

**ANALISIS COST VOLUME PROFIT SEBAGAI ALAT
PERENCANAAN LABA (STUDI PADA UMKM PABRIK SUHAD MADJI KRAMIK
JUNREJO MALANG)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

MARIA ASUMTA IJU

2018120015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG**

2022

RINGKASAN

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, peneliti ingin mencari tahu bagaimana tingkatan penjualan yang perlu untuk direncanakan guna mendapatkan keuntungan yang diinginkan oleh UMKM Suhad Madji Keramik. Dan untuk menentukan nilai BEP atau titik impas pada UMKM Suhad Madji Keramik. Pendekatan penelitian yang diaplikasikan pada penelitian ini yaitu pendekatan penelitian kuantitatif, dan data-data penelitian pada penelitian ini dikumpulkan menggunakan wawancara, dokumentasi, dan observasi pada objek penelitian. *Cost-Volume-Profit (CVP)* dipandang perlu untuk diterapkan guna memetakan perencanaan keuntungan yang baik. Analisis CVP menjadi teknik guna mencari tahu keberhubungan antara biaya, volume akan penjualan, serta keuntungan yang didapatkan untuk suatu periode.

Temuan penelitian yang didapatkan oleh peneliti terkait target volume pada penjualan produk keramik sebanyak 8.400 yang memiliki harga jual Rp 18.000/produk. *Contribution Margin* pada produk keramik adalah Rp 63.765.000. *Margin of Safety* adalah 82%, ini berarti bahwa jika penjualan keramik sebenarnya kurang dari 82% atas rencana penjualan yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa kerugian dialami oleh perusahaan. Operating leverage pada perusahaan Suhad Madji Keramik bernilai 2,93 (2,93%). Nilai tersebut menandakan 1% peningkatan pendapatan penjualan akan diikuti oleh 2,93% peningkatan laba bersih. BEP Suhad Madji Keramik adalah sebesar 8.400 produk dan Rp 41.999.999. Suhad Madji Keramik pada bulan Januari sampai Desember mendapatkan laba sebesar Rp 21.765.000, maka Suhad Madji Keramik dianggap perlu mempertimbangkan estimasi-estimasi yang ada.

Kata Kunci: *cost volume profit*; alat perencanaan; laba; UMKM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu sektor yang memberikan kontribusi tunjangan ekonomi yang besar di Indonesia, yaitu Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan sektor yang mampu untuk bertahan dari hambatan krisis ekonomi, sehingga UMKM juga dipandang sebagai sektor yang berkembang lebih baik pada warga Indonesia. Memberikan upaya-upaya guna menumbuhkan perkembangan pada UMKM yang ada di Indonesia menjadi strategi guna memecahkan masalah kesenjangan sosial maupun ketimpangan ekonomi. Sektor UMKM dipandang mampu untuk diandalkan pada masa-masa yang akan datang karena kemampuannya yang terbukti mampu dalam bertahan dari krisis ekonomi dan memiliki potensi yang begitu besar. Sektor UMKM di Indonesia terlihat sebagai satu sektor yang begitu vital pada pembangunan ekonomi di Indonesia, karena pelaku akan UMKM tersebut berasal dari penduduk berkelas sosial menengah kebawah dengan tingkat pendidikan dan taraf ekonomi yang rendah. Karakteristik yang dimiliki oleh UMKM di Indonesia yakni sektor padat karya dan berteknologikan yang sederhana, yang membuka lapangan pekerjaan luas bagi warga Indonesia, sehingga pemerataan pendapatan terjadi dan kemiskinan di Indonesia dapat dikurangi, dan membantu Indonesia diberbagai aspek ekonomi. Di sisi lain, pada struktur ekonomi makro, sektor UMKM juga menjadi pemegang peranan penting di dalamnya.

Guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan, perencanaan menjadi faktor yang sangat penting dalam memetakan tindakan yang perlu untuk dilakukan di masa yang akan datang guna mencapai tujuan perusahaan tersebut (Dunia et al., 2012). Keberhasilan suatu usaha juga ditentukan oleh faktor perencanaan yang ada pada perusahaan tersebut, seperti perencanaan penjualan serta perencanaan laba. Assa (2013) Dalam perencanaan laba, manajemen dalam suatu perusahaan akan memetakan langkah-langkah tertentu guna mencapai keuntungan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Guna mencapai perencanaan laba yang optimal, analisis bantu diperlukan di dalamnya, seperti salah satunya yaitu analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP). Pada teknik analisis CVP didalamnya akan me-review keterhubungan antara jumlah biaya, jumlah volume penjualan, serta jumlah laba yang didapatkan oleh perusahaan pada suatu periode (Rudianto, 2013).

Analisis CVP memproyeksikan pengaruh biaya variabel dan biaya tetap perusahaan harga, juga volume penjualan terhadap keuntungan yang akan diinginkan oleh suatu perusahaan (Mowen et al, 2017) . pada analisa CVP, didalamnya akan merencanakan laba penjualan yang hendak dicapai berdasarkan harga yang ada yang mengacu pada biaya variabel dan juga biaya tetap yang akan timbul pada suatu perusahaan ketika volume penjualan ditentukan. Dengan menggunakan analisis CVP perusahaan dapat memproyeksikan seberapa jauh penjualan impas atau *Break Even Point* (BEP) dimana perusahaan tidak berada pada posisi rugi dan juga untung, kemudian perusahaan juga dapat memproyeksikan berapa jumlah penjualan yang diperlukan guna mencapai target keuntungan tertentu, serta memproyeksikan kuantitas penjualan yang perlu dicapai sehingga perusahaan tidak akan berada pada posisi rugi.

Analisa CVP yang nantinya akan didukung oleh perhitungan beberapa hal seperti, perhitungan titik impas, margin kontribusi, margin keamanan, dan juga struktur biaya. Analisa CVP ini tentu juga berlaku pada usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia.

Dalam hal ini pabrik UMKM Suhad Madji selama usaha dijalankan, sebelumnya belum mengenal dan menerapkan analisa CVP. Pada aspek laba, UMKM Suhad beranggapan bahwa tingginya penjualan akan diikuti dengan tingginya keuntungan yang akan didapat, jumlah yang diterima dibandingkan dengan jumlah yang dikeluarkan dengan menggunakan metode manual atau metode tradisional tanpa adanya suatu perencanaan yang jelas, sehingga seringkali keuntungan yang didapat tidak seperti keuntungan yang telah diekspektasikan sebelumnya.

Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian terkait analisa CVP pada UMKM Produksi Keramik Suhad Madji Malang. Alasan yang menjadikan UMKM Suhad Madji Keramik layak dilakukan penelitian karena UMKM Suhad Madji Keramik merupakan salah satu kerajinan tangan yang memiliki ciri khas tersendiri dan disetiap coraknya memiliki arti tersendiri yang unik dan terletak di Jl.Mawar. Dadaprejo. Kecamatan Junrejo. Kota Malang. Jawa Timur 65233. Akan tetapi kurangnya penerapan perencanaan usaha yang baik, menyebabkan adanya kesalahan-kesalahan yang dialami oleh UMKM Suhad Madji, sehingga titik impas usaha tidak mampu untuk dicapai dan membawa perusahaan pada posisi kerugian.

Peneliti tertarik dalam menggunakan analisis *cost volume profit* terhadap UMKM Suhad Madji. Keramik sebagai sarana dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkatan penjualan yang diperlukan guna mencapai target keuntungan dan untuk mengetahui berapa nilai BEPnya pada UMKM Suhad Madji Keramik. Peneliti juga hendak memetakan faktor apa saja yang mungkin berpengaruh pada biaya, volume dan laba pada UMMK Suhad Madji Keramik, seperti biaya produksi, volume penjualan, dan harga jual produk. Dari hal tersebut peneliti berinisiatif

mengadakan penelitian dengan judul “**Analisis Cost Volume Profit Sebagai Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada UMKM Suhad Madji. Keramik)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah diulas oleh peneliti pada bahasan sebelumnya, berikut peneliti mencoba merumuskan beberapa rumusan masalah dibawah ini:

1. Berapa tingkat penjualan yang dihasilkan agar dapat mencapai target laba yang ingin dicapai oleh UMKM Suhad Madji Keramik?
2. Berapa besarnya BEP atau titik impas pada UMKM Suhad Madji Keramik?

1.3. Tujuan Penelitian

Beberapa hal yang dapat peneliti targetkan sebagai tujuan penelitian pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat penjualan yang direncanakan untuk mencapai laba yang ditargetkan oleh UMKM Suhad Madji Keramik.
2. Untuk menentukan nilai BEP atau titik impas pada UMKM Suhad Madji Keramik.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi perusahaan dapat memperoleh masukan atau informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan agar mampu meningkatkan kinerjanya dimasa yang akan datang.
2. Bagi peneliti, sebagai wawasan dan pemahaman yang berhubungan dalam pelaksanaan penelitian terkait analisis metode *Cost Volume Profit* sebagai alat bantu perencanaan laba.
3. Bagi Universitas, sebagai wawasan ilmiah pada bidang keuangan khususnya analisa CVP pada pustaka tambahan universitas.

1.5. Batasan Masalah

Guna menjaga fokus penelitian pada penelitian ini, penentuan batasan masalah pada penelitian ini dianggap perlu. Batasan masalah yang ditentukan oleh peneliti yaitu penerapan analisa CVP dalam rangka menentukan perencanaan laba Pada Umkm Pabrik Suhad Madji. Keramik Junrejo Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Assa, R. (2013). Analisis Cost-Volume-Profit (Cvp) Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Laba Pada PT. Tropica Cocoprima. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Blocker, dkk, Atika Pelawiten, V. I. (2009). *Analisis Cost Volume Profit Untuk Perencanaan Laba Pada UD*
- Blocher, Edward J., David E, S., & Cokinns, G. (2011). *Manajemen Biaya* (5th Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Carter, K. dan William. 2009. *Akuntansi Biaya 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Dunia, Firdaus, & Abdullah, W. (2012). *Akuntansi Biaya* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Eldenburg, L. G., Brooks, A., Oliver, J., Vesty, G., & Wolcott, S. (2011). *Management Accounting*. (L. John Wilet & Sons Australia, Ed.) (2nd Ed). Nationaly Library Of Australia.
- Glady Bakery. Universitas Sam Ratulangi, (26 January 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Garrison, Mowen, Hansen, Jeriko Falentino Koraag, V. I. (2008). *Analisis Cost Volume Profit Untuk Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu Ibu Siti*. Universitas Sam Ratulangi Manado, (26 Januari 2017). Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>.
- Garrison, R, H., Noreen, E, W., Brewer. 2010. *Managerial Accounting*. 13th ed. Mc. Graw-Hill. New York.
- Garrison, R. H, Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2014). *Akuntansi Manajerial* (114 Buku 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Hafsah, M.J. 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Jurnal Infokop Nomor 25 Tahun XX.
- Hansen dan Mowen. 1999. *Akuntansi Manajemen : Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Halim A., Supomo B., Kusufi M.S. 2014. *Akuntansi Manajemen (Akuntansi Manajerial)*, Edisi 2 cetakan keempat. BPFE, Yogyakarta.
- Harahap, S. S. (2011). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Grafindo Persada
- Iswara, Ulfah Setia, & Susanti. (2017). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Yang Diharapkan (Studi Pada Perusahaan Kopi Di Kabupaten Jember). *Jurnal Riset Akuntansi Keuangan*, 2, 67–76
- Krismiaji dan Aryani. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Kasmir, Amin Wijaya Tunggal, Miranda, L. (2013). *Analisis CostVolume-Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada CV*. Mentari Dempo Indah Pangkalpinang. STIE-IBEK Bangka Belitung. Retrieved from <http://id.portalgaruda.org>
- Krismiaji dan Aryani. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.

- Murthosiyah, S., Theresia, M., & Widyarti, H. (2015). *Perencanaan Laba Menggunakan Analisis Biaya- Volume-Laba Pada Ukm Slamet Semarang Tahun 2014*. Jabpi, 23(1), 39–49.
- Mowen, M. M., Hansen, D. R., & Heitger, D. L. (2017). *Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial* (A. Sustiwi (ed.); 5th ed.). Salemba Empat.
- Mulyadi. (2010). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.