara biaya, jumlah yang dijual, dan harga, analisis ini menggabungkan semua informasi keuangan perusahaan”.

Warindrani (2006:271), mengemukakan bahwa *Cost-Volume-Profit* menganalisis keterkaitan biaya, harga dan kualitas yang terjual, sehingga para manajer dapat mengetahui dampak dari berbagai tingkat harga atau biaya terhadap laba, dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas dan juga jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai titik impas.

Analisis CVP dapat menjadi alat yang berharga untuk mengidentifikasi luas dan besarnya masalah ekonomi yang dihadapi perusahaan dan membantu menunjukkan secara tepat jawaban yang diperlukan. Analisis CVP juga dapat ditujukan pada banyak isu lainnya, seperti: jumlah unit yang harus dijual agar impas; dampak pengurangan biaya tetap pada titik impas; dan dampak peningkatan harga pada laba. Sebagai tambahan, analisis CVP memungkinkan manajer untuk melakukan analisis sensitivitas dengan menguji pengaruh berbagai tingkat harga atau biaya pada laba. Adapun analisis cost-volume-profit dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:

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

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

2.1.6 Dasar-dasar *Cost-Volume-Profit (CVP)*

2.1.6.1 Analisis *Contribution Margin*

Contribution Margin adalah jumlah yang tersedia dari penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Jumlah tersebut akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan laba untuk periode tersebut. *Contribution Margin* digunakan lebih dulu untuk menutup beban tetap, dan sisanya akan menjadi laba. Jika margin kontribusi tidak cukup untuk menutup beban tetap, maka akan terjadi kerugian pada periode tersebut. Adapun rumus margin kontribusi adalah :

$$\text{Rasio margin kontribusi} = \frac{\text{margin Kontribusi}}{\text{penjualan}}$$

Contoh :

Pada bulan Desember 2016 hotel Toledo inn menjual 150 kamar dengan harga Rp. 1.000 per unit. Biaya variabel per kamar Rp. 600,-. Biaya tetap bulanan Rp. 20.000,-. Dari data ini dapat dihitung margin kontribusi dan rasio margin kontribusi per unit, masing-masing dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Margin kontribusi} &= \text{Penjualan} - \text{biaya variabel} \\ &= \text{Rp. 1.000} - \text{Rp. 600} \\ &= \text{Rp. 400,- per unit}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Rasio margin kontribusi} &= \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{penjualan}} \% \\ &= (\text{Rp. 400}/\text{Rp. 1.000})\% \\ &= 40\%\end{aligned}$$

2.1.6.2 *Operating Leverage*

Sebuah pengungkit adalah alat untuk menggandakan tenaga. Dengan pengungkit, sebuah obyek yang sangat besar dapat dipindahkan dengan menggunakan sejumlah tenaga. *Operating leverage* adalah ukuran besarnya penggunaan biaya tetap dalam sebuah perusahaan. Semakin tinggi biaya tetap, maka semakin tinggi *operating leverage* yang dicapai dan semakin besar pula sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan.

Menurut Garrison dkk (2013:228) *Operating Leverage* adalah suatu ukuran tentang sensitivitas laba neto operasi terhadap perubahan persentase dalam nilai penjualan (dolar). *Leverage* operasi bertindak sebagai pengganda. Jika *leverage* operasi tinggi, maka peningkatan persentase yang kecil dalam penjualan dapat menghasilkan peningkatan laba neto dalam persentase yang jauh lebih besar.

Tingkat *operating leverage* pada berbagai tingkat penjualan dihitung dengan rumus :

$$\text{Tingkat } operating \text{ Leverage} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

2.1.6.3 Analisis Titik Impas (*Break Event Point/BEP*)

Break event dan analisa hubungan biaya-volume-laba merupakan teknik perencanaan laba dalam jangka pendek atau dalam satu periode akuntansi tertentu dengan mendasarkan analisisnya pada variabilitas penghasilan penjualan maupun biaya terhadap volume kegiatan sehingga teknik-teknik tersebut akan dapat digunakan dengan baik sebagai alat perencanaan laba dalam jangka pendek.

Menurut Thomson (2005:272) “ Analisis titik impas digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan hanya untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tersebut”

Dalam perencanaan laba dengan teknik break even dan analisa hubungan biaya-volume-laba digunakan dasar anggapan sebagai berikut :

- a. Harga jual produk per unit (satuan) yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai tingkatan volume penjualan dalam periode bersangkutan, apabila anggapan ini tidak terpenuhi penghasilan penjualan tidak dapat digambarkan dalam garis lurus.
- b. Semua biaya yang dianggarkan dapat dikelompokkan kedalam elemen biaya tetap dan biaya variabel yang mempunyai tingkat variabilitas terhadap produk yang diproduksi atau dijual, bukan terhadap dasar kegiatan yang lain.
- c. Harga dari biaya atau masukan (misalnya harga bahan baku, upah langsung, dll) yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai tingkatan kegiatan, sehingga biaya dapat digambarkan dalam garis lurus.
- d. Kapasitas yang dimiliki perusahaan tidak berubah, misalnya karena adanya ekspansi, karena perubahan kapasitas yang dimiliki akan merubah pola hubungan biaya-volume-laba.
- e. Tingkat efisiensi dari perusahaan tidak berubah, karena program efisiensi yang sangat berhasil atau terjadinya pemborosan yang luar biasa akan berpengaruh pada pola hubungan biaya-volume-laba.
- f. Tingkat dan metode teknik yang dimiliki perusahaan tidak berubah, perubahan teknologi juga dapat mengubah pola hubungan biaya-volume-laba.
- g. Apabila perusahaan menjual beberapa macam produk, maka komposisi produk yang dianggarkan pada berbagai tingkatan penjualan tidak berubah, perubahan komposisi akan berakibat berubahnya prosentasi batas kontribusi.

2.1.6.4 Perhitungan Analisis Break Event Point (Titik Impas)

Titik impas dapat dihitung dengan menggunakan dua metode yaitu:

1. Metode Persamaan

Dalam metode persamaan, terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam menghitung titik impas baik dalam unit maupun rupiah sebagai berikut:

a. Persamaan Biasa

Break event point dengan pendekatan persamaan bisa dicari dengan menentukan laba sama dengan nol.

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

Karena laba dan BEP sama dengan nol maka persamaan tersebut menjadi :

$$\text{Penjualan} - (\text{Biaya Variabel} + \text{Biaya tetap}) = 0$$

Atau

$$\text{penjualan bep} = \text{biaya variabel} + \text{biaya tetap} + 0$$

Contoh dari kasus diatas misalkan :

Volume penjualan = x unit (tidak diketahui)

Harga jual per kamar = Rp. 1.000

Biaya variabel per unit = Rp. 600

Biaya tetap bulanan = Rp. 20.000

Karena laba pada titik impas sama dengan nol, maka dengan demikian titik impas dalam unit dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
\text{Penjualan} &= \text{Biaya variabel} + \text{Biaya tetap} + \text{laba} \\
1.000x &= 600x + 20.000 + 0 \\
1.000x - 600x &= 20.000 + 0 \\
400x &= 20.000 + 0 \\
x &= 20.000/400 \\
x &= 50 \text{ unit}
\end{aligned}$$

Jadi, impas tercapai pada volume penjualan kamar sebanyak 50 unit. Hal ini terbukti dari perhitungan berikut :

Penjualan 50 unit @ Rp.1.000	Rp. 50.000
Beban variabel 50 unit @ Rp.600	Rp. 30.000
Margin kontribusi	<u> Rp. 20.000</u>
Beban tetap	Rp. 20.000
Laba bersih	<u> Rp. 0</u>

b. Metode Kontribusi marjin

Margin kontribusi adalah pendapatan penjualan dikurangi biaya variabel total. Pada titik impas, jumlah margin kontribusi setara dengan beban tetap.

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio margin Kontribusi}}$$

Contoh :

$$\begin{aligned}\text{Impas dalam unit} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}} \\ &= \frac{\text{Rp.20.000}}{\text{Rp.400}} \\ &= 50 \text{ unit}\end{aligned}$$

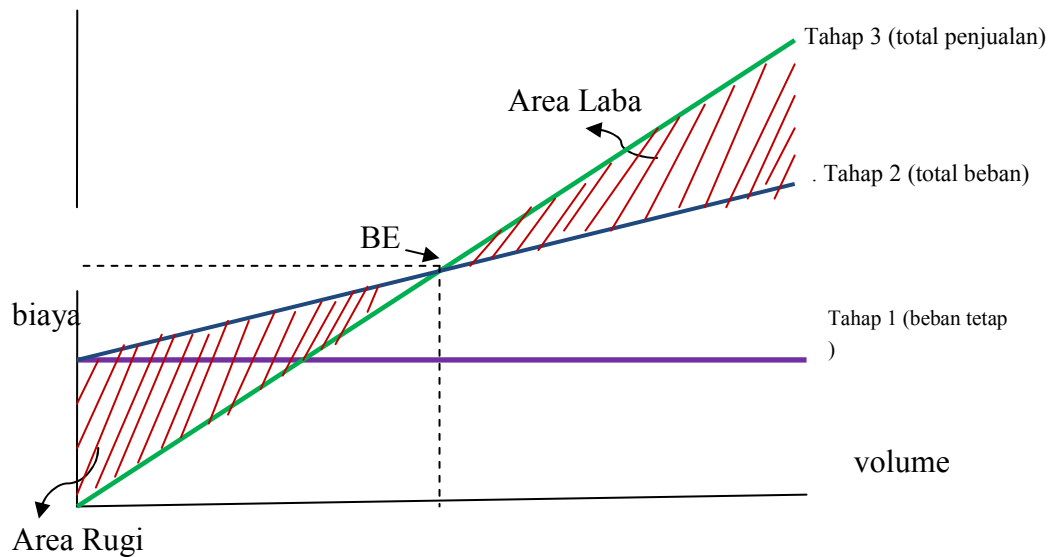
Setiap tambahan satu unit produk yang terjual diatas titik impas, maka laba akan bertambah sebesar margin kontribusi per unit produk, yaitu Rp.400 sebagaimana perhitungan berikut :

Penjualan 51 unit @ Rp.1.000	Rp. 51.000
Beban variabel 51 unit @ Rp.600	Rp. 30.600
Margin kontribusi	Rp. 20.400
Beban tetap	Rp. 20.000
Laba bersih	Rp. 400

$$\begin{aligned}\text{Impas dalam rupiah} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio margin Kontribusi}} \\ &= \frac{\text{Rp.20.000}}{40\%} \\ &= \text{Rp. 50.000}\end{aligned}$$

2. Metode Grafik

Perencanaan laba perusahaan yang dihitung dengan rumus break even agar lebih mudah dipahami dapat disajikan dalam bentuk grafik even. Dalam grafik even tersebut akan tampak perbandingan besarnya penghasilan, biaya, dan laba-rugi perusahaan.



Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik impas (*break event point*) adalah titik potong antara garis total pendapatan dengan garis total beban. Daerah rugi merupakan daerah dimana jumlah garis biaya lebih besar daripada jumlah garis penjualan. Daerah laba adalah sebaliknya dimana garis penjualan di atas atau lebih besar dari jumlah biaya.

Pemakaian analisis *break event point* tidak bisa diterapkan dalam semua kondisi (keadaan) dalam penerapan *break event point*, ada satu set anggapan yang mendasari perhitungan tersebut sebagai berikut :

1. Tingkah laku biaya dan pendapatan ditentukan pada batas yang telah dianggarkan (direncanakan)
2. Semua biaya bisa dipisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel
3. Biaya tetap akan tetap jumlahnya pada kapasitas yang telah dianggarkan (direncanakan)

4. Biaya variabel naik/turun secara proporsional sesuai dengan naik/turunnya penjualan.
5. Harga jual tidak mengalami perubahan
6. Biaya-biaya tidak berubah
7. Produktivitas dan efisiensi tidak berubah

2.1.7 Analisis Target Laba (Perencanaan Laba)

Aset perusahaan ditanam dalam sebuah proyek dengan tujuan untuk memperoleh laba. Untuk mencapai laba yang besar (dalam rencana maupun realisasinya), manajemen dapat menempuh berbagai langkah, misalnya:

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

Rumus biaya-volume-laba dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Ada dua cara untuk melakukan analisis target laba, yaitu:

1. **Persamaan Biaya-Volume-Laba.** Satu pendekatan yaitu dengan menggunakan metode persamaan. Rumus persamaannya:

$$\text{Penjualan} = \text{Beban variabel} + \text{Beban tetap} + \text{Laba}$$

2. **Pendekatan Margin Kontribusi.** Pendekatan kedua yaitu dengan memperluas rumus margin kontribusi dengan memasukkan target laba:

$$\text{unit penjualan untuk mencapai target} = \frac{\text{Beban tetap} + \text{target laba}}{\text{margin kontribusi per unit}}$$

contoh :

Untuk tahun mendatang hotel Toledo merencanakan laba sebesar Rp. 10.00, penjualan yang direncanakan dengan target ini adalah :

$$\begin{aligned}\text{Penjualan} &= \frac{\text{Beban tetap} + \text{target laba}}{\text{margin kontribusi per unit}} \\ &= \frac{\text{Rp.20.000} + \text{Rp.10.000}}{\text{Rp.400}} \\ &= \frac{\text{Rp.30.000}}{\text{Rp.400}} \\ &= 75 \text{ unit}\end{aligned}$$

2.1.8 Analisis Sensitivitas Perubahan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba

Analisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan dinamakan analisis sensitivitas. Analisa hubungan biaya-volume-laba dapat dipakai oleh manajemen untuk menghadapi berbagai kemungkinan perubahan kondisi yang dapat mempengaruhi laba perusahaan. Dalam hal ini faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba adalah:

1. Perubahan harga jual satuan

Menaikkan harga jual adalah salah satu keputusan yang mungkin dilakukan oleh seorang manajer. Jika alternatif ini ditempuh, harus dipertimbangkan kemungkinan terjadinya penolakan konsumen terhadap kenaikan harga jual tersebut. Perubahan harga jual satuan akan berakibat mempengaruhi hubungan biaya volume- laba atau rasio volume laba. Perubahan rasio volume-laba mempunyai akibat yaitu:

a. Titik break event berubah

b. Jumlah laba berubah

Contoh :

Untuk memberi gambaran, gunakan kembali data Hotel Toledo di atas.

Anggaplah manajemen menghendaki target laba Rp. 10.000 dan kenaikan harga jual Rp.10 per unit. Dengan menggunakan analisis biaya- volume-biaya, perhitungannya sebagai berikut :

Pengaruh Kenaikan Harga Jual terhadap Titik Impas dan Target Penjualan

Keterangan	Data semula	kenaikan Harga jual Rp. 100
Harga jual per unit	Rp. 1.000	Rp. 1.100
Beban variabel per unit	<u>600</u>	<u>600</u>
Margin kontribusi per unit	<u>400</u>	<u>500</u>
Beban tetap total	Rp.20.000	Rp.20.000
Target laba	10.000	10.000
Titik impas	$= \frac{Rp.20.000 + Rp.0}{Rp.400}$	$= \frac{Rp.20.000 + Rp.0}{Rp.500}$
	$= \underline{\underline{50 \text{ unit}}}$	$= \underline{\underline{40 \text{ unit}}}$
Target penjualan untuk mencapai Laba Rp.10.000	$\frac{Rp.20.000 + Rp.10.000}{Rp.400}$	$\frac{Rp.20.000 + Rp.10.000}{Rp.500}$
	$= \underline{\underline{75 \text{ unit}}}$	$= \underline{\underline{60 \text{ unit}}}$

Kenaikan harga jual dari Rp. 1.000 menjadi Rp. 1.100 menurunkan titik impas dari 50 menjadi 40 unit. Volume penjualan data semula yang harus dicapai untuk memperoleh laba

bersih Rp. 10.000 adalah 75 unit. Dengan kenaikan harga jual, maka volume tersebut turun menjadi 60 unit. Jika penjualan turun sebanyak 15 (75-60) sebagai akibat naiknya harga jual, laba akan mencapai tepat sebesar Rp. 10.000. Tentu saja jika penurunan permintaan kurang dari 15 unit, laba akan tercapai diatas Rp. 10.000

2. Perubahan jumlah total biaya tetap

Perubahan jumlah total biaya tetap, baik kenaikan atau penurunan, tidak mengubah rasio volume-laba tetapi merubah titik break event-nya. Meskipun rasio volume laba tidak berubah dan slope garis laba tidak berubah, tetapi adanya penurunan total biaya tetap akan berakibat garis laba bergeser ke atas (ke kiri) dan titik break event-nya juga turun. Sebaliknya apabila total biaya tetap naik, maka akan berakibat garis laba bergeser ke bawah (ke kanan) dan titik break event-nya juga naik.

3. Perubahan biaya variabel satuan

Perubahan biaya variabel satuan baik kenaikan maupun penurunan akan mengubah rasio volume laba. Adanya perubahan rasio volume laba mempunyai dua akibat yaitu titik break event berubah dan jumlah laba berubah.

4. Perubahan harga jual satuan, volume penjualan, biaya variabel satuan, dan biaya tetap.

Dalam menyusun perencanaan perusahaan, mungkin manajemen akan menghadapi perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi laba secara serempak.

2.1.9 Margin of Safety (MOS)

Apabila hasil penjualan pada tingkat titik impas dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan atau pada tingkat penjualan tertentu, maka akan diperoleh informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak memperoleh rugi. Hubungan atau selisih antara penjualan yang dianggarkan atau tingkat penjualan tertentu dengan

penjualan pada tingkat titik impas merupakan batas keamanan (*margin of safety*) bagi perusahaan dalam melakukan penjualan.

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

Rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Margin of safety} = \text{Total penjualan} - \text{Titik impas}$$

Margin of safety dapat juga disajikan dalam persentase. Rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Margin of safety} = \frac{\text{Penjualan menurut anggaran} - \text{penjualan titik impas}}{\text{Total penjualan menurut anggaran}} \times 100\%$$

Contoh :

Hotel Toledo Inn menjual 150 unit kamar @ Rp. 1.000 dengan titik impas 50 unit, maka margin keamanan dapat dihitung dengan :

Penjualan (150 unit) @	Rp. 150.000
------------------------	-------------

Titik impas, pada volume 50	<u>50.000</u>
-----------------------------	---------------

Margin keamanan dalam rupiah	Rp. 100.000
------------------------------	-------------

Margin keamanan dalam % (Rp. 100.000/150.000) = 66,67%

Margin keamanan dalam unit (Rp. 100.000/1.000) = 100 unit

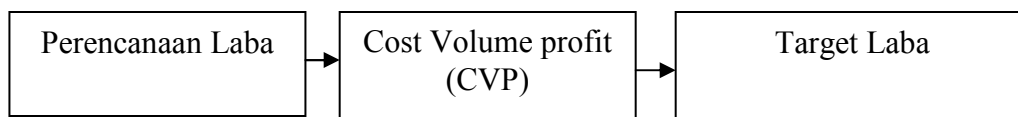
Margin of safety dapat membantu manajer untuk mengetahui besarnya resiko yang terkandung dalam suatu rencana penjualan. Perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang

besar dikatakan lebih baik karena rentang penurunan penjualan yang dapat ditolerir adalah lebih besar sehingga kemungkinan menderita kerugian rendah. Namun sebaliknya jika *margin of safety* rendah, kemungkinan perusahaan untuk menderita kerugian besar.

Dalam hal ini, manajer dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan volume penjualan atau menurunkan biayanya. Langkah ini akan membantu untuk menurunkan timbulnya resiko kerugian.

2.2 Kerangka berpikir

Kerangka berpikir penelitian disajikan pada gambar berikut :



Gambar 2.2

Kerangka berpikir

Analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) merupakan analisis yang dapat digunakan untuk membantu perusahaan mengetahui jumlah perencanaan penjualan untuk mencapai target laba. Dengan adanya analisa biaya volume laba, perusahaan dapat memperbaiki kinerja yang dicapai saat ini dalam hal pencapaian target laba, karena perusahaan dapat memperoleh suatu gambaran mengenai penjualan yang perlu diupayakan agar target laba dapat tercapai.

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang dihadapi. Hipotesis diterima jika dibuktikan melalui penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah metode *cost volume profit* berperan penting dalam menentukan laba pada Hotel Toledo Inn.

2.4 Gambaran Umum Objek Penelitian

2.4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hotel Toledo Inn yang beralamat di Jl. Lingkar Tuk-tuk Samsir didirikan oleh Dr. Luhut Lumban Tobing pada tahun 1997. Hotel Toledo Inn adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang akomodasi penginapan yang berada disamsir dengan view yang menakjubkan di pinggir danau toba, dimana menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung.

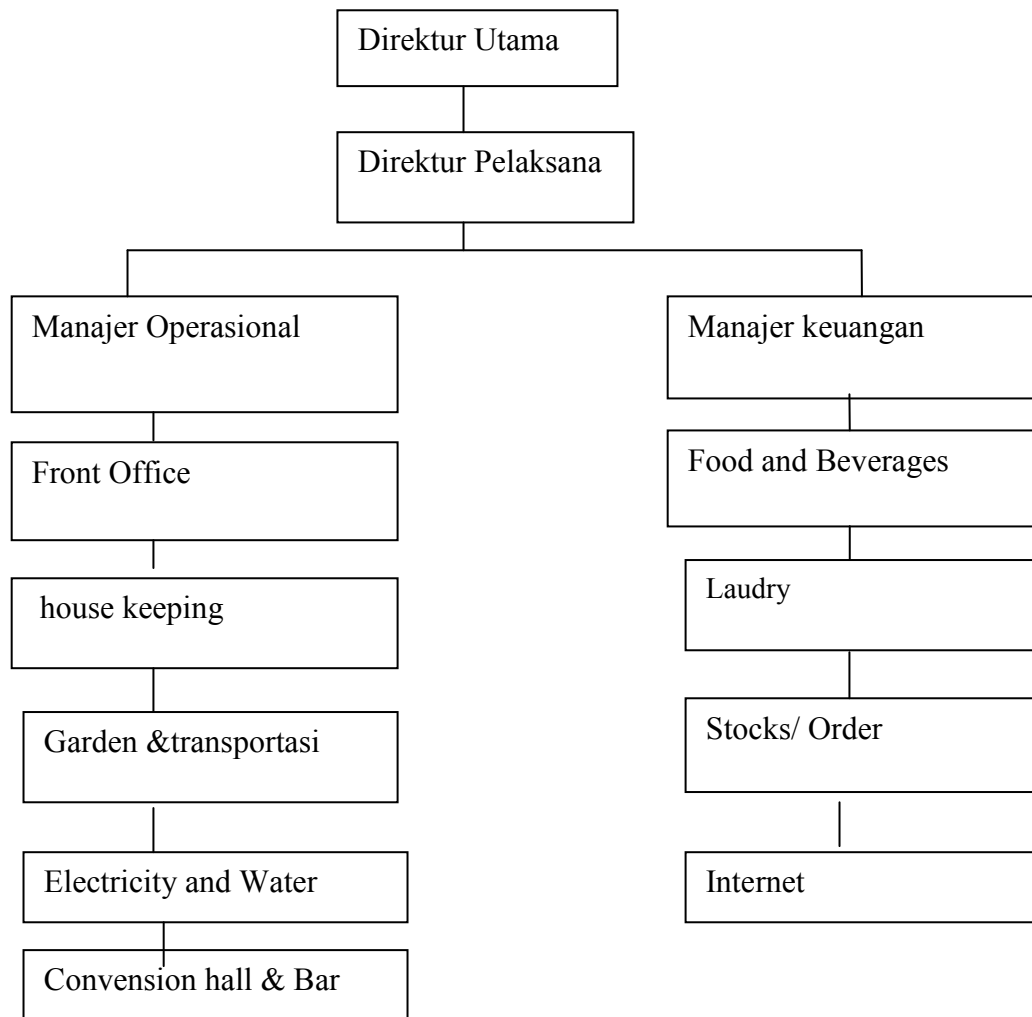
Hotel Toledo Inn dilatarbelakangi oleh keinginan penderinya Dr. Luhut Lumban Tobing yang ingin memiliki tempat penginapan yang strategis dan terbuka, memiliki view yang menarik. Sehingga beliau mendirikan hotel tersebut dipinggir danau toba.

Promosi Hotel Toledo sering juga dilakukan diberbagai media seperti lewat spanduk atau media sosial lainnya. Selain itu para pengunjung juga dipermudah dalam pembookingan hotel dengan aplikasi yang saat ini mudah digunakan yaitu dengan Traveloka.

Hotel Toledo Inn memiliki fasilitas 140 kamar dari 3 type, yaitu : VIP, superior room dan standart room. Setiap kamar memiliki fasilitas yang cukup dan layak untuk sebuah hotel sesuai dengan type kamar yang menjadi ukuran. Hotel Toledo merupakan bangunan permanent dengan ciri khas bangunan adat batak toba ,adapaun fasilitas yang disediakan disesuaikan hotel hotel internasional baik itu dari segi kamar ataupun perlengkapan yang ada didalam kamar tersebut, juga ruangan ditata sedemikian rupa sehingga menciptakan suasana nyaman serta berupaya mutu pelayanan kepada tamu (pengunjung).

2.4.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Hotel Toledo Inn menyebutkan bahwa tiap-tiap atasan mempunyai bawahan tertentu yang bertanggung jawab kepada atasan dan dijalankan berdasarkan garis komando. Seluruh wewenang dan kekuasaan berasal dari atas yang kemudian mengatur ke bagian-bagian bawahnya dan masing-masing bagian tersebut bertanggung jawab penuh pada bagian-bagian di atasnya.



Gambar 2.4

Struktur organisasi Hotel

Adapun Tugas dan Tanggungjawab Setiap Departemen/Bagian :

1. Manajer operasional

Manajer mempunyai tugas dan wewenang yaitu :

- a. Untuk mengatur semua kepala bagian kerja yang berada dibawahnya
- b. Mengawasi pelaksanaan tugas yang sudah diberikan kepada bawahannya
- c. Mempertanggungjawabkan usaha kepada pemilik
- d. Mengatur hubungan baik antar perusahaan terhadap perusahaan lain maupun instansi perusahaan

2. Manajer keuangan

Manajer keuangan mempunyai tugas dan wewenang yaitu :

- a. Mengurus surat surat yang masuk dan masalah keuangan ataupun masalah administrasi
- b. Membantu manajer dalam hubungan dengan pemerintah maupun instansi luar.

3. FrontOffice

Front Office Department dikepalai oleh seorang front office supervisor. Tugas dan tanggungjawab front office supervisor yaitu:

- a. Mengawasi dan membimbing pegawai operasional front office serta mengatur schedule kerja.
- b. Membuat laporan bulanan kepada manajer.

4. House Keeping

House Keeping Department dikepalai oleh seorang house keeping supervisor. Tugas dan tanggungjawab House Keeping Supervisor:

- a. Mengontrol area hotel dari segi kebersihan
 - b. Menangani komplain tamu mengenai kebersihan kamar, laundry, dan lain-lain.
 - c. Membuat program kerja untuk bawahan yang berkaitan dengan kebersihan kamar.
5. Food and Beverages Department
- Food and Beverages Department dikepalai oleh seorang food and beverages supervisor.
- Tugas dan tanggungjawab food and beverages supervisor:
- a. Mengecek crew yang bertugas
 - b. Mengecek makanan pagi (bagi tamu hotel) dan mengecek kesiapan makanan (apabila ada event).
 - c. Melaporkan kepada atasan mengenai kegiatan operasional pada hari itu.
 - d. Membuat laporan bulanan.
6. Laundry
- Laundry. Tugas dan tanggungjawab laundry:
- a. Bertanggung jawab terhadap linen-linen hotel.
 - b. Bertanggung jawab terhadap guest laundry dan peralatan laundry.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah bersifat kuantitatif analisis, yaitu penelitian yang mengumpulkan data berupa data volume penjualan, harga jual, biaya tetap dan variabel yang diperoleh dari laporan laba rugi dan informasi pendukung lainnya.

3.2 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan maka penulis melakukan penelitian pada Hotel Toledo Inn yang berlokasi di Jalanlingkar Tuk-tuk, samosir.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian lapangan yaitu dengan mengadakan penelitian secara langsung untuk memperoleh gambaran masalah dengan mengamati dan melihat keadaan perusahaan, mengadakan wawancara dengan pihak-pihak berwenang dan terkait dengan masalah yang dihadapi, serta mengumpulkan data-data tertulis berupa dokumen-dokumen pendukung yang ada dalam perusahaan.
2. Penelitian pustaka yaitu dengan mengumpulkan dan mempelajari berbagai literatur, buku-buku wajib dan bahan kuliah yang erat hubungannya dengan penelitian ini, sebagai sumber acuan untuk membahas teori yang relevan dengan pembahasan masalah.

3.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka seperti penjualan, biaya-biaya yang dikeluarkan, dan harga jual.

b. Data kualitatif yaitu data yang bukan berupa angka, sifatnya menunjang data kuantitatif sebagai keterangan seperti sejarah tentang perusahaan, struktur organisasi perusahaan, job description, dan kegiatan-kegiatan dalam perusahaan.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dengan mengadakan wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan dan berkaitan dengan masalah yang diteliti.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari luar perusahaan berupa bukubuku dan literatur yang relevan dengan masalah yang dibahas dan juga sebagai landasan teori penulis.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengklasifikasikan semua biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam biaya variabel (variable cost) dan biaya tetap (fixed cost).
2. Menggunakan Analisis kuadrat terkecil untuk memisahkan semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Metode ini mengestimasi suatu hubungan linier didasarkan pada persamaan:

$$Y = a + bx$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(\sum Y) - b(\sum X)}{n}$$

dimana:

X = tingkat aktivitas

Y = total biaya semi variabel

a = total biaya tetap

b = biaya variabel per unit aktivitas

n = jumlah observasi

Σ = jumlah total observasi

3. Analisis *Contribution Margin* digunakan lebih dulu untuk menutup beban tetap, dan sisanya akan menjadi laba.

$$\text{Rasio margin kontribusi} = \frac{\text{margin Kontribusi}}{\text{penjualan}}$$

4. Analisis titik impas (Break Event Point/BEP), untuk mendapat suatu keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian baik dalam jumlah produk (kuantitas) maupun dalam rupiah.

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

$$\text{BEP (unit)} = \frac{FC}{P - VC}$$

Di mana:

FC : Fixed Cost (biaya tetap)

VC : Variable Cost (biaya variabel per unit)

S : Volume Penjualan

P : Harga Jual per unit

5. Analisis perencanaan laba adalah analisis yang memperlihatkan besarnya volume dari laba yang diinginkan.

$$\text{Penjualan pada laba yang direncanakan} = \frac{FC + \text{Laba}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

6. Margin of Safety (MoS).

$$\text{Margin of safety} = \frac{\text{total penjualan aktual} - \text{penjualan titik impas}}{\text{Total penjualan Aktual}} \times 100\%$$