

**ANALISIS *COST-VOLUME-PROFIT* (CVP) UNTUK  
PERENCANAAN LABA PADA TANJAK KREASI  
GONGGONG CODE TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI**

**SINDY AULIA  
NIM : 15622037**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG**

**2020**

**ANALISIS *COST-VOLUME-PROFIT* (CVP) UNTUK  
PERENCANAAN LABA PADA TANJAK KREASI  
GONGGONG CODE TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana

OLEH

**SINDY AULIA  
NIM : 15622037**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG**

**2020**

TANDA PERSETUJUAN ATAU PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS *COST-VOLUME-PROFIT* (CVP) UNTUK  
PERENCANAAN LABA PADA TANJAK KREASI  
GONGGONG CODE TANJUNGPINANG**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Oleh

SINDY AULIA  
15622037

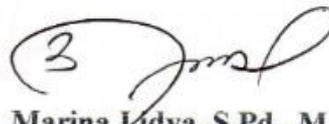
Menyetujui:

Pembimbing Pertama,



Sri Kurnia, SE., Ak., M.Si., CA  
NIDN.1020027101 / Lektor

Pembimbing kedua,



Marina Lidva, S.Pd., M.Pd  
NIDN. 1024037602 /Asisten Ahli

Mengetahui,

Dit. Ketua Program Studi



Hendy Satria, S.E., M.Ak.  
NIDN:1015069101 / Lektor

Skripsi Berjudul

**ANALISIS *COST-VOLUME-PROFIT* (CVP) UNTUK  
PERENCANAAN LABA PADA TANJAK KREASI  
GONGGONG CODE TANJUNGPINANG**

Yang dipersiapkan dan disusun Oleh:

SINDY AULIA  
NIM: 15622037

Telah Dipertahankan di depan panitia komisi ujian pada tanggal  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

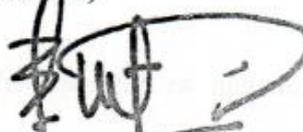
Panitia Komisi Ujian

Ketua,



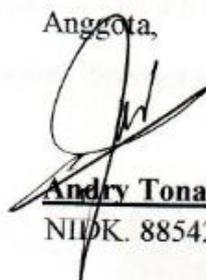
Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA  
NIDN.1020027101 / Lektor

Sekretaris,



Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA  
NIDN. 1029127801 / Lektor

Anggota,



Andry Tonava, S.E., M.Ak  
NIDK. 8854290019 / Asisten Ahli

Tanjungpinang, Januari 2020  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang



Ketua,

Charly Marlinda, S.E., M.Ak., CA  
NIDN: 1029127801 / Lektor

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sindy Aulia  
NIM : 15622037  
Tahun Angkatan : 2015  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.56  
Program Studi / Jenjang : Akuntansi / Strata-1 (Satu)  
Judul Skripsi : Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) Untuk  
Perencanaan Laba Pada Tanjak Kreasi  
Gonggong Code Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dengan tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari diketahui bahwa saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai aturan yang berlaku.



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah puji syukur tidak henti-hentinya ku ucapkan kepada Allah SWT karena izin-Nya aku berhasil melalui tahap akhir perkuliahan ini.

**Terimakasih untuk diriku yang sudah kuat dan banyak sabar, hingga akhirnya karya kecil ini selesai.**

Kupersembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tua ku Bapak Hafrizal dan Ibu Khairuni, maaf tidak bisa memberikan yang terbaik untuk kalian yang sudah membesarkan, berjuang keras dan tidak henti-hentinya mendo'akanku agar aku selalu bahagia. Karya kecil yang tidak bisa membalas jasa kalian, aku hanya berharap dengan ini bisa sedikit membuat kalian senang dan bahagia, gelar dan ilmu yang didapatkan akan aku gunakan untuk menjadi orang yang bermanfaat bagi orang lain dan untuk mendapatkan ridho Allah SWT seperti yang selalu kalian sampaikan kepadaku.

Kepada kakakku Putri Yuanita dengan izin Allah SWT melewatimu aku bisa sampai disini mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dan kehidupan dengan cara pandang yang lebih baik. Membiayai kuliahku hingga mendapatkan gelar Sarjana adalah hal mulia yang ingin aku lakukan juga nanti. Semua kesedihan, kesusahan, dan sakit yang kamu terima karenaku, aku yakin Allah SWT menggantinya dengan kebahagiaan, kesehatan, rezky yang banyak dan umur yang Panjang serta pahala jariyah yang selalu mengalir kepadamu aamiin. Untuk Kakak ku Desti Yulistia Kharnisa terimakasih atas nasehat-nasehat mu, kecerewatan dan ketegasanmu menakutkan, dan begitu juga dengan adik-adikku Ella Mutia serta Jelika Ananta Terimakasih juga karena kalian sering memberi semangat untuk ku selama ini.

## MOTTO

***“Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda.”***

**- Albert Einstein**

***“Berpikir besar kemudian Bertindak”***

**-- Tan Malaka**

***“Waktu tidak akan menunggu. Lepaskan yang sudah hilang, hargai yang masih ada”***

**-- Fiersa Besari**

***“Orang-orang yang sering melihat bintang akan lebih merasa dirinya hanya setitik debu di alam semesta, orang-orang yang sering melihat bintang tahu caranya mensyukuri kesederhanaan”***

**--Fiersa Besari**

***Tuhan tidak pernah mengambil apa yang sudah Dia beri, Tuhan hanya menukarnya dengan sesuatu yang lebih indah. Kitanya saja yang belum sadar***

**--Fiersa Besari**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS *COST-VOLUME-PROFIT* (CVP) UNTUK PERENCANAAN LABA PADA TANJAK KREASI GONGGONG CODE TANJUNGPINANG”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna meraih gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Penulis menyadari sepenuhnya tanpa bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
3. Ibu Sri Kurnia, SE., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang serta dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, masukan dan saran selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Imran Ilyas, M.M. selaku Plt. Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
5. Bapak Hendy Satria, SE., M., Ak selaku Plt Ketua Program studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

6. Ibu Marina Lidya M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan dan saran selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan ibu dosen beserta seluruh staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
8. Pihak Tanjak Kreasi Gonggong Code terkhususnya untuk bang Agus Aryando Anggara dan bang Alfisyahrin yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan memberikan motivasi dan saran-sarannya.
9. Untuk teman-teman seperjuangan, yang selalu menyemangati dan menghibur dalam proses pembuatan skripsi ini yang meluangkan waktu untuk membantu, walaupun kalian juga dalam situasi yang sama dengan ku. Syarifah maiza dwi putri, okta julio, Agus Ramadhan Damanik dan Dwiyana Gusfriyanti, Serta Said Syukra Alhamdhi. Terimakasih banyak kalian orang-orang yang akan selalu ku ingat, dan untuk teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.
10. Untuk kedua sahabat terbaik, sekaligus senior, yang jauh tapi dekat dihati, Arby Wahyuzi dan Aulia Arifman yang selalu “menghantui” agar aku tidak lalai dalam membuat skripsi ini, selalu menyemangati, mendo’akan dan selalu setia mendengarkan cerita-cerita kegalauan serta memberikan saran-saran agar aku tidak putus asa dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga pertemanan kita abadi tidak termakan zaman, semoga Allah SWT meridhoi dan merahmati dimanapun kalian berada.

11. Untuk teman-teman P1 Akuntansi yang juga tidak dapat disebut Namanya satu-persatu kenangan bersama kalian selama 4 tahun ini sangat banyak memberikanku pengalaman dan pengetahuan baru.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, tapi penulis berharap skripsi ini dapat membantu adik-adik yang akan melakukan penelitian selanjutnya, sebagai referensi tambahan.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih, semoga Allah SWT membalas segala amal kebaikan kita dan senantiasa terus membimbing kita menuju hidayah-Nya yang lurus serta istiqamah dalam menjalankan perintah-perintahNya. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatu.

Tanjungpinang, Januari 2020

Penulis

Sindy Aulia

## DAFTAR ISI

HAL

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>MOTTO</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viiix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiviv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>ABSTRAK</b> .....	xviii
<b>ABSTRACT</b> .....	xix

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Ilmiah.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perencanaan Laba.....	10
2.1.1 Definisi Perencanaan Laba.....	10
2.1.2 Manfaat dan Keunggulan Perencanaan Laba.....	11
2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Laba.....	13

2.2	Biaya Volume Laba.....	15
2.2.1	Definisi Biaya.....	15
2.2.2	Klasifikasi Biaya.....	16
2.2.3	Definisi Volume Penjualan .....	21
2.2.4	Definisi Laba .....	22
2.3	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> .....	23
2.3.1	Definisi Analisis <i>Cost Volume Profit</i> .....	23
2.3.2	Manfaat Dan Kelebihan Analisis <i>Cost Volume Profit</i> .....	24
2.3.3	Asumsi Analisis <i>Cost Volume Profit</i> .....	27
2.3.4	Hubungan Analisis CVP Dengan Perencanaan Laba .....	29
2.4	Dasar-Dasar Analisis <i>Cost Volume Profit</i> .....	31
2.4.1	Margin Kontribusi ( <i>Contribution Margin</i> ).....	31
2.4.2	Titik Impas ( <i>Break Even Point</i> ).....	33
2.4.3	Margin Keamanan ( <i>Margin of Safety</i> ) .....	35
2.4.4	Leverage Operasi ( <i>Operating Leverage</i> ) .....	37
2.4.5	Analisis Target Laba.....	39
2.4.6	Analisis Sensitivitas.....	40
2.4.6.1	Perubahan Harga Jual .....	40
2.4.6.2	Perubahan Biaya Variabel.....	41
2.4.6.3	Perubahan Biaya Tetap .....	41
2.4.6.4	Perubahan Variabel Secara Simultan .....	41
2.5	Kerangka Penelitian.....	42
2.6	Penelitian Terdahulu.....	43

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	47
3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	47
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	48

3.4	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.5	Teknik Pengolahan Data.....	52
3.5.1	Margin Kontribusi ( <i>Contribution Margin</i> ).....	53
3.5.2	Titik Impas ( <i>Break Even Point</i> ).....	53
3.5.3	Margin Keamanan ( <i>Margin of Safety</i> ).....	54
3.5.4	Leverage Operasi ( <i>Operating Leverage</i> ).....	54
3.5.5	Target Laba.....	54
3.5.6	Analisis Sensitivitas.....	54
3.6	Teknik Analisis Data.....	55

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	56
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.1.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	56
4.1.1.2	Jenis-Jenis Produk.....	57
4.1.1.3	Alur Pembelian.....	58
4.1.1.4	Visi dan Misi.....	59
4.1.2	Penyajian Data.....	60
4.1.2.1	Pencatatan Berdasarkan Tanjak Kreasi Gonggong Code ....	60
4.1.2.1.1	Volume Penjualan.....	60
4.1.2.1.2	Biaya - Biaya Tanjak Kreasi Gonggong Code.....	61
4.1.2.1.3	Perhitungan Laba.....	63
4.1.2.2	Pencatatan Berdasarkan Akuntansi.....	66
4.1.2.2.1	Volume Penjualan.....	66
4.1.2.2.2	Biaya - Biaya Tanjak Kreasi Gonggong Code.....	69
4.1.2.2.3	Klasifikasi Biaya Perproduk.....	72
4.1.2.2.4	Perhitungan Laba.....	73
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian.....	76
4.1.3.1	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> .....	76

4.1.3.2	Dasar-Dasar Analisis <i>Cost Volume Profit</i> .....	84
4.1.3.2.1	Analisis Margin Kontribusi .....	84
4.1.3.2.2	Analisis <i>Break Even Point</i> .....	87
4.1.3.2.3	Analisis <i>Margin of Safety</i> .....	90
4.1.3.2.4	Analisis Leverage Operasi.....	91
4.1.3.2.5	Pemanfaatan Analisis CVP Untuk Perencanaan .....	93
4.2	Pembahasan.....	98
4.2.1	Analisis Margin Kontribusi .....	98
4.2.2	Analisis <i>Break Even Point</i> .....	99
4.2.3	Analisis <i>Margin of Safety</i> .....	100
4.2.4	Analisa Leverage Operasi .....	101
4.2.5	Pemanfaatan Analisis <i>Cost Volume Profit</i> .....	102
4.2.5.1	Target Laba .....	102
4.2.5.2	Analisis Sensitivitas.....	104
4.2.5.2.1	Perubahan Harga Jual .....	104
4.2.5.2.2	Perubahan Biaya Variabel.....	105
4.2.5.2.3	Perubahan Biaya Tetap .....	105
4.2.5.2.4	Perubahan Variabel Secara Simultan.....	106

## BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan .....	107
5.2	Saran .....	109

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 4.1	Rincian volume penjualan usaha Tahun 2018 .....	60
Tabel 4.2	Rincian volume penjualan (Rupiah)Tahun 2018 .....	61
Tabel 4.3	Daftar Biaya Semester Pertama dan Kedua Tahun 2018 .....	62
Tabel 4.4	Persentase kenaikan volume penjualan Tahun 2018.....	67
Tabel 4.5	Persentase penurunan laba tahun 2018.....	67
Tabel 4.6	Persentase unit Penjualan Semester pertama tahun 2018.....	68
Tabel 4.7	Persentase Unit Penjualan Semester Kedua Tahun 2018 .....	68
Tabel 4.8	Beban Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2018.....	70
Tabel 4.9	Daftar Biaya Semester Pertama dan Kedua Tahun 2018 .....	71
Tabel 4.10	Klasifikasi Biaya Perproduk Semester Pertama.....	72
Tabel 4.11	Klasifikasi Biaya Perproduk Semester Kedua .....	73
Tabel 4.12	Biaya Operasional Semester Pertama Setelah Pemisahan Biay .....	77
Tabel 4.13	Biaya Operasional Semester Kedua Setelah Pemisahan Biaya .....	78
Tabel 4.14	Klasifikasi Biaya Tetap Dan Variabel Perproduk Semester 1 .....	80
Tabel 4.15	Klasifikasi biaya tetap dan variabel perproduk Semester 2.....	82
Tabel 4.16	Total Biaya Tetap dan Biaya Variabel Semester Pertama.....	83
Tabel 4.17	Total Biaya Tetap dan Biaya Variabel Semester Kedua .....	84
Tabel 4.18	<i>Contribution Margin</i> .....	85
Tabel 4.19	<i>Contribution Margin Ratio</i> .....	85
Tabel 4.20	Laba Bersih .....	86
Tabel 4.21	<i>Contribution Margin</i> .....	86
Tabel 4.22	<i>Contribution Margin Ratio</i> .....	86
Tabel 4.23	Laba Bersih .....	87
Tabel 4.24	Biaya Variabel Perunit Semester Pertama .....	88
Tabel 4.25	BEP Unit Semester Pertama .....	88
Tabel 4.26	BEP Rp Semester Pertama.....	88
Tabel 4.27	Biaya Variabel Perunit Semester Kedua .....	89
Tabel 4.28	BEP Unit Semester Kedua.....	89
Tabel 4.29	BEP Rp Semester Kedua .....	89

Tabel 4.30	<i>Margin Of Safety</i> Rp Semester Pertama .....	90
Tabel 4.31	<i>Margin Of Safety</i> % Semester Pertama .....	90
Tabel 4.32	<i>Margin Of Safety</i> Rp Semester Kedua.....	91
Tabel 4.33	<i>Margin Of Safety</i> % Semester Kedua .....	91
Tabel 4.34	Leverage Operasi Semester Pertama .....	92
Tabel 4.35	Leverage Operasi Semester Kedua .....	92
Tabel 4.36	Kenaikan Laba Yang Diinginkan .....	93
Tabel 4.37	Target Laba .....	94
Tabel 4.38	Target Penjualan.....	94
Tabel 4.39	Data Semester Pertama .....	95
Tabel 4.40	Data Semester Kedua .....	96
Tabel 4.41	Analisis Sensitivitas Perubahan Harga Jual .....	96
Tabel 4.42	Analisis Sensitivitas Perubahan Biaya Variabel .....	97
Tabel 4.43	Analisis Sensitivitas Perubahan Biaya Tetap.....	97
Tabel 4.44	Analisis Sensitivitas Perubahan Variabel Secara Simultan .....	98
Tabel 4.45	Margin Kontribusi, Margin Kontribusi Rasio & Laba Bersih .....	98
Tabel 4.46	BEP unit dan BEP Rp.....	99
Tabel 4.47	Penjualan, <i>Margin of Safety</i> Rp, <i>Margin of Safety</i> % 2018.....	100
Tabel 4.48	Leverage Operasi Tanjak Kreasi Gonggong Code.....	101
Tabel 4.49	Target dan Realisasi Laba Semester Kedua Tahun 2018 .....	102
Tabel 4.50	Target dan Realisasi Penjualan Semester Kedua Tahun 2018.....	103
Tabel 4.51	Perubahan Harga Jual .....	104
Tabel 4.52	Perubahan Biaya Variabel .....	105
Tabel 4.53	Perubahan Biaya Tetap .....	105
Tabel 4.54	Perubahan Variabel Secara Simultan .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian .....	4343

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Penjualan Kombinasi Satuan Tahun 2018
- Lampiran 2 : Penjualan Set Satuan Semester Pertama Dan Kedua Tahun 2018
- Lampiran 3 : Penjualan Kombinasi Pesanan Pertama Dan Kedua Tahun 2018
- Lampiran 4 : Biaya-Biaya Tanjak Kreasi Gonggong Code Tahun 2018
- Lampiran 5 : Harga Pokok Tanjak Satuan Tahun 2018
- Lampiran 6 : Harga Pokok Tanjak Pesanan Tahun 2018
- Lampiran 7 : Laba Penjualan Pesanan Tahun 2018
- Lampiran 8 : Biaya Upah Pesanan Tahun 2018
- Lampiran 9 : BOP Pesanan Tahun 2018
- Lampiran 10 : Laba Penjualan Pesanan Perpesanan Tahun 2018
- Lampiran 11 : Pedoman Dan Hasil Wawancara
- Lampiran 12 : Surat Pernyataan Penelitian
- Lampiran 13 : *Plagiarism Checker*
- Lampiran 14 : *Curriculum Vitae*

## ABSTRAK

### ANALISIS *COST-VOLUME-PROFIT* (CPV) UNTUK PERENCANAAN LABA PADA TANJAK KREASI GONGGONG CODE TANJUNGPINANG

Sindy Aulia. 15622037, S-1 Akuntansi  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang  
Email: Sindy7496@gmail.com

Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan, Januari 2020. (xix + 109 Halaman + 54 Tabel + 14 Lampiran)

Tujuan dari penelitian ini untuk melakukan analisis CVP diantaranya untuk mengetahui *ContributionMargin*, *Break Even Point*, *Margin of Safety*, *Operating Lverage*, dan mengetahui peranan cost volume profit sebagai alat untuk membantu perusahaan dalam perencanaan laba.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dimana Teknik pengelolaan datanya terdiri dari analisis *ContributionMargin*, *Break Even Point*, *Margin of Safety*, *Operating Lverage*, target laba dan analisis sensitivitas. menggunakan data tahun 2018 dan dihitung berdasarkan semesternya.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai CVP kondisi usaha yang ditemukan yaitu terjadi penurunan laba di semester keduanya tetapi penjualannya meningkat, hal ini terjadi karena keputusan manajemen menambah karyawan di semester kedua, hal ini mengakibatkan terjadinya peningkatan biaya yang dikeluarkan. Peningkatan penjualan tersebut tidak sebanding dengan peningkatan biaya yang dikeluarkan manajemen. Sehingga terjadilah penurunan laba pada semester keduanya.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebaiknya perusahaan meningkatkan lagi penjualannya, dengan lebih gencar melakukan promosi serta mempertimbangkan menggunakan CVP sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan laba.

**Kata Kunci** : Perencanaan laba, *ContributionMargin*, *Break Even Point*, *Margin of Safety*, *Operating Lverage*, target laba, analisis sensitivitas

Referensi : 36 buku + 8 jurnal  
Dosen Pembimbing I : Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA  
Dosen Pembimbing II : Marina Lidya, S.Pd., M.Pd

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF COST-VOLUME-PROFIT (CPV) FOR PLANNING PROFIT ON TANJAK KREASI GONGGONG CODE IN TANJUNGPINANG**

Sindy Aulia. 15622037, S-1 Accounting  
High School of Economics Pembangunan Tanjungpinang  
Email: Sindy7496@gmail.com

*Thesis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang, January 2020.  
(xix + 109 pages + 54 tables + 14 attachment)*

*The purpose of this study to analyze them to determine CVP ContributionMargin, Break Even Point, Margin of Safety, Operating Laverage, and determine the role of cost volume profit as a tool to help companies profit planning.*

*This research uses descriptive method with quantitative approach, which consists of data management techniques Contributionanalysis Margin, Break Even Point, Margin of Safety, Operating Laverage, profit targets and sensitivity analysis. using the data in 2018 and is calculated based on a semester.*

*Based on the results of research has been done on the CVP business conditions found that a decline in earnings in the second half, but sales rose, this happens because of a management decision to add employees in the second half, this has led to an increase in costs. The sales increase is not proportional to the increase in the cost of management. So there was a decrease in earnings in the second half.*

*The conclusion of this research that should the company increase its sales, with more heavily promoting and considering usies CVP as a management tool in profit planning.*

**Keywords:** *Profit planning, ContributionMargin, Break Even Point, Margin of Safety, Operating Laverage, profit targets, sensitivity analysis*

*Reference : 36 books + 8 journals*  
*Advisor I : Sri Kurnia, SE, Ak., M.Sc., CA*  
*Advisor II : Marina Lidya, S.Pd., M.Pd*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dunia usaha penuh dengan tantangan dan rintangan. Untuk menjaga kesinambungan hidup suatu usaha dalam menghadapi persaingan yang ketat diperlukan penanganan dan pengelolaan yang baik. Penanganan dan pengelolaan yang baik tersebut hanya dapat dilakukan oleh manajemen yang baik pula. Pihak manajemen selain dituntut untuk dapat mengkoordinasikan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien, juga dituntut untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan.

Manajer dituntut untuk mampu memprediksi hal-hal yang akan terjadi dimasa akan datang, karena hal itu lah yang dapat membuat perusahaan untuk dapat bertahan dalam situasi persaingan pasar yang selalu meningkat. Dalam memprediksi hal-hal yang akan terjadi dimasa yang akan datang, akuntansi sangat dibutuhkan. Karena akuntansi akan memberikan informasi berupa kondisi perusahaan. Informasi berupa laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi yang digunakan dalam pengambilan keputusan.

Dalam pengambilan keputusan manajer hendaknya mempertimbangkan dan menilai aspek yang ada, memiliki banyak informasi agar keputusan itu memberi hasil yang maksimal terhadap pencapaian tujuan usaha. Manajer memerlukan suatu pedoman berupa perencanaan yang berisikan langkah-langkah yang akan dan harus ditempuh untuk mencapai tujuan usaha. Perencanaan dapat pula berupa alat ukur dan evaluasi atas hasil sesungguhnya. Apabila hasil yang sesungguhnya tidak sesuai

dengan apa yang direncanakan, maka manajer harus mengevaluasi ketidaksihesuaian tersebut dan mengambil tindakan-tindakan yang diperlukan untuk mengatasinya.

Perencanaan yaitu tindakan memilih dan menghubungkan fakta-fakta serta membuat dan menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal merumuskan aktivitas-aktivitas yang diusulkan dan dianggap perlu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Perencanaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena akan mempengaruhi secara langsung terhadap faktor-faktor kelancaran dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan melalui aktivitas perusahaan yang tentunya lebih efektif dan efisien. Maka dari itu perencanaan dalam usaha adalah salah satu titik awal yang paling penting.

Suatu usaha yang berorientasi pada laba (*profit seeking*) bertujuan untuk memperoleh laba yang optimal, dengan tujuan tersebut pengusaha dituntun harus merencanakan dan menggunakan sumber daya yang ada agar tercapainya laba yang diinginkan. Untuk itu manajer perlu menyusun perencanaan laba agar dapat dijadikan pedoman dalam kelangsungan usaha tersebut.

Laba dipengaruhi oleh tiga faktor: volume produk yang dijual, harga jual produk, dan biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain. Oleh karena itu, dalam perencanaan laba, hubungan antara biaya volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting, sebagai pemilihan alternative tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang, karena manajemen

memerlukan informasi untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berpengaruh terhadap laba.

Perencanaan laba yang baik, menggunakan alat yang tepat. Menurut (Mulyadi, 2016) analisis *Cost Volume Profit* merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Alat analisis ini mampu memberikan kontribusi yang sangat besar bagi manajemen dalam proses penyusunan anggaran laba perusahaan dan pengambilan keputusan. Analisis *Cost Volume Profit* dapat membantu manajemen perusahaan untuk melihat bagaimana keputusan operasi yang ditetapkan mempengaruhi laba bersih yang diperoleh, dengan demikian manajemen akan dapat mempertimbangkan dampak dari keputusan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap tingkat laba terlebih dahulu, sebelum membuat keputusan yang akan mempengaruhi besaran laba di masa yang akan datang.

Pengimplementasian analisis *Cost Volume Profit* dapat menggunakan beberapa alat bantu analisis diantaranya analisis margin kontribusi (*Contribution Margin*), analisis titik impas (*Break Even Point*), analisis margin keamanan (*Margin of Safety*), analisis leverage operasi (*Operating Lverage*), analisis target laba, dan yang terakhir analisis sensitivitas berguna untuk menguji dampak perubahan asumsi-asumsi perusahaan.

Analisis margin kontribusi yaitu selisih antara nilai penjualan dengan biaya variabel yang menunjukkan bahwa hasil penjualan dapat digunakan untuk menutupi biaya variabelnya dan seluruh atau sebagian biaya tetap. Analisis *Break Even Point* adalah suatu teknik analisis untuk mengetahui penjualan minimum agar suatu usaha

tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol). Dengan melakukan Analisis *Break Event Point*, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimum yang harus dicapai, agar tidak mengalami kerugian. Analisis *margin of safety* berguna untuk menghitung jumlah dimana penjualan dapat menurun sebelum kerugian terjadi. *margin of safety* akan memberikan informasi mengenai batas maksimum penjualan boleh turun agar perusahaan tetap memperoleh laba. Analisis *Operating Lverage* untuk mengetahui ukuran besarnya penggunaan biaya tetap dalam sebuah perusahaan. Analisis target laba yaitu suatu teknik yang ada pada analisis *Cost Volume Profit* dimana teknik ini digunakan untuk membantu manajemen perusahaan untuk memperhitungkan besarnya tingkat penjualan yang seharusnya dianggarkan perusahaan untuk mencapai sejumlah laba tertentu.

Setelah mendapatkan informasi-informasi di atas, alat analisis terakhir yang digunakan adalah analisis sensitivitas yaitu suatu model yang mempelajari atau menguji dampak perubahan variabel independen terhadap target laba yang menjadi variabel dependennya. Variabel independen yang dimaksud yaitu biaya tetap, biaya variabel volume penjualan dan harga jual. Sehingga analisis *Cost Volume Profit* menjadi alat yang efektif dalam menyajikan informasi manajemen untuk keperluan perencanaan laba dan sebagai alat yang digunakan untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan, yang berkaitan dengan laba usaha.

Dalam menjalankan usaha, pengusaha atau manajemen perlu memperhitungkan dan memperkirakan kemungkinan terjadinya perubahan dari salah satu variabel yang mempengaruhi besar kecilnya target laba, karena hal ini pasti akan terjadi dalam proses berjalannya suatu usaha tersebut. Seperti terjadinya

kenaikan harga bahan baku yang menyebabkan biaya produksi meningkat, atau adanya kenaikan terhadap biaya tetap seperti biaya gaji karyawan, biaya sewa, dll. Maka untuk menguji kemungkinan-kemungkinan tersebut, Analisis *Cost Volume Profit* adalah alat yang tepat untuk digunakan, agar keputusan yang diambil tidak berdampak negatif terhadap laba perusahaan untuk yang akan datang, selain itu dengan analisis *Cost Volume Profit*, dapat membantu pengusaha dalam memilih alternatif terbaik dalam usaha mencapai tingkat laba yang optimal.

Tanjak Kreasi Gonggong Code merupakan produsen tanjak yang telah berdiri sejak tahun 2012 dan bertahan hingga sekarang, terletak di Kota Tanjungpinang yang beralamat di Jln. Engku Putri Blok B No.6. Tanjak Kreasi Gonggong Code menghasilkan tanjak dengan kualitas yang baik dengan harga yang sesuai. Tanjak sendiri merupakan kain yang dililitkan di kepala dengan bentuk yang khas dan beragam. Tanjak biasanya digunakan dalam acara perhelatan dan adat seperti kenduri kawin dan lain sebagainya. Ibarat kaum pria Jawa memakai blangkon, Bali dengan udengnya, yang menjadi simbol adat yang sudah sangat populer di Indonesia.

Tanjak Kreasi Gonggong Code menghasilkan 2 jenis tanjak, yang pertama set tanjak terdiri dari tanjak full songket dan kain songketnya, kedua tanjak kombinasi yaitu tanjak yang sebagian menggunakan kain songket dan sebagian lagi menggunakan kain hitam tapi tidak satu set dengan kainnya. Penjualan terbanyak dari Tanjak Kreasi Gonggong Code ini adalah tanjak kombinasi dimana penjualannya hingga puluhan bahkan sampai ratusan pcs perbulan, sedangkan tanjak set perbulannya terjual hingga belasan pcs. Penjualan Tanjak Kreasi Gonggong Code sudah mencapai seluruh Kota dan Kabupaten yang ada di Provinsi

Kepulauan Riau, dan beberapa daerah diluar Provinsi Kepulauan Riau seperti daerah Kalimantan, Jakarta dan Bali bahkan ada penjualan luar negeri seperti Malaysia.

Dalam perhitungan laba, Tanjak Kreasi Gonggong Code menghitung setiap 6 bulan sekali atau persemesternya. Tanjak Kreasi Gonggong Code mengalami kendala yaitu terjadi penurunan laba pada tahun 2018 di semester kedua, padahal penjualan mereka meningkat pada semester tersebut. Pada tahun 2018 semester pertama penjualan mereka sebesar Rp 115.800.000 dan meningkat disemester kedua menjadi Rp 169.650.000, Sementara laba mereka terjadi penurunan, disemester pertama, laba mereka sebesar Rp 16.400.000 tapi turun di semester keduanya menjadi Rp 11.606.000 penurunan tersebut hingga  $\pm 24\%$  Penurunan ini dikarenakan terjadinya peningkatan biaya yang dikeluarkan Tanjak Kreasi Gonggong Code pada semester kedua, dimana peningkatan biaya tersebut salah satunya karena keputusan *owner* untuk menambah karyawan mereka, sehingga biaya yang dikeluarkan menjadi lebih besar.

Bertambahnya biaya yang dikeluarkan, mengakibatkan terjadinya peningkatan biaya, keputusan ini diputuskan berdasarkan asumsi-asumsi, bukan berdasarkan alat analisis yang terukur seperti analisis *Cost Volume Profit* ini, *owner* hanya mengasumsikan “jika melakukan penambahan karyawan maka penjualan untuk semester depan harus lebih ditingkatkan” *owner* sendiri tidak tahu berapa peningkatan itu harus terjadi, sehingga terjadilah penurunan laba pada semester kedua. Maka dengan melakukan analisis *Cost Volume Profit*, penulis berharap agar *owner* dapat terbantu dalam hal perhitungan tersebut, agar usahanya terhindar dari penurunan laba atau bahkan kerugian. Berdasarkan fenomena di atas penulis

tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul Analisis *Cost Volume Profit* Untuk Perencanaan Laba Pada Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Berapakah besarnya *Contribution Margin* pada Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang?
2. Berapakah *Break Even Point* pada Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang?
3. Berapakah besarnya *Margin of Safety* Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang?
4. Berapakah besarnya Leverage Operasi pada Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang?
5. Bagaimana peran *Cost Volume Profit* sebagai alat bantu perencanaan laba pada Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis besarnya *Contribution Margin* pada Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang.
2. Untuk menganalisis *Break Even Point* pada Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang.
3. Untuk menganalisis besarnya *Margin of Safety* Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang.

4. Untuk menganalisis besarnya leverage operasi pada Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang.
5. Untuk mengetahui peran *Cost Volume Profit* sebagai alat bantu perencanaan laba pada Tanjak Kreasi Gonggong Code Tanjungpinang kedepannya.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Ilmiah**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai analisis *Cost Volume Profit* sebagai alat bantu perencanaan laba, serta dapat dijadikan referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak Tanjak Kreasi Gonggong Code sebagai pertimbangan pengambilan keputusan terutama yang berkaitan langsung dengan laba agar dapat mewujudkan target laba yang telah ditetapkan, dan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Tanjak Kreasi Gonggong Code mengenai hubungan timbal balik antara biaya, volume penjualan dan laba, agar Tanjak Kreasi Gonggong Code dapat mengelola usahanya menjadi lebih efisien untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan secara singkat tentang latar belakang masalah yang melandasi penelitian, perumusan masalah tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini akan di uraikan berbagai teori yang mendasar sebagai acuan dalam menganalisis perusahaan yang menjadi dasar atau landasan penelitian, kerangka penelitian dan penelitian terdahulu.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Terdiri dari metode penelitian yang digunakan, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, teknik pengolahan data, teknik analisis.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan gambaran umum perusahaan yang berisi sejarah singkat perusahaan, analisis data dan pembahasannya.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Perencanaan Laba**

Laba merupakan hal yang penting dalam perencanaan, karena tujuan utama perencanaan laba digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang. 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.

##### **2.1.1 Definisi Perencanaan Laba**

Perencanaan laba (*Profit Planing*) menurut (Carter, 2009) pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Menurut (Mulyadi, 2010) perencanaan laba adalah proses pembuatan rencana kerja untuk jangka panjang atau jangka pendek yang dinyatakan dalam satuan moneter (sasaran) dan satuan kuantitatif yang lain, untuk mengambil keputusan secara sistematis serta perkiraan terbaik untuk menentukan keadaan kegiatan operasional perusahaan pada periode mendatang.

Menurut (Hansan/Mowen, 2009) perencanaan laba adalah pandangan kedepan untuk melihat dan menentukan tindakan apa yang harus dilakukan agar dapat mewujudkan tujuan suatu perusahaan. Menurut (Garrison, 2013) *Profit Planning* adalah sebuah proses yang berfokus pada tahap-tahap yang dilakukan oleh organisasi bisnis untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan. Menurut (Caesya,

2017) Perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk jangka pendek dan jangka Panjang.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba (*Profit Planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi yang berfokus pada tahap-tahap yang dilakukan oleh organisasi bisnis untuk jangka panjang atau jangka pendek yang dinyatakan dalam satuan moneter dan satuan kuantitatif yang lain, untuk mengambil keputusan secara sistematis dan perkiraan terbaik untuk menentukan keadaan kegiatan operasional perusahaan pada periode mendatang agar dapat mewujudkan tujuan suatu perusahaan.

### **2.1.2 Manfaat dan Keunggulan Perencanaan Laba**

Perencanaan laba mempunyai manfaat dan keunggulan yang sangat menguntungkan perusahaan, diantara Manfaat dan Keunggulan Perencanaan laba menurut (Mulyadi, 2010) adalah :

1. Memberikan pendekatan terarah untuk membantu manajemen dalam pemecahan suatu masalah.
2. Mendorong manajemen untuk melakukan pertimbangan yang seksama sebelum mengambil keputusan. Agar seluruh kegiatan perusahaan dapat dilaksanakan secara terarah, teratur dan ekonomis.
3. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba serta mendorong timbulnya kesadaran akan penghematan biaya dan penggunaan sumberdaya yang semaksimal mungkin.

4. Membangkitkan peran serta manajer diberbagai bagian dari keseluruhan tingkat manajemen disuatu organisasi dan mengatur rencana operasi sehingga membentuk suatu rencana terpadu.
5. Dapat berperan sebagai tolak ukur/ pedoman dasar untuk mengukur hasil kegiatan serta menilai kebijakan yang diterakan dan memperbaharui kebijakan sehingga juga dapat digunakan sebagai pedoman dasar lebih terarah dalam penentuan kebijakan untuk kegiatan perusahaan dimasa yang akan datang agar laba yang dicapai lebih optimal.

Menurut (Carter, 2009) perencanaan laba atau penganggaran, memiliki manfaat dan keunggulan berikut:

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan disiplin terhadap identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan arahan kesemua tingkatan manajemen. Hal ini membantu mengembangkan kesadaran akan laba diseluruh lapisan organisasi dan dorongan kesadaran akan laba diseluruh lapisan organisasi dan mendorong kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.
3. Perencanaan laba menyediakan koordianasi hal ini untuk menyediakan suatu cara untuk menyelaraskan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita. Anggaran membuat identifikasi dan eliminasi dari halangan serta ketidakseimbangan menjadi mungkin, sebelum kedua hal itu terjadi dan untuk menyalurkan usaha-usaha ke aktivitas-aktivitas yang paling menguntungkan.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkat manajemen. Keahlian dan pengetahuan dari

semua manajer dibutuhkan untuk mengembangkan rencana yang paling efektif. Partisipasi dari semua tingkat membantu mengeluarkan ide-ide dan menyediakan suatu cara untuk mengkomunikasikan tujuan serta memperoleh dukungan atas rencana akhir. Manajer yang berpartisipasi belajar mengenai apa yang diharapkan sehingga mereka mengembangkan komitmen terhadap cita-cita yang ikut mereka tetapkan.

5. Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu. Hal ini mendorong manajer untuk merencanakan dan berkinerja secara efisien.

Keunggulan perencanaan laba menurut (Caesya, 2017) adalah sebagai tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari setiap individu atau perusahaan. Hal ini mendorong untuk merencanakan bekerja secara efektif dan efisien sebagai aspek bagi perusahaan untuk memeriksa dan memperbaharui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.

Perencanaan laba bukan perkara yang mudah dilakukan, manajemen harus dapat memperhatikan dan memperkirakan dampak perubahan pada masing-masing faktor yang berpengaruh terhadap perencanaan laba, sehingga manajemen dapat melakukan perencanaan laba dengan efektif dan para pengambil keputusan dapat menentukan keputusannya dengan tepat.

### **2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Laba**

Dalam menentukan perencanaan laba, manajemen sebaiknya memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh, agar perhitungannya lebih akurat.

Menurut (Carter, 2009) berikut ini merupakan factor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba, sebagai berikut:

- a. Laba atau rugi yang dihasilkan dari volume penjualan tertentu.
- b. Volume penjualan untuk menutup semua biaya plus menghasilkan laba yang mencakupi untuk membayar deviden serta menyediakan dana bagi kebutuhan bisnis dimasa depan.
- c. Titik impas.
- d. Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang.
- e. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk dapat mencapai tujuan laba.
- f. Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan.

Menurut (Novita, 2019) faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba adalah laba atau rugi yang dialami dari volume penjualan tertentu, volume penjualan yang dicapai untuk menutupi seluruh biaya yang terpakai guna memperoleh laba yang memadai, titik impas, volume penjualan yang dapat dihasilkan oleh kapasitas operasi.

Menurut (Caesya, 2017) faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba dalam suatu perusahaan yaitu, laba atau rugi yang dialami dari volume penjualan tertentu, volume penjualan yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya yang terpakai guna memperoleh laba yang memadai, titik impas, dan volume penjualan yang dapat dihasilkan oleh kapasitas operasi saat ini.

Maka dari beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi laba di atas dapat disimpulkan, faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah: laba rugi, volume penjualan untuk menghasilkan laba, volume penjualan dengan kapasitas sekarang, titik mpas, kapasitas operasi untuk mencapai tujuan laba dan pengembalian modal.

## 2.2 Biaya Volume Laba

### 2.2.1 Definisi Biaya

Menurut (Baldrick, 2018) biaya adalah kos barang atau jasa yang telah memberikan manfaat dan digunakan untuk memperoleh pendapatan. Biaya tersebut kemudian dikurangkan dengan pendapatan untuk menentukan laba atau ruginya perusahaan/ organisasi selama satu periode, dan biaya akan dicantumkan dalam laporan rugi/laba.

Biaya menurut (Lestari Wiwik, 2017) biaya (*cost*) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa dan diharapkan dapat memberikan manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi. Sedangkan menurut (Supriyono, 2016) biaya (*expenses*) adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam untuk rangka memperoleh penghasilan (*revenues*) dan kemudian akan dipakai sebagai pengurang penghasilan.

Menurut (Nurlela, 2013) biaya 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 dalam neraca. Menurut (Surjadi, 2013) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis (sifat kelangkaan) yang diukur dalam satuan mata uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi dalam mencapai tujuan tertentu (*to secure benefit*).

Sehingga dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, biaya (*expenses*) adalah sejumlah nilai yang dikeluarkan sebagai pengorbanan yang diharapkan dapat memberi manfaat dimasa yang akan datang bagi organisasi dan merupakan nilai yang mengurangi penjualan.

### 2.2.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan proses penggolongan biaya yang dilakukan berdasarkan tujuan dari informasi biaya yang disajikan sehingga memudahkan dalam melakukan pencatatan biaya dan menyusun laporan keuangan, serta memberikan gambaran informasi yang akurat kepada pihak manajemen.

Menurut (Kautsar, 2013) biaya dapat diklasifikasikan kedalam 4 (empat) yaitu: biaya dalam hubungannya dengan produk, biaya dalam hubungannya dalam volume kegiatan, biaya dalam hubungannya dengan fungsi produksi dan biaya dalam hubungannya dengan fungsi pokok perusahaan.

Klasifikasi Biaya menurut (Supriyono, 2016) ada delapan diantaranya yaitu: Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi perusahaan, klasifikasi biaya berdasarkan perioda penandingan, klasifikasi biaya dapat ditelusuri ke objek biaya, klasifikasi biaya berdasarkan perubahan volume kegiatan, klasifikasi biaya berdasarkan kemampuan manajer untuk mengendalikannya, klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan, klasifikasi biaya berdasarkan dampak keputusan terhadap kas, dan yang terakhir, klasifikasi biaya lain: biaya kesempatan.

Menurut (Bustian Bustami, 2012) klasifikasi biaya yang umum digunakan ada lima yaitu: biaya dalam hubungan dengan produk, biaya dalam hubungan dengan volume produksi, biaya dalam hubungan dengan departemen dan pusat biaya dan biaya dalam hubungan dengan periode akuntansi.

Menurut (Indra Mahardika Putra, 2018) biaya diklasifikasi ke tujuh yaitu: klasifikasi biaya berdasarkan fungsi perusahaan, klasifikasi biaya berdasarkan aktivitas, klasifikasi biaya berdasarkan objek biaya, klasifikasi biaya berdasarkan departemen, klasifikasi biaya berdasarkan waktu pembebanan, klasifikasi biaya

berdasarkan pengendalian manajemen dan klasifikasi biaya berdasarkan pengendalian keputusan.

Menurut (Hartati, 2017) klasifikasi biaya ada enam yaitu: objek pengeluaran perusahaan, fungsi pokok perusahaan, jangka waktu periode akuntansi, hubungan biaya dengan yang dibiayai, perilaku biaya yang berkaitan dengan perusahaan volume aktivitas, dan pengaruh manajemen terhadap biaya.

Jadi berdasarkan beberapa klasifikasi biaya di atas maka dapat disimpulkan biaya dapat diklasifikasikan ke dalam 8 delapan klasifikasi yaitu: lasifikasi biaya berdasarkan fungsi perusahaan, klasifikasi biaya berdasarkan perioda penandingan, klasifikasi biaya dapat ditelusuri ke objek biaya, klasifikasi biaya berdasarkan perubahan volume kegiatan, klasifikasi biaya berdasarkan kemampuan manajer untuk mengendalikannya, klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan, klasifikasi biaya berdasarkan dampak keputusan terhadap kas, dan yang terakhir, klasifikasi biaya lain: biaya kesempatan.

#### 1. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Dengan Fungsi Perusahaan.

Berdasarkan fungsi perusahaan, klasifikasi biaya dibagi menjadi:

- a. Fungsi produksi, yaitu fungsi yang berhubungan dengan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap untuk dijual. Biaya produksi dapat digolongkan menjadi: HPP, Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) dan Biaya Overhead Pabrik (BOP)
- b. Fungsi pemasaran, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penjualan produk selesai yang siap dijual. Biaya ini meliputi biaya yang digunakan untuk pelaksanaan fungsi penjualan, fungsi penggudangan produk selesai, fungsi pengepakan dan pengiriman, fungsi advertensi,

fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang dan terakhir fungsi pembuatan faktur atau administrasi penjualan.

- c. Fungsi administrasi dan umum yaitu, fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijaksanaan, pengarahan, dan berhasil guna (efektif), dan berdaya guna (efisien). Biaya yang termasuk kedalam fungsi ini termasuk biaya gaji pimpinan tertinggi, sekretariat, akuntansi, keamanan dan sebagainya.
- d. Fungsi keuangan (*Financial*), yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan keuangan atau penyediaan dan yang diperlukan perusahaan. Biaya yang termasuk kedalam fungsi ini yaitu semua biaya yang terjadi dalam pelaksanaan fungsi keuangan.

## 2. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Periode Penandingan.

Dalam hubungan dengan periode pembebanan ini, biaya dapat dibagi menjadi:

- a. Biaya produk adalah biaya untuk memperoleh atau membuat barang/produk. Biaya ini dipertemukan dengan pendapatan pada periode penjualan produk.
- b. Biaya periode adalah biaya yang diidentifikasi dengan interval waktu tertentu karena tidak diperlakukan untuk memperoleh barang/produk yang akan dijual.

Menurut (Mursyidi, 2010) suatu pengeluaran yang dinyatakan sebagai pengeluaran modal atau pendapatan tergantung pada:

- a. Kebijakan manajemen
- b. Nilai pengeluaran, apakah relative besar atau kecil.
- c. Mempunyai masa manfaat lebih dari satu periode akuntansi atau tidak

### 3. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Dapat Ditelusurinya Ke Objek Biaya.

Objek biaya adalah apapun yang menjadi sasaran biaya. Objek biaya bisa berupa produk, departemen, atau kegiatan, sehingga dalam klasifikasi biaya ini biaya dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Biaya Langsung (*Direct Cost*) adalah biaya yang dapat ditelusuri atau diidentifikasi kesuatu objek biaya tertentu karena hanya dikeluarkan untuk manfaat objek biaya itu sendiri
- b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*) adalah biaya yang dikeluarkan lebih dari satu objek biaya dan tidak dapat ditelusuri secara langsung ke salah satu objek biaya tertentu, oleh karena biaya tidak langsung ini tidak dapat ditelusuri ke objek biaya secara individual, pembebanan biayanya menggunakan proses yang disebut Pengalokasian.

### 4. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perubahan Volume Kegiatan

- a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah untuk suatu periode tertentu. Contoh biaya tetap seperti biaya sewa.
- b. Biaya Variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya bervariasi secara proporsional dengan variasi volume kegiatan, tetapi jumlah perunitnya tetap. Contoh biaya variabel yaitu upah tenaga kerja langsung.

### 5. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Kemampuan Manajer Untuk Mengendalikannya.

- a. Biaya terkendali adalah biaya yang secara signifikan dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajer tertentu pada periode tertentu.

- b. Biaya tidak terkendali adalah biaya yang secara signifikan tidak dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajer tertentu pada perioda tertentu.

#### 6. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Pengambilan Keputusan.

Dalam pengklasifikasian ini biaya dapat dibagi menjadi tiga diantaranya:

- a. Biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi dimasa mendatang dan berbeda diantara berbagai alternative keputusan. Dua kriteria biaya relevan adalah “akan terjadi” dan “berbeda”, oleh karena itu biaya relevan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.
- b. Biaya tidak relevan, biaya yang tidak memenuhi salah satu atau keduanya dari kriteria biaya relevan. Oleh karena itu biaya tidak relevan tidak perlu dipertmbangkan dalam pengambilan keputusan. Nilai buku aset tetap adalah contoh biaya tidak relevan

#### 7. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Dampak Keputusan Terhadap Kas Keluar.

Klasifikasi berdasarkan dampak keputusan biaya dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:

- a. *Suck cost* adalah biaya yang telah dikeluarkan dan yang tidak dapat diubah oleh keputusan sekarang atau masa yang akan datang.
- b. Biaya tunai (*Out of Pocket Cost*) adalah biaya yang membutuhkan pengeluaran kas dimasa mendatang akibat keputusan sekarang atau keputusan yang akan datang

#### 8. Klasifikasi Lain: Biaya Kesempatan

Biaya kesempatan (*Opportuniy Cost*) adalah manfaat potensial yang hilang atau dikorbankan karena dipilihnya satu alternative keputusan tertentu. Manfaat potensial ini bisa berupa pendapatan (*Revenue*), laba (*Net Income*), ataupun

penghemat biaya (*Cost Saving*). Biaya kesempatan tidak dicatat di akun buku besar, biaya kesempatan hanya ada dalam pengertian ekonomik.

Untuk melakukan analisis *Cost Volume Profit*, dibutuhkan klasifikasi biaya atas dasar hubungan dengan volume kegiatan karena data yang di analisis berupa data biaya tetap dan biaya variabel yang dikelompokkan melalui catatan perusahaan.

### **2.2.3 Definisi Volume Penjualan**

Volume penjualan menurut (Erina, 2013) merupakan hasil total penjualan dan salah satu tugas pokok bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan kebutuhan konsumen baik produk berupa barang atau jasa, sehingga perusahaan perlu memperlancar produk yang ditawarkan kepada konsumen. Salah satu faktor yang sering digunakan perusahaan adalah dengan melakukan kegiatan promosi penjualan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi tentang produk dengan harapan dapat meningkatkan penjualan.

Menurut (Munawaroh, 2016) volume penjualan dapat diartikan sebagai komposisi dari banyaknya jumlah barang atau jasa yang terjual dengan pendapatan penjualan yang didapat oleh suatu perusahaan. Menurut (Daryono, 2011) volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan besar atau banyaknya jumlah barang atau jasa yang terjual dalam suatu perusahaan pada periode tertentu.

Menurut (Purnamasari, 2018) volume penjualan merupakan suatu komposisi penjualan yang merupakan kombinasi yang digambarkan secara kuantitatif dengan pencapaian kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan penjualan

yang dinyatakan dengan suatu unit dan volume penjualan mempengaruhi tingkat laba dan pertumbuhan perusahaan. Menurut (Caesya, 2017) volume penjualan merupakan merupakan suatu komposisi penjualan yang merupakan kombinasi yang digambarkan secara kuantitatif dengan pencapaian kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan penjualan yang dinyatakan dalam satuan unit dan volume penjualan mempengaruhi tingkat laba dan pertumbuhan perusahaan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan volume penjualan adalah hasil total penjualan yang berupa barang atau jasa yang didapat oleh suatu perusahaan pada periode tertentu.

#### **2.2.4 Definisi Laba**

Laba merupakan *main goals* atau tolak ukur keberhasilan manajemen perusahaan ataupun industri terlebih pada bagian manajemen keuangan. Untuk dapat mencapai laba yang besar, manajemen dapat melakukan berbagai langkah berikut: menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan memperhatikan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada, menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang diharapkan, meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin. Ketiga langkah tersebut (biaya, harga jual, volume produksi) tidak dapat dilakukan secara terpisah karena saling berkaitan. Menurut (Ariek Edhonanta Parade, 2013) laba adalah selisih antara total penghasilan dan total biaya yang dikeluarkan pada suatu kegiatan usaha. Menurut (Haris, 2016) laba ekonomi ialah penerimaan perusahaan setelah dikurangi dengan biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya implisit mengacu pada nilai input yang

dimiliki perusahaan yang digunakan untuk proses produksinya.

Menurut (Islahuzzaman, 2012) laba (*Income*) adalah selisih total usaha perusahaan pendapatan (*revenue*) dikurangi biaya-biaya (*expeses*) dari kegiatan usaha perusahaan yang diperoleh selama periode tertentu. Biasa laba sering juga disebut *earning*, penghasilan, keuntungan (*profits*). laba menurut (Hery, 2009) adalah selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode tertentu. Menurut (Caesya, 2017) laba adalah selisih pendapatan dan pengeluaran.

Berdasarkan pengertian di atas pengertian laba dapat disimpulkan yaitu penerimaan perusahaan yang berupa selisih antara total penghasilan dan total biaya yang telah dikeluarkan perusahaan selama periode tertentu.

## **2.3 Analisis Cost Volume Profit**

### **2.3.1 Definisi Analisis Cost Volume Profit**

Menurut (Mulyadi, 2010) analisis *Cost-Volume-Profit* merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Menurut (Erina, 2013) *Cost-Volume-Profit analysis* merupakan salah satu dari alat analisis yang dapat digunakan usaha untuk mengetahui bagaimana keadaan operasional suatu usaha.

Menurut (Iva Dwi Wulandari, 2018) *Cost-Volume-Profit analysis* merupakan suatu alat analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan yang nantinya digunakan untuk mendukung perencanaan keuangan sebuah usaha dalam

pengambilan keputusan manajerial. Menurut (Hansan/Mowen, 2009) *Cost Volume Profit analysis* merupakan suatu alat yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan karena analisis *Cost Volume Profit* menekankan keterkaitan antara biaya, yang terjual, dan harga, semua informasi keuangan perusahaan terkandung didalamnya.

Menurut (Carter, 2009) analisis *Cost Volume Profit* merupakan alat perencanaan jangka pendek yang menggunakan perhitungan biaya langsung untuk menganalisis hubungan antara biaya laba, bauran produk dan volume penjualan.

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan, analisis *Cost Volume Profit* adalah suatu alat yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara harga jual, volume penjualan dan biaya yang nantinya akan digunakan untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba dan juga pengambilan keputusan.

### **2.3.2 Manfaat Dan Kelebihan Analisis *Cost Volume Profit***

Manfaat analisis *Cost Volume Profit analysis* menurut (Hansan/Mowen, 2009) analisis *Cost Volume Profit* dapat menjadi suatu alat yang bermanfaat untuk mengidentifikasi cakupan dan besarnya kesulitan ekonomi yang dihadapi suatu divisi yang membantu mencari pemecahannya. Analisis *Cost Volume Profit* juga dapat mengatasi banyak isu lainnya, seperti jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai impas, dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas, dan dampak kenaikan harga terhadap harga. Selain itu analisis *Cost Volume Profit* juga memungkinkan para manajer untuk melakukan analisis sensitivitas dengan menguji dampak dari berbagai tingkat harga atau biaya terhadap laba. Menurut (Blocher,

Stout, 2011) analisis *Cost Volume Profit* dapat membantu perusahaan untuk melaksanakan strateginya dengan cara memberikan informasi mengenai bagaimana perubahan volume penjualan mempengaruhi biaya dan laba.

Analisis *Cost Volume Profit* berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan dalam komponen laba. Selain itu analisis *Cost Volume Profit* juga dapat membantu manajemen untuk mengetahui beberapa hal penting seperti berapa penjualan minimal perusahaan agar perusahaan tersebut tidak menderita kerugian, mengetahui dampak pengurangan biaya terhadap titik impas, dan dampak peningkatan harga terhadap laba serta volume penjualan yang juga akan berpengaruh terhadap target laba yang telah ditetapkan.

Manfaat analisis *Cost Volume Profit* menurut (Bastian, 2009) diantaranya dapat digunakan untuk mengetahui hal-hal berikut ini:

1. Penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Penjualan harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
3. Batas berkurangnya penjualan agar tidak menderita kerugian.
4. Bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan

Analisis *Cost Volume Profit* memiliki beberapa kelebihan:

1. Analisis *Cost Volume Profit* memperluas penggunaan informasi yang diberikan oleh analisis *Break Even Point*.
2. Analisis *Cost Volume Profit* dapat memberikan informasi lengkap mengenai *Margin of Safety*, *Operating leverage*, *contribution margin*.
3. Analisis *Cost Volume Profit* dapat membuat kalkulasi perencanaan laba dan pengambilan keputusan dari satu perusahaan menjadi akurat.

4. Analisis *Cost Volume Profit* dapat menentukan volume penjualan yang harus dicapai untuk mencapai target laba tertentu.
5. Analisis *Cost Volume Profit* 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 *Cost Volume Profit* dapat digunakan sebagai dasar dalam merencanakan kegiatan operasional, membantu pengendalian melalui dampak perubahan volume penjualan, mengendalikan aktivitas yang sedang berjalan, bahan pertimbangan dapat menentukan dan menganalisa harga jual dalam usaha mencapai laba yang telah ditentukan.

Menurut (Blocher, Stout, 2011) analisis *Cost Volume Profit* memiliki banyak aplikasi:

1. Menetapkan harga jual produk dan jasa.
2. Memperkenalkan produk atau jasa yang baru.
3. Menggantikan sebuah peralatan.
4. Menentukan titik impas.
5. Memutuskan apakah produk atau jasa tertentu seharusnya dibuat atau dibeli.
6. Menentukan bauran produk terbaik.
7. Melakukan analisis strategis dengan menggunakan “bagaimana jika”.

Analisis *Cost Volume Profit* didasarkan pada model eksplisit mengenai hubungan antara tiga faktor yaitu biaya, penjualan, dan laba serta bagaimana perubahan dari ketiga faktor tersebut dengan cara yang dapat diprediksi ketika volume aktifitas juga berubah. Analisis *Cost Volume Profit* dapat membantu

manajemen dalam menemukan hubungan antara biaya dan pendapatan. Tujuan hubungan ini adalah menghasilkan laba. Laba yang dihasilkan perusahaan tergantung pada banyak faktor dan faktor, yang paling penting adalah biaya produksi dan volume penjualan. Kedua faktor tersebut mempunyai hubungan yang saling tergantung yaitu antara volume penjualan dan volume produksi, tentu saja volume produksi sangat berpengaruh terhadap biaya. Semakin besar volume produksi maka tentu biaya produksi juga semakin besar.

Menggunakan analisis *Cost Volume Profit* akan sangat membantu manajer mengetahui dampak dari perubahan volume penjualan atau biaya terhadap laba, berapa jumlah penjualan hingga mencapai titik impas dan target laba yang ditetapkan perusahaan. Dengan adanya analisis ini dapat dijadikan pedoman bagi manajer dan dapat membantu manajemen dalam membuat kalkulasi perencanaan laba untuk kegiatan dimasa yang akan datang serta membuat rencana penjualan yang harus dicapai perusahaan menjadi lebih akurat. Hal ini menjadikan keputusan yang akan di ambil manajemen dalam mencapai target laba lebih optimal dan terarah.

### **2.3.3 Asumsi Analisis *Cost Volume Profit***

Penggunaan suatu model tidak terlepas dari keterbatasannya yang artinya harus menggunakan asumsi-asumsi tertentu agar penggunaannya tidak keliru dan tepat sasaran sehingga tidak menimbulkan kesalahan dalam mengambil keputusan.

Berikut ini adalah asumsi-asumsi model *Cost Volume Profit* menurut (Sodikin, 2015) sebagai berikut:

1. Seluruh jenis biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variable. Apabila ada biaya campuran biaya tersebut harus dipisah menjadi biaya tetap dan biaya variable.
2. Fungsi beban total berbentuk garis lurus. Asumsi ini hanya benar apabila perusahaan memproduksi dalam kisaran relevan (*Relevant Range*)
3. Fungsi pendapatan total juga berbentuk garis lurus. Garis ini mengangap 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.
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.

Menurut (Garrison, 2013) beberapa asumsi yang mendasari analisis *Cost Volume Profit* adalah:

1. Harga jual adalah konstan. Harga produk atau jasa tidak akan berubah ketika volume berubah.
2. Biaya adalah linear dan dapat secara akurat dibagi menjadi elemen variabel dan tetap. Elemen variabel adalah konstan per unit dan elemen tetap adalah konstan secara total dalam rentang relevan.
3. Dalam perusahaan multiproduk, bauran penjualan adalah konstan.

4. Dalam perusahaan manufaktur, persediaan tidak berubah. Jumlah unit yang diproduksi sama dengan jumlah unit yang terjual.

Menurut (Samryn, 2012) penggunaan analisis *Cost Volume Profit* dalam sebuah organisasi bisnis didasarkan pada asumsi-asumsi bahwa:

1. Harga jual konstan sepanjang kisaran relevan tertentu.
2. Biaya bersifat linier dalam setiap kisaran relevan dan dapat dibagi secara akurat kedalam elemen-elemen biaya variabel dan biaya tetap.
3. Dalam perusahaan yang menghasilkan dan menjual banyak produk, bauran penjualannya konstan.
4. Dalam perusahaan pabrikan tingkat persediaan tidak berubah dalam pengertian bahwa selisih tingkat persediaan tingkat persediaan awal dan persediaan akhir periode signifikan.

#### **2.3.4 Hubungan Analisis *Cost Volume Profit* Dengan Perencanaan Laba**

Menurut (Mulyadi, 2016) analisis *Cost-Volume-Profit* merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Laba perusahaan dalam jangka pendek dipengaruhi oleh pendapatan (hasil kali volume penjualan dengan harga jual), biaya variabel, dan biaya tetap. Dalam perencanaan laba jangka pendek manajemen dihadapkan pada pertanyaan berikut ini “Bagaimana akibatnya terhadap laba, jika volume penjualan berubah?” perencanaan laba jangka pendek dilakukan manajemen dalam proses penyusunan anggaran, dalam proses penyusunan tersebut manajemen membutuhkan informasi

akuntansi diferensial, untuk mempertimbangkan dampak perubahan dari faktor-faktor perencanaan laba. Analisis *Cost Volume Profit* merupakan teknik yang menggunakan informasi akuntansi diferensial untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek.

Menurut (Carter, 2009) penyusunan perencanaan yang baik dengan menggunakan alat analisis untuk perencanaan laba akan menyediakan suatu gambaran mengenai faktor-faktor yang kemungkinan akan berdampak pada perubahan laba dalam menjalankan suatu kegiatan operasional perusahaan, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk mengukur hasil kegiatan apakah sudah mencapai laba optimal atau belum. Dengan perencanaan laba yang disusun dengan baik dapat dijadikan manajemen sebagai pedoman untuk mengendalikan kegiatan perusahaan serta landasan untuk memilih alternative tindakan atau penentuan kebijakan untuk kegiatan operasi perusahaan dimasa yang akan datang yang lebih terarah sehingga dapat memperkecil resiko kerugian atau perolehan laba dimasa yang kurang maksimal.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis *Cost Volume Profit* memiliki hubungan dengan perencanaan laba karena pada dasarnya analisis *Cost Volume Profit* merupakan suatu alat yang digunakan manajemen sebagai alat perencanaan laba yang dapat menghasilkan informasi mengenai faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam perencanaan laba, sehingga perusahaan dapat terbantu untuk membuat peramalan penjualan yang akan datang, biaya-biaya dan menambah ketepatan atau keakuran dalam peramalan tersebut sehingga keputusan yang akan diambil oleh manajemen juga lebih tepat dan telah teruji.

## **2.4 Dasar-Dasar Analisis *Cost Volume Profit***

### **2.4.1 Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)**

Hal pertama yang harus dilakukannya dalam melihat hubungan antara biaya volume laba suatu perusahaan dengan memahami dan melihat besarnya margin kontribusi yang diperoleh perusahaan tersebut. Besaran margin kontribusi yang diperoleh akan menentukan kecepatan perusahaan dalam menutupi biaya tetapnya dan kemampuannya dalam menghasilkan laba.

Menurut (Sodikin, 2015) margin kontribusi (*Contribution Margin*) merupakan selisih antara hasil penjualan dan seluruh komponen beban variabel (produksi, administrasi, dan penjualan) margin kontribusi positif menunjukkan bahwa hasil penjualan dapat digunakan untuk menutupi biaya variabel dan seluruh atau sebagian biaya tetap. Apabila margin kontribusi melebihi total biaya tetap, maka kelebihanannya merupakan laba, dan sebaliknya jika margin kontribusi lebih kecil dari total biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian. Namun ketika margin kontribusi sama nilainya dengan biaya tetap total maka perusahaan berada pada titik impas.

Menurut (Rudianto, 2013) margin kontribusi adalah selisih antara nilai penjualan dengan biaya variabelnya. Jumlah tersebut akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba periode tersebut. Semakin besar margin kontribusi yang diperoleh perusahaan dari setiap unit produk yang dijualnya, semakin cepat perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencapai biaya yang diinginkan. Semakin kecil margin kontribusi yang dihasilkan dari setiap unit produk yang dihasilkannya, semakin lama perusahaan menutupi biaya tetapnya dan mencapai laba yang diinginkan. Jika perusahaan telah menjual produknya sampai

jumlah tertentu dimana seluruh biaya tetapnya dapat ditutup, maka pada volume penjualan selanjutnya perusahaan tinggal memperoleh laba usaha.

Menurut (Garrison, 2013) margin kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan penjualan dikurangi beban variabel. Menurut (Lestari Wiwik, 2017) margin kontribusi adalah pendapatan penjualan dikurangi total biaya variabel. Margin kontribusi terlebih dahulu digunakan untuk menutup beban tetap dan sisanya akan menjadi laba. Jika margin kontribusi tidak cukup untuk menutup beban tetap perusahaan, maka yang akan terjadi kerugian untuk periode tersebut.

Menurut (Carter, 2009) margin kontribusi (*Contribution Margin*) atau laba marginal (*Marginal Income*) adalah selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel. Margin kontribusi dihitung dengan cara mengurangi biaya variabel, baik untuk biaya produksi maupun nonproduksi, dengan penjualan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan margin kontribusi adalah selisih antara penjualan dengan biaya variabel yang dikeluarkan perusahaan dimana sisanya tersebut untuk menutupi biaya tetap, jika masih berlebih maka di hitung laba jika kurang maka perusahaan menderita kerugian.

Untuk menghitung margin kontribusi dapat menggunakan rumus:

$$\text{Margin Kontribusi (Rp)} = \text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel}$$

*Sumber : Purnamasari, 2018*

$$\text{Contribusi Margin Ratio} = \frac{\text{Contribusi Margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

*Sumber: Purnamasari, 2018*

#### 2.4.2 Titik Impas (*Break Even Point*)

Salah satu bentuk analisis hubungan biaya, volume dan laba adalah analisis titik impas. Menurut (Halim Abdul, 2013) *Break Even Point* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut suatu kondisi usaha, pada saat perusahaan tidak memperoleh laba, tetapi tidak juga menderita kerugian. Dengan kata lain *Break Even Point* terjadi pada saat jumlah penghasilan perusahaan sama besarnya dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan. Dengan menganalisis *Break Even Point* perusahaan dapat mengetahui jumlah penjualan minimum (dalam unit produk ataupun satuan uang) agar perusahaan tidak menderita kerugian.

Menurut (Rudianto, 2013) *Break Even Point* adalah volume penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian tetapi juga tidak memperoleh laba sama sekali. *Break Even Point* akan memberikan informasi kepada manajemen perusahaan mengenai batas volume minimal penjualan yang harus dicapai, sehingga perusahaan dapat terhindar dari kerugian walaupun tidak mendapatkan laba, selain itu dengan *Break Even Point* dapat diketahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memenuhi keuntungan yang diinginkan.

Menurut (Kasmir, 2015) *Break Even Point* adalah suatu keadaan di mana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Dalam pengertian ini jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Menurut (Farid, 2016) *Break Even Point* adalah cara, alat, atau teknik yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) yang dari volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi. Dengan mengetahui *Break Even Point* manajemen perusahaan dapat mengidentifikasi tingkat penjualan yang disyaratkan agar

terhindar dari kerugian, dan diharapkan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk masa yang akan datang.

Menurut (Hansen/Mowen, 2017) *Break Even Point* adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol. Informasi *Break Even Point* sangat penting bagi manajemen karena dapat dijadikan sebagai peringatan apakah penjualan telah mencapai batas minimal yang harus dicapai dalam membuat anggaran penjualan untuk perencanaan laba periode yang akan datang. Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan pengertian *Break Even Point* adalah suatu kondisi dimana perusahaan tidak mendapat laba dan juga tidak menderita kerugian.

Analisis *Break Even Point* dapat digunakan sebagai pedoman bagi perusahaan dalam membuat perencanaan laba yang mampu memberikan informasi seperti:

1. Sebagai dasar dalam menetapkan harga jual yang wajar
2. Sebagai dasar untuk menetapkan jumlah penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
3. Dasar penentuan penjualan untuk memperoleh laba yang diharapkan.
4. Sebagai dasar bagi manajemen perusahaan dalam merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai perolehan laba tertentu.
5. Memungkinkan perusahaan mengetahui apakah mereka beroperasi dekat atau jauh dari titik impas.

Dengan memperhatikan makna titik impas dan margin kontribusi, kita dapat menganalisis lebih lanjut bahwa setiap penjualan satu unit di atas titik impas akan memberikan laba sebesar margin kontribusi per unit tersebut. Analisis ini memudahkan manajer untuk merencanakan jumlah unit yang harus dijual di atas

titik impas untuk mencapai sejumlah laba tertentu. Untuk menghitung titik impas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

a. Dalam dalam Rupiah

$$\text{Titik Impas (Rp)} = \text{Biaya Tetap} \times \frac{\text{Harga}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel Perunit}}$$

b. Dalam Unit

$$\text{Titik Impas (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel Perunit}}$$

### 2.4.3 Margin Keamanan (*Margin of Safety*)

Analisis Impas memberikan informasi mengenai berapa jumlah volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita kerugian. Jika angka impas dihubungkan dengan angka pendapatan yang di anggarkan atau pendapatan penjualan tertentu, akan diperoleh informasi berapa volume penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi. Menurut (Mulyadi, 2016) selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan impas merupakan angka *Margin of Safety*.

*Margin of Safety* menurut (Sodikin, 2015) adalah unit yang dijual atau yang diharapkan akan dijual di atas titik impas. *Margin of Safety* bisa dinyatakan dalam unit, Rupiah maupun persentase. Misalnya PTXYZ menjual 75 unit dan titik impasnya adalah 50 unit maka 25 unit merupakan *Margin of Safety*. Ketika *Margin of Safety* dinyatakan dalam persen misalnya 33,33% angka ini menunjukkan bahwa

volume penjualan masih diperkenankan untuk turun sebanyak 33,33% dari volume penjualan sekarang sebelum sampai ketitik impas.

Menurut (Carter, 2009) *Margin of Safety* mengindikasikan berapa banyak penjualan dapat turun dari tingkat yang di targetkan sebelum perusahaan mengalami kerugian. *Margin of Safety* merupakan kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi tentang apakah penjualan yang direncanakan sudah memadai. *Margin of Safety* akan memberikan informasi tentang seberapa jauh penjualan dapat turun dari rencana penjualan agar tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Menurut (Farid, 2016) margin pengaman atau (*Margin of Safety*) kelebihan penjualan yang dianggarkan atas volume penjualan impas. Dengan margin ini perusahaan dapat menentukan seberapa banyak penjualan boleh diturunkan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Menurut (Edi, 2013) *Margin of Safety* (Level Aman) adalah seberapa jauh penurunan penjualan yang dapat ditolerir dimana perusahaan masih aman dari ancaman kerugian sampai dengan titik impas.

Sehingga dari beberapa pengertian ahli di atas dapat disimpulkan *Margin of Safety* adalah selisih dari penjualan aktual dengan penjualan impas yang mana hasilnya merupakan sejauh mana penjualan boleh turun agar tidak menderita kerugian.

Dengan menentukan *Margin of Safety* dalam memproduksi suatu produk, kita dapat mengetahui seberapa besar volume penjualan yang telah direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Sehingga *Margin of Safety* memberikan informasi mengenai batas maksimum penurunan volume penjualan agar perusahaan tetap memperoleh laba.

Untuk menentukan *Margin of Safety* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

a. Dalam rupiah

$$\text{Margin Of Safety} = \text{Total Penjualan Yang Dianggarkan (Aktual)} - \text{Penjualan Titik Impas}$$

Sumber : Purnamasari, 2018

b. Dalam persentase

$$\text{Margin Of Safety} = \frac{\text{Margin Of Safety Rupiah}}{\text{Total Penjualan Yang Dianggarkan (aktual) dalam rupiah}}$$

Sumber : Purnamasari, 2018

#### 2.4.4 Leverage Operasi (*Operating Leverage*) atau *Degree of Operation*

##### *Leverage (DOL)*

Menurut (Sodikin, 2015) leverage operasi adalah ukuran besarnya penggunaan biaya tetap dalam sebuah perusahaan. Semakin tinggi biaya tetap, semakin tinggi *operating leverage* dan semakin besar juga sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan. Perusahaan yang mempunyai *operating leverage* tinggi akan mengalami peningkatan presentase yang besar dalam labanya jika terjadi sedikit saja peningkatan dalam penjualan. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki *operating leverage* yang rendah akan mengalami peningkatan persentase yang rendah dalam labanya jika terdapat peningkatan dalam penjualan.

Tingkat leverage operasi (*Degree of Operating Leverage*) menurut (Haris, 2016) ialah suatu ukuran, pada tingkat penjualan tertentu, tentang pengaruh persentase perubahan volume penjualan terhadap laba. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai *operating leverage* yang tinggi dalam struktur biayanya apabila biaya tetap relative lebih besar dari total biaya. Sedangkan *operating leverage* yang rendah akan terjadi apabila elemen biaya variabelnya relative lebih

besar dalam struktur biaya. Perusahaan yang memiliki *operating leverage* tinggi harus mencapai tingkat *Break Even Point* yang lebih tinggi. Hal ini dikarenakan dengan meningkatnya biaya tetap maka perusahaan pun harus meningkatkan volume penjualan agar bisa menutup semua biaya operasi.

Menurut (Edi, 2013) struktur biaya sangat mempengaruhi signifikan terhadap tingkat sensitifitas laba dengan perubahan volume atau aktifitas perusahaan. Sejah mana struktur biaya pada suatu entiti dibentuk dari elemen biaya tetap disebut dengan *operating leverage*. Suatu perusahaan dikatakan memiliki *high operating leverage* dalam struktur biayanya apabila biaya tetap memiliki porsi relative besar dari total *cost*. *Low operating leverage* akan terjadi apabila elemen biaya variabel membentuk porsi yang relatif lebih besar dalam struktur biaya.

Menurut (Mulyadi, 2016) *operating leverage* adalah satuan parameter yang memberikan ukuran dampak perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Dengan parameter ini, manajemen akan dengan cepat mengetahui dampak setiap usulan kegiatan yang menyebabkan perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih perusahaan.

Menurut (Garrison, 2013) *lverage operasi* adalah suatu ukuran tentang sensitivitas laba neto operasi terhadap perubahan persentase dalam nilai penjualan. Jika *lverage operasi* tinggi maka peningkatan persentase yang kecil dalam penjualan dapat menghasilkan peningkatan laba neto dalam persentase yang jauh lebih besar.

Sehingga dari beberapa pengertian *lverage operasi* tadi maka dapat disimpulkan, *lverage operasi* adalah satuan parameter yang memberikan ukuran pada tingkat penjualan tertentu, tentang pengaruh persentase perubahan volume

penjualan terhadap laba. Karena laba berubah sebanding dengan perubahan pendapatan, dengan demikian setiap perubahan pendapatan penjualan dapat diketahui dengan cepat dampak perubahannya terhadap laba bersih dengan menggunakan angka *operating leverage*, *operating leverage* dihitung dengan menggunakan rumus:

$$DOL = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

*Sumber: Sodikin, 2015*

#### **2.4.5 Analisis Target Laba**

Analisis target laba menurut (Garrison, 2013) analisis target laba (*target profit analysis*) adalah salah satu teknik analisis di dalam analisis *Cost Volume Profit* dimana analisis ini digunakan untuk menentukan volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba tertentu sesuai yang ditargetkan perusahaan. Menurut (Samryn, 2012) analisis target laba dalam hubungannya dengan biaya volume laba pada dasarnya sama dengan analisis titik impas. Perbedaannya terletak pada jumlah laba yang diperhitungkan dalam formulanya. Dalam perhitungan titik impas, analisis targe laba sama dengan nol, sementara dalam analisis target laba jumlah laba yang diperhitungkan disesuaikan dengan jumlah laba yang diinginkan, biasanya lebih besar dari nol.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan analisis target laba merupakan suatu teknik analisis yang ada dalam analisis *Cost Volume Profit* yang digunakan untuk menentukan volume penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan perusahaan.

Penjualan yang direncanakan dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Penjualan (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Mrgin Kontribusi Per Unit}}$$

*Sumber:(Sodikin, 2015)*

#### **2.4.6 Analisis Sensitivitas**

Dalam perencanaan, perlu diperhitungkan kemungkinan berubahnya salah satu variabel yang mempengaruhi besar kecilnya target laba. Menurut (Sodikin, 2015) model yang mempelajari dampak perubahan variabel independen terhadap target laba sebagai variabel dependen adalah analisis sensitivitas. Menurut (Hansen/Mowen, 2009) analisis sensitivitas adalah teknik “bagaimana-jika” yang menguji dampak dari perubahan asumsi-asumsi yang mendasarinya terhadap suatu jawaban.

Menurut (Blocher, Stout, 2011) analisis sensitivitas (*sensitivity analysis*) adalah nama untuk berbagai metode yang menelaah bagaimana perubahan jumlah unit jika faktor-faktor yang dilibatkan dalam memprediksi jumlah unit tersebut juga berubah. Sehingga dari beberapa pengertian analisis sensitivitas di atas dapat disimpulkan suatu model yang mempelajari bagaimana perubahan jika terjadi perubahan asumsi-asumsi.

##### **2.4.6.1 Perubahan Harga Jual**

Menaikkan harga jual adalah salah satu keputusan yang mungkin dilakukan oleh seorang manajer. Jika alternative ini dipenuhi, harus dipertimbangkan

kemungkinan terjadinya penolakan konsumen terhadap kenaikan harga jual tersebut. Penolakan tersebut akan mengakibatkan penurunan permintaan produk. Analisis *Cost Volume Profit* dapat membantu manajer untuk menentukan seberapa besar volume penjualan boleh turun tetapi masih dapat menutup biaya tetap total.

#### **2.4.6.2 Perubahan Biaya Variabel**

Perusahaan tidak selalu dapat menaikkan harga jual. Kemampuan pesaing dalam pasar dapat mencegah keputusan menaikkan harga jual tersebut jadi, untuk mempertahankan atau menaikkan target laba. Manajer harus mengurangi biaya, bukannya menaikkan harga jual. Biaya dapat dikurangkan dengan menggunakan lebih sedikit bahan-bahan yang mahal atau memodifikasi proses pembuatan produk untuk mengurangi biaya tenaga kerja langsung. Dua kemungkinan itu dapat mengurangi biaya variabel per unit.

#### **2.4.6.3 Perubahan Biaya Tetap**

Biaya tetap bisa saja berubah dari tahun anggaran ke tahun anggaran berikutnya. Seringkali manajemen mempertimbangkan kenaikan biaya tetap dengan mengharapkan kenaikan volume penjualan. Kenaikan biaya tetap misalnya kenaikan biaya iklan, yang dimana kenaikan biaya tetap tersebut dapat menaikkan penjualan. Kenaikan biaya tetap dapat mengubah titik impas dan tingkat volume penjualan untuk mencapai target laba tertentu.

#### **2.4.6.4 Perubahan Variabel Secara Simultan**

Dalam dunia nyata perubahan variabel sering terjadi lebih dari satu variabel yaitu variabel yang berubah secara bersamaan atau simultan. Perubahan ini akan

sangat berdampak kepada perencanaan laba perusahaan dimana perencanaan laba sendiri sangat erat kaitannya dengan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan

Untuk mengetahui dampak target laba terhadap perubahan-perubahan variabel tersebut dapat ditentukan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Px = a+bx+c$$

*Sumber: Halim Abdul, 2013*

Dimana:

P= Harga Jual,

x = Unit Penjualan

a = Biaya Tetap,

b = Biaya Variabel Per unit,

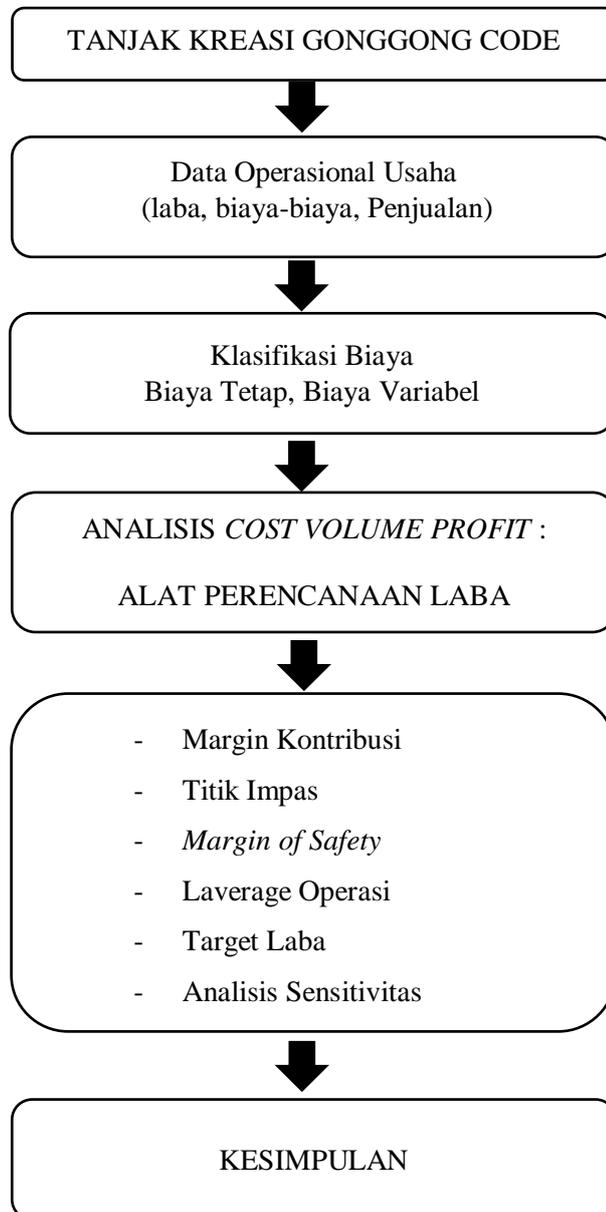
c = Laba

## **2.5 Kerangka Penelitian**

Kerangka penelitian merupakan suatu konsep didalam penelitian yang mengkaitkan visualisasi antara satu variabel dengan variabel yang lainnya, dengan begitu kerangka penelitian menjadi lebih tersusun secara sistematis selain itu juga kerangka penelitian juga disebut dengan garis besar penelitian yang akan dilakukan.

Dalam penelitian ini kerangka penelitiannya adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Penelitian**



*Sumber: konsep yang dikembangkan untuk penelitian, 2019*

## 2.6 Penelitian Terdahulu

1. Iva Dwi Wulandari, Mimit Primyastanto, and Tiwi Nurjannati Utami

Penelitian ini berjudul *Analisis Cost Volume Profit* Pada Usaha Pembenihan Ikan Lele Di Desa Maguan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Jenis penelitiannya yaitu deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil analisis *Cost Volume Profit* menunjukkan volume penjualan mengalami kenaikan dan laba, sedangkan biaya cenderung mengalami penurunan. Melihat hasil analisis tersebut perlu dilakukan perencanaan strategis untuk mencegah terjadinya penurunan laba pada periode berikutnya. Pada Analisis *Cost Volume Profit* ini digunakan alternatif strategi peningkatkan volume penjualan produk sebesar 2% serta pengurangan biaya variabel terpilih sebesar 5% yang akan menghasilkan laba sebesar Rp 115.233.994 dengan kondisi BEP pada Rp 4.463.340.

## 2. Jeriko Falentino Koraag dan Ventje Ilat

Penelitian ini berjudul *Analisis Cost-Volume-Profit* Untuk Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu “Ibu Siti”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan konsep *Cost-Volume-Profit* untuk perencanaan laba pada Pabrik Tahu “Ibu Siti”. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa titik impas tahun 2015 pada Pabrik Tahu “Ibu Siti” terjadi pada angka Rp.90.693.514 dengan penjualan sebanyak 226.735 tahu dan dengan *Margin of Safety* 86,9% dari penjualan dengan angka rupiah sebesar Rp.600.652.800.

## 3. Penelitian yang dilakukan Elizabeth Esternorlita Worotitjan dan Hendrik Manossoh

Penelitian ini berjudul *Analisis Cost-Volume-Profit* Untuk Perencanaan Laba Pada UD. Gunung Emas Manado. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *Cost-Volume-Profit* tahun 2014-2015 dan bagaimana perencanaan laba dengan menggunakan analisis *cost-volume-profit* tahun 2016 pada UD. Gunung

Emas Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan analisis *Cost-Volume-Profit* tahun 2014-2015 UD. Gunung Emas Manado mengalami penurunan laba (namun belum menderita kerugian) dikarenakan volume penjualan berkurang sementara biaya tetap naik. Melalui analisis *Cost-Volume-Profit* dapat diketahui penjualan minimum untuk mencapai laba yang ditargetkan tahun 2016.

#### 4. Dr. R. Kavitha

Penelitian ini berjudul *Cost Volume Profitability Analysis - An Empirical Study with Reference To Salem Steel Authority of India Limited (SAIL)*, atau Analisis *Cost Volume Profit* sebuah studi empiris di Salem Steel Authority of India Limited, penelitian ini untuk mengukur posisi profitabilitas melalui analisis BEP. Untuk memenuhi tujuan tersebut, peneliti telah mengambil data keuangan sepuluh tahun dari periode 2005-2006 hingga 2014-2015 dalam bentuk data sekunder. Dari hasil, rasio *profit volume* dari 2005-06 ke 2014-15 secara bertahap meningkat dan titik impas menunjukkan tingkat memuaskan sehubungan dengan semua tingkat volume penjualan dalam semua sepuluh tahun. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa analisis *Cost Volume Profit* digunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memanfaatkan teknologi canggih untuk mengurangi biaya produksi dan biaya upah untuk tujuan meningkatkan profitabilitas volume, tidak hanya terhadap investasi, tetapi juga dari sudut pandang pengembalian investor.

#### 5. Navaneeta et al

Penelitian ini berjudul *Analysis of Cost Volume Profit of Nestle (Study case in Nestle Company India)*. Penelitian ini menggunakan analisis rasio dan *Break Even*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis volume keuntungan dari *Steel Plant*

*Salem* (SAIL) dan Untuk mengidentifikasi pengaruh impas untuk *Salem Steel Plant* (SAIL). Hasil dari penelitian ini yaitu Rasio *Profit Volume* menunjukkan hubungan antara kontribusi dan penjualan rasio *Profit Volume* dari *Salem Steel Plant* rendah pada tahun 2007-08 dan tinggi pada tahun 2011-2012. Oleh karena itu rasio *Profit Volume* 2005-06 ke 2014-15 secara bertahap meningkat, rasio *Profit Volume* yang tinggi menunjukkan profitabilitas yang tinggi dan rasio *Profit Volume* rendah menunjukkan profitabilitas rendah. Untuk mengidentifikasi pengaruh titik impas, BEP dihitung hubungan antara pendapatan dan biaya sehubungan dengan volume. Hal ini ditemukan bahwa tahun 2005-06 ke 2014-15 titik impas menunjukkan tingkat yang memuaskan sehubungan dengan semua tingkat volume penjualan. Selain itu, peneliti telah menghitung *Margin of Safety* untuk mengetahui bagaimana tingkat risiko bisnis. Hal ini ditemukan bahwa margin keselamatan yang tinggi (42,38) pada tahun 2006-07 dan margin keselamatan rendah (17,23) pada tahun 2013- 14. Oleh karena itu perusahaan harus berkonsentrasi volume penjualan untuk mengurangi kerugian / risiko.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang diterapkan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya *independent* tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain (V. Wiratna Sujarweni, 2015). Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu.

Menurut (Sugiyono, 2010) adalah metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sample filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **3.2 Jenis Dan Sumber Data**

Sumber data adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis data dan sumber data diantaranya yaitu:

1. Data primer: data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

Data yang diperoleh dari data primer harus diolah lagi. Sumber data yang

langsung memberikan data kepada pengumpul data. Peneliti melakukan wawancara dengan *owner* dari Tanjak Kreasi Gonggong Code, melakukan wawancara secara langsung tanpa perantara alat komunikasi.

2. Data sekunder: data yang didapat dari catatan, buku dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. Data sekunder yang peneliti dapatkan berupa laporan hasil penjualan dan laporan biaya-biaya yang dikeluarkan Tanjak Kreasi Gonggong Code selama tahun 2018 selain itu peneliti juga menggunakan buku-buku.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi. Oleh karena itu tahap pengumpulan data tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan cermat sesuai prosedur dan ciri-ciri penelitian. Jika salah dalam metode pengumpulan data akan berakibat fatal, yakni berupa data yang tidak mempunyai kredibilitas, sehingga hasil penelitiannya tidak bisa di pertanggungjawabkan kebenarannya. Hasil penelitian yang demikian sangat berbahaya terlebih jika dipakai sebagai dasar pertimbangan untuk mengambil kebijakan publik. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan beberapa metode:

#### 1. Wawancara

Menurut (V. Wiratna Sujarweni, 2015) proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa bertatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara wawancara pewawancara dengan orang yang diwawancarai dengan atau tanpa pedoman.

#### 2. Observasi

Menurut (Haris Herdiansyah, 2010) observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Inti dari observasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Perilaku yang tampak berupa perilaku yang dapat dilihat langsung oleh mata, dapat didengar, dapat dihitung, dan dapat diukur.

#### 3. Studi Pustaka

Metode pengambilan data ini digunakan untuk mendapatkan keterangan yang lebih akurat dan jelas mengenai analisis *Cost Volume Profit* untuk perencanaan laba.

#### 4. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan sumber non manusia (*non human resources*) diantaranya yaitu dokumen, dan bahan statistik

### **3.4 Definisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional Variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi mengenai definisi variabel yang digunakan peneliti, dengan demikian,

variabel yang telah diidentifikasi perlu didefinisi agar dapat dianalisis dan diukur besarnya. Dalam definisi operasional ini, variabel yang akan diamati dalam penyusunan penelitian ini adalah:

1. Margin kontribusi (Rp), merupakan pendapatan penjualan dikurangi total biaya variabel.
2. Total penjualan, merupakan Jumlah keseluruhan hasil penjualan yang diterima oleh perusahaan.
3. Total biaya variabel, merupakan jumlah keseluruhan dari biaya variabel yang dikeluarkan perusahaan.
4. Penjualan, merupakan hasil dari kegiatan pertukaran suatu barang atau jasa antara penjual dan pembeli yang dapat diukur dalam satuan moneter
5. *Contribution margin ratio* adalah bagian dari setiap rupiah penjualan yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.
6. Biaya tetap total, adalah biaya yang cenderung bersifat konstan tidak berubah untuk suatu periode tertentu yang tidak berpengaruh kepada tingkat kegiatan output dan aktivitas perusahaan. Maka Biaya tetap total yaitu jumlah keseluruhan biaya tetap yang dikeluarkan suatu perusahaan selama periode tertentu.
7. Biaya variabel, merupakan biaya yang secara total selalu mengalami perubahan searah dan sebanding dengan perubahan tingkat kegiatan output atau aktivitas tetapi jumlah perunitnya tetap.
8. Titik impas (Rp), jumlah penjualan yang harus diterima perusahaan agar perusahaan tersebut tidak menderita kerugian.

9. Harga jual perunit produk, Harga Jual adalah Sejumlah uang yang diterima perusahaan yang dibebankan kepada pembeli atas barang atau jasa yang terjual per satu unitnya.
10. Titik impas unit, unit penjualan minimum perusahaan agar perusahaan tersebut tidak menderita kerugian.
11. Penjualan titik impas, penjualan yang harus dilakukan perusahaan agar perusahaan tersebut tidak menderita kerugian.
12. Total penjualan yang dianggarkan atau aktual, jumlah penjualan yang direncanakan perusahaan atau jumlah keseluruhan penjualan yang di terima perusahaan.
13. *Margin of Safety* (Rp) kelebihan penjualan yang dianggarkan atas volume penjualan impas dalam bentuk nilai moneter atau uang.
14. *Margin of Safety* (%) kelebihan penjualan yang dianggarkan atas volume penjualan impas dalam bentuk persentase.
15. Laba bersih, merupakan kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi total biaya yang dikeluarkan perusahaan
16. *DOL (degree of operation leverage)*, ialah suatu ukuran, pada tingkat penjualan tertentu, tentang pengaruh persentase perubahan volume penjualan terhadap laba.
17. Target laba Target Laba, merupakan sejumlah laba yang diinginkan suatu perusahaan untuk dicapai.
18. Biaya tetap, biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah untuk suatu periode tertentu.

19. Margin kontribusi per unit, selisih antara nilai penjualan dengan biaya variabelnya dalam satuan unit.
20. Penjualan unit, merupakan hasil dari kegiatan pertukaran suatu barang atau jasa suatu perusahaan dalam satuan unit.
21. P adalah harga jual, yaitu jumlah yang dapat diperoleh dari dari penjualan barang dagangan baik berupa barang atau jasa.
22. X adalah unit penjualan yaitu jumlah barang dagangan yang terjual oleh perusahaan dalam satuan unit.
23. a adalah biaya tetap biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah untuk suatu periode tertentu.
24. b adalah biaya variabel per unit, biaya variabel perunit yaitu semua biaya yang dikeluarkan perusahaan perunitnya dimana biaya yang dimaksud yaitu biaya yang termasuk kepada biaya yang berubah sebanding dengan perubahan output atau aktivitas perusahaan tersebut.
25. c adalah laba yaitu selisih total pendapatan (*revenue*) dikurangi biaya-biaya (*ekspenses*) dari kegiatan usaha perusahaanyang diperoleh selama periode tertentu.

### **3.5 Teknik Pengolahan Data**

Pada penelitian ini teknik pengolahan data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yang diolah dengan pendekatan deskriptif, yang menggambarkan fenomena yang diteliti secara detail, sistematis, faktual, dan akurat dengan menggunakan tahap-tahap penelitian, guna memberikan jawaban terhadap suatu

masalah atau mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan luas terhadap suatu fenomena yang diteliti. Teknik pengolahan data pada penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menganalisis data dari laporan penjualan, laporan biaya-biaya yang dikeluarkan selama tahun 2018 kemudian data tersebut di olah dengan menggunakan alat analisis *Cost Volume Profit* yang digunakan untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba dan membantu pengambilan keputusan.

Berdasarkan pokok permasalahan dan tujuan penelitian, maka dalam penelitian ini untuk menganalisa dan mengolah data dengan tepat maka peneliti menggunakan enam metode analisis yang digunakan sebagai alat hitung analisis data nantinya yang berhubungan dengan biaya tetap, biaya variabel dan volume penjualan pada Tanjak Kreasi Gonggong Code maka metode analisis yang digunakan sebagai berikut:

### 3.5.1 Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

$$\text{Margin Kontribusi (Rp)} = \text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel}$$

*Sumber:Purnamasari, 2018*

$$\text{Contribusi Margin Ratio} = \frac{\text{Contribusi Margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

*Sumber:Purnamasari, 2018*

### 3.5.2 Titik Impas (*Break Even Point*)

$$\text{Titik Impas (Rp)} = \text{Biaya Tetap} \times \frac{\text{Harga}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel Perunit}}$$

$$\text{Titik Impas (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{Biaya Variabel Perunit}}$$

### 3.5.3 Margin Keamanan (*Margin of Safety*)

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

Sumber:Purnamasari, 2018

$$\text{MOS (\%)} = \frac{\text{Margin Of Safety Rupiah}}{\text{Total Penjualan Yang Dianggarkan (aktual) dalam rupiah}}$$

Sumber:Purnamasari, 2018

### 3.5.4 Lverage Operasi (*Operating Leverage*)

$$\text{DOL} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

Sumber:Sodikin, 2015

### 3.5.5 Target Laba

$$\text{Penjualan (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{CMR}}$$

Sumber:Purnamasari, 2018

### 3.5.6 Analisis Sensitivitas

$$Px = a+bx+c$$

Sumber:Halim Abdul, 2013

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu menyajikan rangkuman nilai yang dihitung berdasarkan data yang tersedia atau data yang disimpulkan.

Tahap-tahap analisis data yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah pengelompokkan antara biaya tetap dan biaya variabel, melakukan perhitungan *Contribution margin*, menghitung nilai BEP, *Margin of Safety* dan *operating leverage* dan Target Laba serta dan melakukan analisis sensitivitas yang akan digunakan sebagai perencanaan laba dan sebagai pertimbangan manajemen dalam pengambilan keputusan pada Tanjak Kreasi Gonggong Code kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariek Edhonanta Parade. (2013). *Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada UD. Hartono Putra Balung Jember*.
- Bastian, B. (2009). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Kencana.
- Blocher, Stout, C. (2011). *Manajemen Biaya- Penekanan Strategi* (Edisi 5). Jakarta: Salemba Empat.
- Bustian Bustami, N. (2012). *Akuntansi Biaya* (Edisi 3). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Caesya. (2017). *Analisis Biaya Volume Lba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada CV Indah Surya Paper Kota Batam*.
- Carter, W. K. (2009). *Akuntansi Biaya* (Edisi 14). Jakarta.
- Daryono. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Ytama Widya.
- Dunia, F. A. (2013). *Pengantar Akuntansi* (Edisi Keem). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Edi, H. (2013). *Akuntansi Manajerial-Suatu Orientasi Praktis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Erina, P. (2013). *Penerapan Cost-Volume-Profit Analisis Untuk Evaluasi Pencapaian Laba Pada PT Fast Food Indonesia, Tbk*. 12.
- Farid, K. R. S. & M. (2016). *Akuntansi Manajemen- Alat Pengukuran dan Pengambilan Keputusan Manajerial*. Jakarta.
- Garrison, D. (2013). *Akuntansi Manajerial-Managerial Accounting* (Edisi 14-B). Jakarta.
- Halim Abdul, D. (2013). *Akuntansi Manajemen* (Edisi 2). Yogyakarta: BPFPE.
- Hansan/Mowen. (2009). *Akuntansi Manajerial* (Edisi 2). Jakarta.
- Hansen/Mowen. (2009). *Akuntansi Majerial* (Edisi 8). Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen/Mowen. (2017). *Akuntansi Manajerial* (Edisi 8). Jakarta: Salemba Empat.
- Haris, S. (2016). *Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Browchyl Brownis Pisang Khas Makasar*.
- Haris Herdiansyah. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif -untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta.
- Hartati, N. (2017). *Akuntansi Biaya-Pengantar Dr.H. Rachmat, M.Si*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Hery. (2009). *Akuntansi Keuangan Menengah I* (Edisi 1). Jakarta: PT Bumi Aksara.

- IAI. (2016). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (Edisi 1). Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntansi Indonesia Grha Akuntan.
- Indra Mahardika Putra. (2018). *Akuntansi Biaya - Panduan Lengkap Analisis Biaya dan Perhitungan Harga Pokok Penjualan* (Edisi 1). Yogyakarta: Quadrant.
- Islahuzzaman, D. (2012). *Istilah-Istilah Akuntansi & Auditing* (Edisi 1). Jakarta: Bumi Aksara.
- Iva Dwi Wulandari, D. (2018). *Analisis Cost Volume Profit Pada Usaha Ikan Lele (Clarias sp.) Di Desa Maguan, Kabupaten Malang Jawa Timur*. 13.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi 1). Jakarta: Rajawali Pers.
- Kautsar. (2013). *Akuntansi Biaya Pendekatan Produk Costing*. Jakarta Barat: Akademia Permata.
- Lestari Wiwik, dan P. B. D. (2017). *Akuntansi Biaya Dalam Perspektif Manajerial* (Edisi 1). Depok: Rajawali Pers.
- Mulyadi. (2010). *Akuntansi Biaya* (edisi ke 5). Yogyakarta: BPFEE.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya* (Edisi Ke 5). Yogyakarta: Unit Penerbitan dan percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Manajemen- Konsep Manfaat & Rekayasa* (Edisi 3). Yogyakarta: Salemba Empat.
- Munawaroh, S. (2016). *Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD Mentari Pasuruan*.
- Mursyidi. (2010). *Akuntansi Biaya - Conventional, Just In Time dan Activity Based Costing* (Arken, ed.). Bandung.
- Novita, M. (2019). *Analisis Penetapan Cost-Volume-Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Yang Diharapkan Pada UD. Sinar Permai Indah Kab. Bintan*.
- Nurlela, B. B. dan. (2013). *Akuntansi Biaya* (Edisi 4). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Purnamasari, U. (2018). *Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada PD. Adi Anugrah " Food Industry" Tanjungpinang*.
- Rudianto. (2009). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen* (S. Suryadi, ed.). Jakarta: Erlangga.
- Samryn. (2012). *Akuntansi Manajemen-Informasi Biaya Untuk MengendalikanAktivitas Operasi & Investasi* (Edisi 1). Jakarta: Kharisma

Putra Utama.

Siregar Baldric. (2018). *Akuntansi Biaya* (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.

Sodikin, S. S. (2015). *Akuntansi Manajemen Sebuah Pengantar* (edisi 5). Yogyakarta: Unit Penerbitan dan percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supriyono. (2016). *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok* (Edisi 2). Yogyakarta: BPFE.

Surjadi, L. (2013). *Akuntansi Biaya*. Jakarta Barat: Permata Puri Media.

V. Wiratna Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Barupress.

CURRICULUM VITAE



Nama : Sindy Aulia  
Tempat/ Tanggal Lahir : Bukittinggi/ 07 April 1996  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Belum Menikah  
Nomor HP : 081218869091  
E-mail : Sindy7496@gmail.com  
Alamat : JL. Brigjen Katamso, Kp. Melati, No.45

Riwayat Pendidikan

1. TK Pertiwi Koto Hilalang : 2000-2002
2. SD Negeri 29 Koto Hilalang : 2002-2008
3. MTs Negeri Candung : 2008-2011
4. SMK Negeri 1 Baso : 2011-2014
5. STIE Pembangunan Tanjungpinang : 2015-2019