

**ANALISIS BIAYA, VOLUME, DAN LABA
SEBAGAI ALAT BANTU PERENCANAAN LABA
PADA UD AMPLANG IBU HJ NISA DI SAMARINDA**

SKRIPSI

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi



Oleh:

**MAISARI
1601035241
AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULAWARMAN
SAMARINDA
2023**

**ANALISIS BIAYA, VOLUME, DAN LABA
SEBAGAI ALAT BANTU PERENCANAAN LABA
PADA UD AMPLANG IBU HJ NISA DI SAMARINDA**

SKRIPSI

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi



Oleh:

**MAISARI
1601035241
AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULAWARMAN
SAMARINDA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Analisis Biaya, Volume, dan Laba sebagai Alat Bantu
Perencanaan Laba pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa di
Samarinda

Nama Mahasiswa : Maisari

NIM : 1601035241

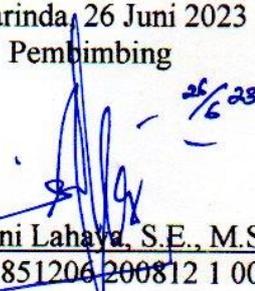
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1- Akuntansi

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Menyetujui,

Samarinda, 26 Juni 2023
Pembimbing


Ibnu Abni Lahaya, S.E., M.SA
NIP. 19851206 200812 1 002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Mulawarman



Prof. Dr. H. Syarifah Hudayah, M.Si
NIP. 19620513 198811 2 001

Lulus Tanggal Ujian: 20 Juni 2023

SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS

Judul Penelitian : Analisis Biaya, Volume, dan Laba sebagai Alat Bantu
Perencanaan Laba pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa di
Samarinda

Nama Mahasiswa : Maisari

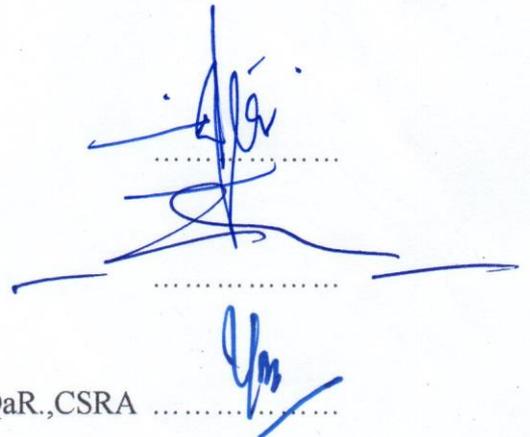
NIM : 1601035241

Hari : Selasa

Tanggal Ujian : 20 Juni 2023

TIM PENGUJI

1. Ibnu Abni Lahaya, S.E.,M.SA
NIP. 19851206 200812 1 002
2. Dr. Set Asmapane, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CTA.,CPA
NIP. 19670811 199702 1 001
3. Dr. Hj. Yana Ulfah, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS.,CIQaR.,CSRA
NIP. 19641230 198910 2 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur penjiplakan, saya bersedia Skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 26 Juni 2023



Maisari

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman,
Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama : Maisari
NIM : 1601035241
Program Studi : S1- Akuntansi
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

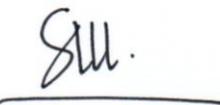
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman, Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalti Free-right*) atas skripsi saya yang berjudul “ Analisis Biaya, Volume, dan Laba sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba pada UD Amplang Hj. Nisa di Samarinda“ beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). dengan Hak Bebas Royalti non-Ekklusif ini kepada UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta, dan sebagai Pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Samarinda

Tanggal : 26 Juni 2023

Yang menyatakan,



Maisari

RIWAYAT HIDUP

Maisari, lahir pada tanggal 20 Desember 1999 di Kutai Timur, Kalimantan Timur. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Dari pasangan Bapak M. Rusli dan Ibu Jamilah. Jenjang pendidikan dimulai pada tahun 2004-2010 Pendidikan Sekolah Dasar Negeri 007 Bengalon. Kemudian melanjutkan jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Bengalon pada tahun 2010 dan lulus tahun 2013. Kemudian melanjutkan jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 1 Sangkulirang pada tahun 2013 dan lulus tahun 2016. Kemudian melanjutkan jenjang pendidikan pada tahun 2016 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda, Jurusan Akuntansi. Penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Kanaan, Kecamatan Bontang Barat, Kota Bontang pada bulan Juli sampai dengan Agustus 2019.

Samarinda, 26 Juni 2023



Maisari

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk:

Kedua orang tuaku tercinta,

Bapak Muhammad Rusli dan Ibu Jamilah,

Kakakku tersayang, Monalisa

Serta seluruh keluarga, sahabat dan teman-teman,

Terima kasih atas segenap kasih sayang, doa,

Dan dukungan yang tidak henti-hentinya kalian berikan

Semoga pengorbanan yang telah diberikan untuk ku

Dapat bernilai ibadah dan mendapatkan berkah

dari Allah SWT

Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan segala karunia dan limpahan rahmatnya, serta junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai panutan kita, yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Abdunnur, M.Si., IPU selaku Rektor Universitas Mulawarman.
2. Ibu Prof. Hj. Syarifah Hidayah, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman.
3. Ibu Dwi Risma Deviyanti, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman juga selaku Dosen Wali selama masa perkuliahan..
4. Bapak Dr. H. Zaki Fakhroni, M.Si., Ak., CA., CTA., CfrA., CSRS., CIQaR Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
5. Bapak Ibnu Abni Lahaya, S.E., M.SA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Khususnya dosen Program Studi Akuntansi yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingan selama penulis mengikuti perkuliahan.

7. Bapak/Ibu Staf Akademik, Staf Kemahasiswaan dan Staf Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
8. Bapak H. Mur'an Latif selaku pemilik UD Amplang Ibu Hj. Nisa yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan informasi untuk membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Dengan hormat untuk kedua orang tua, Bapak Muhammad Rusli dan Ibu Jamilah, serta Kakak Monalisa terima kasih untuk segala doa, kasih sayang, semangat dan segala dukungan yang selalu diberikan kepada penulis.
10. Sahabat serta teman-teman seperjuangan Mahasiswa Akuntansi 2016 yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang dilakukan penulis.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik.

Kebenaran datangnya dari Allah dan kesalahan datangnya dari diri penulis.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya kepada kita semua.

Samarinda, 26 Juni 2023



Maisari

ABSTRAK

Maisari. **Analisis Biaya, Volume, dan Laba sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa di Samarinda.** Dosen Pembimbing: Ibnu Abni Lahaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan biaya, volume, dan laba untuk membuat perencanaan laba pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa yang berlokasi di Jl. P. Antasari No. 10, Kelurahan Teluk Lerong Ulu, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda. Karena permasalahan yang dihadapi usaha tersebut mengenai penentuan volume penjualan yang dapat mengendalikan biaya tetap dan biaya variabel dalam periode tertentu berdasarkan intuisi pemiliknya saja. Selanjutnya penelitian ini bertujuan untuk menerapkan analisis biaya, volume, dan laba berdasarkan metode akuntansi pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa. Metode penelitian dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis biaya, volume, dan laba yang bermanfaat untuk menentukan titik impas penjualan, margin kontribusi, dan batas keamanan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif sedangkan jenis data yang digunakan yaitu kuantitatif. Selain itu sumber data penelitian yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan laba rugi menurut perusahaan dengan konsep perhitungan akuntansi biaya terdapat perbedaan, sehingga dengan menghitung titik impas, margin kontribusi, dan margin keamanan, perusahaan dapat mengetahui berapa volume penjualan yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian dan mengoptimalkan laba atau mencapai laba yang direncanakan. Penelitian ini menemukan bahwa penerapan perhitungan biaya, volume, dan laba berbasis akuntansi menghasilkan volume penjualan dan keuntungan yang lebih baik dan lebih akurat.

Kata Kunci: Biaya, Volume, Laba, Perencanaan Laba

ABSTRACT

Maisari. Analysis of Cost, Volume, and Profit as A Tool For Profit Planning in UD Amplang Ibu Hj. Nisa at Samarinda. Supervisor: Ibnu Abni Lahaya. The purpose of this study was to analyze the calculation of the cost, volume, and profit to make a profit planning in UD Amplang Ibu Hj. Nisa which is located on Jl. P. Antasari No. 10, Teluk Lerong Village, Samarinda Ulu District, Samarinda City. Because the problems faced by these businesses regarding the sales volume that can control fixed cost and variable costs in a certain period are only based on the owner's intuition. Furthermore, this study aims to apply cost, volume, profit analysis technique based on the accounting method in UD Amplang Ibu Hj. Nisa. The research method and analysis tools used in this study are cost, volume, and profit analysis which are useful for determining the break-even point, contribution margin, and margin of safety . This type of research is qualitative research, while the type of data used is quantitative. In addition, the research data sources used are primary data and secondary data. The results showed that the calculation of profit and loss according to the company with the concept of cost accounting method was different, so that by calculating the break-even point, contribution margin, and margin of safety, the company can find out how much sales volume must be achieve so as not to losses experience and optimize profits or achieve profit planning. This study found that the application of accounting-based cost. Volume and profit calculations result in better and more accurate sales volume and profits.

Keywords: *Cost, Volume, Profit, Profit Planning*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Perencanaan Laba	6
2.2 Biaya	10
2.3 Volume Penjualan	14
2.4 Laba	16
2.5 Analisis Biaya, Volume dan Laba	17
2.6 Margin Kontribusi (<i>Contribution Margin</i>).....	18
2.7 Analisis Titik Impas (<i>Break Even Point</i>)	19
2.8 Batas Keamanan (<i>Margin of Safety</i>)	21
2.9 Kerangka Pikir	22
BAB III. METODE PENELITIAN	23
3.1 Definisi Operasional	23
3.2 Jenis Penelitian	26
3.3 Jenis Data	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Metode Analisis Data	28

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Sejarah UD Amplang Ibu Hj. Nisa	32
4.2 Visi dan Misi UD Amplang Ibu Hj. Nisa	32
4.3 Struktur Organisasi	33
4.4 Kegiatan UD Amplang Ibu Hj. Nisa	34
4.5 Hasil Penelitian	35
4.6 Pembahasan	49
BAB V. PENUTUP	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Klasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	36
Tabel 4.2 Rincian Biaya Tetap dan Biaya Variabel pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa Tahun 2022	37
Tabel 4.3 Biaya Variabel Per Unit Tahun 2022.....	38
Tabel 4.4 Pembelian Amplang Tahun 2022.....	39
Tabel 4.5 Penjualan Amplang Tahun 2022.....	40
Tabel 4.6 Perbandingan Perhitungan Biaya Menurut Perusahaan Dengan Perhitungan Menurut Akuntansi biaya.....	50
Tabel 4.7 Perbandingan Perhitungan BEP Menurut Perusahaan Dengan Perhitungan Menurut Akuntansi biaya.....	51
Tabel 4.8 Perbandingan Perhitungan Margin Kontribusi Menurut Perusahaan Dengan Perhitungan Menurut Akuntansi biaya.....	51
Tabel 4.9 Perbandingan Perhitungan Rasio Margin Kontribusi Menurut Perusahaan Dengan Perhitungan Menurut Akuntansi biaya	52
Tabel 4.10 Perbandingan Perhitungan Margin Keamanan Menurut Perusahaan Dengan Perhitungan Menurut Akuntansi biaya.....	52
Tabel 4.11 Perbandingan Perhitungan Target Laba Menurut Perusahaan Dengan Perhitungan Menurut Akuntansi biaya.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pikir	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD Amplang Ibu Hj. Nisa	33

DAFTAR SINGKATAN

BBB	Biaya Bahan Baku
BEP	<i>Break Even Point</i>
BOP	Biaya Overhead Pabrik
BTKL	Biaya Tenaga Kerja Langsung
BVL	Biaya, Volume dan Laba
CVP	<i>Cost, Volume and Profit</i>
UD	Usaha Dagang

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	59
Lampiran 2. Biaya Penyusutan Peralatan	60
Lampiran 3. Rincian Biaya Air dan Listrik perbulan	60
Lampiran 4. Perhitungan biaya Pemasaran tahun 2022	61
Lampiran 5. Foto Produk	62
Lampiran 6. Foto Kegiatan Penelitian	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap organisasi tentu memiliki visi yang ingin dicapai, baik keuntungan yang maksimal, perkembangan bisnis maupun mewujudkan ketentraman anggota masyarakat. Nilai keuntungan yang didapat merupakan indeks keberhasilan untuk organisasi yang tujuannya memperoleh laba, untuk memperoleh laba yang maksimal sesuai dengan yang diharapkan, organisasi harus menentukan perencanaan laba yang baik.

Setiap organisasi mengharapkan adanya suatu nilai lebih yang diperoleh dari kegiatan usahanya. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk menghasilkan barang dan jasa tersebut pastinya membutuhkan suatu pengorbanan (biaya) yang pada akhirnya akan mampu memberikan hasil akhir bagi organisasi tersebut. Dari biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan suatu produk, kemudian ditetapkan harga jual yang tepat agar organisasi dapat bersaing.

Dalam menyusun perencanaan laba, suatu organisasi harus memperhatikan keterkaitan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perencanaan laba. Analisis hubungan antara biaya, volume dan laba adalah salah satu sarana bagi suatu organisasi untuk menentukan perencanaan laba.

Analisis yang patut digunakan bagi pihak manajemen adalah analisis biaya, volume, dan laba (BVL). Analisis BVL merupakan alat bantu yang sangat bermanfaat untuk manajer dalam memahami keterkaitan antara biaya, volume, dan laba untuk mempertimbangkan berbagai keputusan bisnis. Keputusan tersebut

meliputi berbagai macam produk dan jasa yang disuguhkan, harga yang ditentukan, cara pemasaran yang dijalankan, dan susunan biaya yang dianggarkan.

Analisis ini sebagai alat dalam menyusun perencanaan laba dengan memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhinya. Analisis BVL bermanfaat untuk menentukan *break-even point* (BEP) atau titik impas penjualan, margin kontribusi (*Contribution Margin*), dan batas keamanan (*Margin of Safety*), yang menunjang suatu organisasi dalam merencanakan laba dan mengidentifikasi tingkat minimal produk yang harus terjual agar tidak mengalami kerugian.

Penelitian ini dilakukan pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa, yang merupakan usaha dagang yang membeli amplang dari *supplier* untuk dijual kembali kepada konsumen. Usaha ini menyadari bahwa peluang pasar yang cukup besar atas permintaan konsumen baik dari dalam maupun dari luar Kota Samarinda terhadap amplang yang merupakan cemilan khas Samarinda, sehingga peluang tersebut menjadikan UD Amplang Ibu Hj. Nisa memiliki sarana untuk menjalankan bisnis yang memiliki prospek baik ini.

Berkembangnya bisnis dapat dicapai apabila suatu usaha tersebut mampu menetapkan volume penjualan yang dapat mengendalikan biaya tetap dan variabel dalam periode tertentu, sehingga mendapatkan keuntungan yang maksimal dan juga dapat mengevaluasi dampak keuntungan terhadap perubahan biaya.

Menurunnya volume penjualan tidak terlepas dari semakin banyaknya pesaing yang bermunculan ditambah tahun 2020 menjadi awal wabah *Corona Virus Disease 2019* (covid-19) merebak di Kalimantan Timur, kebijakan pembatasan sosial menyebabkan usaha mereka sulit bergerak. Selain itu, UD

Amplang Ibu Hj. Nisa juga belum mengoptimalkan pemasaran online bahkan belum memiliki akun sosial media yang resmi, akibatnya konsumen yang mereka jangkau tidak luas dan hasil yang mereka dapatkan menjadi kurang maksimal.

Selama usaha ini berjalan, pihak UD Amplang Ibu Hj. Nisa belum mempraktikkan analisis perhitungan biaya, volume, dan laba maupun perencanaan laba. Hal ini membuat mereka tidak mengetahui volume penjualan yang harus dicapai agar berada pada titik impas maupun volume penjualan untuk mencapai target laba yang diharapkan. Oleh sebab itu, melalui adanya perhitungan analisis biaya, volume dan laba diharapkan UD Amplang Ibu Hj. Nisa dapat membuat perencanaan laba yang baik dan sistematis sehingga dapat memaksimalkan laba.

Berdasarkan uraian di atas maka dibuatlah penelitian yang berjudul Analisis Biaya, Volume dan Laba sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa di Samarinda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Berapakah besar volume penjualan yang harus dicapai oleh UD Amplang Ibu Hj. Nisa untuk mencapai titik impas atau *break even point*?
2. Apabila UD Amplang Ibu Hj. Nisa menghendaki laba sebesar Rp.6.000.000 pada tahun berikutnya, berapakah volume penjualan yang harus dicapai?
3. Bagaimana perencanaan laba berdasarkan perhitungan analisis biaya, volume dan laba (BVL), margin kontribusi (*contribution margin*), dan margin keamanan (*margin of safety*) pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa?

1.3 Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini mempunyai petunjuk yang jelas, maka ditetapkan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui berapa penjualan minimum yang harus dipertahankan agar UD Amplang Ibu Hj. Nisa dapat mencapai titik impas atau *break even point* (BEP).
2. Untuk mengetahui berapa penjualan yang harus dicapai agar UD Amplang Ibu Hj. Nisa dapat mencapai laba sebesar Rp.6.000.000 pada tahun berikutnya.
3. Untuk mengetahui perencanaan laba yang baik dan tepat berdasarkan analisis biaya, volume dan laba (BVL), margin kontribusi (*contribution margin*), dan margin keamanan (*margin of safety*) pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran yang dapat menambah wawasan atau sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis atau dalam topik yang sama yaitu mengenai pengetahuan di bidang akuntansi, khususnya bidang akuntansi manajemen mengenai perencanaan laba berdasarkan analisis biaya, volume dan laba (BVL), analisis titik impas (*Break Even Point*), margin kontribusi (*Contribution Margin*), dan batas keamanan (*Margin of Safety*) sebagai upaya meminimalisir kerugian pada suatu usaha.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi pihak UD Amplang Ibu Hj. Nisa untuk mengambil keputusan dalam perencanaan laba pada masa yang akan datang dalam hubungannya dengan biaya, volume, dan laba.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Perencanaan Laba

2.1.1 Definisi perencanaan laba

Menurut Kusufi, dkk (2013) perencanaan merupakan proses penentuan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan oleh suatu organisasi pada masa yang akan datang, termasuk di antaranya adalah penetapan tujuan organisasi dan metode atau cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Sedangkan menurut Siregar, dkk (2014) perencanaan merupakan proses mengidentifikasi tujuan dan tindakan yang diperlukan untuk mencapainya. Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa perencanaan adalah serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Pada dasarnya perencanaan merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan berbagai alternatif tindakan dan perumusan kebijakan.

Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang sangat penting, dalam fungsi-fungsi ini ditentukan tujuan yang akan dicapai, dan fungsi tersebut membantu dalam memperhatikan peluang atau pun ancaman pada masa yang akan datang, dengan melakukan perencanaan diharapkan para anggota organisasi dapat bekerja ke haluan tujuan yang sama, hingga terjadi efisiensi dan efektivitas serta terhindar dari kekacauan yang tidak diinginkan.

2.1.2 Analisis target laba

Perencanaan laba menentukan target laba juga mempertimbangkan penjualan dan biaya yang diharapkan untuk tahun depan dan periode yang lebih

lama. Menurut Samryn (2012) terdapat dua metode untuk menghitung target laba, yaitu sebagai berikut :

a. Metode persamaan

Persamaan ini menyediakan pendekatan yang paling lazim dan paling mudah diingat berkenaan dengan situasi analisis biaya volume dan laba (BVL), dengan menggunakan terinologi, laba rugi dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan. Kadang kala, jumlah unit yang dinyatakan terjual, biaya variabel per unit, dan harga jual tidak diketahui atau tidak praktis untuk ditentukan

b. Metode margin kontribusi

Metode ini pada dasarnya adalah metode singkat dari metode persamaan. Pendekatan ini memusatkan padaide bahwa setiap unit yang terjual memberikan margin kontribusi tertentu yang digunakan untuk untuk menutupi biaya tetap.

Menurut Garrison, dkk (2013) dalam menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba dapat menggunakan metode margin kontribusi. Pendekatan ini dapat memperluas margin kontribusi dengan memasukkan target laba.

Berikut adalah rumus analisis target laba menurut Garrison, dkk (2013) :

1) Penjualan Direncanakan (*Budget Sales*) dalam Unit

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}} \quad 2.1$$

2) Penjualan Direncanakan (*Budget Sales*) dalam Rupiah

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \quad 2.2$$

Sedangkan menurut Harahap (2008) pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan perencanaan laba yang diinginkan pada periode selanjutnya dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \quad 2.3$$

2.1.3 Faktor-faktor yang memengaruhi laba

Menurut Mulyadi (2010) laba dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan yaitu sebagai berikut :

1. Biaya

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa yang akan memengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

2. Harga jual

Harga jual produk atau jasa akan memengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3. Volume penjualan dan produksi

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi atau volume pembelian produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi atau volume pembelian tersebut akan memengaruhi besar kecilnya biaya produksi atau biaya perolehan.

Oleh sebab itu dalam perencanaan laba, keterkaitan antara biaya, volume dan laba berperan penting karena merupakan metode untuk menghitung pengaruh peralihan harga jual, volume penjualan, dan biaya atas laba agar membantu manajemen dalam proses penganggaran.

2.1.4 Manfaat dan keterbatasan perencanaan laba

Menurut Carter (2009) perencanaan laba memiliki manfaat yaitu sebagai berikut :

1. Perencanaan laba menyediakan pendekatan yang disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah. Hal ini memungkinkan adanya peluang untuk menilai kembali setiap segi operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program.
2. Perencanaan laba menyediakan arahan ke seluruh tingkatan manajemen. Hal ini membantu mengembangkan kesadaran akan laba disemua lapisan organisasi dan mendorong kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal ini menyediakan suatu cara untuk menyeimbangkan usaha-usaha dalam mencapai tujuan.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu teknik agar mendapat ide dan kerjasama dari seluruh tingkatan manajemen. Kontribusi dari semua tingkatan membantu mengeluarkan ide-ide dan menyediakan suatu teknik untuk membahas tujuan serta mendapat dukungan atas rencana akhir.
5. Anggaran menyediakan suatu standar untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu. Hal ini memaksimalkan manajer untuk merencanakan dan berkinerja secara efisien.

Perencanaan laba menunjukkan keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam mengambil kesempatan pada masa yang akan datang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh sebab itu, tugas manajemen untuk menyusun

perencanaan kegiatan yang pada dasarnya memutuskan berbagi macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan pada masa yang akan datang.

Perencanaan laba juga memiliki keterbatasan dan kekurangan. Berikut keterbatasan dan kekurangan perencanaan laba menurut Carter (2002):

1. Prediksi bukanlah suatu ilmu yang pasti ada beberapa pertimbangan dan perhitungan. Sebab suatu anggaran harus berlandaskan pada ramalan atau kejadian masa depan, maka perbaikan atau perubahan dari anggaran sebaiknya dilakukan ketika variasi dari perhitungan membenarkan adanya perubahan dalam rencana.
2. Anggaran dapat memusatkan perhatian manajemen dalam tujuan (seperti tingkat produksi yang tinggi atau tingkat penjualan kredit yang tinggi) yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan dari organisasi.
3. Perencanaan laba harus mendapat komitmen dari manajemen puncak dan kerja sama dari semua anggota manajemen.
4. Penggunaan anggaran yang berlebihan sebagai sarana evaluasi dapat menyebabkan disfungsional. Manajer mungkin mencoba menggunakan anggaran untuk mencapai anggaran pribadi.
5. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peran administrasi.
6. Penyusunannya memakan waktu yang cukup lama.

2.2 Biaya

2.2.1 Definisi biaya

Menurut Mulyadi (2010) biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Siregar, dkk (2016) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk mendapatkan barang dan jasa yang diharapkan dapat memberikan manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan kas atau nilai tukar yang telah dikeluarkan, diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan dapat memberi manfaat untuk saat ini atau pada masa yang akan datang.

2.2.2 Klasifikasi biaya

Berdasarkan keterkaitannya dengan perkembangan volume kegiatan perusahaan, klasifikasi biaya dapat digolongkan menjadi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel. Berikut penjelasannya :

a. Biaya Tetap

Menurut Harmono (2016) biaya tetap adalah biaya yang tidak bergantung pada besarnya perubahan volume produksi, tetapi perubahannya mengikuti perubahan kapasitas produksi secara total dalam relevan *range* tertentu.

Menurut Handoko (2011) karakteristik biaya tetap antara lain adalah :

1. Jumlah biaya keseluruhan tetap dalam rentang keluaran yang relevan.
2. Biaya per unit akan berkurang apabila volume kegiatan bertambah dalam rentang yang relevan.

3. Dapat dibebankan kepada departemen-departemen berdasarkan keputusan manajemen atau menurut metode alokasi biaya.
4. Tanggung jawab pengendalian lebih banyak dibebankan kepada manajemen eksekutif daripada penyedia operasi.

Contoh biaya tetap adalah biaya sewa, biaya penyusutan mesin, biaya gaji direktur, biaya asuransi, biaya pemeliharaan, dll.

b. Biaya Variabel

Menurut Harmono (2016) biaya variabel merupakan biaya yang secara proporsional mengikuti banyaknya kuantitas penjualan. Contoh biaya variabel : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

Menurut Handoko (2011) karakteristik biaya variabel antara lain adalah :

1. Perubahan jumlah total dalam proporsi yang sama dengan perubahan volume.
2. Biaya per unit relatif konstan meskipun volume berubah rentang yang relevan.
3. Dapat dibebankan kepada departemen operasi dengan modal yang cukup dan tepat.
4. Dapat dikendalikan oleh seorang kepala departemen tertentu.

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

c. Biaya Semi Variabel

Menurut Carter & Usry (2005) biaya semi variabel adalah biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel. Unsur biaya tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk penyedia jasa, sedangkan unsur biaya variabel merupakan bagian biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

Menurut Mulyadi (2010) metode yang digunakan dalam pemisahan biaya semi variabel antara lain :

1. Metode Titik Tertinggi dan Terendah

Untuk mengestimasi fungsi biaya dalam periode ini suatu biaya dibandingkan pada tingkat kegiatan tertinggi dengan tingkat kegiatan terendah di masa lalu. Selisih biaya yang dihitung adalah unsur biaya variabel dalam biaya tersebut.

2. Metode Biaya Berjaga

Metode biaya berjaga menghitung beberapa biaya yang harus tetap dikeluarkan apabila perusahaan ditutup untuk sementara, sehingga produknya sama dengan nol. Biaya ini disebut biaya berjaga dan merupakan bagian yang tetap. Perbedaan antara yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan berjaga merupakan biaya variabel.

3. Metode Kuadrat Terkecil

Metode kuadrat terkecil menganggap bahwa hubungan biaya dengan volume penjualan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan garis regresi.

Rumus perhitungan a dan b adalah sebagai berikut :

$$y = a+bx$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \quad 2.5$$

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n} \quad 2.6$$

Dimana :

y : Variabel tidak bebas (biaya)

x : Variabel bebas (volume kegiatan)

a : Unsur biaya tetap

b : Unsur biaya variabel

2.3 Volume Penjualan

2.3.1 Definisi volume penjualan

Menurut Mulyadi (2010) volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan jumlah kuantitas barang dan jasa yang terjual. Sedangkan menurut Irawan dan Swastha (2005), volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba rugi perusahaan. Penjualan bersih ini didapat perusahaan melalui hasil penjualan semua produk selama periode tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari *market share* yang merupakan pasar potensial, yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama periode tertentu.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan adalah jumlah kuantitas suatu produk yang dijual yang dinyatakan dalam jumlah unit yang harus dicapai dalam penjualan produk. Salah satu tujuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya yaitu mencapai tingkat volume penjualan yang diharapkan oleh perusahaan tersebut baik berupa barang atau jasa, dengan volume penjualan perusahaan dapat menghasilkan pendapatan dan mendapat

keuntungan yang diharapkan. Sehingga peningkatan volume penjualan sangat dibutuhkan oleh perusahaan agar memperoleh laba maksimal serta kelangsungan hidup dapat bertahan lama.

2.3.2 Faktor-faktor yang memengaruhi volume penjualan

Menurut Buchari, Alma (2011) volume penjualan dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut :

1. Kondisi produsen

Perusahaan atau produsen merupakan faktor yang menentukan peningkatan penjualan dalam hal ini perusahaan harus menyusun rencana pemasaran yang efektif dan efisien serta membuat konsumen tertarik, selain rencana pemasaran, modal, dan layanan-layanan yang disajikan kepada konsumen harus dapat menopang kebutuhan dan kepuasan konsumen.

2. Kondisi konsumen

Dalam hal ini konsumen adalah yang menentukan pendapatan perusahaan, pada saat tertentu konsumen dapat membeli lebih banyak atau lebih sedikit, kondisi pasar yang bermacam-macam menentukan konsumen dalam pengambilan keputusan.

3. Pemerintah

Dalam kondisi tertentu peran pemerintah sangat membantu kenaikan pendapatan produsen, dengan kebijakan-kebijakan tertentu produsen bisa diuntungkan ataupun dapat juga dirugikan, keseimbangan keamanan negara, dan keseimbangan ekonomi negara pun tak dipungkiri berpengaruh dari hal-hal yang dapat meningkatkan atau menurunkan penghasilan produsen.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi volume penjualan. Faktor-faktor tersebut ada yang bisa diperbaiki oleh perusahaan ada pula yang sukar untuk diperbaiki. Dalam hal ini perusahaan harus teliti mengamati kondisi pasar, keinginan konsumen dan perekonomian negara.

2.4 Laba

2.4.1 Definisi laba

Menurut Alexandri, dkk (2011) laba merupakan selisih lebih dari penghasilan di atas biayanya pada suatu periode tertentu, dan disebut rugi apabila terjadi kondisi sebaliknya. Sedangkan menurut Harahap (2010) *gains* (laba) merupakan meningkatnya nilai *equity* dari transaksi yang bersifat insidental dan bukan kegiatan utama *entity* dan dari transaksi atau kegiatan lainnya yang memengaruhi *entity* selama jangka waktu tertentu, kecuali yang berasal dari hasil investasi dari pemilik. Menurut Subramanyam dan Wild (2010) laba (*profit*) merupakan rangkuman hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam jangka waktu tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat dinyatakan bahwa laba dari suatu perusahaan sebagai tujuan utama, merupakan media untuk menakar prestasi, efektifitas, dan efisiensi dari suatu perusahaan.

2.4.2 Langkah-langkah untuk mencapai laba optimal

Munawir (2014) menyatakan bahwa untuk mendapatkan laba yang maksimal sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan, manajemen dapat melakukan langkah-langkah berikut ini :

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 diharapkan
3. Meningkatkan volume penjualan setinggi mungkin.

2.5 Analisis Biaya, Volume, dan Laba (BVL)

2.5.1 Definisi analisis biaya, volume, dan laba

Hansen & Mowen (2012) mendefinisikan bahwa analisis biaya, volume, dan laba (BVL) merupakan suatu alat yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Sebab analisis BVL menekankan hubungan antara biaya, kuantitas yang terjual, dan harga semua informasi keuangan perusahaan termasuk di dalamnya.

Analisis BVL melibatkan berbagai faktor yang saling berkaitan yaitu sebagai berikut :

- a. Harga jual per unit
- b. Volume penjualan
- c. Biaya variabel per unit
- d. Total biaya tetap
- e. Komposisi atau produk yang dijual

Analisis biaya, volume dan laba (BVL) dapat menentukan besarnya biaya variabel dan tetap pada perusahaan dalam keterkaitannya dengan kuantitas produk yang harus diproduksi dan dijual agar mendapat laba yang diharapkan. Analisis BVL dapat digunakan sebagai dasar untuk menyusun perencanaan kegiatan operasional, membantu pengendalian melalui anggaran, meningkatkan dan

menyeimbangkan penjualan, menganalisis dampak perubahan volume produksi dan penjualan, mengkomunikasikan gaji atau upah karyawan, mengendalikan aktivitas yang sedang dijalankan, pertimbangan dalam menetapkan dan menganalisis harga jual dalam usaha mencapai target laba.

2.5.2 Faktor-faktor yang memengaruhi analisis BVL

Menurut Harahap (2008) terdapat tiga faktor yang memengaruhi analisis BVL, yaitu sebagai berikut :

a. Volume produk yang di jual

Kuantitas atau jumlah barang yang dijual akan menentukan berapa banyak laba didapat perusahaan. Perubahan dalam volume barang yang dijual akan merubah laba yang akan didapatkan. Semakin tinggi volume barang yang terjual, maka semakin tinggi pula laba yang akan didapatkan perusahaan.

b. Harga jual produk

Harga akan memengaruhi besarnya laba yang akan didapatkan perusahaan. Semakin tinggi harga jual suatu produk, maka laba perusahaan akan semakin besar.

c. Biaya produksi atau perolehan

Biaya dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan memengaruhi perubahan volume terhadap biaya, pengaruh karakteristik biaya dikaitkan dengan pengeluaran.

2.6 Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

2.6.1 Definisi margin kontribusi (*Contribution Margin*)

Menurut Salman & Farid (2016) margin kontribusi adalah jumlah konseptual yang menunjukkan jumlah yang tersedia dari setiap penjualan setiap dikurangi dengan semua biaya variabel yang berkaitan dengan unit yang terjual. Sementara rasio margin kontribusi adalah margin kontribusi yang disajikan dalam persentase penjualan.

Berikut perhitungan margin kontribusi menurut Salman & Farid (2016):

a. Dalam bentuk rupiah :

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{TP} - \text{TBV} \quad 2.7$$

Keterangan :

TP : Total Penjualan

TBV: Total Biaya Variabel

b. Dalam bentuk persentase :

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi dalam rupiah}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \quad 2.8$$

2.7 Analisis Titik Impas (*Break-Even Point*)

2.7.1 Definisi analisis titik impas (*Break-Even Point*)

Kasmir (2010) mendefinisikan analisis titik impas atau yang dikenal dengan analisis *break-even point* (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan/organisasi. Analisis titik impas sering juga disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*).

Sedangkan menurut Krismiaji & Aryani (2011) *break-even point* atau titik impas adalah sebuah titik dimana jumlah pendapatan penjualan sama dengan

jumlah biaya. Dengan demikian pada titik ini perusahaan tidak memperoleh laba, namun juga tidak menderita rugi (laba=0).

Menurut Dermawan Sjahrial (2012), untuk menganalisis titik impas ada dua cara yang biasa digunakan yaitu analisis grafis dan analisis matematis dengan rumus. Untuk menghitung titik impas kita dapat menggunakan beberapa model rumus.

Pemakaian rumus dapat dilakukan sesuai dengan keinginan dan tujuan pemakai, setiap rumus memiliki kelebihan-masing-masing. Misalnya rumus matematika dan grafik tentu memberikan informasi yang berbeda dalam arti luas, seperti lengkap tidaknya informasi yang diberikan dan kemudahan dalam menggunakan.

Berikut ini model rumus menurut Kasmir (2013) yang digunakan dalam analisis titik impas :

- a. Perhitungan *break-even point* atas dasar unit :

$$\text{BEP (Q)} = \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}} \quad 2.9$$

Keterangan :

P : Harga jual per unit

V : Biaya variabel per unit

FC : Biaya tetap

Q : Jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

- b. Perhitungan *break-even point* atas dasar *sales* dalam rupiah :

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \quad 2.10$$

Keterangan :

FC : Biaya tetap

VC: Biaya Variabel

S : Volume penjualan

2.8 Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

2.8.1 Definisi batas keamann

Krismiaji & Aryani (2011) mendefinisikan *margin of safety* sebagai jumlah unit yang terjual atau diharapkan akan terjual atau pendapatan yang diperoleh atau pendapatan yang diharapkan akan diperoleh di atas titik impas.

Simamora (2012) mendefinisikan margin pengaman (*margin of safety*) sebagai kelebihan penjualan yang dianggarkan di atas volume penjualan impas. Margin pengaman ini menentukan seberapa banyak penjualan boleh turun sebelum perusahaan menderita kerugian.

Sedangkan menurut Salman & Farid (2016) margin keamanan adalah elemen mengukur tingkat keamanan penjualan perusahaan. Selain memberikan informasi seberapa jauh penurunan realisasi penjualan terhadap perencanaan penjualan sehingga perusahaan tidak rugi, margin pengaman akan digunakan manajer dalam menilai suatu risiko dari kegiatan operasi perusahaan yang dijalankan dan risiko rencana operasi yang akan datang.

Menurut Garrison, dkk (2013) di bawah ini beberapa rumus yang dapat digunakan untuk menghitung margin pengaman (*margin of safety*) :

a. Dalam rupiah :

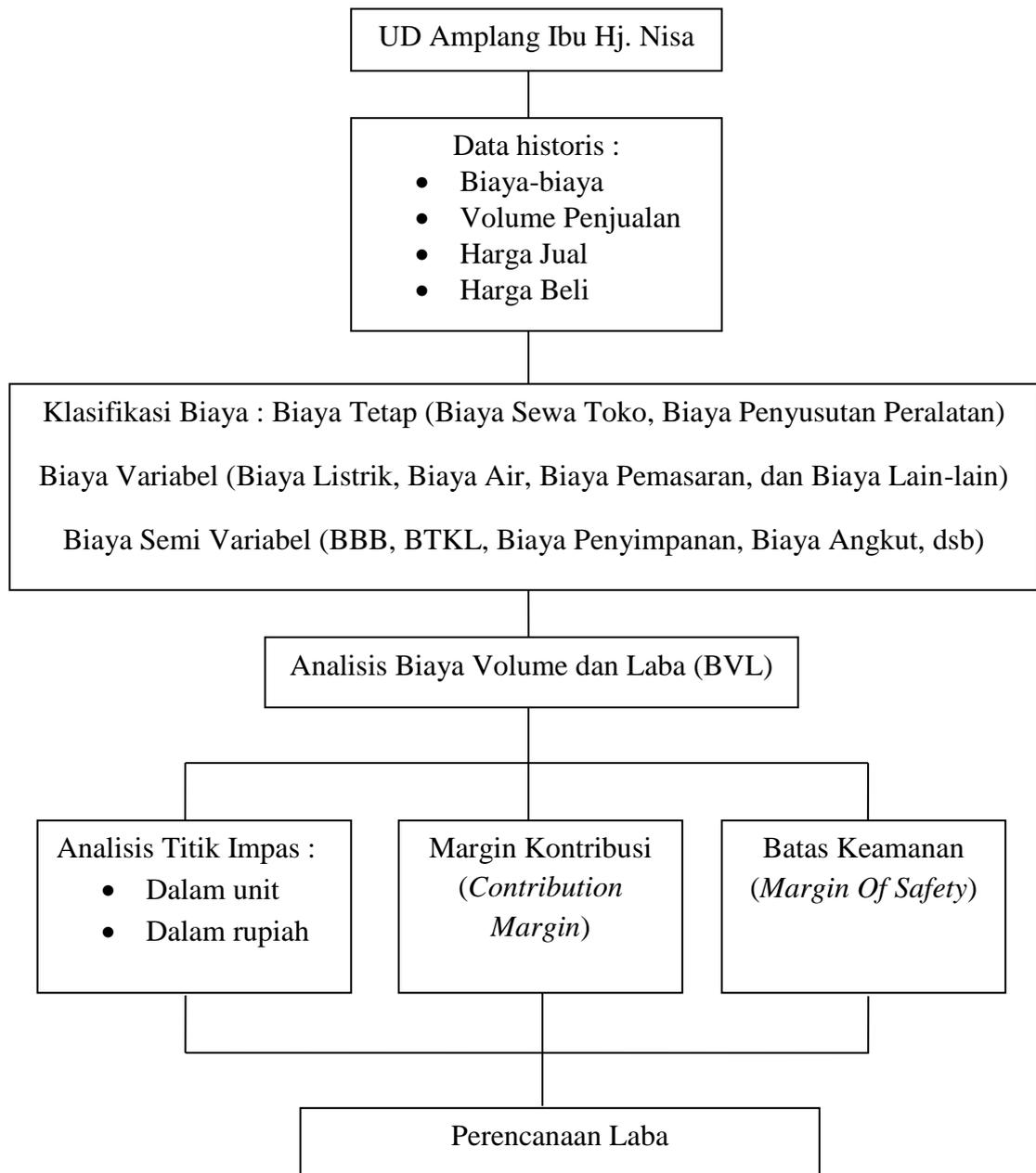
$$\text{Margin Pengaman} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas} \quad 2.11$$

b. Dalam presentase :

$$\text{Margin Pengaman} = \frac{\text{Margin Pengaman dalam rupiah}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \quad 2.12$$

2.9 Kerangka Pikir

Berdasarkan uraian landasan teori, pembahasan mengenai hubungan biaya, volume, dan laba sebagai alat bantu perencanaan laba pada penelitian ini dapat digambarkan dengan kerangka pikir sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Sumber: Data Diolah, 2022

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional

Definisi operasional diharapkan dapat menghindari perbedaan penafsiran dan kesalahpahaman yang berhubungan dengan kosakata dalam judul skripsi. Sebagaimana judul penelitian ini yaitu Analisis Biaya, Volume dan Laba sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa di Samarinda, maka definisi operasional yang mesti diketahui yakni sebagai berikut:

1. Biaya merupakan sejumlah kas atau setara kas yang dikeluarkan UD Amplang Ibu Hj. Nisa untuk menghasilkan atau memperoleh amplang untuk dijual kembali, yang diharapkan dapat memberikan keuntungan atau laba.

Biaya-biaya yang dikeluarkan UD Amplang Ibu Hj. Nisa antara lain biaya pemasaran, biaya listrik, biaya air, biaya sewa toko, biaya penyusutan, biaya gaji dan biaya lain-lain.

2. Volume merupakan banyaknya kuantitas atau jumlah. Volume pembelian berarti banyaknya kuantitas atau jumlah amplang yang dibeli UD Amplang Ibu Hj. Nisa, sedangkan volume penjualan berarti banyaknya kuantitas amplang yang dijual.
3. Laba merupakan selisih lebih dari jumlah pendapatan penjualan amplang dikurang dengan biaya-biaya yang sebelumnya dikeluarkan untuk memperoleh atau menghasilkan amplang.
4. Perencanaan laba merupakan suatu perencanaan yang menetapkan target laba, juga mempertimbangkan jumlah biaya yang harusnya dikeluarkan untuk

memperoleh amplang dan jumlah penjualan amplang yang diharapkan UD Amplang Ibu Hj. Nisa untuk periode yang akan datang agar dapat meminimalisir terjadinya kerugian dan memaksimalkan laba guna memperpanjang keberlangsungan hidup usahanya.

Berikut adalah rumus analisis target laba menurut Garrison, dkk (2013) :

Penjualan Direncanakan (*Budget Sales*) dalam Unit

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}} \quad 3.1$$

Penjualan Direncanakan (*Budget Sales*) dalam Rupiah

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \quad 3.2$$

Sedangkan menurut Harahap (2008) pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan perencanaan laba yang diinginkan pada periode selanjutnya dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \quad 3.3$$

5. Analisis Biaya, Volume, dan Laba merupakan suatu peninjauan yang perlu digunakan UD Amplang Ibu Hj. Nisa untuk perencanaan dan pengambilan keputusan berdasarkan hubungan biaya, volume dan laba guna memperoleh laba yang maksimal.
6. Margin Kontribusi (*Contribution Margin*) merupakan selisih antara penjualan amplang dengan biaya variabel yang dikeluarkan UD Amplang Ibu Hj. Nisa pada tingkat kegiatan tertentu. Berikut pengukurannya menurut Salman & Farid (2016):

a. Dalam bentuk rupiah :

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel} \quad 3.4$$

b. Dalam bentuk persentase :

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi dalam Rupiah}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \quad 3.5$$

7. Analisis Titik Impas (*Break Even Point*) adalah suatu media untuk mengetahui titik impas yaitu kondisi saat jumlah pendapatan UD Amplang Ibu Hj. Nisa sama besarnya dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Berikut pengukurannya menurut Kasmir (2013):

a. Dalam bentuk unit :

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}} \quad 3.6$$

Keterangan :

P : Harga jual per unit

V : Biaya variabel per unit

FC : Biaya tetap

Q : Jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

b. Dalam bentuk rupiah :

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \quad 3.7$$

Keterangan :

FC : Biaya tetap

VC: Biaya Variabel

S : Volume penjualan

8. Batas Keamanan (*Margin Of Safety*) merupakan selisih lebih antara rencana penjualan UD Amplang Ibu Hj. Nisa dengan titik impas agar tidak mengalami kerugian. Berikut pengukurannya menurut Garrison, dkk (2013):

a. Dalam bentuk rupiah :

$$\text{Margin Pengaman} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas} \quad 3.8$$

b. Dalam bentuk presentase :

$$\text{Margin Pengaman} = \frac{\text{Margin Pengaman dalam rupiah} \times 100\%}{\text{Penjualan}} \quad 3.9$$

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian yang bersifat kuantitatif analisis, yaitu penelitian yang memuat data berupa biaya tetap dan variabel, volume penjualan dan pembelian, serta harga jual dan harga beli yang diperoleh dari keterangan dan informasi pendukung lainnya dari objek penelitian.

3.3 Jenis Data

3.3.1 Jenis data menurut sumber

Menurut sumbernya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Data primer yaitu data yang didapat langsung melalui wawancara dengan pemilik usaha mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.
- b. Data sekunder yaitu data yang didapat dari dokumen perusahaan berupa catatan perusahaan, seperti data pembelian barang untuk dijual, perhitungan penjualan, dan perhitungan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh amplang.

3.3.2 Jenis data menurut sifat

Menurut sifatnya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data kuantitatif

Menurut Etta & Sopiah (2010) data kuantitatif adalah data yang dapat dihitung yaitu data yang berupa angka-angka. Data kuantitatif dalam penelitian ini antara lain data volume penjualan, harga jual, biaya tetap dan biaya variabel pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa.

b. Data kualitatif

Menurut Etta & Sopiah (2010) data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk verbal yang tidak dapat dihitung dan bukan berupa angka-angka. Data ini berupa sejarah singkat perusahaan dan profil perusahaan yang diperoleh dengan cara wawancara langsung dengan pihak perusahaan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan penulis untuk mendapatkan data. Dalam mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah :

1. Penelitian kepustakaan yaitu memahami literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini, untuk digunakan sebagai landasan teori dalam membahas masalah penelitian.
2. Dokumentasi yaitu penelitian langsung pada laporan laba rugi perusahaan.
3. Penelitian lapangan yaitu wawancara dengan pihak UD Amplang Ibu Hj. Nisa mengenai hal-hal yang berhubungan dengan data yang diperlukan.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data dilaksanakan dengan melakukan perhitungan-perhitungan yang relevan terhadap masalah yang diteliti. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Menurut Riyanto (2001) *Break-even point*, adalah menghitung keuntungan operasi dari suatu volume produksi atau penjualan tertentu. Apabila perhitungan tersebut menghasilkan keuntungan maka diambil volume penjualan atau produksi yang lebih rendah. Apabila dengan mengambil suatu volume penjualan tertentu, perusahaan menderita kerugian maka kita mengambil volume penjualan atau produksi di mana penghasilan penjualan tepat sama dengan besarnya biaya total.

Berikut ini model rumus menurut Kasmir (2013) yang digunakan peneliti dalam analisis titik impas :

a. Perhitungan *break even point* atas dasar unit :

$$BEP(Q) = \frac{FC}{P-V} \quad 3.10$$

Keterangan :

P : Harga jual amplang per unit

V : Biaya variable amplang per unit

FC : Biaya tetap amplang

Q : Jumlah unit/kuantitas amplang yang dihasilkan dan dijual

b. Perhitungan *break even point* atas dasar *sales* dalam rupiah :

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \quad 3.11$$

Keterangan :

FC : Biaya tetap amplan

VC: Biaya Variabel amplan

S : Volume penjualan amplan

2. Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Menurut Salman & Farid (2016), margin kontribusi merupakan jumlah konseptual yang merefleksikan jumlah yang tersedia dari setiap penjualan setelah dikurangi dengan semua biaya variabel yang berhubungan dengan unit yang terjual. Sementara rasio margin kontribusi, adalah margin kontribusi yang disajikan dalam persentase penjualan.

Berikut perhitungan margin kontribusi menurut Salman & Farid (2016) :

a. Dalam bentuk rupiah :

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel} \quad 3.12$$

b. Dalam bentuk persentase :

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi dalam Rupiah}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \quad 3.13$$

3. Batas Keamanan (*Margin Of Safety*)

Menurut Salman & Farid (2016) margin keamanan, adalah elemen untuk mengukur tingkat keamanan penjualan perusahaan. Selain memberikan informasi seberapa jauh penurunan realisasi penjualan terhadap perencanaan penjualan

sehingga perusahaan tidak rugi, margin pengaman akan digunakan manajer dalam menilai suatu risiko dari kegiatan operasi perusahaan yang dijalankan dan risiko rencana operasi yang akan datang.

Berikut perhitungan batas keamanan menurut Garrison, dkk (2013):

a. Dalam bentuk rupiah :

$$\text{Margin Pengaman} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas} \quad 3.14$$

b. Dalam bentuk presentase :

$$\text{Margin Pengaman} = \frac{\text{Margin Pengaman dalam rupiah} \times 100\%}{\text{Penjualan}} \quad 3.15$$

4. Perhitungan Perencanaan Laba

Menurut Samryn (2012) Perencanaan laba atau anggaran mencerminkan perkiraan tingkat atau target laba yang berusaha untuk dicapai oleh manajemen, Dengan kata lain menentukan penjualan anggaran (*budget sales*) perusahaan selama periode yang akan datang. Dalam analisis biaya, volume dan laba untuk perencanaan menggunakan analisis target laba.

a. Analisis Target Laba

Menurut Garrison, dkk (2013) dalam menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba dapat menggunakan metode margin kontribusi. Pendekatan ini dapat memperluas margin kontribusi dengan memasukkan target laba. Berikut perhitungan menurut Garrison, dkk (2013):

a) Penjualan Direncanakan (*Budget Sales*) dalam Unit

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}} \quad 3.16$$

b) Penjualan Direncanakan (*Budget Sales*) dalam Rupiah

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \quad 3.17$$

Sedangkan menurut Harahap (2008) pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan perencanaan laba yang diinginkan pada periode selanjutnya dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \quad 3.18$$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah UD Amplang Ibu Hj. Nisa

UD Amplang Ibu Hj. Nisa merupakan usaha dagang milik H. Mur'an Latif yang menjual amplang khas Samarinda, memulai usahanya sekitar akhir tahun 2007, bertempat di Jalan P. Antasari No. 10, Kelurahan Teluk Lerong Ulu, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur. Usaha ini juga sering disebut Amplang Hj. Nisa Muara karena lokasinya yang berada di area simpang tiga muara (Teluk Lerong).

Ide untuk mendirikan usaha ini adalah dari pemiliknya sendiri dengan melihat berkembangnya toko-toko yang menjual amplang sebagai cemilan atau oleh-oleh khas Samarinda di area simpang tiga muara (Teluk Lerong).

UD Amplang Ibu Hj Nisa memperoleh amplang dengan membeli dari *supplier* sebanyak kurang lebih enam karung per bulan (sebelum pandemi), pada saat pandemi pembelian hanya dilakukan kurang lebih tiga sampai empat karung dengan harga per karung Rp. 1.000.000,- (Rp.5.000/kemasan). Pembelian amplang per bulan dilakukan sebanyak tiga kali, jadi pembeliannya per sepuluh hari sebanyak satu sampai dua karung. Dalam satu karung amplang dapat diperoleh ≤ 200 bungkus amplang, yang per bungkusnya dijual seharga Rp. 10.000,-.

4.2 Visi dan Misi UD Amplang Ibu Hj. Nisa

Secara formal usaha ini tidak menggaris bawahi pada satu visi dan beberapa misi untuk mencapai tujuan atau visi tersebut. Tetapi secara tidak formal bisa dikatakan bahwa visi dan misi UD Amplang Hj. Nisa adalah sebagai berikut:

1. Visi

“Berjualan dengan waktu yang panjang”.

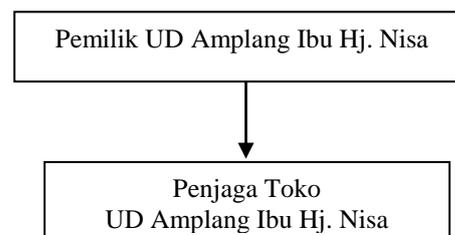
2. Misi

- a) Mempertahankan persediaan barang dagangan dengan tetap bekerja sama dengan *supplier*
- b) Menetapkan harga jual yang bersaing (stabil)
- c) Terus menjaga daya tarik konsumen potensial dengan menyajikan kualitas barang dagangan dengan baik dan memberikan bonus-bonus tertentu.

4.3 Struktur Organisasi

Usaha ini tidak menerapkan struktur organisasi formal. Secara keseluruhan pemilik dan keluarga melaksanakan aktivitas secara bersama-sama. Jadi tidak ada pembagian tugas atau pekerjaan secara formal. Hanya ada satu karyawan yang menjaga toko.

Jika digambarkan maka struktur organisasi UD Amplang Ibu Hj. Nisa adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD Amplang Ibu Hj. Nisa

Sumber: Data yang diolah, 2022

Struktur organisasi UD Amplang Ibu Hj. Nisa digambarkan dengan menerapkan struktur organisasi garis, yaitu organisasi/perusahaan yang bentuknya sangat sederhana.

Berdasarkan struktur organisasi tersebut dapat diuraikan tugas dan tanggungjawab masing-masing sebagaimana yang telah dicantumkan pada gambar 4.1, yaitu :

1. Pemilik UD Amplang Ibu Hj. Nisa

Pemilik atau pimpinan yaitu orang yang bertanggung jawab secara penuh mengenai manajemen operasional organisasi/perusahaan. Tugas dan wewenangnya yaitu mengadakan kegiatan secara menyeluruh, menetapkan kebijakan usaha, mengkoordinir pelaksanaan kegiatan usaha, mengurus dan menjalin hubungan baik dengan pihak lain seperti *supplier* dan konsumen (melakukan transaksi jual-beli), hingga melakukan pengemasan amplang agar siap jual.

2. Penjaga Toko

Penjaga toko yaitu orang yang bertugas menjaga toko, melayani pembeli/konsumen, membersihkan dan merapikan toko.

4.4 Kegiatan UD Amplang Ibu Hj. Nisa

UD Amplang Ibu Hj. Nisa dalam menghasilkan suatu produk atau amplang tidak melakukan proses produksi tetapi melakukan pembelian. Amplang dibeli per karung, sehingga perusahaan memerlukan biaya *packaging* atau pengemasan agar amplang siap untuk dijual. Pada proses pengemasan diperlukan mesin atau alat

yang digunakan untuk membantu proses pengemasan. Pembelian amplang, *packaging*, dan alat untuk pengemasan adalah sebagai berikut:

1. Pembelian Amplang

UD Amplang Ibu Hj. Nisa membeli amplang dari supplier langganannya. Setiap bulannya perusahaan membeli beberapa karung amplang disesuaikan dengan melihat permintaan pasar.

2. Pengemasan/*packaging*

Bahan untuk pengemasan atau *packaging* untuk amplang yang dijual oleh UD Amplang Ibu Hj. Nisa terdiri dari plastik bermerk dan kantong kresek.

Amplang yang sudah dibeli dari supplier kemudian dibungkus dengan kemasan bermerek lalu dipres menggunakan mesin press. Selanjutnya apabila ada pembeli maka amplang yang telah dikemas tadi akan dibungkus lagi dengan kantong plastik atau kresek agar memudahkan pembeli membawanya.

3. Mesin atau alat bantu pengemasan

Mesin merupakan peralatan yang membantu proses pengemasan agar amplang siap untuk dijual. Adanya mesin ini maka proses pengemasan menjadi lebih efisien. Mesin yang digunakan UD Amplang Ibu Hj. Nisa adalah mesin pres yang digunakan untuk merekatkan atau menutup plastik amplang agar kedap udara sehingga amplang tetap renyah sampai ke tangan konsumen.

4.5 Hasil Penelitian

4.5.1 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilaku

Pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa tidak ada biaya produksi karena usaha ini merupakan usaha dagang bukan industri (*Manufacturing*). Oleh karena itu, tidak

ada perhitungan BBB tetapi harga pembelian. UD Amplang Ibu Hj. Nisa hanya memiliki satu tenaga kerja yang diupah atau digaji untuk menjaga toko. Biaya pemasaran terdiri dari biaya kemasan bermerek dan kantong plastik. Sementara biaya angkut atau pengiriman tidak ada karena pembeli mengambil sendiri amplang yang dibeli di toko. Jadi biaya-biaya yang dikeluarkan UD Amplang Ibu Hj. Nisa adalah biaya sewa toko, biaya gaji, biaya pemasaran, biaya listrik, biaya air, biaya penyusutan dan biaya lain-lain.

Sebagai langkah awal dalam melakukan analisis biaya, volume dan laba, semua biaya yang dikeluarkan oleh UD Amplang Ibu Hj. Nisa diklasifikasikan ke dalam kelompok biaya tetap dan biaya variabel. Berikut tabel klasifikasi biaya tetap dan biaya variabel tahun 2020-2022:

Tabel 4.1 Klasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

No	Jenis Biaya	Klasifikasi Biaya
1	Biaya Sewa Toko	Biaya Tetap
2	Biaya Air	Biaya Variabel
3	Biaya Listrik	Biaya Variabel
4	Biaya Gaji	Biaya Tetap
5	Biaya Pemasaran	Biaya Variabel
6	Biaya Penyusutan	Biaya Tetap

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan klasifikasi di atas maka dapat disusun besarnya masing-masing biaya, biaya tetap yang dikeluarkan UD Amplang Hj. Nisa ialah sewa toko, gaji karyawan, dan penyusutan. Sedangkan biaya variabel yang dikeluarkan UD Amplang Hj. Nisa ialah Biaya listrik, air, dan pemasaran.

Berikut rincian biaya tetap dan biaya variabel pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa tahun 2022.

Tabel 4.2 Rincian Biaya Tetap dan Biaya Variabel pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa Tahun 2022

Keterangan	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
Biaya Tetap :				
Biaya Sewa Toko	Rp. 2.250.000	Rp. 2.250.000	Rp. 2.250.000	Rp. 2.250.000
Biaya Gaji Pemilik	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000
Biaya Gaji Karyawan	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.500.000
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp. 916.875	Rp. 916.875	Rp. 916.875	Rp. 916.875
Jumlah	Rp.12.166.875	Rp.12.166.875	Rp.12.166.875	Rp.12.166.875
Biaya Variabel				
Amplang	Rp.17.000.000	Rp.16.000.000	Rp.13.000.000	Rp.15.000.000
Biaya Air	Rp. 400.000	Rp. 350.000	Rp. 300.000	Rp. 350.000
Biaya Listrik	Rp. 1.000.000	Rp. 1.050.000	Rp. 950.000	Rp. 950.000
Biaya Pemasaran	Rp. 1.127.000	Rp. 1.055.000	Rp. 852.000	Rp. 997.000
Jumlah	Rp.19.527.000	Rp.18.455.000	Rp.15.102.000	Rp.17.297.000
Jumlah bt + bv	Rp.31.693.875	Rp.30.621.875	Rp.27.268.875	Rp.29.463.875

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan Rincian Biaya Tetap dan Biaya Variabel selama tahun 2022 yang disajikan dalam tabel di atas dapat diketahui bahwa:

1. Pada Triwulan I tahun 2022 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan oleh UD Amplang Ibu Hj. Nisa yaitu sebesar Rp.12.166.875,- atau sebesar 38% dari total biaya, sedangkan biaya variabel sebesar Rp.19.527.000,- atau sebesar 62% dari total biaya. Total biaya pada Triwulan 1 tahun 2022 adalah Rp.31.693.875,-.
2. Pada Triwulan II tahun 2022 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan oleh UD Amplang Ibu Hj. Nisa yaitu sebesar Rp.12.166.875,- atau sebesar 40% dari total biaya, sedangkan biaya variabel sebesar Rp.18.455.000,- atau sebesar 60% dari total biaya. Total biaya pada Triwulan 1 tahun 2022 adalah Rp.30.621.875,-.

3. Pada Triwulan III tahun 2022 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan oleh UD Amplang Ibu Hj. Nisa yaitu sebesar Rp. 12.666.875,- atau sebesar 45% dari total biaya, sedangkan biaya variabel sebesar Rp.15.102.000,- atau sebesar 55% dari total biaya. Total biaya pada Triwulan 1 tahun 2022 adalah Rp.27.268.875,-.
4. Pada Triwulan IV tahun 2022 jumlah biaya tetap yang dikeluarkan oleh UD Amplang Ibu Hj. Nisa yaitu sebesar Rp.12.166.875,- atau sebesar 41% dari total biaya, sedangkan biaya variabel sebesar Rp.17.297.000,- atau sebesar 59% dari total biaya. Total biaya pada Triwulan 1 tahun 2022 adalah Rp.29.463.875,-.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pada setiap triwulan di tahun 2022, biaya variabel menjadi biaya terbesar yang dikeluarkan oleh UD Amplang Ibu Hj. Nisa.

Setelah mengetahui total biaya variabel di atas, selanjutnya adalah menentukan biaya variabel per unit, dengan cara membagi jumlah biaya variabel dengan jumlah produk. UD Amplang Ibu Hj. Nisa tidak melakukan perhitungan biaya variabel per unit amplang. Berikut tabel perhitungan biaya variabel per unit tahun 2022 menurut akuntansi biaya :

Tabel 4.3 Biaya Variabel Per Unit Tahun 2022

Triwulan	Biaya Variabel	Jumlah Amplang	Biaya Variabel Per Unit
I	Rp.19.527.000	3.380	Rp. 5.777
II	Rp.18.455.000	3.175	Rp. 5.812
III	Rp.15.102.000	2.560	Rp. 5.899
IV	Rp.17.297.000	2.980	Rp. 5.804

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa total biaya variabel dibagi dengan jumlah amplang (per bungkus) sama dengan biaya variabel per unit. Biaya variabel per unit pada triwulan I sebesar Rp. 5.777, pada triwulan II sebesar Rp. 5.812, pada triwulan III sebesar Rp. 5.899, dan pada triwulan IV sebesar Rp. 5.804.

4.5.2 Volume Pembelian dan Penjualan pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa

Volume penjualan pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa dalam menjual amplang dari triwulan I sampai dengan triwulan IV tidak selalu sama. Hal tersebut dikarenakan permintaan pasar yang kadang meningkat dan kadang menurun pada setiap triwulannya. Berikut data pembelian dan penjualan amplang tahun 2022:

Tabel 4.4 Pembelian Amplang Tahun 2022

Triwulan	Volume Pembelian	Harga	Jumlah Pembelian
I	3.400	Rp. 5.000	Rp. 17.000.000
II	3.200	Rp. 5.000	Rp. 16.000.000
III	2.600	Rp. 5.000	Rp. 13.000.000
IV	3.000	Rp. 5.000	Rp. 15.000.000

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa selama tahun 2022 UD Amplang Ibu Hj. Nisa melakukan pembelian amplang pada triwulan I sebanyak 3.400 bungkus senilai Rp. 17.000.000, triwulan II sebanyak 3.200 bungkus senilai Rp. 16.000.000, triwulan III sebanyak 2.600 bungkus senilai Rp. 13.000.000, dan triwulan IV sebanyak 3.000 bungkus senilai Rp. 15.000.000.

Tabel 4.5 Penjualan Amplang Tahun 2022

Triwulan	Volume Penjualan	Harga	Jumlah Penjualan
I	3.380	Rp.10.000	Rp. 33.800.000
II	3.175	Rp.10.000	Rp. 31.750.000
III	2.560	Rp.10.000	Rp. 25.600.000
IV	2.980	Rp.10.000	Rp. 29.800.000

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas UD mplang Ibu Hj. Nisa menjual amplang pada triwulan I sebanyak 3.380 senilai Rp. 33.800.000, triwulan II sebanyak 3.175 senilai Rp. 31.750.000, triwulan III sebanyak 2.560 senilai Rp. 25.600.000, triwulan 2.980 senilai Rp. 29.800.000.

4.5.3 Analisis Biaya, Volume, dan Laba (BVL)

Analisis biaya, volume, dan laba sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk merencanakan laba pada periode yang akan datang. Berikut adalah perhitungan biaya, volume, dan laba pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa tahun 2022:

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

Triwulan I

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Rp. 33.800.000} - \text{Rp. 12.166.875} - \text{Rp. 19.527.000} \\ &= \text{Rp. 2.106.125} \end{aligned}$$

Triwulan II

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Rp. 31.750.000} - \text{Rp. 12.166.875} - \text{Rp. 18.455.000} \\ &= \text{Rp. 1.128.125} \end{aligned}$$

Triwulan III

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Rp. 25.600.000} - \text{Rp. 12.166.875} - \text{Rp. 15.102.000} \\ &= (\text{Rp. 1.668.875}) / \text{Rugi} \end{aligned}$$

Triwulan IV

$$\begin{aligned}\text{Laba} &= \text{Rp. } 29.800.000 - \text{Rp. } 12.166.875 - \text{Rp. } 17.297.000 \\ &= \text{Rp. } 336.125\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa laba tertinggi terjadi pada triwulan I yaitu sebesar Rp. 2.106.125, lalu triwulan II sebesar Rp. 1.128.125, lalu laba terendah pada triwulan IV sebesar Rp. 336.125, dan pada triwulan III mengalami kerugian sebesar Rp. 1.668.875.

4.5.4 Analisis *Break-Even Point* (BEP)

BEP merupakan suatu keadaan dimana dalam perusahaan, tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Berikut perhitungan BEP pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa tahun 2022:

Triwulan I

$$\begin{aligned}\text{BEP (Q)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 12.166.875}{\text{Rp. } 10.000 - \text{Rp. } 5.777} \\ &= 2.881 \text{ unit}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 12.166.875}{1 - \frac{\text{Rp. } 19.527.000}{\text{Rp. } 33.800.000}} \\ &= \text{Rp. } 28.813.022\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa pada triwulan I tahun 2022 UD Amplang Ibu Hj. Nisa telah mencapai titik impas, karena pada

perhitungan sebelumnya terjual 3.380 amplang senilai Rp.33.800.000. Sedangkan titik impas pada triwulan I adalah sebesar Rp. 28.813.022 atau sebanyak 2.881 amplang.

Triwulan II

$$\begin{aligned} \text{BEP (Q)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}} \\ &= \frac{\text{Rp. 12.166.875}}{\text{Rp. 10.000} - \text{Rp. 5.812}} \\ &= 2.905 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\ &= \frac{\text{Rp. 12.166.875}}{1 - \frac{\text{Rp.18.455.000}}{\text{Rp.31.750.000}}} \\ &= \text{Rp. 29.055.907} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa pada triwulan II tahun 2022 UD Amplang Ibu Hj. Nisa telah mencapai titik impas, karena pada perhitungan sebelumnya terjual 3.175 amplang senilai Rp. 31.750.000. Sedangkan titik impas pada triwulan II adalah sebesar Rp. 29.055.907 atau 2.905 amplang.

Triwulan III

$$\begin{aligned} \text{BEP (Q)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}} \\ &= \frac{\text{Rp. 12.166.875}}{\text{Rp. 10.000} - \text{Rp. 5.899}} \\ &= 2.966 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 12.166.875}}{1 - \frac{\text{Rp.15.102.000}}{\text{Rp.25.600.000}}} \\
 &= \text{Rp. 29.669.651}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa pada triwulan III tahun 2022 UD Amplang Ibu Hj. Nisa belum mencapai titik impas, karena pada perhitungan sebelumnya hanya terjual 2.560 amplang senilai Rp. 25.600.000. Sedangkan titik impas pada triwulan III adalah sebesar Rp. 29.669.651 atau 2.966 amplang.

Triwulan IV

$$\begin{aligned}
 \text{BEP (Q)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 12.166.875}}{\text{Rp. 10.000} - \text{Rp. 5.804}} \\
 &= 2.899 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 12.166.875}}{1 - \frac{\text{Rp.17.297.000}}{\text{Rp.29.800.000}}} \\
 &= \text{Rp. 28.998.870}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa pada triwulan IV tahun 2022 UD Amplang Ibu Hj. Nisa telah mencapai titik impas, karena pada perhitungan sebelumnya terjual 2.980 amplang senilai Rp. 29.800.000. Sedangkan

titik impas pada triwulan IV adalah sebesar Rp. 28.998.870 atau 2.899 amplang.

Perhitungan Margin Kontribusi

Perhitungan Margin Kontribusi pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa tahun 2022 triwulan I,II,III, dan IV, adalah sebagai berikut:

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Pendapatan Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

Triwulan I tahun 2022	= Rp. 33.800.000 – Rp. 19.527.000
	= Rp. 14.273.000
Triwulan II tahun 2022	= Rp. 31.750.000 – Rp. 18.455.000
	= Rp. 13.295.000
Triwulan III tahun 2022	= Rp. 25.600.000 – Rp. 10.498.000
	= Rp. 10.498.000
Triwulan IV tahun 2022	= Rp. 29.800.000 – Rp. 17.297.000
	= Rp. 12.503.000

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa produk yang mampu terjual memberikan kontribusi laba pada triwulan I sebesar Rp. 14.273.000, triwulan II sebesar Rp. 13.295.000, triwulan III sebesar Rp. 10.498.000, dan triwulan IV sebesar Rp. 12.503.000,

Margin kontribusi terendah ada pada triwulan III, hal ini disebabkan penurunan permintaan konsumen. Sedangkan margin kontribusi tertinggi ada pada triwulan I karena permintaan konsumen cukup tinggi.

4.5.5 Perhitungan Rasio Margin Kontribusi

Perhitungan Rasio Margin Kontribusi pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa pada tahun 2022 triwulan I,II,III,dan IV adalah sebagai berikut :

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi dalam Rupiah}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Triwulan I

$$\begin{aligned} \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Rp. 14.273.000}}{\text{Rp. 33.800.000}} \times 100\% \\ &= 42,2\% \end{aligned}$$

Triwulan II

$$\begin{aligned} \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Rp. 13.295.000}}{\text{Rp. 31.750.000}} \times 100\% \\ &= 41,8\% \end{aligned}$$

Triwulan III

$$\begin{aligned} \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Rp. 10.498.000}}{\text{Rp. 25.600.000}} \times 100\% \\ &= 41\% \end{aligned}$$

Triwulan IV

$$\begin{aligned} \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Rp. 12.503.000}}{\text{Rp. 29.800.000}} \times 100\% \\ &= 41,9\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa rasio margin kontribusi pada tahun 2022 triwulan I sebesar 42,2%, triwulan II sebesar 41,8%, triwulan III sebesar 41%, dan triwulan IV sebesar 41,9%.

4.5.6 Perhitungan Batas Keamanan (*Margin Of Safety*)

Perhitungan batas keamanan (*Margin of Safety*) pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa tahun 2022 triwulan I,II,III, dan IV adalah sebagai berikut :

Batas Keamanan Dalam Rupiah dan Persentase pada Tahun 2022

$$\text{MOS (Rp)} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas}$$

Triwulan I

$$\begin{aligned} \text{MOS (Rp)} &= \text{Rp.33.800.000} - \text{Rp. 28.813.022} \\ &= \text{Rp. 4.986.978} \end{aligned}$$

Triwulan II

$$\begin{aligned} \text{MOS (Rp)} &= \text{Rp.31.750.000} - \text{Rp. 29.055.907} \\ &= \text{Rp. 2.694.093} \end{aligned}$$

Triwulan III

$$\begin{aligned} \text{MOS (Rp)} &= \text{Rp.25.600.000} - \text{Rp. 29.669.651} \\ &= (\text{Rp. 4.069.651}) \end{aligned}$$

Triwulan IV

$$\begin{aligned} \text{MOS (Rp)} &= \text{Rp.29.800.000} - \text{Rp. 28.998.870} \\ &= \text{Rp. 801.130} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa MOS dalam Rupiah pada tahun 2022 triwulan I adalah sebesar Rp. 4.986.978, triwulan II Rp. 2.694.093, triwulan III sebesar (Rp. 4.069.651), dan triwulan III sebesar Rp. 801.130.

$$\text{MOS (\%)} = \frac{\text{Margin Pengaman dalam rupiah}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Triwulan I

$$\text{MOS (\%)} = \frac{\text{Rp.4.986.978}}{\text{Rp.33.800.000}} \times 100\%$$

$$= 14,7\%$$

Triwulan II

$$\text{MOS (\%)} = \frac{\text{Rp.2.694.093}}{\text{Rp.31.750.000}} \times 100\%$$

$$= 8,4\%$$

Triwulan III

$$\text{MOS (\%)} = \frac{(\text{Rp.4.069.651})}{\text{Rp.25.600.000}} \times 100\%$$

$$= (-15,8\%)$$

Triwulan IV

$$\text{MOS (\%)} = \frac{\text{Rp. 801.130}}{\text{Rp.29.800.000}} \times 100\%$$

$$= 2,6\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa MOS dalam Persentase pada tahun 2022 triwulan I adalah sebesar 14,7%, triwulan II 8,4%, triwulan III sebesar (-15,8%), dan triwulan III sebesar 2,6%..

4.5.7 Analisis Perencanaan Laba

Sebelum melakukan berbagai alternatif, maka diperlukan analisis perencanaan laba. Hal ini diperuntukkan untuk mengetahui berapa volume penjualan yang hendak dicapai untuk mencapai laba tertentu. UD Amplang Ibu Hj. Nisa mengharapkan laba sebesar Rp.5.000.000. Berikut tingkat penjualan yang harus dipenuhi agar dapat mencapai laba yang diharapkan:

1. Target laba dari triwulan I sampai triwulan IV adalah sebesar Rp. 5.000.000.

2. Jumlah biaya tetap dari triwulan I sampai triwulan IV adalah sebesar Rp. 48.667.500.
3. Jumlah biaya variabel dari triwulan I sampai triwulan IV adalah sebesar Rp. 70.381.000.
4. Rasio margin kontribusi sebesar 41,7% (diketahui dari rasio margin kontribusi/4 triwulan)

Berikut jumlah penjualan per tahun dari triwulan I sampai triwulan IV yang harus dicapai jika UD Amplang Ibu Hj. Nisa menginginkan perusahaan memperoleh laba:

$$\begin{aligned} \text{Target Penjualan (Rp)} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\ &= \frac{\text{Rp.48.677.500} + \text{Rp.6.000.000}}{41,7\%} \\ &= \text{Rp. 131.121.103} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Target Penjualan (Q)} &= \frac{\text{Total Penjualan}}{\text{Harga per unit}} \\ &= \frac{\text{Rp.131.121.103}}{\text{Rp.10.000}} \\ &= 13.112 \text{ unit pertahun} / 3.278 \text{ unit per triwulan.} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa *budget sales* pada tahun 2023 adalah sebesar Rp.131.121.103 atau sebanyak 13.112 unit pertahun.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Analisis Perhitungan

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan besarnya laba yang direncanakan untuk tahun berikutnya. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data dari UD Amplang Ibu Hj. Nisa maka dapat diestimasikan perencanaan yang

harus diperhatikan dan dilakukan agar laba yang diharapkan bisa terealisasi.

Faktor-faktor estimasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. BEP untuk amplang pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa tahun 2022 pada triwulan I sebesar Rp.28.813.022 atau sebanyak 2.881 unit, triwulan II sebesar Rp. 29.055.907 atau sebanyak 2.905 unit, triwulan III sebesar Rp. 29.669.651 atau sebanyak 2.966 unit, triwulan IV sebesar Rp. 28.998.870 atau sebanyak 2.899 unit.
2. Margin kontribusi amplang pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa tahun 2022 adalah triwulan I sebesar Rp. 14.273.000 atau 42,2%, triwulan II sebesar Rp. 13.295.000 atau 41,8%, triwulan III sebesar Rp. 10.498.000 atau 41%, triwulan IV sebesar Rp. 12.503.000 atau 41,9 %,
3. Margin keamanan amplang pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa tahun 2022 pada triwulan I sebesar Rp. 4.986.978 atau 14,7%, triwulan II sebesar Rp. 2.694.093 atau 8,4%, triwulan III sebesar (Rp.4.069.651) atau -15,8%, triwulan IV sebesar Rp. 801.130 atau 2,6%.

4.6.2 Perbandingan Perhitungan antara Perusahaan dan Konsep Akuntansi

1. Perbandingan perhitungan biaya menurut perusahaan dan konsep akuntansi biaya

Tabel 4.6 Perbandingan Perhitungan Biaya Menurut Perusahaan dengan Perhitungan Menurut Akuntansi Biaya

Perhitungan Menurut Perusahaan	2022
Amplang	Rp.61.000.000
Biaya Sewa Toko	Rp. 9.000.000
Biaya Gaji Karyawan	Rp.18.000.000
Biaya Air	Rp. 1.400.000
Biaya Listrik	Rp. 3.950.000
Biaya Pemasaran	Rp. 4.012.000
Jumlah	Rp.97.362.000
Perhitungan Menurut Konsep Akuntansi Biaya	2022
Amplang	Rp.61.000.000
Biaya Sewa Toko	Rp. 9.000.000
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp. 3.667.500
Biaya Gaji Karyawan & Pemilik	Rp.36.000.000
Biaya Air	Rp. 1.400.000
Biaya Listrik	Rp. 3.950.000
Biaya Pemasaran	Rp. 4.012.000
Jumlah	Rp.119.029.500

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat perbedaan perhitungan, hal tersebut disebabkan karena UD Amplang Ibu Hj. Nisa tidak melakukan perhitungan biaya gaji pemilik dan biaya penyusutan peralatan. Sedangkan pada konsep Akuntansi dilakukan perhitungan biaya gaji pemilik dan penyusutan peralatan.

2. Perbandingan perhitungan BEP menurut perusahaan dan konsep akuntansi biaya

Tabel 4.7 Perbandingan Perhitungan BEP Menurut Perusahaan dengan Perhitungan Menurut Akuntansi Biaya

Perhitungan Menurut Perusahaan	Perhitungan Menurut Konsep Akuntansi Biaya
Tidak melakukan perhitungan	$BEP (Q) = \frac{FC}{P-V}$

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa perusahaan tidak melakukan perhitungan BEP, sedangkan pada konsep Akuntansi Biaya cara menghitungnya adalah biaya tetap dibagi dengan hasil pengurangan harga jual per unit dengan biaya variabel per unit.

3. Perbandingan perhitungan Margin Kontribusi menurut perusahaan dan konsep akuntansi biaya

Tabel 4.8 Perbandingan Perhitungan Margin Kontribusi Menurut Perusahaan dengan Perhitungan Menurut Akuntansi Biaya

Perhitungan Menurut Perusahaan	Perhitungan Menurut Konsep Akuntansi Biaya
Tidak melakukan perhitungan	Total Penjualan – Total Biaya Variabel

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa perusahaan tidak melakukan perhitungan Margin Kontribusi, sedangkan pada konsep Akuntansi Biaya cara menghitungnya adalah Total Penjualan dikurang Total Biaya Variabel.

4. Perbandingan perhitungan Rasio Margin Kontribusi menurut perusahaan dan konsep akuntansi biaya

Tabel 4.9 Perbandingan Perhitungan Rasio Margin Kontribusi Menurut Perusahaan dengan Perhitungan Menurut Akuntansi Biaya

Perhitungan Menurut Perusahaan	Perhitungan Menurut Konsep Akuntansi Biaya
Tidak melakukan perhitungan	$\frac{\text{Margin Kontribusi (Rp)}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa perusahaan tidak melakukan perhitungan Rasio Margin Kontribusi, sedangkan pada konsep Akuntansi Biaya cara menghitungnya adalah Margin Kontribusi dibagi Penjualan lalu dikali 100%.

5. Perbandingan perhitungan Margin Keamanan menurut perusahaan dan konsep akuntansi biaya

Tabel 4.10 Perbandingan Perhitungan Margin Keamanan Menurut Perusahaan dengan Perhitungan Menurut Akuntansi Biaya

Perhitungan Menurut Perusahaan	Perhitungan Menurut Konsep Akuntansi Biaya
Tidak melakukan perhitungan	Total Penjualan – Penjualan Titik Impas

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa perusahaan tidak melakukan perhitungan Margin Keamanan, sedangkan pada konsep Akuntansi Biaya cara menghitungnya adalah Total Penjualan dikurang Penjualan Titik Impas.

6. Perbandingan perhitungan Target Laba menurut perusahaan dan konsep akuntansi biaya

Tabel 4.11 Perbandingan Perhitungan Target Laba Menurut Perusahaan dengan Perhitungan Menurut Akuntansi Biaya

Perhitungan Menurut Perusahaan	Perhitungan Menurut Konsep Akuntansi Biaya
Tidak melakukan perhitungan	$\frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa perusahaan tidak melakukan perhitungan Margin Kontribusi, sedangkan pada konsep Akuntansi Biaya cara menghitungnya adalah Biaya Tetap ditambah Target Laba lalu dibagi Rasio Margin Kontribusi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa, maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. UD Amplang Ibu Hj. Nisa harus menjual sebanyak 11.651 amplang atau senilai Rp.116.537.450 per tahun agar mencapai titik impas.
2. Apabila UD Amplang Ibu Hj. Nisa menghendaki laba sebesar Rp. 6.000.000 pada tahun berikutnya, maka harus menjual 13.112 amplang atau senilai Rp.131.121.103 dalam satu tahun.
3. Jumlah laba yang diperoleh UD Amplang Ibu Hj. Nisa pada tahun 2022 yaitu sebesar Rp. 2.570.375 dikurangi kerugian sebesar Rp.1.668.875 jadi labanya hanya sebesar Rp. 901.500, jumlah margin kontribusi pada tahun 2022 adalah sebesar Rp. 50.569.000, sedangkan jumlah margin keamanan pada tahun 2022 adalah sebesar Rp.4.412.550.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. UD Amplang Ibu Hj. Nisa disarankan untuk menggunakan analisis biaya, volume dan laba (BVL) sebagai alat bantu perencanaan laba dalam usahanya.
2. UD Amplang Ibu Hj. Nisa disarankan untuk meningkatkan penjualan dengan menekan biaya, agar margin kontribusi meningkat sehingga laba juga mengalami peningkatan.

3. Agar penjualan tidak mengalami kerugian, penjualan harus selalu berada di atas titik impas (BEP).
4. UD Amplang Ibu Hj. Nisa disarankan agar meng-*update* cara memasarkan produk amplangnya. Misalnya dengan memasarkan amplang melalui media sosial seperti *Facebook*, Instagram dan media sosial lainnya agar jangkauan pemasaran amplang menjadi lebih luas.
5. Selain beberapa saran di atas, UD Amplang Ibu Hj. Nisa juga disarankan untuk melakukan inovasi produk amplangnya. Misalnya menambah varian rasa amplang seperti rasa jagung bakar, balado, atau pedas, dan inovasi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandri, B. M, Kostini N., & Surtikanti. (2011). *Dasar Akuntansi: Teori, Soal, Dan Latihan*. Penerbit Widya Padjajaran, Bandung.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Carter, W. K., & Usry, M. F. (trans). (2002). *Cost Accounting*. Buku 1. (13th ed.). Salemba Empat, Jakarta.
- Carter, W. K., & Usry, M. F. (trans). (2005). *Akuntansi Biaya*. Buku 2. (13th ed.). Salemba Empat, Jakarta.
- Carter, W. K., & Usry, M. F. (trans). (2009). *Akuntansi Biaya*. Buku 2. (14th ed.). Salemba Empat, Jakarta.
- Garrison, R. H., Norren E. W., & Brewer, P. C. (2013). *Akuntansi Manajerial*. (11th ed.). Salemba Empat, Jakarta.
- Halim, A., Supomo, B., dan Kusufi, M. S. (2013). *Akuntansi Manajemen (Akuntansi Manajerial)*. (2nd ed.). BPFE UGM, Yogyakarta.
- Handoko, T. H. (2011). *Manajemen Personalialia Dan Sumber Daya Manusia*. BPFE, Yogyakarta.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2012). *Akuntansi Manajerial*. (8th ed.). Salemba Empat, Jakarta.
- Harahap, S. S. (2008). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. (1st ed.). Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Harahap, S. S. (2010). *Teori Akuntansi*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Harmono. (2016). *Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, Dan Riset Bisnis*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. (1st ed.). Kencana, Jakarta.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. (4th ed.). Rajawali Pers, Jakarta.
- Krismiaji, Y. A. A. (2011). *Akuntansi Manajemen*. (2nd ed.). UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Manullang, M., & Sinaga, D. (2005). *Pengantar Manajemen Keuangan*. ANDI, Yogyakarta.
- Mulyadi. (2010). *Akuntansi Biaya*. (5th ed.). STIM YKPN, Yogyakarta.
- Munawir, S. (2014). *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty, Yogyakarta.
- Riyanto, B. (2001). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE, Yogyakarta.
- Salman, K. R., & Farid, M. (2016). *Akuntansi Manajemen*. Indeks, Jakarta.
- Samryn, L. M. (2012). *Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi Dan Investasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. ANDI, Yogyakarta.
- Simamora, Henry. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (1st ed.). STIE YKPN, Yogyakarta.
- Siregar, B., Suripto, B., Hapsoro, D., Lo E. W., & Biyanto, F. (2014). *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat, Jakarta.

- Siregar, B., Suropto, B., Hapsoro, D., Lo E. W., & Biyanto, F. (2016). *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sjahrial, D. (2012). *Pengantar Manajemen Keuangan*. (4th ed.). Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Subramanyam, K. R., & John, J. W. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Salemba Empat, Jakarta.
- Swastha, B, & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana sejarah berdirinya UD Amplang Ibu Hj. Nisa?
2. Apa visi dan misi UD Amplang Ibu Hj. Nisa?
3. Bagaimana struktur organisasi pada UD Amplang Ibu Hj. Nisa?
4. Apakah UD Amplang Ibu Hj. Nisa memiliki akun sosial media yang resmi?
5. Biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan untuk menghasilkan Amplang?
6. Berapa banyak volume amplang yang dibeli pada triwulan 1-4 tahun 2022?
7. Berapa bungkus amplang yang dihasilkan dari pembelian satu karung amplang?
8. Berapa banyak volume amplang yang terjual pada triwulan 1-4 tahun 2022?
9. Apakah UD Amplang Ibu Hj. Nisa membuat perencanaan laba? Bagaimana perhitungannya?
10. Berapa besar (Rp) kenaikan laba yang diinginkan UD Amplang Ibu Hj. Nisa untuk tahun berikutnya?
11. Apa saja aset (peralatan) yang dimiliki UD Amplang Ibu Hj. Nisa?
12. Apakah proses pengemasan dilakukan sendiri oleh pihak UD Amplang Ibu Hj. Nisa?
13. Apakah kemasan (plastik dengan merek) amplang dibeli atau dibuat sendiri oleh pihak UD Amplang Ibu Hj. Nisa?

Lampiran 2. Biaya Penyusutan Peralatan Tahun 2022

Nama Aktiva	Jumlah (unit)	Harga Perolehan (Rp)	Total Harga Perolehan (Rp)	Tahun Perolehan (Rp)	Usia Ekonomis	Biaya Depresiasi
Lemari Etalase	6	Rp. 2.000.000	Rp.12.000.000	2018	8	Rp.1.500.000
Meja Kasir	1	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000	2019	8	Rp. 187.500
Kursi Kasir	1	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	2019	8	Rp. 150.000
Kursi Konsumen	2	Rp. 360.000	Rp. 720.000	2019	8	Rp. 90.000
Kursi Kayu	1	Rp. 500.000	Rp. 500.000	2019	5	Rp. 100.000
Mesin Kasir	1	Rp. 3.500.000	Rp. 3.500.000	2019	7	Rp. 500.000
Mesin Pres	4	Rp. 250.000	Rp. 1.000.000	2019	5	Rp. 200.000
CCTV	3	Rp. 1.500.000	Rp. 4.500.000	2019	5	Rp. 900.000
Bel Pintu	1	Rp. 250.000	Rp. 250.000	2019	5	Rp. 50.000
Total						Rp.3.677.500

Lampiran 3. Rincian Biaya Air dan Listrik perbulan

Bulan	Biaya Air	Biaya listrik
1	Rp. 100.000	Rp. 300.000
2	Rp. 150.000	Rp. 350.000
3	Rp. 150.000	Rp. 350.000
4	Rp. 100.000	Rp. 350.000
5	Rp. 100.000	Rp. 350.000
6	Rp. 150.000	Rp. 350.000
7	Rp. 100.000	Rp. 300.000
8	Rp. 100.000	Rp. 350.000
9	Rp. 100.000	Rp. 300.000
10	Rp. 150.000	Rp. 300.000
11	Rp. 100.000	Rp. 350.000
12	Rp. 100.000	Rp. 300.000
Jumlah	Rp.1.400.000	Rp.3.950.000

Lampiran 4. Perhitungan Biaya Pemasaran tahun 2022

1. Kemasan bermerek @Rp.300

Triwulan I	= 3.380 x Rp.300	= Rp. 1.014.000
Triwulan II	= 3.175 x Rp.300	= Rp. 952.500
Triwulan III	= 2.560 x Rp.300	= Rp. 768.000
Triwulan IV	= <u>2.980</u> x Rp.300	= <u>Rp. 894.000</u> +
	12.030	Rp. 3.646.000

2. Kantong Plastik uk. 24 cm (isi 30) Rp. 9.000
 Kantong Plastik uk. 28 cm (isi 25) Rp.10.000
 Kantong Plastik uk. 35 cm (isi 15) Rp.10.000
 Kantong Plastik uk. 40 cm (isi 10) Rp.10.000
 Kantong Plastik uk. 55 cm (isi 20) Rp.25.000

Triwulan I

Kantong Plastik uk. 24 cm (isi 30) Rp. 9.000 x 2	= Rp. 18.000
Kantong Plastik uk. 28 cm (isi 25) Rp.10.000 x 2	= Rp. 20.000
Kantong Plastik uk. 35 cm (isi 15) Rp.10.000 x 4	= Rp. 40.000
Kantong Plastik uk. 40 cm (isi 10) Rp.10.000 x 1	= Rp. 10.000
Kantong Plastik uk. 55 cm (isi 20) Rp.25.000 x 1	= <u>Rp. 25.000</u> +
	Rp. 113.000

Triwulan II

Kantong Plastik uk. 24 cm (isi 30) Rp. 9.000 x 2	= Rp. 18.000
Kantong Plastik uk. 28 cm (isi 25) Rp.10.000 x 2	= Rp. 20.000
Kantong Plastik uk. 35 cm (isi 15) Rp.10.000 x 2	= Rp. 20.000
Kantong Plastik uk. 40 cm (isi 10) Rp.10.000 x 2	= Rp. 20.000
Kantong Plastik uk. 55 cm (isi 20) Rp.25.000 x 1	= <u>Rp. 25.000</u> +
	Rp. 103.000

Triwulan III

Kantong Plastik uk. 24 cm (isi 30) Rp. 9.000 x 1	= Rp. 9.000
Kantong Plastik uk. 28 cm (isi 25) Rp.10.000 x 2	= Rp. 20.000
Kantong Plastik uk. 35 cm (isi 15) Rp.10.000 x 2	= Rp. 20.000
Kantong Plastik uk. 40 cm (isi 10) Rp.10.000 x 1	= Rp. 10.000
Kantong Plastik uk. 55 cm (isi 20) Rp.25.000 x 1	= <u>Rp. 25.000</u> +
	Rp. 84.000

Triwulan IV

Kantong Plastik uk. 24 cm (isi 30) Rp. 9.000 x 2	= Rp. 18.000
Kantong Plastik uk. 28 cm (isi 25) Rp.10.000 x 3	= Rp. 30.000
Kantong Plastik uk. 35 cm (isi 15) Rp.10.000 x 2	= Rp. 20.000
Kantong Plastik uk. 40 cm (isi 10) Rp.10.000 x 1	= Rp. 10.000
Kantong Plastik uk. 55 cm (isi 20) Rp.25.000 x 1	= <u>Rp. 25.000</u> +
	Rp. 103.000

Jumlah biaya pemasaran tahun 2022

Rp.4.012.000

Lampiran 5. Foto Produk



Lampiran 6. Foto Kegiatan Penelitian

