

**ANALISA BIAYA VOLUME LABA SEBAGAI ALAT DALAM  
PERENCANAAN LABA JANGKA PENDEK  
(Studi Kasus Pada Metro Bakery Samarinda)**

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Akuntansi



**Oleh:**

**MUHAMMAD FAKHRI ZAIN  
1601035116  
AKUNTANSI**

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Analisa Biaya Volume Laba Sebagai Alat Dalam  
Perencanaan Laba Jangka Pendek (Studi Kasus Pada  
Metro Bakery Samarinda)

Nama Mahasiswa : Muhammad Fakhri Zain

NIM : 1601035116

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Akuntansi

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Menyetujui,

Samarinda, 27 Juni 2023  
Pembimbing,



Dr. Hj. Yana Ulfah, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CIQaR., CSRA  
NIP. 19641230 198910 2 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mulawarman






Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, M.Si  
NIP. 19620513 198811 2 001

Lulus Tanggal Ujian: 13 Juni 2023

**SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS**

Judul Skripsi : Analisa Biaya Volume Laba Sebagai Alat Dalam  
Perencanaan Laba Jangka Pendek (Studi Kasus Pada  
Metro Bakery Samarinda)  
Nama : Muhammad Fakhri Zain  
NIM : 1601035116  
Hari : Selasa  
Tanggal Ujian : 13 Juni 2023

**TIM PENGUJI**

1. Dr. Hj. Yana Ulfah, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CIQaR., CSRA 1.   
NIP. 19641230 198910 2 001
2. Ferry Diyanti, S.E., M.S.A., Ak., CA., CSRS., CSRA 2.   
NIP. 19830228 200604 2 002
3. Eka Febriani, S.E., M.S.A., Ak., CSRS., CSRA 3.   
NIP. 19910207 201903 2 020

## 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 sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 9 Juni 2023



**Muhammad Fakhri Zain**

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

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Fakhri Zain  
NIM : 1601035116  
Program Studi : S1 Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul “Analisa Biaya Volume Laba Sebagai Alat Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek (Studi Kasus Pada Metro Bakery Samarinda)” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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.

Samarinda, 21 Juni 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Fakhri Zain

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena berkat dan kehendak-Nya sehingga penulis menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Adapun judul skripsi “Analisa Biaya Volume Laba Sebagai Alat Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek (Studi Kasus Pada Metro Bakery Samarinda)”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. H.Abdunnur., M.Si, selaku rektor Universitas Mulawarman Samarinda
2. Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda
3. Ibu Dwi Risma Deviyanti., SE., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda
4. Bapak Dr. H. Zaki Fakhroni, Ak., CA., CTA., CFrA., CIQaR selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman
5. Ibu Dr. Hj. Yana Ulfah, SE., M.Si., AK., CA., CSRS., CIQaR., CSRA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, kritik dan saran sehubungan dengan penulisan skripsi ini
6. Ibu Dr. Hj. Anisa Kusumawardhani, SE., M.Si selaku dosen Wali selama menjalani masa studi di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

7. Seluruh jajaran Dosen dan staf fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman
8. Bapak Alli Yasikin Selaku Pemilik Toko Roti Metro Bakery Samarinda
9. Kedua orang tua tersayang Ayahanda Junaidi Noor dan Ibunda Ruchmiati, serta adik-adik saya Firjatullah dan Rafif Azman Nazhir serta Keluarga Besar yang selalu memberikan dukungan Doa, Semangat, Motivasi, Materi, Non Materi yang tiada hentinya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat saya, Puput Hariyanti, Satria Bangun P, M. Rizki Indrawan, Wahyu Satriyo, Rully Hidayat, dan Dwi Fajar Indah terima kasih atas bantuannya
11. Teman-teman saya yang buat saya lama lulus, Angga Prabowo, Denny Febrian, Arifin Noor, M. Faisal Adimarangga, M. Alifiyanur Yasin, M. Akbar Rizqullah
12. Teman-teman seperjuangan saya di perkuliahan, Vicky, Yuli, Fidi, Rakita, Nanda, Said, Dinda, Meta, Inna, Yuni, Geral, Vicry, Jabir, Aril, Faisal, Rafi, Lukas, Ekani, Amat

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan dan penyusunan skripsi ini. Dan penulis juga berharap agar kedepannya penyusunan ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya S1-Akuntansi.

Samarinda, Mei 2023  
Penulis,

**Muhammad Fakhri Zain**

## **ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk menguji Analisa Biaya Volume Laba Sebagai Alat Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek. Sumber data yaitu data langsung yang diperoleh dari Metro Bakery di Samarinda, baik itu catatan, laporan laba rugi atau laporan historis. Metode pengumpulan data melalui wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan CMR, BEP, MS dan ATL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan volume penjualan produk roti dapat dikatakan mampu meningkatkan laba operasi pada usaha roti Metro Bakery di Samarinda karena adanya biaya lain yang terlihat tidak terlalu besar terutama tahun 2021, selain itu terdapat kenaikan biaya-biaya di tahun 2022 yang tidak signifikan namun tidak mempengaruhi jumlah laba yang didapatkan. Adapun Perencanaan penjualan yang dilakukan Metro Bakery Samarinda menghasilkan laba yang baik disetiap tahunnya yaitu tahun 2021 dan 2022. Adanya kenaikan membuktikan bahwa suatu perencanaan untuk penjualan produksi roti di Metro Bakery Samarinda sangat diperlukan agar dapat menghasilkan laba yang maksimal.

Kata Kunci : Biaya, Volume Laba, Perencanaan Laba



## ABSTRACT

**Muhammad Fakhri Zain, 2023.** Profit Volume Cost Analysis as a Tool in Short Term Profit Planning (Case Study at Metro Bakery Samarinda). *Under the guidance of Yana Ulfah.*

*The aim of this study was to test Profit Volume Cost Analysis as a Tool in Short Term Profit Planning (Case Study at Metro Bakery Samarinda). The operational definition consists of production costs, sales volume, operating profit and profit planning. The data source is a secondary source, namely direct data obtained from Metro Bakery in Samarinda, be it records, income statements or historical reports. The collection method consists of: interviews, literature study and documentation. Data analysis techniques using CMR, BEP, MS and ATL. The results of the study show that production costs and sales volume of bakery products can be said to be able to increase operating profit in the Metro Bakery bakery business in Samarinda because there are other costs that don't look too big, especially in 2021 with not too big an amount and even though there are increases in costs in 2022 but not significant and does not affect the amount of profit earned. The sales planning carried out by Metro Bakery Samarinda generates good profits every year, namely in 2021 and 2022. This is shown where in 2022 the estimated sales will reach IDR 2,086,000,000.-. The sales volume of Metro Bakery Samarinda has increased compared to the previous year in 2021 which reached Rp. 2,307,000,000.- with a difference in total sales of Rp. 221,000,000.-. This increase proves that a plan for selling rot1 production at Metro Bakery Samarinda is needed in order to generate maximum profit.*

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

## **RIWAYAT HIDUP**



Muhammad Fakhri Zain lahir di Samarinda pada tanggal 07 Mei 1998, anak dari Bapak Junaidi Noor dan Ibu Ruchmiati. Mulai menempuh pendidikan dasar pada tahun 2004 di SD Negeri 018 Samarinda dan lulus tahun 2010. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama di MTSN Model Samarinda dan lulus tahun 2013. Selanjutnya menempuh pendidikan tingkat menengah atas di MAN 2 Samarinda dan lulus tahun 2016. Melanjutkan pendidikan akademis pada tahun 2016 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda dengan memilih jurusan Akuntansi konsentrasi Akuntansi Manajemen. Pada tahun 2019 melaksanakan Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan XLV di Desa Telemow, Kecamatan Sepaku, Kabupaten PPU, Provinsi Kalimantan Timur.

Samarinda, 17 Juni 2023

**Muhammad Fakhri Zain**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN IDENTITAS PENGUJI SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI SKRIPSI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
2.1 Akuntansi Manajemen .....	5
2.2 Konsep Biaya .....	6
2.2.1 Pengertian Biaya.....	6
2.2.2 Klasifikasi Biaya.....	7
2.2.3 Unsur-Unsur Biaya .....	9
2.2.4 Perilaku Biaya.....	10
2.3 Analisis Biaya Volume Laba .....	11
2.3.1 Pengertian Biaya Volume Laba .....	11
2.3.2 Keunggulan Biaya Volume Laba.....	12
2.3.2 Asumsi-Asumsi Biaya Volume Laba .....	13

2.4	Perencanaan Laba .....	14
2.4.1	Pengertian Laba .....	14
2.4.2	Pengertian Perencanaan Laba .....	16
2.4.3	Keuntungan dan Keterbatasan Perencanaan Laba .....	17
2.4.4	Jangka Waktu Perencanaan Laba .....	18
2.5	Ramalan Penjualan.....	19
2.6	Penelitian Terdahulu .....	20
2.7	Definisi Konsepsional .....	24
2.8	Kerangka Pikir .....	25
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
3.2	Jangkauan Peneliti .....	26
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	27
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	27
3.5	Teknik Analisis Data .....	28
3.5.1	<i>Contribution Margin Ratio</i> (CMR) .....	28
3.5.2	<i>Break Event Point</i> (BEP) .....	29
3.5.3	<i>Margin of safety</i> (MS) .....	29
3.5.4	Analisis Target Laba (ATL) .....	29
3.5.5	Analisis Sensivitas (Laporan Laba Rugi).....	30
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	31
4.2	Penyajian Data dan Pembahasan .....	33
4.2.1	Klasifikasi Biaya Pada Usaha Metro Bakery Samarinda ....	33
4.2.2	Analisis <i>Break Event Point</i> (BEP) .....	36
4.2.3	Analisis <i>Contribution Margin</i> (CM) .....	43
4.2.4	Analisis Perencanaan Laba .....	46
4.2.5	Menghitung Perencanaan Penjualan Tahun 2023 .....	50
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
5.1	Kesimpulan .....	55
5.2	Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		

## LAMPIRAN

### DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Volume Penjualan dan Pendapatan Metro Bakery Samarinda Tahun 2017 sampai dengan 2021 .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 4.1 Jumlah Biaya Bahan Baku Tahun 2021-2022.....	33
Tabel 4.2 Jumlah Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2021-2022 .....	34
Tabel 4.3 Volume Penjualan Berdasarkan Pesanan Tahun 2021-2022 .....	35
Tabel 4.4 Laporan Rugi Laba Produk Roti Tawar Tahun 2021 .....	39
Tabel 4.5 Laporan Rugi Laba Produk Roti Nontawar Tahun 2021 .....	40
Tabel 4.6 Laporan Rugi Laba Produk Roti Tawar Tahun 2022 .....	40
Tabel 4.7 Laporan Rugi Laba Produk Roti Nontawar Tahun 2022.....	41
Tabel 4.8 Analisis Contributions Margin Produk Roti Tahun 2021-2022.....	45
Tabel 4.9 Hasil Analisis Perencanaan Laba Produk Roti Tahun 2021-2022 .....	48
Tabel 4.10 Menghitung Perencanaan Penjualan Tahun 2023 .....	50

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Kerangka Pikir .....	25
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Metro Bakery .....	32

## DAFTAR SINGKATAN

ATL	Analisis Target Laba
BEP	<i>Break Event Point</i>
CMR	<i>Contribution Margin Ratio</i>
MS	<i>Margin of safety</i>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tingginya tingkat persaingan di dunia industri sekarang dan sesuai dengan konsep dasar akuntansi going concern membuat setiap perusahaan harus mempunyai pihak manajemen yang handal agar perusahaan terus berjalan semestinya dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Salah satu faktor yang membuat perusahaan terus berjalan semestinya yaitu perusahaan harus terus mendapatkan laba. Laba perusahaan dipengaruhi oleh volume penjualan, dan biaya-biaya yang di keluarkan untuk melakukan suatu penjualan.

Semakin tinggi volume penjualan dan semakin rendah biaya yang dikeluarkan maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan mendapatkan laba yang tinggi pula. Manajemen yang handal diharapkan mampu melakukan perencanaan laba perusahaan untuk periode yang akan datang. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh pihak manajemen dalam merencanakan laba perusahaan untuk periode yang akan datang atau perencanaan laba jangka pendek ialah dengan melakukan analisis biaya, volume, dan laba.

Analisis biaya volume dan laba dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai alat diantaranya yaitu laporan laba rugi *variable costing*, perhitungan *margin of safety*, dan perhitungan *break even point* (BEP). Seperti yang telah dikemukakan oleh Raiborn (2017) bahwa “manajer menggunakan analisis *break even point* untuk rencana dan kontrol efektif dengan berkonsentrasi pada hubungan antara pendapatan, biaya perubahan volume, pajak dan laba. Lebih



lanjut disebutkan Malombeke (2013) bahwa analisa BEP dengan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisa BEP dan perencanaan laba sama-sama berbicara dalam hal anggaran atau di dalamnya mencakup anggaran yang meliputi biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang kesemua itu mengarah ke perolehan laba, untuk itu dalam perencanaan perlu penerapan atau menggunakan analisa BEP untuk perkembangan ke arah masa datang dan perolehan laba..

Salah satu manfaat analisis analisis biaya, volume, dan laba yaitu akan memberikan informasi berapa berapa banyak tambahan penjualan yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan untuk periode yang akan datang. Selain sebagai alat untuk membantu perencanaan laba jangka pendek, analisis analisis biaya, volume, dan laba juga maka dapat membantu pihak manajemen dalam pengambilan keputusan untuk bidang produksi, dan tindakan apa yang sebaiknya dilakukan oleh manajemen apabila volume dan unit penjualan belum mencapai titik pulang pokok.

Apabila analisis analisis biaya, volume, dan laba dilakukan dengan menggunakan perhitungan *break even point* maka dapat membantu manajemen untuk mengetahui berapa titik pulang pokok perusahaan. Analisis biaya, volume, dan laba juga dapat membantu pihak manajemen untuk mengetahui berapa volume penjualan yang boleh turun sebelum mencapai titik impas yaitu dengan pendekatan *margin of safety*.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa analisis biaya, volume, dan laba sangat diperlukan apabila perusahaan ingin melakukan

perencanaan laba jangka pendek dan demi keberlangsungan hidup perusahaan seperti dalam penelitian usaha Metro Bakery Samarinda. Metro Bakery Samarinda merupakan salah satu jenis usaha di Samarinda yang belum melakukan biaya, volume, dan laba untuk perencanaan laba usaha yang dilakukan. Metro Bakery Samarinda yang berada di jalan Bung Tomo, merupakan salah satu jenis usaha roti tawar, selain produsen juga sebagai mitra usaha-usaha roti dan menjual produknya berupa aneka jenis roti yang berdomisili di kota Samarinda. Banyaknya pesaing yang juga menjual produk seperti yang dihasilkan oleh Metro Bakery Samarinda membuat Metro Bakery Samarinda harus memiliki manajemen yang baik dalam perencanaan laba demi keberlangsungan hidup usaha yang dilakukan. Perlu dilakukan penelitian khususnya di Metro Bakery Samarinda, karena terlihat volume penjualan mengalami fluktuasi dari tahun 2017 sampai dengan 2021. Seperti diuraikan dalam table berikut:

**Tabel 1.1 Volume Penjualan dan Pendapatan Metro Bakery Samarinda Tahun 2017 sampai dengan 2021**

Tahun	Jenis Roti	Volume Penjualan (Bungkus)	Harga Per unit	Pendapatan
2017	Tawar	200.000	Rp 2500	Rp 500.000.000
	Roti Manis	345.500	Rp 4500	Rp 1.554.750.000
2018	Tawar	370.000	Rp 2500	Rp 925.000.000
	Roti Manis	400.000	Rp 4500	Rp 1.800.000.000
2019	Tawar	220.500	Rp 2600	Rp 573.300.000
	Roti Manis	310.000	Rp 4600	Rp 1.426.000.000
2020	Tawar	224.200	Rp 2800	Rp 627.760.000
	Roti Manis	275800	Rp 4800	Rp 1.323.840.000
2021	Tawar	288000	Rp 3000	Rp 864.000.000
	Roti Manis	272000	Rp 5000	Rp 1.360.000.000

*Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2023*

Berdasarkan uraian table di atas disimpulkan bahwa bahwa volume penjualan dari tahun 2017 sampai tahun 2021 jumlahnya mengalami fluktuasi,

dimana jumlah volume penjualan terbanyak tahun 2017 dan terendah pada tahun 2019 dan 2020 yang mencapai 16,89% dan 15,19% jika dibandingkan dengan tahun 2018 yang mencapai 24,47%. Adanya penurunan jumlah volume selain karena covid 19 juga analisis penentuan menggunakan *Margin of Safety* dan *Break Even Point* belum maksimal.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena tersebut maka, penulis memiliki alasan untuk menjabarkan masalah yang ada dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini diberi judul “Analisa Biaya Volume Laba Sebagai Alat Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek (Studi Kasus Pada Metro Bakery Samarinda)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana biaya-volume-laba pada Metro Bakery Samarinda Tahun 2021-2022?
2. Bagaimana perencanaan laba Jangka Pendek pada Metro Bakery Samarinda Tahun 2021-2022?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah, maka ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui biaya-volume-laba pada Metro Bakery Samarinda Tahun 2021-2022.
2. Untuk mengetahui perencanaan laba Jangka Pendek pada Metro Bakery Samarinda Tahun 2021-2022.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Mengacu pada tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki beberapa manfaat berikut:

Mengacu pada tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki beberapa manfaat berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya di bidang akuntansi yang berkaitan dengan analisa biaya volume laba sebagai alat dalam perencanaan laba jangka pendek. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa tinjauan pada pengembangan analisis dan pembaharuan ilmu khususnya pada penerapan akuntansi manajemen.

b. Manfaat Praktisi

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi sekaligus bahan pertimbangan manajemen perusahaan dalam mengetahui pentingnya analisis biaya volume dan laba guna perencanaan laba jangka pendek bagi usaha yang dikembangkan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Akuntansi Manajemen**

Akuntansi dibagi menjadi dua yaitu akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan. Perbedaan keduanya terletak pada informasi yang dapat dihasilkan. Akuntansi manajemen akan menghasilkan informasi kepada pihak intern perusahaan, sedangkan akuntansi keuangan akan menghasilkan informasi kepada pihak internal perusahaan.

Berikut ini merupakan pengertian akuntansi manajemen menurut beberapa ahli diantaranya Menurut Blocher et.al (2017) menyatakan bahwa “akuntansi manajemen (management accounting) adalah suatu profesi yang melibatkan kemitraan dalam pengambilan keputusan manajemen, menyusun perencanaan dan sistem manajemen kinerja, serta menyediakan keahlian dalam pelaporan keuangan dan pengendalian untuk membantu manajemen dalam memformulasikan dan mengimplementasikan suatu strategi organisasi”.

Menurut Krimiaji & Aryani (2014) “Akuntansi manajemen adalah salah satu cabang ilmu akuntansi yang menghasilkan informasi untuk manajemen atau pihak intern perusahaan”. Menurut Halim & Supomo (2017) “Akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan (proses) yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan yang melibatkan kemitraan untuk melakukan perencanaan dan pengendalian atas implementasi suatu rencana atau strategi perusahaan. Akuntansi manajemen akan menghasilkan informasi keuangan yang berguna untuk pengambilan keputusan.

## **2.2. Konsep Biaya**

### **2.2.1 Pengertian Biaya**

Biaya adalah pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau perorangan yang bertujuan untuk memperoleh manfaat lebih dari aktivitas yang dilakukan. Biaya dalam akuntansi dapat diartikan dalam dua pengertian yang berbeda, yaitu biaya dalam artian *cost* dan biaya dalam artian *expense*.

Menurut Siregar, et al. dalam Islam, A. (2018) “Biaya adalah kos barang atau jasa yang telah memberikan manfaat yang digunakan untuk memperoleh pendapatan”.

Harnanto (2017) Biaya (*cost*) adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber (ekonomi) yang dikorbankan (terjadi dan akan terjadi) untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu.

Bustami, B. & Nurlela (2014) menjelaskan bahwa:

Biaya (*cost*) adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan ke dalam neraca. Sedangkan, beban (*expense*) adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Biaya yang belum dinikmati yang dapat memberikan manfaat di

masa akan datang dikelompokkan sebagai harta. Biaya ini dimasukkan ke dalam laba rugi sebagai pengurangan dari pendapatan.

Mulyadi (2015:8) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang akan terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Sedangkan pengertian biaya menurut Carter & Usry (2014) adalah “Biaya adalah nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat”.

Menurut Supriyono (2016) “Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan”.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa, biaya adalah pengeluaran atau pengorbanan yang diukur dalam satuan uang bertujuan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat dan keuntungan pada saat ini atau pada masa yang akan datang.

### **2.2.2 Klasifikasi Biaya**

Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan atas keseluruhan elemen-elemen biaya secara sistematis ke dalam golongan-golongan tertentu agar dapat memberikan informasi biaya yang lengkap bagi pimpinan perusahaan dalam mengelola dan menyajikan fungsinya. Jenis-jenis klasifikasi biaya menurut Supriyono (2016) yaitu:

Klasifikasi biaya berdasarkan perilaku untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya serta pengambilan keputusan, biaya dapat digolongkan sesuai dengan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan yang dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu:

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.

- b. Biaya Variabel (*Variable Cost*)  
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding proporsional dengan perubahan volume kegiatan.
- c. Biaya Semi Variabel (*Mixed Cost*)  
Biaya semi variabel adalah biaya yang mempunyai elemen biaya tetap dan biaya variabel di dalamnya. Elemen biaya tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa, sedangkan elemen biaya variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh volume kegiatan. Contoh biaya semi variabel adalah biaya listrik, biaya telepon, dan biaya air.

Menurut Mulyadi (2015) “Kalsifikasi atau penggolongan biaya dapat digolongkan menjadi lima (5) golongan biaya sebagai berikut:

1. Objek Pengeluaran. Nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya, misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut "biaya bahan bakar".
2. Fungsi Pokok dalam Perusahaan, dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:
  - a. Biaya Produksi, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
  - b. Biaya Pemasaran, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
  - c. Biaya Administrasi dan Umum, merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya ini dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu:
  - a. Biaya Langsung (*direct cost*) dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
  - b. Biaya Tidak Langsung atau biaya overhead pabrik.
4. Perilaku dalam Kaitannya dengan Perubahan Volume Kegiatan, biaya dibagi menjadi 4, yaitu:



- a. Biaya Variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
  - b. Biaya Semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.
  - c. Biaya *Semi Fixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
  - d. Biaya Tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.
5. Jangka Waktu Manfaatnya, biaya dibagi 2 bagian, yaitu:
- a. Pengeluaran Modal (*Capital Expenditure*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender).
  - b. Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditure*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

### 2.2.3 Unsur-Unsur Biaya

Berikut ini terdapat beberapa unsur-unsur biaya menurut Supriyono (2016) terdiri atas:

1. Biaya merupakan harga pokok atau bagiannya untuk memperoleh pendapatan. Dapat juga diartikan bahwa biaya dalam hal ini berkaitan dengan pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk.
2. Biaya mencerminkan efisiensi sistem produksi.
3. Biaya merupakan sebagai bentuk pengorbanan yang difungsikan untuk suatu tujuan tertentu.
4. Pengorbanan dapat berupa uang, barang, tenaga, waktu, maupun kesempatan.

#### **2.2.4 Perilaku Biaya**

Klasifikasi biaya berdasarkan pola perilaku biaya ini dapat digolongkan menurut Bustami & Nurlela (2014) yaitu:

1. Biaya variabel (*variabel cost*)

Merupakan biaya yang secara total berubah sebanding dengan aktivitas atau volume produksi dalam rentang relevan tetapi per unit bersifat tetap. Contoh biaya variabel yaitu bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

2. Biaya tetap (*fixed cost*)

Merupakan biaya yang secara total tetap dalam rentang relevan tetapi per unit berubah. Contoh biaya tetap yaitu biaya gaji, biaya sewa dan lain-lain.

3. Biaya campuran (*mixed cost*)

Merupakan biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel, biaya campuran disebut juga biaya semi variabel. Biaya semi variabel adalah biaya yang pada aktivitas tertentu memperlihatkan karakteristik biaya tetap maupun biaya variabel. Contoh biaya campuran adalah biaya listrik, biaya telepon, biaya air, biaya gas dan lain-lain.

### **2.3. Analisis Biaya Volume Laba**

#### **2.3.1 Pengertian Biaya Volume Laba**

Menurut Bustami & Nurlela (2014) “analisis biaya-volume-laba adalah suatu analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, laba dan

bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan”. Menurut Mulyadi (2015) “analisis biaya volume laba merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba, untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek.

Analisis Biaya volume laba merupakan suatu proses bagaimana perusahaan dalam membedakan antara biaya dan laba dengan berubahnya volume penjualan. Dapat juga diartikan bahwa analisis biaya volume laba merupakan suatu alat yang menyediakan informasi bagi manajemen tentang hubungan antara biaya, laba, bauran produk dan volume penjualan untuk mencapai target laba pada level tertentu (Carter & Usry, 2014):

Menurut Mulyadi (2015) analisis biaya volume laba melibatkan berbagai faktor yang saling berhubungan diantaranya sebagai berikut:

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

Analisis biaya-volume-laba sangat berguna bagi perusahaan yang sedang menyusun rencana usahanya atau sebagai alat pengendali sewaktu perusahaan masih dalam kegiatan. Analisis biaya-volume-laba menitikberatkan sampai seberapa jauh perubahan-perubahan pada biaya, volume dan harga jual akan berakibat pada perubahan laba yang direncanakan menurut Weston & Bringham (2015).

Menurut Bustami dan Nurlela (2014) disamping kegunaan yang telah disebutkan diatas analisis biaya-volume-laba ini juga dapat digunakan untuk halhal 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 menderita kerugian.
4. Mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan.
5. Menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan.

### **2.3.2 Keunggulan Biaya Volume Laba**

Menurut Armila (2016) bahwa “analisis biaya-volume-laba, memiliki beberapa keistimewaan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Analisis biaya-volume-laba memperluas penggunaan informasi yang diberikan oleh analisis titik impas (break even point).
2. Analisis biaya-volume-laba dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai margin of safety, degree of operating leverage, contribution margin dan shut down point.
3. Analisis biaya-volume-laba dapat membuat kalkulasi perencanaan laba dan pengambilan keputusan dari suatu perusahaan menjadi akurat.
4. Analisis biaya-volume-laba dapat menentukan volume penjualan yang harus dicapai untuk mencapai target laba tertentu, dapat juga digunakan untuk menentukan kombinasi penjualan dari setiap jenis produk yang diproduksi untuk mencapai target laba yang telah ditetapkan.
5. Analisis biaya-volume-laba dapat menentukan besarnya biaya variabel dan tetap pada perusahaan dalam hubungannya dengan jumlah produk yang harus diproduksi dan dijual untuk mencapai laba yang ditargetkan.
6. Analisis biaya-volume-laba dapat digunakan sebagai dasar dalam merencanakan kegiatan operasional, membantu pengendalian melalui anggaran, meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan, menganalisa dampak perubahan volume produksi dan penjualan, merundingkan gaji atau upah karyawan, mengendalikan aktivitas yang sedang berjalan, bahan pertimbangan dalam menentukan dan menganalisa harga jual dalam usaha mencapai laba yang telah ditentukan.

7. Analisis biaya-volume-laba sangat mudah digunakan untuk menentukan besarnya laba terutama pada perusahaan yang masih sederhana dan berkembang.

Menurut Mulyadi (2015) Keunggulan analisis biaya volume laba berbasis aktivitas dibandingkan konvensional yaitu:

1. Metode konvensional sebenarnya tidak semua biaya yang semula digolongkan ke dalam biaya tetap berperilaku tetap.
2. Biaya aktivitas produk dan biaya pengaturan yang tidak berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas unit digolongkan dalam pendekatan konvensional sebagai biaya tetap.
3. Dalam pendekatan berbasis aktivitas, biaya aktivitas produk dan biaya pengaturan merupakan biaya variabel yang berubah sebanding dengan perubahan aktivitas yang bersangkutan dengan biaya tersebut.
4. Jika suatu kebijakan menyebabkan perubahan dalam biaya aktivitas produk dan biaya pengaturan, pendekatan berbasis aktivitas mampu mencerminkan akibat perubahan biaya tersebut terhadap impas

### **2.3.3 Asumsi Biaya Volume Laba**

Lebih lanjut disebutkan Armila (2016) Analisis biaya volume laba mudah digunakan dan murah biayanya akan tetapi, hal itu mengandung kelemahan karena asumsi-asumsi berikut:

1. Bagan impas pada dasarnya merupakan analisis statik, umumnya perubahan-perubahan hanya dapat diperlihatkan dengan menggambarkan bagan baru atau sejumlah bagan lainnya.
2. Dalam rentang yang relevan dirumuskan besarnya biaya tetap dan variabel untuk periode dan tingkat produksi tertentu. Rentang yang relevan umumnya merupakan rentang kegiatan yang dapat dinyatakan dengan berbagai ukuran penjualan dan beban seperti jam kerja atau jam mesin, jumlah unit yang diproduksi, dan nilai jual produksi. Untuk kegiatan diluar rentang yang relevan besarnya biaya tetap dan variabel akan berubah.
3. Semua biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap atau variabel atau dapat dibagi ke dalam komponen tetap dan variabel.
4. Biaya variabel per unit tetap sama dan terdapat hubungan langsung diantara biaya dan volume.
5. Volume merupakan satu-satunya faktor penting yang mempengaruhi perilaku biaya.

6. Harga jual per unit dan kondisi pasar lainnya tidak berubah.
7. Jika analisis melebihi dari satu produk, maka diasumsikan bahwa ada bauran penjualan yang tidak berubah. Bauran penjualan (sales mix) menunjukkan kombinasi atau perbandingan jumlah produk yang dijual perusahaan.

Menurut Sodikin (2015) Asumsi-asumsi yang terdapat dalam analisis biaya volume laba meliputi:

1. Seluruh jenis beban dapat diklasifikasikan menjadi beban tetap atau beban variabel. Apabila ada beban campuran beban tersebut harus dipisahkan menjadi beban tetap dan beban variabel.
2. Fungsi beban total berbentuk garis lurus. Asumsi ini hanya benar apabila perusahaan memproduksi dalam kisar relevan (relevant range).
3. Fungsi pendapatan total juga berbentuk garis lurus. Garis itu menganggap bahwa harga jual per unit adalah konstan untuk seluruh volume penjualan yang mungkin.
4. Analisis terbatas pada satu jenis produk. Apabila perusahaan menjual lebih dari satu jenis produk, dianggap bahwa kombinasi penjualannya adalah konstan. Kombinasi penjualan/ bauran penjualan (sales mix) merupakan komposisi relatif penjualan produk perusahaan.
5. Jumlah persediaan awal sama dengan jumlah persediaan akhir. Asumsi ini berarti bahwa seluruh beban di tahun tertentu untuk memperoleh atau membuat barang dilaporkan sebagai beban yang ditandingkan dengan pendapatan di laporan laba-rugi tahun tersebut.

## **2.4 Perencanaan Laba**

### **2.4.1 Pengertian Laba**

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, tugas manajemen adalah merencanakan masa depan perusahaannya.

Menurut Utari (2016) “Laba adalah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (*expenses*)”. Menurut Suraji dalam Malombeke

(2013) “Laba atau pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan operasi perusahaan pada periode tertentu di bidang usaha”.

Narifin (2017) laba atau income adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biayabiaya dan pengeluaran untuk periode tertentu”. Menurut Halim & Supomo (2017) bahwa “laba merupakan pusat pertanggungjawaban yang masukan dan keluarannya diukur dengan menghitung selisi antara pendapatan dan biaya”.

Menurut Carter & Usry (2014) “perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Sedangkan laba adalah penting dalam perencanaan karena tujuan utama dari suatu perencanaan adalah laba yang memuaskan”.

Walaupun tidak semua dari perusahaan atau organisasi menjadikan laba sebagai tujuan utamanya, tetapi tidak dapat dipungkiri setiap organisasi tersebut pada hakekatnya sebagai usaha *non-profit* juga laba diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup organisasi tersebut. Untuk perusahaan yang bertujuan memaksimumkan laba, laba dapat menjamin eksistensi perusahaan baik dalam operasional maupun kemampuan untuk memberikan deviden yang memuaskan kepada para pemegang saham.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan laba adalah Laba adalah penting dalam perencanaan karena tujuan utama dari suatu perencanaan adalah laba yang memuaskan. Perencanaan laba yang baik adalah sulit karena ada kekuatan-kekuatan eksternal mempengaruhi bisnis seperti perubahan teknologi, tindakan pesaing, ekonomi, demografi, selera serta pilihan pelanggan, perilaku

sosial, faktor-faktor politik. Kekuatan-kekuatan tersebut umumnya berada di luar kendali perusahaan sehingga sulit untuk diprediksi.

#### **2.4.2 Pengertian Perencanaan Laba**

Menurut Mulyadi (2015) Perencanaan laba (*profit planning*) dibagi menjadi dua yaitu perencanaan laba jangka panjang dan perencanaan laba jangka pendek. Menurut Handoko (2016) yang dimaksud dengan “perencanaan laba adalah proses dasar manajemen untuk memutuskan tujuan dan cara mengatasinya”.

Menurut Carter & Usry (2014) mengartikan perencanaan laba sebagai berikut:

Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan”. Lebih lanjut disebutkan bahwa dalam perencanaan laba yang baik adalah sulit karena ada kekuatan-kekuatan eksternal yang mempengaruhi bisnis seperti perubahan teknologi, tindakan pesaing, ekonomi, demografi, selera serta pilihan pelanggan, perilaku sosial, dan faktor-faktor politik. Kekuatan- kekuatan eksternal tersebut berada di luar kendali perusahaan sehingga sulit untuk diprediksi.

Menurut Koraag & Ilat (2016) dalam bukunya mengartikan perencanaan laba sebagai berikut:

Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan implikasi keuangan yang dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas dan modal kerja untuk jangka panjang juga jangka pendek, perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang.

Menurut Rachmina & Sari (2017) Parameter dalam perencanaan laba jangka pendek :

1. Margin kontribusi (*contribution margin* –CM)



2. Titik impas (*break even point*- BEP)
3. Margin pengamanan penjualan (*Margin of safety* –MOS)
4. Titik penutupan usaha (*shut down point* – SDP)
5. Operating leverage ( *degree operating laverage* – DOL)

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana kerja untuk operasi perusahaan yang dinyatakan dalam suatu perhitungan. Perencanaan laba berguna membantu manajemen dalam pengambilan keputusan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang demi tercapainya tujuan perusahaan.

### **2.4.3 Keuntungan dan Keterbatasan Perencanaan Laba**

Menurut Carter & Usry (2014) terdapat beberapa keuntungan dan keterbatasan perencanaan laba yang dilakukan, sebagai berikut:

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal tersebut memberikan suatu cara untuk menyesuaikan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.
5. Perencanaan laba menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu

Adapun mengenai keterbatasan dari perencanaan laba yang dilakukan suatu organisasi atau perusahaan, juga disebutkan oleh Carter & Usry (2014) sebagai berikut:

1. Prediksi bukan suatu ilmu pengetahuan pasti, ada sejumlah pertimbangan dalam estimasi manapun. Perencanaan laba harus

didasarkan pada prediksi atau kejadian di masa depan sehingga besar kemungkinan terjadi kesalahan.

2. Perencanaan laba dapat memfokuskan perhatian manajemen pada cita-cita (seperti tingkat produksi yang tinggi atau tingkat penjualan kredit yang tinggi) yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan dari organisasi.
3. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja sama dari semua anggota manajemen.
4. Penggunaan anggaran secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsi.
5. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peranan administrasi.
6. Penyusunan perencanaan laba memakan waktu.

#### **2.4.4 Jangka Waktu Perencanaan Laba**

Menurut Carter & Usry (2014) jangka waktu perencanaan laba dapat digolongkan kedalam dua bagian perencanaan, yaitu perencanaan laba jangka panjang dan perencanaan laba jangka pendek, dengan uraian sebagai berikut:

1. Perencanaan laba Jangka Panjang  
Rencana jangka panjang diartikan sebagai proses yang kontinu untuk membuat keputusan-keputusan sekarang secara sistematis dan dengan pengetahuan terbaik yang memungkinkan mengenai dampak di masa depan, mengorganisasikan secara sistematis usaha-usaha yang diperlukan untuk melaksanakan keputusan-keputusan tersebut, dan mengukur hasil dari keputusan-keputusan ini terhadap ekspektasi melalui umpan balik yang terorganisir dan sistematis. Dalam perencanaan jangka panjang ini suatu manajemen akan berusaha menemukan suatu urutan kejadian yang mungkin terjadi pada perusahaan. fleksibilitas dan kemampuanlah yang paling penting untuk dapat beradaptasi terhadap situasi dan kondisi yang selalu berubah.
2. Perencanaan laba Jangka Pendek  
Perencanaan jangka pendek terdapat perencanaan yang umum yaitu anggaran jangka pendek yang mencakup periode 3 bulanan, periode 6 bulan dan paling lama sampai 12 bulan atau selama setahun. Dan tentunya tergantung dari karakter masing-masing dari rencana laba tersebut. Adapun periode anggaran yang seharusnya dilakukan yaitu:
  - a. Dibagi menjadi beberapa bulan per bulan
  - b. Cukup panjang untuk menyelesaikan produksi produk
  - c. Mencakup paling tidak satu siklus musiman, jika bisnis tersebut adalah bisnis musiman

- d. Cukup panjang untuk memungkinkan pendanaan sebelum dibutuhkan
- e. Sesuai dengan periode akuntansi keuangan, guna memungkinkan perbandingan hasil actual dengan anggaran.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa pada dasarnya jangka waktu perencanaan laba baik jangka panjang maupun jangka pendek semuanya memberikan keuntungan bagi pengelola perencanaan laba, dan tentunya menyesuaikan pola dan tujuan yang diharapkan masing-masing dari perusahaan tersebut.

## **2.5. Ramalan Penjualan**

Menurut Mulyadi (2015) “ramalan penjualan merupakan jumlah penjualan yang kita perkirakan akan terjadi dimasa yang akan datang untuk menghadapi unsur ketidakpastian”. Ramalan penjualan merupakan proyek teknis dari permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi (Adisaputro & Asri, 2016).

Dalam dunia usaha, perusahaan sering berhadapan dengan keadaan yang tidak pasti, sehingga suatu perusahaan tidaklah akan dapat menjalankan aktivitasnya. Walau perusahaan mempunyai rencana hasil dari suatu ramalan. Namun demikian, jika ramalan tersebut dibuat berdasar atas dasar pemikiran yang rasional dengan teknik-teknik tertentu, maka hasilnya akan lebih baik daripada tanpa rencana sama sekali.

Dari pengertian ramalan penjualan tersebut, didalamnya terkandung pemikiran mengenai jumlah produk yang diproduksi di masa yang akan datang disamping perkiraan unsur-unsur yang lain. Biasanya jumlah produk yang

diproduksi ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk menjual produknya yang tercermin dari ramalan penjualan yang dibuat.

Pada dasarnya ada tiga cara yang dapat dipakai untuk meramalkan tingkat penjualan menurut Adisaputro & Asri (2016) yaitu :

1. Berdasarkan pendapat, berupa :
  - a. Pendapat salesman
  - b. Pendapat sales manajer
  - c. Pendapat para ahli
  - d. Survey konsumen
2. Berdasarkan perhitungan statistik, berupa :
  - a. Analisis trend
  - b. Analisis korelasi
3. Metode khusus, berupa:
  - a. Analisis industri
  - b. Analisis product line
  - c. Analisis penggunaan akhir

## **2.6 Penelitian Terdahulu**

Tujuan dari penguraian penelitian terdahulu selain sebagai acuan bagi peneliti, juga sebagai perbandingan dengan penelitian yang dilakukan, sehingga ditemukan kesamaan sekaligus adanya perbedaan dengan penelitian sebelumnya, untuk itu dijabarkan penelitian sebelumnya sehingga diketahui perbedaannya sebagai berikut:

**Tabel. 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Nama dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba Pada Pt.Elco Indonesia Sejahtera Garut  Khairunnisa, Djuanta, Ungkari (2013)	Biaya-volume-laba, Perencanaan laba	proses pengolahan data melalui cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan	Hasil penelitian contribution margin lebih besar dari jumlah biaya tetap atau pendapatan yang diperoleh dapat menutupi biaya tetap, analisis break even point penjualan PT.Elco Indonesia Sejahtera dapat melebihi titik impas	a. Menggunakan variabel Biaya-volume-laba, Perencanaan laba b. Uji analisis	a. Penelitian ini menggunakan perencanaan laba jangka pendek b. Penelitian terdahulu tidak menggunakan perencanaan laba jangka pendek
2	Analisis Perhitungan Biaya-Volume-Laba Terhadap Perencanaan Laba Perusahaan Roti Prima Donut's Kediri  Susanna (2017)	Biaya-volume-laba, perencanaan laba	Metode identifikasi biaya, Identifikasi Besarnya break even dan volume penjualan	Hasil penelitian Break Even Point tahun 2014 sebesar Rp 247.401.495. Pada tahun 2015 menginginkan laba untuk masing-masing produk sebesar Rp 70.000.000 untuk Donut ring maka penjualan minimal untuk tahun 2015 sebesar 81.457 unit. Untuk Donut Cherry menginginkan laba sebesar Rp 50.000.000 maka penjualan minimal untuk tahun 2015 sebesar 106.604 unit.	a. Menggunakan variabel Biaya-volume-laba, Perencanaan laba b. Menggunakan metode analisa identifikasi biaya	a. Penelitian ini menggunakan laba jangka pendek b. Penelitian terdahulu tidak menggunakan laba jangka pendek
3	Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Tarum Kab. Karawang	Biaya-Volume-Laba dan Perencanaan Laba Jangka Pendek	Analisis <i>forecast</i> penjualan, analisis <i>cost</i> proyeksi, perencanaan laba	Hasil penelitian perencanaan laba tahun 2015 tanpa adanya kenaikan tarif per M3 ditambah adanya berbagai kenaikan biaya maka dipastikan PDAM Tirta Tarum Kab. Karawang akan	a. Menggunakan Biaya-Volume-Laba dan Perencanaan Laba Jangka Pendek b. Metode analisis	a. Penelitian ini meneliti pada obyek usaha Matro Bakery b. Penelitian terdahulu menggunakan obyek penelitian

Disambung ke halaman berikutnya

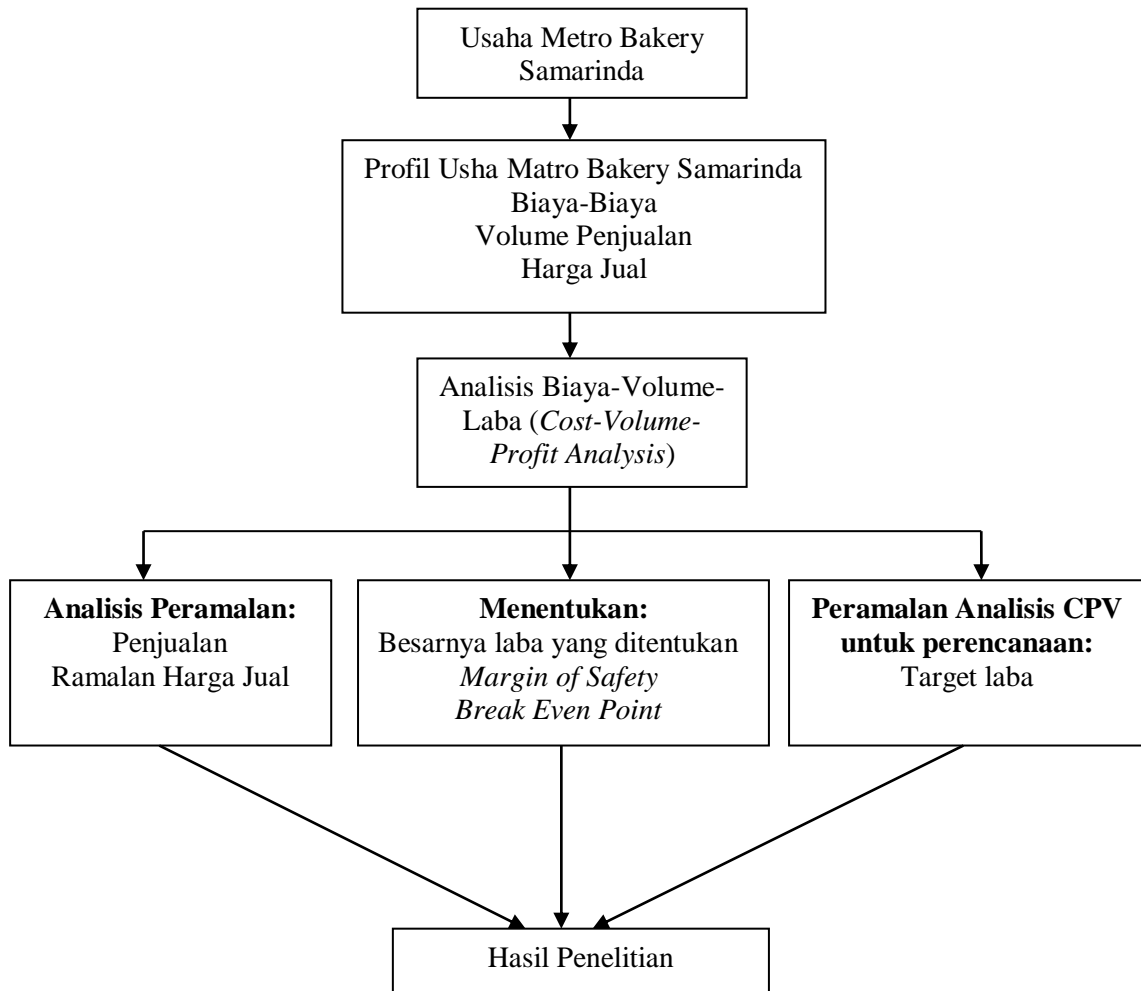
Tabel. 2.1 Lanjutan

	Suhara dan Amalia (2018).			mengalami kerugian yang cukup besar yaitu sebesar Rp. 182.021.330.		PDAM
4	Analisis Biaya Volume Laba Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek  Rakmawati dan Nikmah (2019).	Biaya Volume Laba dan Perencanaan Laba Jangka Pendek	pendekatan analisis deskriptif kuantitatif berupa analisis CVP (Cost, Volume and Profit), analisis break event point, analisis margin contribution dan analisis margin of safety	Hasil penelitian menunjukkan margin kontribusi rata-rata sebesar Rp. 7.431.587,00 dengan rasio margin kontribusi sebesar 0,20% mengidentifikasi besarnya persentase pendapatan yang diperoleh untuk menutup biaya tetap. Titik impas yang harus dicapai perusahaan adalah sebesar 423 unit atau sebesar Rp. 10.425.120,00.	a. Menggunakan Biaya-Volume-Laba dan Perencanaan Laba Jangka Pendek b. Metode Analisis	a. Penelitian ini meneliti pada obyek usaha Metro Bakery b. Penelitian terdahulu menggunakan obyek penelitian UMKM Konveksi
5	Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Cv Waringin Putih Semarang  Cahyadi Dan Sulistiyo (2018)	Biaya Volume Laba dan Perencanaan Laba	Metode deskripsi dan metode eksposisi	Hasil penelitian dimana diperoleh margin kontribusi rata-rata tertimbang sebesar Rp20.638,73 per m2. Penjualan mencapai titik impas sebanyak 24.024 m2. Penjualan untuk mencapai target laba meningkat sebesar 17,21% atau sebanyak 66,026 m2.	a. Menggunakan Biaya-Volume-Laba	a. Penelitian ini tidak menggunakan analisis deskripsi dan metode eksposisi b. Penelitian terdahulu tidak menggunakan laba jangka pendek

Sumber : Diolah dari jurnal dan skripsi, 2023

## 2.7 Kerangka Pikir

Berdasarkan tinjauan dasar teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka pikir dalam penelitian ini, seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini :



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Variabel dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Biaya Bahan Baku merupakan biaya yang dikeluarkan supaya dapat memperoleh bahan baku yang siap digunakan dalam kegiatan produksi, dimana dalam biaya ini meliputi: biaya penyimpanan, dan biaya operasional.
2. Biaya tetap adalah pengeluaran usaha yang tidak tergantung pada tingkat barang yang dihasilkan perusahaan.
3. Biaya variabel adalah biaya yang dapat berubah secara proporsional dengan aktivitas bisnis. Biaya variabel adalah jumlah biaya marginal terhadap semua unit yang diproduksi.
4. Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang.
5. Laba operasi adalah selisih antara pendapatan dan beban operasi, yang diperoleh dari kegiatan utama perusahaan.
6. Perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi laba, neraca, kas, dan modal kerja untuk jangka pendek.



### **3.2 Jangkauan Penelitian**

Penelitian dilakukan di Metro Bakery Samarinda khususnya dalam pengelolaan biaya produksi dan volume penjualan dari usaha tersebut, selain dideskripsikan tentang biaya volume laba dan volume penjualan dalam menentukan titik impas pada perusahaan.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

#### **1. Jenis Data**

Untuk memperoleh dan mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu jenis data berbentuk angka-angka berupa laporan keuangan dengan fokus utamanya tentang biaya produksi dan volume penjualan pada usaha Metro Bakery Samarinda.

#### **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2018) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian umumnya dapat diperoleh dari usaha Metro Bakery Samarinda yang diteliti atau data yang dipublikasikan untuk umum. Data sekunder dapat berupa bukti, catatan, laporan laba rugi atau laporan historis yang tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data serta melakukan analisis pada data tersebut, sehingga dari metode ini peneliti dapat menjawab pertanyaan tertentu, menguji hipotesis hingga menilai hasil. Metode pengumpulan data terdiri dari:

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara untuk mengumpulkan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal hal dari respondennya sedikit (Sugiyono, 2018). Wawancara ini dilakukan dengan bertanya pada pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dalam hal ini penulis ditempatkan di bagian akuntansi pada usaha Metro Bakery Samarinda.

b. Studi Pustaka

Studi Pustaka yaitu pengumpulan data dengan membaca buku, jurnal dan penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan penelitian ini termasuk juga data dari internet. Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi, yaitu dilakukan dengan memperoleh data-data yang bersifat teoritis yang mencakup laporan laba rugi buku-buku, bahan kuliah, dan literatur. Menurut Sugiyono (2018) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilaksanakan dengan melakukan perhitungan-perhitungan yang relevan terhadap masalah yang diteliti, dengan uraian sebagai berikut:

#### 3.5.1 *Contribution Margin Ratio (CMR)*

Metode uji ini digunakan untuk menunjukkan hasil penjualan yang dapat digunakan untuk menutupi biaya variabel dan biaya tetap yang kelebihannya merupakan laba. menentukan *contribution margin* dapat digunakan dengan rumus :

$$\text{CMR} = 1 - (\text{Biaya Variabel} / \text{Penjualan})$$

#### 3.5.2 *Break Event Point (BEP)*

Merupakan suatu keadaan dimana dalam operasi yang dimiliki usaha Metro Bakery Samarinda, dan usaha tersebut tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Menentukan *break event point* dapat digunakan dengan rumus :

$$\text{BEP} = \text{Biaya Tetap} / 1 - (\text{Biaya Variabel} / \text{Penjualan})$$

#### 3.5.3 *Margin of safety (MS)*

Analisis *margin of safety* menunjukkan berapa banyak penjualan yang boleh turun dari jumlah penjualan tertentu dimana usaha Metro Bakery Samarinda belum menderita rugi atau dalam keadaan *Break Even*. Menentukan *Break Even* dapat digunakan dengan rumus :

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

Pengamanan penjualan dapat juga dinyatakan dalam rupiah atau dalam bentuk prosentase. Prosentase ini dicari dengan membagi margin pengamanan penjualan dengan jumlah rupiah penjualan, seperti dalam rumus berikut:

$$\text{Presentase Pengamanan Penjualan} = \frac{\text{Margin Pengamatan Penjualan (Rp)}}{\text{Penjualan}}$$

#### **3.5.4 Analisis Target Laba (ATL)**

Analisis ini merupakan alat untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Rumus :

$$\text{ATL} = (\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}) / \text{CMR}$$

#### **3.5.5 Analisis Sensivitas (Laporan Laba Rugi)**

Analisis sensitivitas merupakan alat untuk memperhitungkan kemungkinan berubahnya variabel yang ada dalam CVP. Rumus :

$$\text{Laporan Laba Rugi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Tetap}$$

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Metro Bakery Samarinda**

Metro Bakery merupakan produsen roti tawar yang terletak di Jalan Bung Tomo, Kelurahan Sungai Keledang, Kecamatan Samarinda Seberang, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Jumlah produksi roti Metro Bakery dalam satu hari kerja rata-rata 10.000 roti. Jumlah tenaga kerja yang digunakan oleh Metro Bakery sebanyak 12 orang yang terbagi menjadi 8 orang tenaga kerja produksi (persiapan produksi, pengadonan, pembentukan, fermentasi, pemanggangan serta pendinginan) dan 4 orang tenaga kerja pengemasan.

Dari hasil pengamatan, peneliti menemukan masalah yang terjadi di Metro Bakery yaitu tidak ada pembagian tugas yang jelas pada proses produksi (persiapan, pengadonan, pembentukan, fermentasi, pemanggangan serta pendinginan) sehingga menyebabkan waktu kerja terlalu panjang. Selain itu, libur terbatas serta kegiatan kerja yang monoton akan menimbulkan kelelahan dan rasa bosan. Banyak karyawan yang masih aktif di Metro bakery Samarinda, karena beberapa pekerjaan cukup membutuhkan tenaga terutama dalam pengolahan bahan baku, pengolah roti, kebersihan peralatan serta kegiatan produksi lainnya dimana satu sama lain dari karyawan tersebut saling mendukung dalam pekerjaan.

Berdasarkan hasil pengukuran beban tenaga kerja yang ada Metro Bakery sebanyak 8 orang tenaga kerja, rata-rata tenaga kerja yang ada terbagi dalam tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Tingkat pengetahuan tenaga kerja yang ada di Metro Bakery sangat berpengalaman dalam bidang produksi roti, sehingga

setiap roti yang dihasilkan memiliki kualitas pada produk yang dihasilkan. Ini juga yang cukup mendukung dalam pengembangan usaha roti yang berjalan selama ini.

Produk yang dihasilkan terbagi dalam 2 bagian besar yaitu roti tawar dan roti non tawar, dan varian harganya tentunya juga berbeda. Berdasarkan informasi dari lokasi penelitian bahwa harga untuk roti tawar Rp 3.000 setiap bungkusnya sedangkan untuk roti non tawar varian harganya berkisar Rp 5000. Tentunya harga ini tidak dijual dalam beberapa paket atau bungkus, karena setiap pelanggan atau pengecer yang datang mengambil dalam jumlah banyak. Dari pengecer inilah yang kemudian melakukan penjualan di kedai-kedai yang diusahakan. Tentunya usaha produksi roti Metro Bakery Samarinda sudah disertifikasi halal, sehingga semua kalangan dapat mengkonsumsinya.

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

##### **Visi**

Menyediakan produk roti yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau yang bersaing serta memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan.

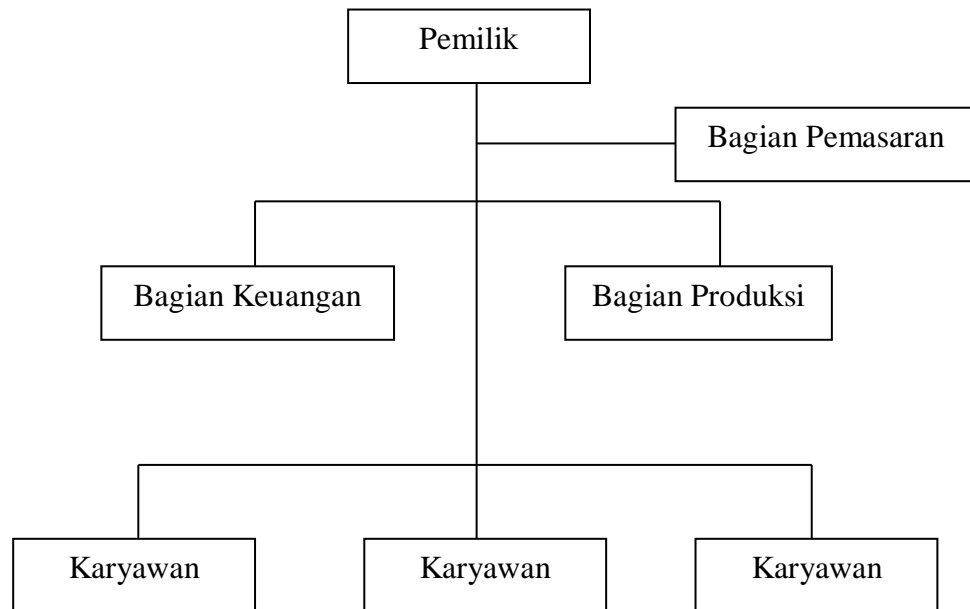
##### **Misi**

Menciptakan tenaga kerja yang ahli dan kompeten imtaq dan iptek yang kuat. Memuaskan konsumen. Menjadi perusahaan yang terdepan dibidangnya. Memperluas lapangan kerja untuk masyarakat sekitar tempat produksi pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya.

#### **4.1.3 Struktur Organisasi Metro Bakery Samarinda**

Struktur organisasi Metro Bakery bahwa tiap-tiap atasan mempunyai bawahan tertentu untuk melaksanakan tugas-tugas dari pekerjaan masing-masing. Seluruh

kekuasaan berasal dari atas yang kemungkinan mengatur ke bagian-bagian bawahnya dan masing-masing bagian tersebut bertanggungjawab penuh pada bagian-bagian di atasnya. Struktur organisasi Metro Bakery seperti tertera dalam gambar berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Metro Bakery

## 4.2 Penyajian Data dan Pembahasan

Penyajian data diperlukan untuk menganalisis hasil produksi, maka disajikan data yang sudah diperoleh mengenai laporan keuangan pada Metro Bakery Samarinda terhitung dari tahun 2021 sampai 2022, dengan dengan uraian sebagai berikut:

### 4.2.1 Klasifikasi Biaya Pada Usaha Metro Bakery Samarinda

Analisis *Break Even Point* (BEP) dimulai dengan mengklasifikasi pembagian biaya yang terjadi dalam perusahaan sesuai dengan sifat masing-masing dari biaya tersebut. Produk utama yang dihasilkan perusahaan terdiri atas roti tawar dan roti manis. Sesuai dengan informasi yang penulis peroleh dari usaha Metro Bakery maka biaya bahan baku untuk masing-masing produk, sebagai berikut:

## 4.2.1.1 Klasifikasi Biaya Bahan Baku

**Tabel. 4.1**  
**Rincian Biaya Bahan Baku Roti Tawar Tahun 2021-2022**

Uraian Bahan Baku	Tahun	
	2021 (Dalam Satuan Rp)	2022 (Dalam Satuan Rp)
Tepung Maizena	45.900.000	46.600.000
Ragi	21.200.000	23.750.000
Gula pasir	55.800.000	57.300.000
garam	3.850.000	4.100.000
Tepung serbaguna	23.270.000	23.510.000
Gula bubuk	12.350.000	12.850.000
Brown Sugar	12.200.000	12.850.000
Baking Powder	11.800.000	12.100.000
Soda Kue (Baking Soda)	13.450.000	14.000.000
Ragi	2.200.000	3.650.000
Minyak Sayur	16.300.000	17.100.000
Lemak	11.200.000	12.000.000
Ekstrak Vanilla	6.250.000	7.750.000
Bubuk Koko	23.400.000	24.100.000
Agar-Agar	12.800.000	13.450.000
Kukis atau Biskuit	23.400.000	26.500.000
Plastik OPP lem steal	250.000	250.000
Hd Kantong Plastik	1.250.000	1.325.000
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>	<b>296.870.000</b>	<b>313.185.000</b>

**Tabel. 4.2**  
**Rincian Biaya Bahan Baku Roti Manis Tahun 2021-2022**

Uraian Bahan Baku	Tahun	
	2021 (Dalam Satuan Rp)	2022 (Dalam Satuan Rp)
Tepung Maizena	45.900.000	46.600.000
Ragi	21.200.000	23.750.000
Gula pasir	55.800.000	57.300.000
garam	3.850.000	4.100.000
Tepung serbaguna	23.270.000	23.510.000
Gula bubuk	12.350.000	12.850.000



Brown Sugar	12.200.000	12.850.000
Baking Powder	11.800.000	12.100.000
Soda Kue (Baking Soda)	13.450.000	14.000.000
Ragi	2.200.000	3.650.000
Minyak Sayur	16.300.000	17.100.000
Lemak	11.200.000	12.000.000
Ekstrak Vanilla	6.250.000	7.750.000
Bubuk Kokoa	23.400.000	24.100.000
Agar-Agar	12.800.000	13.450.000
Kukis atau Biskuit	23.400.000	26.500.000
Selai Coklat	650.000	650.000
Selai strowbery	675.000	680.000
Selai nanas	660.000	680.000
Plastik OPP lem steal	250.000	250.000
Hd Kantong Plastik	1.250.000	1.325.000
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>	<b>298.855.000</b>	<b>315.195.000</b>

Berdasarkan uraian tabel 4.1 di atas disimpulkan bahwa jumlah total biaya bahan baku pembuatan roti tawar Usaha Roti Metro Bakery Samarinda tahun 2021 mencapai Rp 296.870.000,- adapun jumlah total bahan baku tahun 2022 mencapai Rp 313.185.000,- hal tersebut menunjukkan bahwa ada kenaikan harga bahan baku untuk roti tawar sebesar Rp 16.315.000,-.

Adapun biaya bahan baku untuk pembuatan roti manis, dimana total biaya bahan bakunya untuk periode 2021 mencapai Rp 298.855.000, sedangkan untuk tahun 2022 jumlah total yang dikeluarkan Metro Bakery untuk membiayai bahan bakunya sebesar Rp 315.195.000. adapun selisih biaya antara tahun 2021- dan tahun 2022 sebesar Rp 16.340.000.

Selanjutnya diuraikan klasifikasi pembagian biaya yang terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel pada Usaha Roti Metro Bakery Samarinda tahun 2021-2022, dengan uraian sebagai berikut:

## 4.2.1.2 Klasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

**Tabel. 4.3**  
**Jumlah Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2021-2022**

Keterangan Biaya-Biaya	Tahun	
	2021 (Satuan Rp)	2022 (Satuan Rp)
<b>Biaya Tetap:</b>		
1. Biaya Tenaga Kerja Langsung	48.000.000	55.450.000
2. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	12.750.000	14.900.000
3. Biaya Tenaga Kerja Pemasaran	11.550.000	13.600.000
4. Biaya Listrik, Pulsa, dan Air	25.550.000	27.150.000
5. Biaya Pemeliharaan Bangunan	3.310.000	3.850.000
6. Biaya Penyusutan Bangunan	8.600.000	8.600.000
7. Biaya Penyusutan Peralatan		
a. Oven	2.000.000	2.000.000
b. Mesin Mixer	1.250.000	1.250.000
c. Dough Sheeter	1.750.000	1.750.000
d. Takaran Air	500.000	500.000
e. Loyang	500.000	500.000
f. Kuas	300.000	300.000
g. Timbangan	400.000	400.000
h. mesin pembungkus skring	300.000	300.000
i. kereta pengangkat roti	200.000	200.000
<b>Total Biaya Penyusutan</b>	7.000.000	7.000.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>116.760.000</b>	<b>130.550.000</b>
<b>Biaya Variabel:</b>		
1. Biaya Bahan Baku (Roti tawar & Manis)	298.8550.000	315.195.000
2. Biaya Pemeliharaan Peralatan & Mesin	3.750.000	5.550.000
3. Biaya Lain-Lain	9.300.000	10.700.000
a. Biaya Pelatihan Karyawan	3.600.000	4.200.000
b. Biaya Peralatan Dapur	2.700.000	2.800.000
c. Biaya Admistrasi Bank	3.000.000	3.700.000
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>311.905.000</b>	<b>331.445.000</b>
<b>Persentase Perencanaan laba</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>

Berdasarkan uraian table tersebut terlihat jumlah total biaya tetap usaha Metro Bakery Samarinda tahun 2021 dengan tahun 2022 mengalami selisih begitujuga dengan biaya variabelnya. Dalam hal penentuan biaya variabel, sangat dipengaruhi oleh penjualan perusahaan, dimana usaha metro bakery Samarinda dalam melaksanakan produksi, terlebih dahulu menunggu pesanan dari pihak konsumen, oleh karena itu sebelum lebih lanjut memaparkan biaya variabelnya, maka akan dikemukakan terlebih dahulu hasil penjualan atau pesanan konsumen pada usaha Metro Bakery Samarinda tahun 2021-2022.

**Tabel. 4.4**  
**Volume Penjualan Berdasarkan Tahun 2021-2022**

Uraian	Tahun					
	2021			2022		
	Produksi Roti	Harga Jual	Total Penjualan	Produksi Roti	Harga Jual	Total Penjualan
Roti Tawar	288.000	3.000	864.000.000	294.000	3.000	882.000.000
Roti Manis	272.000	5.000	1.360.000.000	285.000	5.000	1.425.000.000
<b>Total</b>	<b>560.000</b>	<b>8.000</b>	<b>2.224.000.000</b>	<b>579.000</b>	<b>8.000</b>	<b>2.307.000.000</b>

Berdasarkan uraian tabel 4.3 menunjukkan bahwa hasil penjualan usaha Metro Bakery dari tahun 2021 sampai dengan 2022 mengalami peningkatan, ini dapat dilihat mulai dari tahun 2021 jumlah produksi roti sebanyak 560.000 buah dan meningkat di tahun 2022 menjadi 579.000 buah roti baik roti tawar maupun roti manis (campuran rasa). Sedangkan harga jual roti yang ditetapkan oleh metro Bakery harganya tetap sama yaitu 3.000 untuk roti tawar dan 5.000 untuk roti manis (varian rasa). Dari nilai penjualan juga terlihat berbeda, seperti diuraikan di atas, bahwa tahun 2021 total penjualan mencapai Rp 2.224.000.000,- sedangkan tahun 2022 total penjualan

mencapai Rp 2.307.000.000,- dengan demikian ada peningkatan total penjualan sebesar Rp 221.000.000,-.

#### 4.2.2 Analisis *Break Even Point* Pada Usaha Metro Bakery Samarinda

Analisis *Break Event Point* merupakan suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (*penghasilan=total biaya*). Untuk dapat menghitung *Break Even Point* digunakan perhitungan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Jumlah Biaya Variabel Perunit}}$$

Sebelum melakukan perhitungan break even point dalam rupiah harus diketahui terlebih dahulu biaya per unit sebagai berikut:

##### 1. Tahun 2021

$$\begin{aligned} \text{a. BEP (Roti Tawar)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Jumlah Biaya Variabel Perunit}} \\ &= \frac{116.760.000}{3.000 - 1.083} \\ &= \frac{116.760.000}{1.917} \\ &= 60.908 \text{ produk} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b. BEP (Roti Manis)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Jumlah Biaya Variabel Perunit}} \\ &= \frac{116.760.000}{5.000 - 1.147} \\ &= \frac{116.760.000}{3.853} \\ &= 30.301 \text{ produk} \end{aligned}$$

Setelah mengetahui jumlah biaya per unit produk roti pada Metro Bakery tahun 2021, selanjutnya perhitungan *break even point* dalam rupiah, dengan uraian perhitungan berikut:

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

Keterangan:

BEP = *Break Even Point*

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

S = Volume Penjualan

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

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{116.760.000}{1 - \frac{311.905.000}{2.224.000.000}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{116.760.000}{1 - 0,1402}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{116.760.000}{0,859}$$

$$\text{BEP (Rp)} = 135.806.139,34$$

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan perhitungan tersebut, maka nilai *Break Even Point* untuk tahun 2021 dalam nilai rupiah sebesar Rp 135.806.139,34

## 2. Tahun 2022

$$\begin{aligned} \text{a. BEP (Roti Tawar)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Jumlah Biaya Variabel Perunit}} \\ &= \frac{130.550.000}{3.000 - 1.127} \end{aligned}$$

$$= \frac{130.550.000}{1.873}$$

$$= 69.715 \text{ produk}$$

$$\text{b. BEP (Roti Manis)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Jumlah Biaya Variabel Perunit}}$$

$$= \frac{130.550.000}{5.000 - 1.163}$$

$$= \frac{130.550.000}{3.837}$$

$$= 34.024 \text{ produk}$$

Setelah mengetahui jumlah biaya per unit produk roti pada Metro Bakery tahun 2022, selanjutnya perhitungan *break even point* dalam rupiah, dengan uraian perhitungan berikut:

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

Keterangan:

BEP = *Break Even Point*

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

S = Volume Penjualan

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{130.550.000}{1 - \frac{331.445.000}{2.307.000.000}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{130.550.000}{1 - 0,1437}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{132.660.000}{0,8563}$$

$$\text{BEP (Rp)} = 152.452.779,09$$

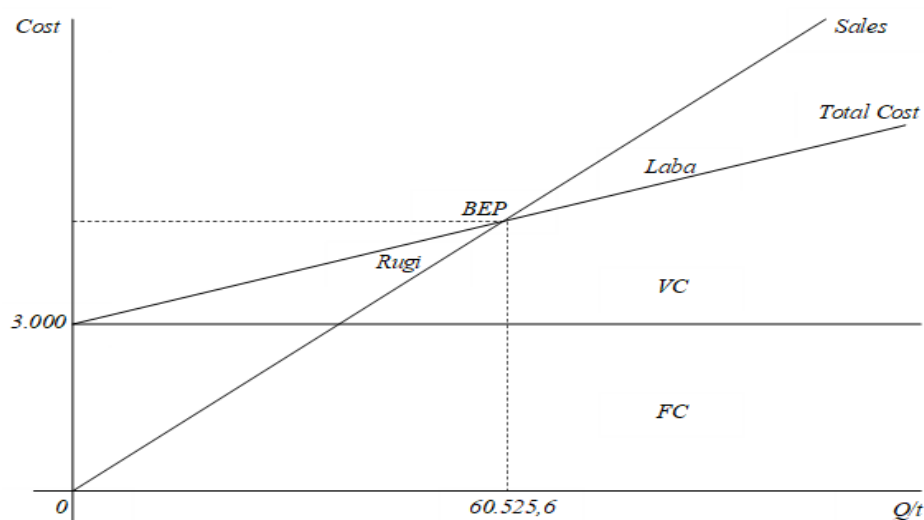
Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan perhitungan tersebut, maka nilai *Break Even Point* untuk tahun 2022 dalam nilai rupiah sebesar Rp 152.452.779,09

Hasil perhitungan *Break Even Point* diketahui bahwa untuk mencapai titik impas dalam penjualan pada produk roti di Metro Bakery Samarinda tahun 2021 harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan Rp 135.806.139,34 atau lebih dari penjualan tersebut, dan Tahun 2022 usaha produk roti di Metro Bakery Samarinda harus mampu menjual hasil produksinya rotinya sama dengan Rp 152.452.779,09 atau lebih dari penjualan tersebut. Setelah menguraikan perhitungan *Break Even Point* tersebut, selanjutnya ditentukan laporan laba rugi, seperti diuraikan dalam kurva berikut:

**Tabel. 4.5**  
**Laporan Rugi Laba Produk Roti Tawar Tahun 2021**

Penjualan (60.908 x Rp 3.000)	Rp 182.724.000
Biaya Variabel (60.908 x Rp 1.083)	Rp 65.964.364
Biaya Tetap	Rp 116.760.000
Total BEP	Rp 182.724.800
Rugi / Laba	Rp 0

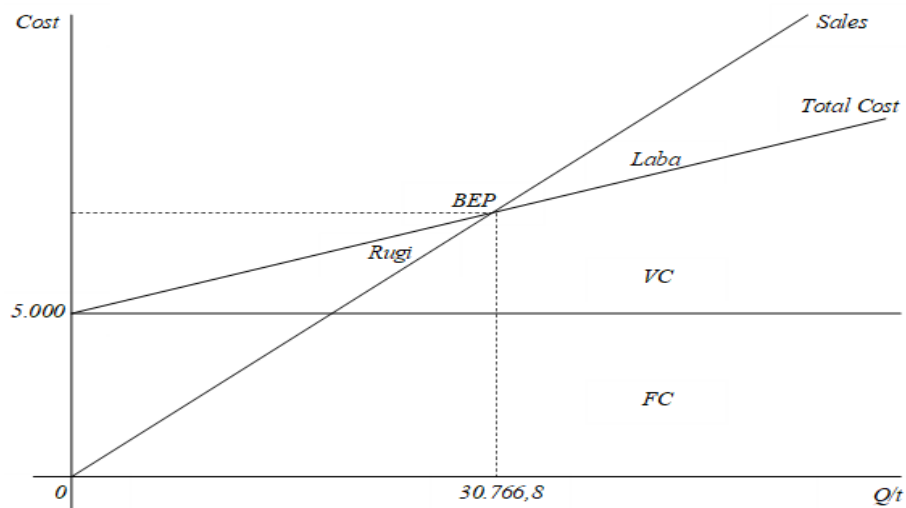
Berdasarkan uraian laporan rugi laba produk roti tawar tahun 2021, maka dapat digambarkan kurva laporan sebagai berikut:



**Tabel. 4.6**  
**Laporan Rugi Laba Produk Roti Manis Tahun 2021**

Penjualan (30.301 x Rp 5.000)	Rp 151.505.000
Biaya Variabel (30.301 x Rp 1.147)	Rp 34.755.247
Biaya Tetap	Rp 116.760.000
Total BEP	Rp 151.503.000
Rugi / Laba	Rp 0

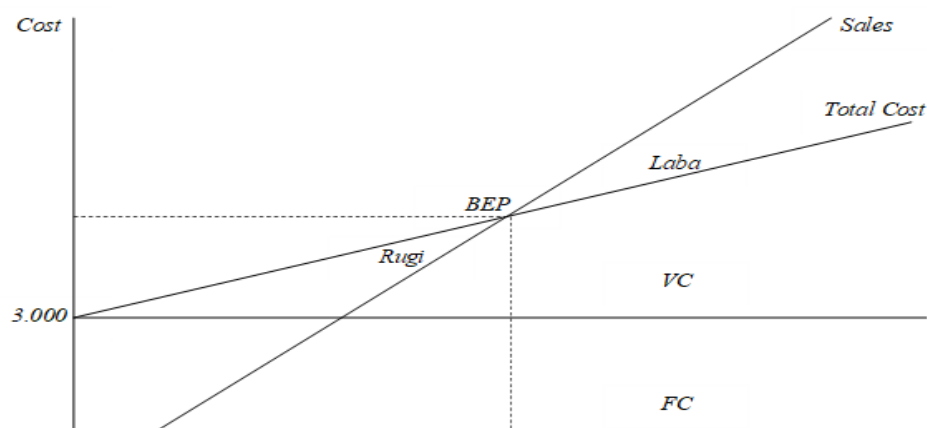
Berdasarkan uraian laporan rugi laba produk roti tawar tahun 2021, maka dapat digambarkan kurva laporan sebagai berikut:



**Tabel. 4.7**  
**Laporan Rugi Laba Produk Roti Tawar Tahun 2022**

Penjualan (69.715 x Rp 3.000)	Rp 209.145.000
Biaya Variabel (69.715 x Rp 1.127)	Rp 78.568.805
Biaya Tetap	Rp 130.550.000
Total BEP	Rp 209.145.000
Rugi / Laba	Rp 0

Berdasarkan uraian laporan rugi laba produk roti tawar tahun 2022, maka dapat digambarkan kurva laporan sebagai berikut:

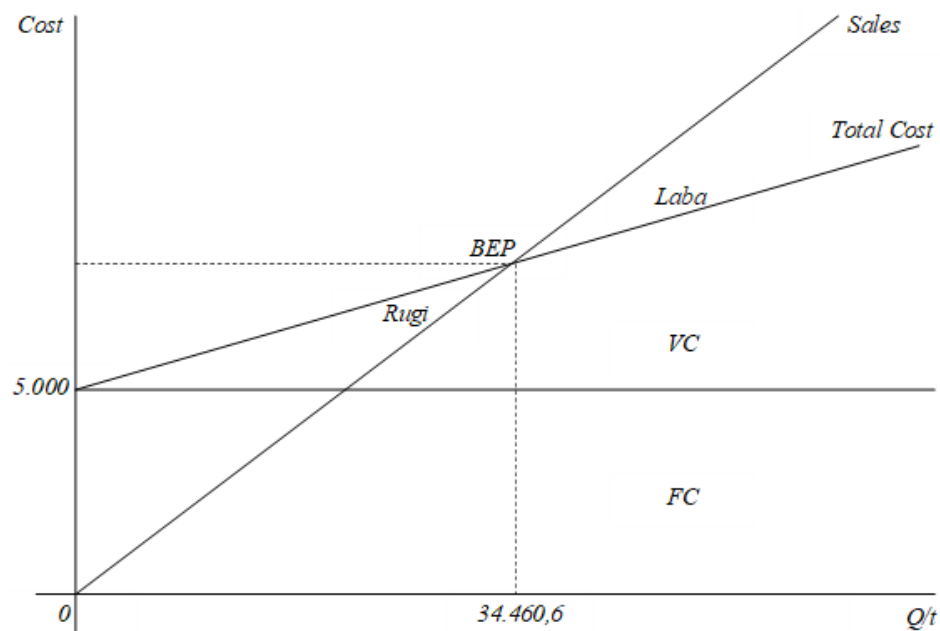




**Tabel. 4.8**  
**Laporan Rugi Laba Produk Roti Manis Tahun 2022**

Penjualan (34.024 x Rp 5.000)		Rp 170.120.000
Biaya Variabel (34.024 x Rp 1.163)	Rp	39.569.912
Biaya Tetap	Rp	130.550.000
Total BEP		Rp 170.120.000
Rugi / Laba		Rp 0

Berdasarkan uraian laporan rugi laba produk roti tawar tahun 2021, maka dapat digambarkan kurva laporan sebagai berikut:



Berdasarkan uraian dari keempat kurva di atas dapat disimpulkan bahwa *break even* adalah titik potong antara jumlah biaya (garis jumlah biaya) dengan jumlah penjualan (garis penjualan). Daerah rugi dimana garis jumlah biaya di atas garis penjualan atau dengan kata lain jumlahnya lebih besar daripada jumlah

penjualan. Daerah laba sebaliknya, dimana garis penjualan di atas atau lebih besar dari pada garis jumlah biaya.

$$\text{Jadi bila : Sales (S) - Total Cost = Laba } (\pi) : \text{FC} + \text{VC} = \text{Total Cost}$$

Adapun dampak dari kurva yang telah diuraikan di atas khususnya bagi usaha Metro Bakery Samarinda, sebagai berikut:

1. Dalam hal ini *fixed cost* haruslah konstan selama periode atau *range of out put* tertentu.
2. Variabel *cost* dalam hubungan dengan sales haruslah konstan.
3. Sales *price* per unit tidak berubah dalam periode tertentu.
4. Sales mix adalah konstan.

#### 4.2.3 Analisis *Contribution Margin* Pada Usaha Metro Bakery Samarinda

*Contribution Margin* adalah bagian dari hasil penjualan yang digunakan untuk menutupi biaya tetap. Sehingga dengan demikian besarnya *contribution margin* adalah hasil penjualan dikurangi dengan biaya variabel, dengan uraian sebagai berikut:

1. Besarnya *contribution margin* pada usaha Metro Bakery Samarinda untuk tahun 2021 dapat dihitung sebagai berikut :

Hasil Penjualan	Rp 2.086.000.000
Biaya Variabel	<u>Rp 308.420.000</u> -
<b><i>Contribution Margin</i></b>	<b>Rp 1.777.580.000</b>

Perhitungan tersebut terlihat bahwa *contribution margin* yang dihasilkan adalah Rp 1.777.580.000,- dengan demikian biaya tetap yang dikeluarkan oleh usaha Metro Bakery Samarinda tahun 2021 sebesar Rp 116.760.000, sehingga keuntungan yang diperoleh Metro bakery Samarinda dari hasil penjualan adalah :

<i>Contribution Margin</i>	Rp 1.777.580.000
Biaya Tetap	<u>Rp 116.760.000</u> -
<b>Keuntungan</b>	<b>Rp 1.660.820.000</b>

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa usaha roti Metro Bakery di Samarinda dalam memperoleh nilai penjualan mencapai Rp 2.086.000.000,- maka akan mendapatkan keuntungan sebanyak Rp. 1.660.820.000,- dan *contribution margin* ratio di Metro Bakery Samarinda berdasarkan data yang diperoleh tahun 2021, dapat dihitung sebagai berikut:

$$CMR = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}} \times 100$$

$$CMR = 1 - \frac{308.420.000}{2.086.000.000} \times 100$$

$$= 1 - 0,148 \times 100$$

$$= 0,85 \times 100$$

$$= 85\%$$

Analisis perhitungan dengan metode *Contribution Margin Ratio* (CMR) di atas menunjukkan bahwa produk roti yang diproduksi oleh usaha Metro Bakery Samarinda mampu memberikan *contribution margin* terhadap laba penjualan yang mencapai 85%.

2. Besarnya *contribution margin* pada usaha Metro Bakery Samarinda untuk tahun 2022 dapat dihitung sebagai berikut :

Hasil Penjualan	Rp 2.307.000.000
Biaya Variabel	<u>Rp 327.860.000</u> -
<b><i>Contribution Margin</i></b>	<b>Rp 1.979.140.000</b>

Perhitungan tersebut terlihat bahwa *contribution margin* yang dihasilkan adalah Rp 1.979.140.000,- dengan demikian biaya tetap yang dikeluarkan oleh usaha Metro Bakery Samarinda tahun 2022 sebesar Rp 132.660.000, sehingga keuntungan yang diperoleh Metro bakery Samarinda dari hasil penjualan adalah :

<i>Contribution Margin</i>	Rp 1.979.140.000
Biaya Tetap	<u>Rp 132.660.000</u> -
<b>Keuntungan</b>	<b>Rp 1.846.480.000</b>

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa usaha roti Metro Bakery di Samarinda dalam memperoleh nilai penjualan mencapai Rp 2.307.000.000,- maka akan mendapatkan keuntungan sebanyak Rp. 1.846.480.000,- dan *contribution margin* ratio di Metro Bakery Samarinda berdasarkan data yang diperoleh tahun 2022, dapat dihitung sebagai berikut:

$$CMR = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}} \times 100$$

$$CMR = 1 - \frac{327.860.000}{2.307.000.000} \times 100$$

$$= 1 - 0,142 \times 100$$

$$= 0,86 \times 100$$

$$= 86\%$$

Analisis perhitungan *Contribution Margin Ratio* (CMR) di atas menunjukkan bahwa produk roti yang diproduksi oleh usaha Metro Bakery Samarinda mampu memberikan *contribution margin* terhadap laba sebesar 86%.

Dari analisis data dan perhitungan tersebut, dapat dijabarkan analisis contribution margin pada usaha roti di Metro Bakery Samarinda dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2022, dengan uraian sebagai berikut:

**Tabel. 4.9**  
**Analisis Contributions Margin Produk Roti Tahun 2021-2022**

Tahun	S	VC	CM	FC	L	CMR
2021	2.086.000.000	308.420.000	1.777.580.000	116.760.000	1.660.820.000	85%
2022	2.307.000.000	327.860.000	1.979.140.000	132.660.000	1.846.480.000	86%
Selisih	221.000.000	19.440.000	201.560.000	15.900.000	185.660.000	1%

Keterangan:

S = Total Penjualan

VC = Total Biaya Variabel

CM = *Contribution Margin*

FC = Total Biaya Tetap

L = Keuntungan / Laba

CMR = *Contribution Margin Ratio* (%)

#### 4.2.4 Analisis Perencanaan Laba Pada Usaha Metro Bakery Samarinda

Perencanaan laba merupakan perencanaan kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implementasi keuangannya dalam bentuk proyeksi perhitungan laba-rugi, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. Perusahaan menetapkan perencanaan laba sebesar 25% dari hasil penjualan. Berikut adalah bentuk perencanaan laba pada usaha roti di Metro Bakery Samarinda.

1. Perencanaan laba pada usaha roti di Metro Bakery Samarinda berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2021 dapat diketahui dimana volume penjualan yang harus dicapai sesuai dengan laba yang direncanakan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Penjualan Roti Tawar} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Direncanakan}}{\text{Harga Jual (Unit)} - \text{Biaya Variabel (Unit)}}$$

$$= \frac{116.760.000 + 521.500.000}{3.000 - 1.070}$$

$$= \frac{638.260.000}{1.929}$$

$$= 330.876 \text{ unit roti tawar}$$

Untuk mendapatkan laba sebesar 25% (Rp 521.500.000) usaha roti Metro Bakery Samarinda harus mampu menjual sebanyak 330.876 unit jenis roti tawar.

$$\text{Penjualan Roti Non tawar} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Direncanakan}}{\text{Harga Jual (Unit)} - \text{Biaya Variabel (Unit)}}$$

$$= \frac{116.760.000 + 521.500.000}{5.000 - 1.205}$$

$$= \frac{638.260.000}{3.795}$$

$$= 168.184 \text{ unit roti non tawar}$$

Untuk mendapatkan laba sebesar 25% (Rp 521.500.000) usaha roti Metro Bakery Samarinda harus mampu menjual sebanyak 168.184 unit jenis roti non tawar.

$$\text{Penjualan (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Diharapkan}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Pendapatan Penjualan}}}$$

$$= \frac{116.760.000 + 328.720.000}{1 - \frac{308.420.000}{1.660.820.000}}$$

$$= \frac{445.480.000}{0,814}$$

$$= \text{Rp } 547.272.727,3$$

Perhitungan di atas menunjukkan *Break Even Point* tahun 2021 berdasarkan perencanaan atas dasar nilai Rupiah sebesar Rp 547.272.727,3,-.

2. Perencanaan laba pada usaha roti di Metro Bakery Samarinda berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2022 dapat diketahui dimana volume penjualan yang harus dicapai sesuai dengan laba yang direncanakan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan Roti Tawar} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Direncanakan}}{\text{Harga Jual (Unit)} - \text{Biaya Variabel (Unit)}} \\
 &= \frac{132.660.000 + 576.750.000}{3.000 - 1.115,6} \\
 &= \frac{709.410.000}{1.884} \\
 &= 376.545 \text{ unit roti tawar}
 \end{aligned}$$

Untuk mendapatkan laba sebesar 25% (Rp 576.750.000) usaha roti Metro Bakery Samarinda harus mampu menjual sebanyak 376.545 unit jenis roti tawar.

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan Roti Non tawar} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Direncanakan}}{\text{Harga Jual (Unit)} - \text{Biaya Variabel (Unit)}} \\
 &= \frac{132.660.000 + 576.750.000}{5.000 - 1.150,4} \\
 &= \frac{693.510.000}{3.849} \\
 &= 180.179 \text{ unit roti non tawar}
 \end{aligned}$$

Untuk mendapatkan laba sebesar 25% (Rp 576.750.000) usaha roti Metro Bakery Samarinda harus mampu menjual sebanyak 180.179 unit jenis roti non tawar.

$$\text{Penjualan (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Diharapkan}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Pendapatan Penjualan}}}$$

$$= \frac{132.660.000 + 450.000.000}{1 - \frac{327.860.000}{1.846.480.000}}$$

$$= \frac{582.660.000}{0,823}$$

$$= \text{Rp } 707.970.838,4$$

Perhitungan di atas menunjukkan *Break Even Point* tahun 2022 berdasarkan perencanaan atas dasar nilai Rupiah sebesar Rp 707.970.838,4,-. Setelah melakukan analisis dan perhitungan sebagaimana diuraikan di atas, maka hasil analisis perencanaan laba dari usaha roti di Metro Bakery Samarinda dengan perencanaan laba sebesar 25% dari total penjualan, maka dapat disimpulkan perencanaan sebagai berikut:

**Tabel. 4.10**  
**Hasil Analisis Perencanaan Laba Produk Roti Tahun 2021-2022**

Tahun	Produk	Unit	Harga Jual	Total Penjualan	BEP
2021	Roti tawar	288.000	3.000	864.000.000	<b>547.272.727,3</b>
	Non tawar	272.000	5.000	1.222.000.000	
		<b>560.000</b>		<b>2.086.000.000</b>	
2022	Roti tawar	294.000	3.000	882.000.000	<b>707.970.838,4</b>
	Non tawar	285.000	5.000	1.425.000.000	
		<b>579.000</b>		<b>2.307.000.000</b>	

Berdasarkan uraian tabel 4.9 menunjukkan bahwa jika usaha roti Metro Bakery Samarinda merencanakan laba 25% dari penjualan, maka Metro Bakery Samarinda harus mampu menjual produk berdasarkan perencanaan. Pada tahun 2021 untuk mendapat total penjualan sebesar Rp 2.086.000.000,- maka Metro Bakery Samarinda harus mampu menjual produk sebanyak 560.000 unit jenis roti



masing-masing roti tawar sebanyak 2.888.000 unit dan roti non tawar sebanyak 272.000 unit.

Adapun tahun 2022 total penjualan sebesar 2.307.000.000 dengan menjual produk sebanyak 579.000 unit jenis roti, masing-masing roti tawar sebanyak 294.000 unit dan angka penjualan yang setinggi-tingginya, namun perlu juga memperhitungkan kemungkinan dan tori jenis nontawar sebanyak 285.000 unit.

#### **4.2.5 Menghitung Perencanaan Penjualan Pada Usaha Metro Bakery Samarinda Tahun 2023**

Pentingnya mengetahui bagaimana cara menghitung target penjualan karena dapat mendukung dan juga meningkatkan perkembangan usaha metro bakery yang sedang dijalankan pelaku usaha. Oleh karena itu pelaku usaha perlu melakukan perencanaan masa mendatang. Adapun perhitungan perencanaan penjualan untuk tahun 2023, diuraikan sebagai berikut:

**Tabel. 4.11**  
**Perencanaan Volume Penjualan Usaha Metro Bakery Samarinda**  
**Untuk Tahun 2023**

<b>Tahun</b>	<b>Volume Penjualan (Y)</b>	<b>X</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>XY</b>
2021	2.086.000.000	1	1	2.086.000.000
2022	2.307.000.000	2	4	4.614.000.000
Total	4.393.000.000	3	5	6.700.000.000

Berdasarkan uraian table 4.10 di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

$n$  = Jumlah Tahun Penelitian

$\sum Y$  = Nilai Total Volume Penjualan

$\sum XY$  = Total Nilai XY

$\sum X$  = Jumlah Nilai X

$$\sum X^2 = \text{Total Nilai } X^2$$

Dalam menentukan penjualan volume penjualan akan datang digunakan rumus sebagai berikut:

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

$$b = \frac{2 \times 6.700.000.000 - 3 \times 4.393.000.000}{2 \times 5 - 9}$$

$$b = \frac{221.000.000}{1}$$

$$b = 221.000.000$$

Selanjutnya digunakan rumus berikut:

$$a = \frac{n \sum y}{n} - b = \frac{\sum X}{n}$$

$$a = \frac{4.393.000.000}{2} - 221.000.000 \times \frac{3}{2}$$

$$a = 1.865.000.000$$

Kemudian dihitung ke dalam persamaan, maka melalui ketentuan persamaan tersebut dapat ditentukan volume penjualan Metro Bakery Samarinda untuk tahun 2021, dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1.865.000.000 + 221.000.000 (3)$$

$$Y = \mathbf{2.528.000.000}$$

Dengan demikian dapat diramalkan volume penjualan yang akan terjadi di tahun 2023 sebesar **Rp. 2.528.000.000**

Untuk dapat mencapai angka penjualan tersebut, Metro Bakery Samarinda tidak hanya memperhatikan bagaimana mencapai berubahnya faktor biaya tetap dan biaya

variabel. Dengan asumsi Metro Bakery Samarinda dapat menekan biaya variabel misalnya menekan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Penekanan biaya variabel ini berpengaruh pada harga jual yang ikut menurun sehingga banyak permintaan dari pelanggan dari toko karena harganya yang masih cukup terjangkau. Semakin banyak permintaan meningkatkan kualitas penjualan. Untuk mengintensikan penjualan produk roti di Metro Bakery Samarinda dapat meningkatkan biaya tetap berupa Oven. Kebijakan ini sangat berpengaruh demi tercapainya perencanaan laba yang diharapkan.

Dalam hal ini nampak jelas bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba yang ingin dicapai adalah harga jual, kuantitas penjualan, serta biaya tetap dan biaya variabel. Hal tersebut dapat dilihat dari alternatif-alternatif yang telah dilakukan bahwa perubahan salah satu faktor, dua faktor, ataupun kesemua faktor akan mempengaruhi persen laba yang dicapai dari hasil penjualan tersebut.

Dampak yang terjadi terhadap perencanaan laba jika terjadi perubahan harga yaitu: Kenaikan harga jual per unit akan menurunkan titik impas penjualan, sedangkan penurunan harga jual per unit akan menaikkan titik impas penjualan (BEP). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis maka hasil yang diperoleh adalah *Break Even Point* (titik impas) dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba pada Metro Bakery Samarinda. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Malombeke (2013) dan penelitian dari Samahati (2013) yang menguraikan bahwa penjualan yang dilakukan perusahaan sudah baik dan selalu berada di atas statistik impas (perusahaan sudah mampu mencapai keuntungan disetiap tahunnya).

Hasil penelitian ini juga dapat dikatakan bahwa analisis biaya, volume, dan laba yang dilakukan Metro Bakery Samarinda dengan menggunakan perhitungan *break*

*even point* cukup efektif dan dapat membantu manajemen terutama dalam mengetahui berapa titik pulang pokok perusahaan. Analisis biaya, volume, dan laba juga dapat membantu pihak manajemen untuk mengetahui berapa volume penjualan yang boleh turun sebelum mencapai titik impas yaitu dengan pendekatan *margin of safety* sebagaimana dijabarkan sebelumnya.

Secara keseluruhan penelitian ini bertujuan untuk menentukan besarnya laba yang direncanakan. Dari hasil perhitungan dan analisis data dari Metro Bakery Samarinda maka didapat estimasi atau perencanaan yang harus diperhatikan dan dilakukan oleh Metro Bakery Samarinda agar laba yang seharusnya diperoleh bisa terealisasi. Faktor-faktor estimasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai total biaya variabel tahun 2021 sebesar Rp 308.420.000 tahun 2022 sebesar Rp 327.860.000 dan juga diperoleh hasil perhitungan keuntungan atau laba tahun 2021 sebesar Rp 1.660.820.000,- dan keuntungan tahun 2022 sebesar Rp 1.846.480.000. Dengan jumlah keuntungan tersebut maka Metro Bakery memiliki keuntungan dan tidak mengalami kerugian, namun Metro Bakery Samarinda tetap harus memperhatikan dan melakukan tindakan sesuai dengan estimasi (perencanaan) dari volume penjualan, tingkat produksi produk, harga jual produk, biaya-biaya yang dikeluarkan dan komposisi produk, yang meliputi:
  - a. Volume total ramalan penjualan produk roti tawar dan nontawar tahun 2021 sebanyak 560.000 unit dengan harga jual per unitnya seharga Rp 3.000,- untuk roti tawar dan Rp 5.000,- untuk roti non tawar. Untuk tahun 2022 volume total ramalan penjualan produk roti tawar dan nontawar sebanyak 579.000 unit dengan harga jual per unitnya sama dengan tahun sebelumnya dan tidak ada kenaikan.

- b. Biaya tetap untuk produk roti tahun 2021 mencapai Rp 116.760.000 dan biaya tetap tahun 2022 sebesar Rp 132.660.000,-.
2. BEP tahun 2021 sebesar Rp 547.272.727,3 dan tahun 2022 nilai BEP sebesar Rp 707.970.838,4 hal tersebut menunjukkan bahwa ada kenaikan jumlah BEP di tahun 2022 jika dibandingkan tahun sebelumnya
  4. *Contribution Margin Ratio* produk roti di Metro Bakery Samarinda tahun 2021 mencapai 85% sedangkan *Contribution Margin Ratio* produk roti di Metro Bakery Samarinda tahun 2022 mencapai 86% ini berarti bahwa jika penjualan nyata produk roti mengalami peningkatan dan perusahaan dalam kondisi yang aman dan tidak mengalami kerugian.
  5. *Degree of operating leverage* merupakan ukuran, pada tingkat penjualan tertentu, berapa persen perubahan volume penjualan akan mempengaruhi keuntungan. Jadi dapat dikatakan bahwa *operating leverage Contribution Margin Ratio* 85% yang berarti setiap 1% kenaikan pendapatan penjualan akan mengakibatkan 85% kenaikan laba penjualan produk roti di Metro Bakery Samarinda.
  6. Adapun untuk ramalan volume penjualan untuk tahun mendatang yaitu tahun 2023, berdasarkan analisis diperoleh nilai penjualan sebesar Rp 2.528.000.000,-

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian analisis dan pembahasan mengenai biaya volume laba sebagai alat perencanaan laba pada Metro Bakery Samarinda dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya produksi dan volume penjualan produk roti dapat dikatakan mampu meningkatkan laba operasi pada usaha roti Metro Bakery di Samarinda karena adanya biaya lain yang terlihat tidak terlalu besar terutama tahun 2021 dengan jumlah yang tidak terlalu besar dan meskipun ada kenaikan biaya-biaya di tahun 2022 namun tidak signifikan dan tidak mempengaruhi jumlah laba yang didapatkan. Hal ini dapat dilihat dari volume penjualan meningkat dan pendapatan penjualan juga terjadi peningkatan. Disisi lain metro bakery Samarinda juga terlihat memiliki kemampuan dalam mengendalikan dan mengefesiesikan secara matang biaya-biaya secara keseluruhan. Hal ini dapat terjadi karena adanya elemen-elemen biaya metro bakery Samarinda yang mengalami peningkatan di tahun 2022, namun tetap dapat meningkatkan laba ditahun tersebut.
2. Perencanaan penjualan yang dilakukan Metro Bakery Samarinda menghasilkan laba yang baik disetiap tahunnya yaitu tahun 2021 dan 2022. Hal ini ditunjukkan dimana tahun 2022 perkiraan penjualan mencapai Rp 2.086.000.000,-. Besar penjualan Metro Bakery Samarinda mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya tahun 2021 yang mencapai Rp 2.307.000.000,- dengan selisih total penjualan sebesar Rp 221.000.000,-. Adanya kenaikan tersebut membuktikan

bahwa suatu perencanaan untuk penjualan produksi roti di Metro Bakery Samarinda sangat diperlukan agar dapat menghasilkan laba yang maksimal. Adapun untuk ramalan volume penjualan untuk tahun mendatang yaitu tahun 2023, berdasarkan analisis diperoleh nilai penjualan sebesar Rp. 2.528.000.000,-.

## **5.2 Saran**

Adapun saran-saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Metro Bakery di Samarinda dapat mempertahankan laba penjualan karena dalam analisis cukup efektif meningkatkan laba operasi. Untuk upaya-upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan dan mempertahankan peningkatan volume penjualan dapat dilakukan dengan memperluas target pasar sasaran, yang tentunya dapat menjangkau wilayah yang lebih luas, memberikan promosi menarik atas pembelian produk dalam jumlah yang banyak sebagai dukungan meningkatkan jumlah penjualan produk roti. Serta upaya optimalisasi media pemasaran yang lebih baik dan sistimatis.
2. Bagi perusahaan Metro Bakery di Samarinda bahwa perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan mampu meramalkan besarnya penjualan di masa mendatang. Untuk itu perusahaan bersangkutan perlu meningkatkan perencanaan laba dimasa mendatang. Peningkatan laba yang terjadi harus dipertahankan supaya Metro Bakery Samarinda kedepannya memiliki kemampuan dalam mendorong peningkatan laba di tahun selanjutnya, dan agar Metro Bakery Samarinda dapat memenuhi kebutuhan dan mengantisipasi masalah yang ada di dalam usaha yang dilakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G., dan Asri, M. (2016). *Anggaran Perusahaan*. Edisi Ketiga: Yogyakarta: BPFE
- Armila, K. W. (2016). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Blocher, C., and Lin. (2017). *Manajemen Biaya*. Jakarta: Salemba Empat
- Bustami, B. dan Nurlela (2014). *Akuntansi Biaya*. Penerbit Mitra Wacana Media
- Cahyadi., dan Sulistiyo. (2018). Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Cv Waringin Putih Semarang
- Carter, W.K., and Usry (2014). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat
- Halim, A., dan Supomo, B. (2017). *Akuntansi Manajemen (Akuntansi Manajerial)*. Yogyakarta: BPFE.
- Handoko, T. H. (2016). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Harnanto (2017). *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis (1<sup>th</sup> ed.)*. Yogyakarta: ANDI
- Islam A. (2018). Analisis Penerapan Metode Activity Based Costing dalam Penentuan Harga Pokok Kamar Hotel Omah Pawon pada Tahun 2017. *Jurnal SIMKI*, Vol. 2 (2). Pp. 12-17
- Khairunnisa,. Djuanta,. dan Ungkari. (2013). Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba Pada Pt.Elco Indonesia Sejahtera Garut.
- Koraag, J. V., and Ilat, V. (2016). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu “Ibu Siti” *Jurnal*. Berkala Ilmiah Efisien. Vol. 16. No. 3.
- Krimiaji dan Aryani, Y. A. (2014). *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP. STI YKPN
- Malombeke, M. B. (2013). Analisa Break Even Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 1.
- Mulyadi (2015). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Jakarta: Salemba empat
- Narifin, M. (2017). *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Rachmina, D., dan Sari, S.W. (2017). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Polimedia Publishing.



- Rakmawati, dan Nikmah (2019). Analisis Biaya Volume Laba Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek.
- Raiborn, C., and Kinney, M. R. (2017). *Akuntansi Biaya Dasar dan Perkembangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Samahati, R. B. (2013). Analisis Biaya, Volume, Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sedona Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 3. p. 1009-1018.
- Sodikin, S. S. (2015). *Akuntansi Manajemen Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Suhara dan Amalia (2018). Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Tarum Kab. Karawang.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (M. . Sutopo, Ed.) (Edisi ke 5). Bandung: Alfabeta.
- Supriyono. (2016). *Alat-Alat Pengendalian Dan Analisa Keuangan*. Yogyakarta : Penerbit Erlangga.
- Susanna (2017). Analisis Perhitungan Biaya-Volume-Laba Terhadap Perencanaan Laba Perusahaan Roti Prima Donut's Kediri.
- Utari, D. (2016). *Manajemen Keuangan : Kajian Praktik dan Teori dalam Mengelola Keuangan Organisasi Perusahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Weston, J. F., and Bringham, E. F. (2015). *Manajemen Keuangan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

## **LAMPIRAN**

Lampiran table 4.3 Aset Tetap

No	Aset Tetap	Tahun Pembelian	Biaya Per Unit (Rp)	Unit	Harga Perolehan (Rp)	Umur Ekonomis	Nilai Sisa (Rp)	Biaya Penyusutan Per Tahun(Rp)
1.	Bangunan	2015	308.000.000	1	308.000.000	30	50.000.000	8.600.000
2.	Oven	2012	17.500.000	2	35.000.000	10	15.000.000	2.000.000
3.	Mixer	2016	6.500.000	2	13.000.000	10	500.000	1.250.000
4.	Dough Sheeter	2013	32.700.000	1	32.700.000	15	6.450.000	1.750.000
5.	Takaran Air	2018	75.000.	40	3.000.000	5	500.000	500.000
6.	Loyang	2019	30.000	150	4.500.000	5	2.000.000	500.000
7.	Kuas	2018	30.000	30	900.000	3	300.000	300.000
8.	Timbangan	2018	500.000	3	1.500.000	5	500.000	200.000
9.	Mesin Pembungkus	2016	2.700.000	1	2.700.000	6	900.000	300.000
10.	Kereta Pengakut Roti	2017	1.000.000	2	2.000.000	5	1.000.000	200.000

Lampiran 1 Pabrik Roti Metro Bakery Samarinda



## Lampiran 1.2 Proses Pemanggangan Roti







Lampiran 1.3 Stok Bahan Baku

