

**ANALISIS PERENCANAAN LABA PADA PT. ACE HARDWARE
INDONESIA TBK DENGAN MENGGUNAKAN METODE
*COST-VOLUME-PROFIT (CVP)***

SKRIPSI

Dewi Milanda

NIM : 17622057



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2022**

**ANALISIS PERENCANAAN LABA PADA PT. ACE HARDWARE
INDONESIA TBK DENGAN MENGGUNAKAN METODE
*COST-VOLUME-PROFIT (CVP)***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi

OLEH

Dewi Milanda

NIM : 17622057

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISIS PERENCANAAN LABA PADA PT. ACE HARDWARE
INDONESIA TBK DENGAN MENGGUNAKAN METODE
COST-VOLUME-PROFIT (CVP)

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan

Tanjungpinang

Oleh :

NAMA : DEWI MILANDA

NIM : 17622057

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

Ranti Utami, SE., M.Si., Ak., CA

NIDN. 1004117701 / Lektor

Afriyadi, ST., M.E

NIDN. 1003057101 / Asisten Ahli

Menyetujui,

Ketua Program Studi,

Hendy Satria, SE., M.Ak

NIDN. 1015069101 / Lektor

Skripsi Berjudul
ANALISIS PERENCANAAN LABA PADA PT. ACE HARDWARE
INDONESIA TBK DENGAN MENGGUNAKAN METODE
COST-VOLUME-PROFIT (CVP)

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : DEWI MILANDA
NIM : 17622057

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Dua Puluh Empat Januari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua dan
dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,

Sekretaris,

Ranti Utami, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN. 1004117701 / Lektor

Charliy Marlinda, SE., M.Ak.Ak.CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

Anggota

M. Isa Alamsyahbana, S.E., M.ak
NIDN. 1025129302 / Asisten Ahli

Tanjungpinang, 24 Januari 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang
Ketua,

Charliy Marlinda, SE., M.Ak.Ak.CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : Dewi Milanda
NIM : 17622057
Tahun Angkatan : 2017
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,33
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Analisis Perencanaan Laba Pada PT. Ace Hardware
Indonesia TBK Dengan Menggunakan Metode
Cost-Volume-Profit (CVP)

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

Tanjungpinang, 24 Januari 2022

Penyusun

DEWI MILANDA
NIM : 17622057

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kuucapkan kepada Allah SWT atas semua kesempatan, kesehatan, serta rahmat-Nya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang tak luput dari kekurangan dan kesalahan. Rasa syukur saya dengan adanya peran keluarga dan orang sekitar atas doa dan dukungannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Untuk itu kupersembahkan karya sederhana ini kepada semua orang yang sangat saya sayangi dan cintai

Papa (Alm) dan Ibu Tercinta

Terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada mama atas doa yang tiada henti-hentinya dan dukungan kepada saya. Terima kasih juga atas segala *support* dan doa yang selalu diberikan dalam setiap langkah saya. Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat membuat papa dan mama bangga atas pencapaian saya dalam dunia pendidikan.

Abang dan Kakak Tersayang

Terima kasih kepada abangku Dandi Irwanto, Dedi Saputra, Asep Shaifudin dan kakaku Delfi Agustina, yang telah memberikan dorongan dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi hingga selesai. Semoga kalian bangga atas

Sahabat-Sahabat Pejuang Skripsi

Terima kasih kepada kalian yang selalu memberikan dukungan dan semangat hingga akhir.

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:5)

“Discipline is choosing between what you want now and what you want most”

- Abraham Lincoln

*“Jika tidak dapat melakukan hal besar
Lakukan hal kecil dengan cara yang besar”*

“Believe in yourself and you will be unstoppable”

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas ridho dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PERENCANAAN LABA PDA PT. ACE HARDWARE INDONESIA TBK DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COST-VOLUME-PROFIT (CVP)*”** yang merupakan salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar kesarjanaan Strata 1 (S1) Program Studi Akuntansi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan.

Dalam penulisan ini, penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan lainnya, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran membangun dari semua pihak yang turut membantu hingga akhir penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-sebesarannya kepada :

1. Ibu Charly Marlinda, S.E.,M.Ak.,CA, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, SE. M.Si. Ak. CA, selaku Wakil Ketua 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. Sekaligus selaku pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Sri Kurnia, SE. Ak. M.Si. CA, selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

4. Bapak Ir. Imran Ilyas, MM, selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, SE. M.Ak. selaku Ketua Program Studi SI Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Ibu Ranti Utami, SE. M.Si. Ak. CA, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan kritik serta saran yang membangun demi terselesainya skripsi ini.
7. Bapak Afriyadi, ST., ME, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu tercinta Hj. Normin yang selalu memberikan semangat, nasihat, serta doa kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
9. Almarhum Bapak tercinta, Bapak terhebat yang penulis sayangi dan milikin.
10. Abang Tersayang Dandi Irwanto, Dedi Saputra, Asep Shaifudin dan Kakak terkasih Delfi Agustina, yang selalu memberikan dukungan dan nasihat kepada penulis.
11. Shelly, Silvia Putri dan Annisa Amrya, sahabat tercinta yang selalu memberikan bantuan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Muhamad Fahrur Rozi, terima kasih selalu mendengarkan cerita penulis, selalu memotivasi dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Untuk saya sendiri Dewi Milanda, terima kasih kepada kamu sudah mampu bertahan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh jajaran Staf BAAK dan Staf BAUK Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
15. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti semasa perkuliahan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat untuk semua pembaca, khususnya Mahasiswa-mahasiswi Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Tanjungpinang, 07 Januari 2022

Penulis

DEWI MILANDA

NIM : 17622057

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESANAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSRTACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Masalah	7
1.5 Manfaat Masalah	8
1.5.1 Kegunaan Ilmiah.....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.6 Sistematis Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perencanaan Laba	11
2.1.1 Definisi Perencanaan Laba	11
2.1.2 Manfaat dan Keunggulan Perencanaan Laba	12
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Perencanaan Laba	13
2.2 Biaya Volume Laba	14

2.2.1	Definisi Biaya	14
2.2.2	Klasifikasi Biaya	15
2.2.3	Definisi Volume Penjualan	18
2.2.4	Definisi Laba	19
2.3	Analisis <i>Cost Volume Profit</i>	20
2.3.1	Definisi Analisis <i>Cost Volume Profit</i>	20
2.3.2	Manfaat Analisis <i>Cost Volume Profit</i>	21
2.3.3	Asumsi Analisis <i>Cost Volume Profit</i>	22
2.3.4	Hubungan Analisis <i>Cost Volume Profit</i> Dengan Perencanaan Laba	23
2.4	Dasar-Dasar Analisis <i>Cost Volume Profit</i>	24
2.4.1	Margin Kontribusi (<i>Contribution Margin</i>)	24
2.4.2	Titik Impas (<i>Break Even Point</i>)	26
2.4.3	Margin Keamanan (<i>Margin of Safety</i>)	28
2.4.4	<i>Degree of Operating Leverage</i> (DOL)	29
2.4.5	Analisis Target Laba	31
2.5	Kerangka Penelitian	32
2.6	Penelitian Terdahulu	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Jenis Data	36
3.2.1	Data Sekunder	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4	Teknik Pengolahan Data	38
3.5	Teknik Analisis Data	38
3.5.1	Margin Kontribusi (<i>Contribution Margin</i>)	39
3.5.2	Titik Impas (<i>Break Even Point</i>)	40
3.5.3	Margin Keamanan (<i>Margin Of Safety</i>)	40
3.5.4	<i>Degree of Operating Leverage</i> (DOL)	41
3.5.5	Analisis Target Laba	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	43
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.2 Penyajian Data	56
4.1.3 Analisis Dasar-Dasar CVP	65
4.2. Pembahasan Penelitian	71
4.2.1 Analisis Margin Kontribusi	71
4.2.2 Analisis <i>Break Even Point</i>	72
4.2.3 Analisis <i>Margin Of Safety</i>	74
4.2.4 Analisis <i>Degree of Operating Leverage (DOL)</i>	76
4.2.5 Analisis Target Laba	77

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Voume Penjualan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020	4
2.	Beban Usaha PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020.....	4
3.	Volume Penjualan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019.....	56
4.	Volume Penjualan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2020.....	57
5.	Persentase Volume Penjualan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019	58
6.	Persentase Volume Penjualan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2020	59
7.	Daftar Biaya PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020	60
8.	Rincian Biaya PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019	62
9.	Rincian Biaya PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2020	63
10.	<i>Contribusi Margin</i> PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020...	66
11.	<i>Contribusi Margin Rasio</i> PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020	66
12.	Laba Operasi PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020	
13.	BEP PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020.....	67
14.	<i>Margin Of Safety</i> Rp PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020	68
15.	<i>Margin Of Safety%</i> PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020 .	69
16.	DOL PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020.....	70
17.	Target Laba PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020	71
18.	Margin Kontribusi, Margin Kontribusi Ratio dan Laba Bersih PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020.....	71
19.	<i>Break Even Point</i> PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020.....	72
20.	<i>Margin Of Safety</i> PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020	74
21.	<i>Degree of Operating Leverage</i> PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020	76
22.	Target Laba PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020	77

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	32
2.	Struktur Organisasi PT. Ace Hardware Indonesia Tbk	47

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran
Lampiran 1 :	Volume Penjualan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020
Lampiran 2 :	Beban Pokok Penjualan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-202-
Lampiran 3 :	Beban Usaha (Beban Penjualan) PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019
Lampiran 4 :	Beban Usaha (Beban Umum dan Administrasi) PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019
Lampiran 5 :	Beban Usaha (Beban Penjualan) PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2020
Lampiran 6 :	Beban Usaha (Beban Umum dan Administrasi) PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2020
Lampiran 7 :	Laporan Laba Rugi PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020
Lampiran 8 :	Tes Plagiat

ABSTRAK

ANALISIS PERENCANAAN LABA PADA PT. ACE HARDWARE INDONESIA TBK DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COST-VOLUME- PROFIT* (CVP)

Dewi Milanda 17622057 Akuntansi STIE Pembangunan Tanjungpinang
dmilanda19@gmail.com

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perencanaan laba dengan menggunakan metode CVP sebagai dasar perencanaan laba yang diharapkan perusahaan untuk masa yang akan datang.

Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah sekunder yang didapatkan dari data yang tersedia di perusahaan seperti profil perusahaan, stuktur organisasi, volume penjualan, dan data biaya yang digunakan oleh perusahaan. Analisis data yang digunakan yaitu analisis kontribusi margin, analisis BEP, analisis margin pengaman, analisis *degree of operating leverage*, dan analisis target laba.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya beberapa kenaikan dan penurunan dalam hasil analisis perencanaan laba menggunakan metode CVP yaitu, volume penjualan yang mengalami penurunan, margin kontribusi menurun yang menyebabkan laba yang diperoleh menjadi rendah. Analisis BEP menunjukkan perusahaan masih dapat mencapai penjualan impas, perusahaan masih dapat menghasilkan laba walaupun mengalami penurunan. *Margin of safety* yang diperoleh perusahaan juga mengalami penurunan yang menyebabkan jumlah batas penurunan penjualan perusahaan menjadi semakin kecil. *Degree of operating leverage* yang meningkat. Dan analisis target laba menunjukkan pada tahun 2020 perusahaan masih belum berhasil mencapai target laba yang diharapkan. Target laba untuk tahun selanjutnya yaitu sebesar Rp.2.282.306.759.864 dengan adanya perencanaan laba diharapkan dapat mempermudah PT. Ace Hardware Indonesia Tbk untuk mencapai laba tersebut.

Kata Kunci : Perencanaan Laba dan *Cost-Volume-Profit* (CVP)

Dosen Pembimbing 1 : Ranti Utami, SE. M.Si. Ak. CA

Dosen Pembimbing 2 : Afriyadi, ST., ME

ABSTRACT

ANALYSIS OF PROFIT PLANNING IN PT. ACE HARDWARE INDONESIA TBK USING METHOD The *COST-VOLUME-PROFIT* (CVP)

Dewi Milanda 17622057 Accounting STIE Pembangunan Tanjungpinang
dmilanda19@gmail.com

Purpose of this study is to determine profit planning using the CVP method as the basis for planning the company's expected profits for the future.

The method used is descriptive qualitative analysis. The type of data used is secondary obtained from data available in the company such as company profile, organizational structure, sales volume, and cost data used by the company. Analysis of the data used are contribution margin analysis, BEP analysis, margin of safety analysis, degree of operating leverage analysis, and profit target analysis.

The results of this study indicate that there are several increases and decreases in the results of profit planning analysis using the CVP method, namely, decreased sales volume, decreased contribution margin which causes low profits. BEP analysis shows the company can still achieve break-even sales, the company can still generate profits even though it has decreased. The margin of safety obtained by the company also decreased which caused the number of limits on the company's sales to decrease. Degree of operating leverage Increased. And the profit target analysis shows that in 2020 the company still has not succeeded in achieving the expected profit target. The profit target for the following year is Rp. 2,282,306,759,864 with the profit planning, it is expected to make it easier for PT. Ace Hardware Indonesia Tbk to achieve this profit.

Keywords : Profit Planning and *Cost-Volume-Profit* (CVP)

Advisor 1 : Ranti Utami, SE. M.Si. Ak. CA

Advisor 2: Afriyadi, ST., ME

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya dunia usaha menyebabkan persaingan dunia bisnis ke arah persaingan yang semakin ketat, sehingga menuntut kalangan usaha untuk meningkatkan kualitas dan kemampuannya. Pada hakikatnya setiap bisnis mengharapkan perkembangan dari usahanya, termasuk tujuan perusahaan yaitu untuk mencapai keuntungan yang diinginkan.

Upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut dapat diukur dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Laba sering digunakan sebagai ukuran berhasil atau tidaknya suatu perusahaan. Laporan laba periodik menjadi dasar untuk mengukur seberapa efektif perusahaan mencapai tujuannya dalam batas waktu yang telah ditentukan.

Setiap perusahaan pasti menggunakan laporan keuangan agar perusahaan dapat berfungsi dengan baik. Laporan keuangan perusahaan dijadikan dasar untuk mengetahui berapa besar keuntungan dan kerugian yang dihasilkan dalam kurun waktu harian, mingguan, bulanan, bahkan tahunan. Dengan membaca laporan keuangan pengambil keputusan dapat melihat kemampuan perusahaan agar memperoleh potensi keuntungan yang lebih besar pada masa depan.

Pengambilan keputusan dapat mempertimbangkan dan menilai aspek yang ada agar keputusan tersebut dapat mencapai tujuan perusahaan dalam perkembangan dan pencapaiannya. Oleh karena itu, perlu dilakukan beberapa langkah perencanaan untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan perencanaan

yang baik, perkiraan berapa banyak keuntungan yang bisa diperoleh dapat dihasilkan dengan lebih optimal. Adapun beberapa langkah perencanaan yang dapat diambil adalah :

- a. Menjaga biaya operasional seminimal mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
- b. Menentukan tingkat harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang diinginkan.
- c. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Beberapa langkah di atas merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini karena langkah-langkah tersebut memiliki aspek manajerial dalam pengambilan keputusan yang akan mempengaruhi laba, yaitu: *Cost*, *Volume*, dan *Profit*.

Cost atau biaya adalah sumber daya ekonomi yang berupa sejumlah uang yang dikorbankan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang diharapkan dapat dinikmati sekarang atau di masa depan. Sedangkan *volume* adalah jumlah banyak barang yang akan diproduksi atau dijual oleh perusahaan. Kemudian *profit* adalah selisih antara semua pendapatan dan semua pengeluaran yang dikeluarkan perusahaan dalam kegiatan usahanya. Oleh karena itu, dalam menentukan perencanaan laba perusahaan harus memperhatikan ketiga aspek tersebut agar dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba yang optimal. Untuk melakukan perencanaan laba perusahaan dapat menggunakan metode analisis *Cost- Volume-Profit (CVP)*.

Metode analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) adalah metode analisis yang menggabungkan semua informasi keuangan berdasarkan pendapatan dan pengeluaran hingga volume bisnis. Metode membantu manajer dengan mudah menemukan hubungan antara biaya, volume, dan laba perusahaan. Analisis CVP akan menampilkan gambaran yang akan digunakan sebagai pedoman untuk mengambil keputusan yang dipilih tentang volume penjualan yang akan dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, yang mengarah pada perencanaan volume penjualan barang yang akan dibuat.

Salah satu bagian penting dari analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) adalah analisis titik impas analisis *Break Event Point* (BEP). Analisis BEP adalah salah satu metode untuk menentukan penjualan apa yang perlu dilakukan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Dari analisis ini juga dapat dilihat sejauh mana volume penjualan dapat menurun, sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian.

PT. Ace Hardware Indonesia Tbk merupakan perusahaan ritel yang bergerak dalam bidang peralatan rumah tangga, antara lain produk perbaikan rumah, produk gaya hidup, dan produk mainan. Produk-produk Perseroan dipasarkan di bawah berbagai merk dagang, termasuk “ACE, “Krisbow” dan “Kris”. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1995 dan masih bertahan sampai sekarang. Kantor pusat PT. Ace Hardware Indonesia Tbk terletak di gedung kawan lama lantai 5 Jl. Puri Kencana No. 1 Meruya Kembangan Jakarta.

Penjualan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk meliputi produk perbaikan rumah, produk gaya hidup, produk mainan dan penjualan konsinyasi. Untuk lebih

jelasan mengenai daftar nama penjualan tahun 2019-2020 dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1
Volume Penjualan
PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020

No	Penjualan	Tahun	
		2019 (Rp)	2020 (Rp)
1.	Poduk Perbaikan Rumah	4.284.030.701.436	3.874.268.008.539
2.	Produk Gaya Hidup	3.401.212.633.274	3.154.614.405.326
3.	Produk Mainan	301.285.454.966	246.946.344.854
4.	Penjualan Konsinyasi	<u>156.188.255.979</u>	<u>136.938.113.583</u>
	Jumlah	<u>8.142.717.045.655</u>	<u>7.412.766.872.302</u>

Sumber : PT. Ace Hardware Indonesia Tbk, 2020

Selanjutnya beban usaha yang terdapat di PT. Ace Hardware Indonesia Tbk meliputi beban penjualan dan beban umum dan administrasi. Berikut tabel 1.2 di bawah ini menunjukkan pengeluaran beban usaha PT. Ace Hardware Indonesia Tbk pada tahun 2019-2020 :

Tabel 1.2
Beban Usaha
PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Tahun 2019-2020

Beban Usaha	Tahun	
	2019 (Rp)	2020 (Rp)
Beban Penjualan	1.920.378.179.558	1.988.676.276.261
Beban Umum dan Administrasi	<u>748.101.361.225</u>	<u>817.420.878.083</u>
Total	<u>2.668.479.540.783</u>	<u>2.806.097.154.344</u>

Sumber : PT. Ace Hardware Indonesia Tbk, 2020

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa penjualan Perseroan pada tahun 2020 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2019. Pada tahun 2019 penjualan Perseroan sebesar Rp. 8,14 triliun sementara pada tahun 2020 penjualan Perseroan

menurun sebesar Rp. 7,41 triliun atau turun 9,0% dibandingkan tahun sebelumnya. Adapun produk perbaikan rumah tercatat menjadi penjualan tertinggi sebesar Rp. 3,87 triliun atau lebih rendah dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 4,28 triliun. Kemudian produk gaya hidup tercatat Rp. 3,15 triliun atau lebih rendah dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 3,40 triliun. Produk mainan tercatat Rp. 246,94 miliar atau lebih rendah dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 301,28 miliar dan penjualan konsinyasi tercatat Rp. 136,93 miliar atau lebih rendah dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 156,18 miliar.

Ace Hardware Indonesia Tbk mencatat adanya penurunan beban pokok penjualan di tahun 2020 menjadi Rp. 3,75 triliun dari tahun sebelumnya Rp. 4,25 triliun. Sementara itu beban usaha Perseroan mengalami kenaikan menjadi Rp. 2,80 triliun dari tahun sebelumnya Rp. 2,66 triliun atau peningkatan sebesar 5,2%. Penurunan penjualan Perseroan terjadi karena pengetatan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSSB) yang mengharuskan toko tutup sementara membuat penjualan tiap toko yang sama menjadi turun.

Penjualan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk selama tahun 2020 mengalami penurunan akibat pandemi, yaitu sekitar 9,0% dibandingkan tahun 2019. Karena fluktuasi permintaan, biaya tetap seperti biaya gaji karyawan tetap harus dibayarkan setiap bulan. Jadi PT. Ace Hardware Indonesia Tbk harus memiliki perencanaan yang baik untuk mengatur volume penjualannya sehingga dapat menutupi seluruh biaya produksi, terutama biaya tetap yang tidak hanya dikeluarkan dalam proses produksi dalam keadaan normal, tetapi juga harus timbul pada saat permintaan turun dalam kondisi tertentu, yang dapat menyebabkan penurunan volume penjualan. Selain itu tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan.

Setiap perusahaan tentu mengharapkan peningkatan keuntungan di tahun yang akan mendatang. Oleh karena itu, peneliti PT. Ace Hardware Indonesia Tbk perlu melakukan perencanaan laba, agar penurunan laba tidak mengakibatkan kerugian. Perencanaan laba diharapkan dapat meningkatkan laba yang diharapkan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk.

Berdasarkan uraian yang telah diuraikan di atas, dalam penelitian ini penulis akan membahas dengan judul “**Analisis Perencanaan Laba pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Dengan Menggunakan Metode *Cost-Volume-Profit (CVP)***”.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang permasalahan diatas adalah :

1. Berapakah besarnya *Contribution Margin* pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk ?
2. Berapakah besarnya *Break Even Point* pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk ?
3. Berapakah besarnya *Margin of Safety* pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk ?
4. Berapakah besarnya *Degree of Operating Leverage (DOL)* pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk ?
5. Berapa besarnya penjualan yang harus dicapai sesuai dengan target laba yang diharapkan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk ?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka peneliti membatasi masalah dalam peneliti yang berjudul Analisis Perencanaan Laba pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Dengan Menggunakan Metode *Cost-Volume-Profit* hanya pada laporan penjualan operasional dan biaya-biaya operasional pada tahun 2019-2020.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis besarnya *Contribution Margin* pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk.
2. Untuk menganalisis besarnya *Break Even Point* pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk.
3. Untuk menganalisis besarnya *Margin of Safety* pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk.
4. Untuk menganalisis besarnya *Degree of Operating Leverage (DOL)* pada PT. Langgeng Mamkur Industri Tbk.
5. Untuk mengetahui besarannya penjualan yang harus dicapai sesuai dengan target laba yang diharapkan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini memiliki kaitan yang erat dengan mata kuliah akuntansi dibidang akuntansi biaya dan akuntansi manajemen, sehingga dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pola pikir penulis sebagai pembelajaran dan wawasan terhadap teori yang telah dipelajari untuk penerapan analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)* dalam perencanaan laba.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil ini diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini, serta dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak perusahaan sebagai pertimbangan pengambilan keputusan terutama berkaitan langsung dengan laba, dan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak PT. Ace Hardware Indonesia Tbk mengenai hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba, agar PT. Ace Hardware Indonesia Tbk dapat mengelola usahanya menjadi lebih efisien untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

3. Bagi Pihak Lain

Untuk dijadikan bahan informasi, menambah wawasan dan sebagai referensi bagi penulis-penulis selanjutnya yang akan mengambil skripsi tentang analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)*.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan penelitian ini diajukan lima bab yang diawali hal-hal yang bersifat umum, namun berhubungan dengan penulisan yang disajikan dan kemudian pada bab-bab selanjutnya penulis membahas tentang hal-hal yang berkaitan dengan judul dan disusun sedemikian rupa sehingga diharapkan akan sangat mempermudah para pembaca memahami bahkan lebih mengerti tentang apa saja yang dijelaskan oleh penulis dalam skripsi ini. Adapun sistematika pada penulisan ialah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian secara singkat mengenai penggambaran umum dari masalah penelitian yang dilakukan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua ini mencakup kajian teori yang berhubungan dengan pokok permasalahan dan digunakan sebagai tinjauan ataupun landasan teori dalam menganalisis pemecahan masalah yang dikemukakan. Teori-teori ini diambil.

dari beberapa sumber literatur dan buku-buku rujukan yang saling mendukung untuk memecahkan permasalahan dan yang nantinya akan mencapai tujuan penelitian, kerangka pemikiran, dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, jenis data yang digunakan oleh peneliti, teknik pengumpulan data, definisi operasional, teknik pengolahan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang penyajian data, gambaran umum objek penelitian dan juga berisi hasil penelitian dan juga pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab yang berisi kesimpulan pembahasan pada bab sebelumnya, sekaligus jawaban dari masalah yang telah dirumuskan, serta terdapat saran, daftar pustaka dan lampiran yang dianggap perlu.

BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1 Perencanaan Laba

2.1.1 Defenisi Perencanaan Laba

Perencanaan laba menurut Ponomban (2016) rencana kerja yang telah diperhitungkan dalam bentuk perhitungan rugi-laba, neraca, dan modal kerja untuk jangka waktu pendek maupun jangka Panjang.

Menurut Garrison (2013) perencanaan laba adalah sebuah proses yang berfokus pada tahap-tahap yang dilakukan oleh organisasi bisnis untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan.

Menurut Budiwibowo (2012) merupakan suatu perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya, yang di dalamnya ditentukan tujuan laba yang ingin dicapai.

Menurut Ulfah Setia Iswara & Susanti (2017) merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan karena besar kecilnya laba menjadi tolak ukur dan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Menurut Caesya (2017) perencanaan laba adalah suatu rencana kerja yang telah diperhitungkan secara cermat dan dijabarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk jangka panjang dan jangka pendek.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah proses rencana kerja untuk jangka pendek ataupun jangka panjang yang berfokus pada tahap-tahap yang dilakukan oleh organisasi bisnis, untuk mengambil keputusan secara sistematis guna mencapai laba yang diinginkan.

2.1.2 Manfaat dan Keunggulan Perencanaan Laba

Perencanaan laba menyajikan manfaat dan keunggulan bagi perusahaan, di antara manfaat dan keunggulan perencanaan laba menurut Garisson dkk (2014) adalah :

1. Anggaran sebagai alat komunikasi antara manajemen perusahaan dengan seluruh organisasi.
2. Penganggaran memaksa manajer untuk berpikir dan merencanakan untuk masa depan. Tanpa penyusunan anggaran, maka manajer harus menghabiskan waktu untuk menangani berbagai masalah mendesak dalam waktu yang tidak singkat.
3. Proses penganggaran adalah alat mengalokasikan sumber daya di berbagai bidang dari organisasi sehingga dapat digunakan seefektif mungkin.
4. Proses penganggaran dapat mengungkapkan potensi masalah sebelum masalah muncul.
5. Anggaran dapat menentukan tujuan dan sasaran perusahaan yang digunakan sebagai tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja masa depan.
6. Penganggaran mengkoordinasikan kegiatan seluruh organisasi dengan cara mengintegrasikan rencana departemen yang berbeda. Penganggaran membantu memastikan bahwa setiap orang dalam organisasi bekerja menuju tujuan yang sama.

Menurut Caesya (2017) keuntungan perencanaan laba adalah digunakan sebagai standar untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kapasitas setiap individu atau perusahaan. Hal ini mendorong untuk perencanaan kerja yang

efektif dan efisien sebagai aspek yang memungkinkan perusahaan untuk secara teratur memeriksa dan memperbarui kebijakan dan pedoman dasar.

Dengan berbagai manfaat tersebut di atas, manajemen perlu dapat memperhatikan dampak perubahan pada faktor yang berpengaruh terhadap perencanaan laba, sehingga manajemen dapat melakukan perencanaan laba dengan efektif dan dapat mengambil keputusan yang tepat.

2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Laba

Dalam menentukan perencanaan laba, manajemen sebaiknya perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perencanaan laba. Menurut (Novita, 2019) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perencanaan laba adalah laba atau rugi yang timbul dari suatu penjualan, volume penjualan yang dicapai untuk menutup semua biaya yang digunakan untuk menghasilkan laba yang sepadan, titik impas, volume penjualan yang dapat dihasilkan oleh kapasitas operasional.

Menurut Caesya (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba adalah keuntungan atau kerugian yang dialami dari volume yang diberikan, 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.

Beberapa faktor diatas yang mempengaruhi perencanaan laba, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba adalah laba rugi, volume penjualan, titik impas, kemampuan mencapai target laba.

2.2 Biaya Volume Laba

2.2.1 Definisi Biaya

Menurut Siregar dkk (2018) biaya adalah sumber daya ekonomi yang berupa sejumlah kecil uang yang harus dikorbankan untuk memperoleh suatu barang/jasa dan akan memperoleh keuntungan berupa manfaat pada sekarang atau masa depan.

Menurut Baldrice (2018) biaya adalah *cost* barang atau jasa yang telah memberikan manfaat dan digunakan untuk menghasilkan pendapatan. Pengeluaran-pengeluaran ini kemudian dikurangkan dari penghasilan untuk menentukan laba atau ruginya perusahaan/organisasi selama satu periode, dan beban-beban ini dimasukkan dalam laporan laba/rugi.

Menurut Nurlela (2013) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Beban-beban ini belum habis masa pakainya dan diklasifikasikan sebagai aset didalam neraca.

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

Menurut Supriyono (2016) biaya adalah (*expense*) harga pembelian yang dikorbankan atau digunakan dalam untuk memperoleh pendapatan (*revenues*) dan selanjutnya akan digunakan sebagai pengurang pendapatan.

Maka dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa, biaya adalah sumber daya ekonomi berupa uang yang ditawarkan sebagai pengorbanan untuk keuntungan di masa depan.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya adalah proses pengklasifikasian biaya yang terjadi berdasarkan tujuan dari informasi biaya yang disajikan untuk memfasilitasi pengakuan biaya dan pelaporan keuangan.

Menurut Bustian Bustami (2012) ada dua klasifikasi biaya yang umum digunakan, yaitu : biaya yang berkaitan dengan departemen dan pusat biaya dan biaya yang berkaitan dengan periode akuntansi.

Menurut Hartati (2017) ada enam cara untuk mengklasifikasikan biaya yaitu: objek pengeluaran perusahaan, fungsi utama perusahaan, periode-periode akuntansi, hubungan antara biaya dan jumlah yang dibiayai, perilaku biaya relatif volume operasi perusahaan, dan pengaruh manajemen terhadap biaya.

Menurut Kautsar (2013) biaya dapat diklasifikasikan menjadi empat, yaitu : biaya terkait dengan produk, biaya terkait dalam volume kegiatan, biaya terkait dengan fungsi produksi dan biaya terkait dengan fungsi utama perusahaan.

Menurut Mulyadi (2015) klasifikasi biaya ditentukan menurut tujuan yang ingin dicapai atau dikejar karena dalam akuntansi biaya dikenal juga dengan konsep *different cost for different purpose*.

Berdasarkan klasifikasi di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa klasifikasi, yaitu : klasifikasi biaya yang dapat melekat pada objek biaya, klasifikasi biaya menurut perubahan volume kegiatan, klasifikasi biaya dari manajer untuk dikendalikan, klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan, dan mengkategorikan biaya berdasarkan fungsi perusahaan.

1. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Keterlurusan Objek Biaya :
 - a. Biaya Langsung (*Direct Cost*) adalah biaya yang dapat ditelusuri atau ditentukan ke suatu objek biaya tertentu karena biaya tersebut hanya dikeluarkan untuk manfaat objek biaya itu sendiri.
 - b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*) adalah biaya yang dikeluarkan beberapa objek biaya dan tidak dapat dikaitkan secara langsung dengan objek biaya tertentu, karena biaya tidak langsung ini tidak dapat dikaitkan dengan objek biaya secara individual, pembebanan biayanya menggunakan proses yang disebut pengalokasian.
2. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perubahan Volume Kegiatan :
 - a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan tidak berubah selama jangka waktu tertentu. Contoh biaya tetap adalah biaya sewa.
 - b. Biaya Variabel (*Variabel Cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara proposional, tetapi jumlah unitnya tetap. Misalnya upah tenaga kerja langsung.
3. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Kemampuan Manjer Untuk Mengendalikannya :
 - a. Biaya terkendali adalah biaya yang dapat dipengaruhi dan dikendalikan secara signifikan oleh manajer selama titik waktu tertentu.
 - b. Biaya tidak terkendali adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi dan dikendalikan secara signifikan oleh manajer tertentu selama periode waktu tertentu.

4. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Pengambilan Keputusan :
 - a. Biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa depan dan bervariasi tergantung pada pilihan keputusan yang berbeda. Dua kriteria untuk biaya relevan adalah “akan dikeluarkan” dan “berbeda”, sehingga biaya yang relevan harus diperhitungkan saat membuat keputusan.
 - b. Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak memenuhi salah satu atau kedua dari kriteria biaya yang relevan. Oleh karena itu, biaya tidak relevan tidak perlu diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan. Nilai buku aset tetap adalah contoh dari biaya yang tidak relevan.
5. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Dengan Fungsi Perusahaan :
 - a. Fungsi produksi dikaitkan dengan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi dapat diklasifikasikan menjadi : HPP, Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) dan Biaya Overhead Pabrik (BOP).
 - b. Fungsi pemasaran dikaitkan dengan kegiatan menjual produk jadi yang siap dijual. Biaya ini meliputi biaya yang digunakan untuk menjalankan fungsi penjualan, fungsi pergudangan barang jadi, fungsi pengemasan dan pengiriman, fungsi periklanan, fungsi pengkreditan, fungsi pengumpulan piutang dan terakhir fungsi pembuatan faktur atau administrasi penjualan.
 - c. Fungsi administrasi dan umum yaitu : khususnya yang terlibat dalam penetapan kebijakan, pengarahan, dan guna (efektif), dan berdaya guna (efisien). Biaya yang termasuk dalam fungsi ini meliputi biaya gaji eksekutif puncak, sekretaris, akuntansi, keamanan, dan lainnya.

- d. Fungsi keuangan (*Financial*), terkait dengan kegiatan keuangan atau penyediaan dan yang diperlukan perusahaan. Biaya yang termasuk dalam fungsi ini adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan fungsi keuangan.

Untuk melakukan analisis *Cost Volume Profit*, perlu dilakukan klasifikasi biaya secara proposional terhadap volume kegiatan karena data yang dianalisis sebagai data biaya tetap dan biaya variabel yang dikelompokkan berdasarkan catatan perusahaan.

2.2.3 Definisi Volume Penjualan

Volume penjualan menurut Munawaroh (2016) adalah jumlah total barang atau jasa yang dijual dengan pendapatan yang diperoleh oleh suatu perusahaan.

Menurut Purnamasari (2018) volume penjualan adalah komponen penjualan, yang secara kuantitatif digambarkan keterkaitannya dengan kinerja kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan yang dinyatakan dalam satuan dan volume penjualan mempengaruhi tingkat laba dan pertumbuhan perusahaan.

Menurut Caesya (2017) volume penjualan adalah komponen penjualan yang merupakan kombinasi yang digambarkan secara kuantitatif dengan kinerja kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan meningkatkan penjualan. Penjualan dinyatakan dalam satuan unit, dan volume penjualan mempengaruhi tingkat laba dan pertumbuhan perusahaan.

Menurut Erina (2013) ini merupakan hasil dari total penjualan dan merupakan salah satu tugas utama bagi perusahaan yang bergerak dalam menyediakan kebutuhan konsumen baik produk berupa komoditas maupun jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus memfasilitasi produk agar tersedia bagi konsumen.

Menurut Anis Halimah Amaliya (2017) volume penjualan adalah jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.

Jadi dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan adalah hasil dari total penjualan berupa barang atau jasa yang diperoleh suatu perusahaan selama periode tertentu.

2.2.4 Definisi Laba

Laba atau keuntungan menurut Mustainah (2019) dapat dipahami dalam dua cara, yaitu yang pertama didasarkan pada ekonomi murni sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil dari investasinya setelah dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan. Sedangkan itu laba dalam akuntansi diartikan sebagai selisih antara harga jual dikurangi dengan biaya.

Laba menurut Hery (2019) adalah selisih antara sumber pendapatan dan laba yang diperoleh dengan sumber yang keluar (biaya dan kerugian) dalam periode tertentu.

Menurut Fahmi (2016) laba didefinisikan sebagai jumlah yang diperoleh dari pengurangan biaya produksi, beban lain-lain dan kerugian pendapatan dari kegiatan usaha.

Menurut Caesya (2017) laba adalah selisih antara pendapatan dan pengeluaran.

Menurut Hasanah dan Daud (2019) laba adalah selisih antara semua pendapatan dan semua biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan perdagangan.

Berdasarkan pengertian di atas laba dapat disimpulkan yaitu kelebihan atau keuntungan pendapatan yang diperoleh suatu usaha dari modal yang dikeluarkan.

2.3 Analisis *Cost Volume Profit*

2.3.1 Definisi Analisis *Cost Volume Profit*

Menurut Siregar dkk (2018) Analisis Biaya Volume Laba atau lebih dikenal dengan *Cost Volume Profit* merupakan alat yang dapat digunakan manajemen untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yang ditentukan.

Menurut Erina (2013) analisis *Cost Volume Profit* merupakan salah satu dari alat analisis yang dapat digunakan perusahaan untuk mengetahui bagaimana kondisi operasional perusahaan.

Menurut Iva Dwi Wulandari (2018) *Cost Volume Profit* merupakan salah satu alat analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan yang selanjutnya akan digunakan untuk membantu perencanaan keuangan sebuah perusahaan dalam pengambilan keputusan manajerial.

Menurut Syamryn (2012) analisis *Cost Volume Profit* adalah metode yang digunakan untuk menganalisis pengaruh keputusan operasi dan pemasaran terhadap laba berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga penjualan per unit dan tingkat output.

Berdasarkan dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis *Cost Volume Profit* adalah metode yang sangat berguna untuk perencanaan manajemen dan pengambilan keputusan untuk menentukan unit mana yang akan dijual untuk mencapai keuntungan yang diinginkan.

2.3.2 Manfaat Analisis *Cost Volume Profit*

Manfaat analisis *Cost Volume Profit* Menurut Syamryn (2012) adalah dapat membantu perusahaan untuk menjalankan strategi dengan cara memberikan informasi tentang bagaimana perubahan volume penjualan, biaya dan keuntungan.

Menggunakan analisis *Cost Volume Profit* ini dapat digunakan sebagai panduan bagi manajer dan dewan direksi untuk membuat perhitungan perencanaan laba untuk operasi masa depan dan mengatur rencana penjualan untuk dicapai perusahaan dengan akurasi yang lebih besar. Hal ini membuat keputusan yang akan diambil oleh manajemen untuk tujuan laba lebih optimal dan terarah.

2.3.3 Asumsi Analisis *Cost Volume Profit*

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

1. Analisis CVP mengasumsikan bahwa fungsi pendapatan dan biaya adalah grafik linear untuk unit yang sudah dijual dan untuk jangka waktu tertentu.
2. Analisis mengasumsikan bahwa harga, total biaya tetap, dan biaya variabel per unit dapat ditentukan secara tepat dan tetap konstan dalam kisaran yang relevan.
3. Analisis mengasumsikan bahwa apa yang diproduksi dapat dijual.
4. Untuk analisis multiproduk, diasumsikan bahwa bauran penjualan diketahui.
5. Diasumsikan bahwa harga jual dan biaya penjualan diketahui dengan pasti.

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

1. Harga jual tetap tidak berubah. Harga produk atas jasa tidak akan berubah ketika volume berubah.
2. Biaya bersifat linear dan dapat secara tepat dibagi menjadi komponen variabel dan komponen tetap. Elemen variabel adalah konstan per unit dan elemen tetap memiliki total konstan dalam rentang yang relevan.
3. Dalam perusahaan multiproduk, struktur penjualannya sama.
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 berikut :

1. Harga jual tetap dalam kisaran relatif tertentu.
2. Biaya bersifat linier dalam setiap rentang yang relevan dan dapat secara tepat dibagi menjadi komponen biaya variabel dan biaya tetap.
3. Dalam perusahaan yang memproduksi dan menjual banyak produk, komposisi penjualannya konstan.
4. Dalam perusahaan pabrikan tingkat persediaan tidak berubah dalam arti bahwa perbedaan antara 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* adalah teknik yang membantu mengelola rencana laba jangka pendek dengan menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba. Laba perusahaan jangka pendek dipengaruhi oleh penjualan (produk yang dijual dikalikan dengan harga jual), biaya variabel, dan biaya tetap.

Ketika merencanakan laba jangka pendek, manajemen dihadapkan pada pertanyaan berikut “Bagaimana manajemen mencapai keuntungan jangka pendek selama penganggaran, selama persiapan dan direksi memerlukan informasi akuntansi yang berbeda untuk memperhitungkan dampak perubahan dalam perencanaan manfaat. Analisis *Cost Volume Profit* adalah Teknik yang menggunakan informasi akuntansi diferensial untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis *Cost Volume Profit* terkait dengan perencanaan laba, karena pada dasarnya analisis *Cost Volume Profit* adalah alat yang digunakan oleh manajemen sebagai alat perencanaan laba yang dapat menghasilkan informasi tentang faktor- faktor yang perlu diperhitungkan dalam perencanaan laba, sehingga perusahaan dapat terbantu untuk membuat meramalkan pendapatan dan pengeluaran masa depan dan menambah akurasi atau presisi dalam peramalan terhadap keputusan yang akan dibuat oleh manajemen juga lebih akurat dan telah teruji.

2.4 Dasar – Dasar Analisis *Cost Volume Profit*

2.4.1 Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Hal pertama yang harus dilakukan adalah melihat hubungan antara biaya dengan volume laba suatu perusahaan dengan memahami dan melihat besarnya margin kontribusi yang diperoleh perusahaan tersebut. Tingkat margin kontribusi yang dicapai akan menentukan seberapa cepat perusahaan dalam menutupi biaya tetapnya dan kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan.

Menurut Rudianto (2013) margin kontribusi adalah selisih antara nilai penjualan dan biaya variabel. Jumlah ini akan digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba untuk periode tersebut. Semakin tinggi margin kontribusi yang diperoleh perusahaan dari setiap unit produk yang dijual, semakin cepat perusahaan memulihkan biaya tetapnya dan mencapai biaya yang diinginkan. Semakin rendah margin kontribusi yang dihasilkan dari per unit yang diproduksi, semakin lama waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk menutupi

biaya tetapnya dan mencapai laba yang diinginkan. Jika perusahaan telah menjual produknya ke jumlah tertentu di mana semua biaya tetapnya dapat ditutup, maka volume penjualan lebih lanjut tetap menjadi milik perusahaan untuk memperoleh laba usaha.

Menurut Garrison (2013) margin kontribusi adalah sisa dari pendapatan penjualan dikurangi biaya variabel.

Menurut Sodikin (2015) margin kontribusi adalah selisih antara pendapatan dari penjualan dan semua komponen biaya variabel (produksi, administrasi, dan penjualan). Margin kontribusi positif menunjukkan bahwa pendapatan dari penjualan dapat digunakan untuk menutupi biaya variabel dan seluruh atau sebagian biaya tetap. Jika margin kontribusi melebihi total biaya tetap, maka kelebihanannya adalah keuntungan, dan sebaliknya jika margin kontribusi lebih kecil dari total biaya tetap, maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Namun, ketika margin kontribusi sama dengan total biaya tetap, maka perusahaan berada pada titik impas.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa margin kontribusi adalah selisih antara penjualan perusahaan dengan biaya variabel, sisanya harus menutupi biaya tetapnya, jika masih terlampaui maka dihitung laba jika kurang maka perusahaan menderita kerugian. Untuk menghitung margin kontribusi dapat menggunakan rumus :

a. Dengan Rupiah

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

Sumber : Krismiaji, 2019

b. Dengan Ratio

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

Sumber : Krismiaji, 2019

c. Laba Bersih

$$\text{Laba Bersih} = \text{Margin Kontribusi} - \text{Total Biaya Tetap}$$

Sumber : Krismiaji, 2019

2.4.2 Titik Impas (*Break Even Point*)

Analisis hubungan antara biaya, volume dan laba adalah analisis titik impas. Menurut Rudianto (2013) *Break Even Point* adalah volume penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian tetapi juga tidak memperoleh keuntungan. *Break Even Point* akan menginformasikan kepada manajemen perusahaan mengenai batas volume minimal penjualan yang harus dicapai, sehingga perusahaan dapat terhindar dari kerugian walaupun tidak menghasilkan keuntungan. Selain itu dengan *Break Even Point* dapat diketahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memenuhi keuntungan yang diinginkan.

Menurut Hansen/Mowen (2017) *Break Even Point* adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana keuntungan adalah nol. Informasi *Break Even Point* sangat penting bagi manajemen, karena dapat digunakan sebagai peringatan jika penjualan telah mencapai batas minimum yang harus dicapai untuk menetapkan anggaran penjualan guna menetapkan rencana laba periode yang mendatang.

Menurut Farid (2016) adalah suatu cara, alat atau teknik yang digunakan untuk menentukan volume kegiatan produksi (usaha) yang dari mana suatu perusahaan belum memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Dengan mengetahui *Break Even Point* manajemen perusahaan dapat menentukan tingkat penjualan yang dibutuhkan untuk menghindari kerugian dan dapat mengambil tindakan yang tepat untuk masa yang akan datang.

Menurut Kasmir (2015) *Break Even Point* adalah kondisi di mana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak untung (laba) dan tidak pula rugi. Dalam pengertian ini, jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

Menurut Halim Abdul (2013) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan situasi kondisi usaha, ketika perusahaan tidak memperoleh keuntungan, tetapi tidak juga mengalami kerugian. Dengan kata lain, *Break Even Point* terjadi ketika total pendapatan perusahaan sama dengan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan menganalisis *Break Even Point* perusahaan dapat mengetahui jumlah penjualan minimum (dalam satuan produk atau satuan uang) sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Break Even Point* adalah suatu kondisi dimana pendapatan akan menjadi sama dengan modal yang dikeluarkan. Jadi dalam hal ini tidak ada kerugian dan tidak ada keuntungan.

Analisis ini memudahkan manajer untuk merencanakan jumlah unit yang harus dijual di atas titik impas untuk menghasilkan laba tertentu. Untuk menghitung titik impas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

a. Dalam Rupiah

$$\text{Titik Impas (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Sumber : Garrison, 2013

2.4.3 Margin Keamanan (*Margin Of Safety*)

Margin Of Safety menurut Sodikin (2015) adalah sesuai dengan unit yang terjual atau yang diharapkan akan dijual di atas titik impas. *Margin Of Safety* dapat dinyatakan dalam satuan, rupiah atau persentase.

Menurut Edy (2013) *Margin Of Safety* (level aman) adalah sejauh mana penurunan penjualan yang dapat ditelorir selama perusahaan masih aman dari risiko kerugian hingga titik impas.

Menurut Farid (2016) margin pengaman atau (*Margin Of Safety*) kelebihan penjualan yang dianggarkan atas penjualan impas. Dengan margin keuntungan ini perusahaan dapat menentukan seberapa besar penjualan yang dapat diturunkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Menurut Mulyadi (2016) selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan impas adalah angka *Margin Of Safety*.

Dengan demikian dapat disimpulkan dari beberapa pengertian ahli di atas bahwa dapat disimpulkan *Margin Of Safety* adalah suatu metode yang dapat memberikan informasi tentang perkiraan penjualan yang dianggarkan atau beberapa hasil penjualan yang mungkin menurun, sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian.

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

- a. Dalam Rupiah

$$\text{Margin Of Safety} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Pada Titik Impas}$$

Sumber : Krismiaji, 2019

- b. Dalam Persentase

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Marjin Pengaman}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Sumber : Krismiaji, 2019

2.4.4 Degree Of Operation Leverage (DOL)

Menurut Mulyadi (2016) *Degree Of Operating Leverage* (DOL) adalah satuan parameter yang memberikan ukuran dampak perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Dengan parameter ini, manajemen dengan cepat menemukan dampak dari aktivitas yang diusulkan yang mengarah pada perubahan pendapatan penjualan pada laba bersih perusahaan.

Menurut Edi (2013) struktur biaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sensitif laba terhadap perubahan volume atau aktivitas perusahaan. Sejauh mana struktur biaya unit mencakup elemen biaya tetap disebut dengan *Degree Of Operating Leverage*. Suatu perusahaan dikatakan memiliki *high operating leverage* dalam struktur biayanya apabila jika biaya tetap merupakan

bagian yang relatif besar dari total biayanya. *low operating leverage* akan terjadi jika faktor biaya variabel membentuk porsi yang relatif besar dari struktur biaya.

Menurut Haris (2016) adalah ukuran, pada tingkat penjualan tertentu, dari pengaruh persentase perubahan volume penjualan terhadap laba. Perusahaan dapat dikatakan memiliki *Degree Of Operating Leverage* yang tinggi dalam struktur jika biaya tetap relative lebih besar dari total biaya.

Menurut Sodikin (2015) *Degree Of Operating Leverage* adalah ukuran pentingnya penggunaan biaya tetap dalam suatu perusahaan. Semakin tinggi biaya tetap, semakin tinggi *Degree Of Operating Leverage* dan semakin besar juga sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan. Perusahaan dengan *Operating Leverage* tinggi akan mengalami peningkatan persentase keuntungan yang signifikan jika penjualan meningkat sedikit. Di sisi lain, jika suatu perusahaan memiliki *Degree Of Operating Leverage* yang rendah maka akan ada sedikit peningkatan persentase dalam labanya jika ada peningkatan dalam penjualan.

Oleh karena itu dapat disimpulkan dari beberapa definisi di atas bahwa *Degree Of Operating Leverage* adalah satuan paramete yang memberikan ukuran pada tingkat penjualan tertentu, dalam hal pengaruh persentase perubahan volume penjualan terhadap laba. Karena perubahan laba sebanding dengan perubahan penjualan, setiap perubahan penjualan dapat dengan cepat ditentukan oleh dampak perubahannya pada laba bersih dengan menggunakan angka *Degree Of Operating Leverage*, dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Sumber : Garrison, 2013

2.4.5 Analisis Target Laba

Analisis target laba menurut Samryn (2012) dalam hubungannya dengan biaya volume laba pada dasarnya sama sebagai analisis titik impas. Perbedaannya terletak pada jumlah keuntungan yang menjadi nol, sedangkan pada analisis target laba jumlah laba yang dihitung disesuaikan dengan jumlah laba yang diinginkan, yang biasanya lebih besar dari nol.

Menurut Garrison (2013) analisis target laba (*Target Profit Analisis*) merupakan salah satu analisis teknik analisis *Cost Volume Profit* dimana analisis ini digunakan untuk mengetahui volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba tertentu sesuai yang ditargetkan perusahaan.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis target laba adalah tingkat pendapatan setelah biaya yang telah ditentukan sebelumnya yang ingin diperoleh perusahaan dari produk tertentu. Penjualan yang direncanakan dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

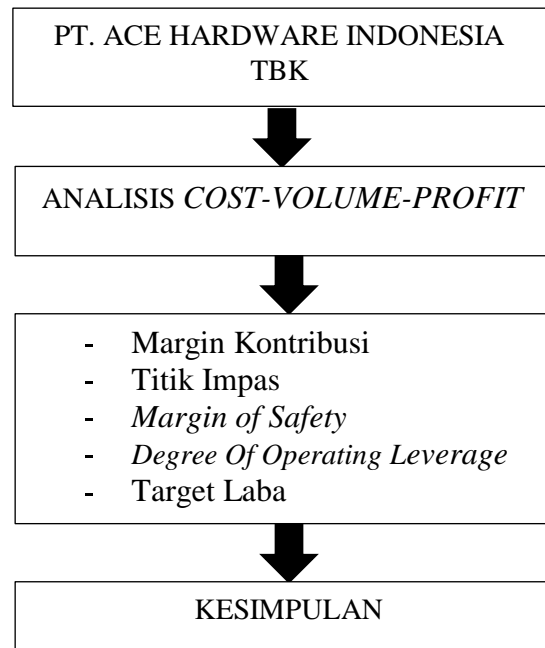
a. Dalam Rupiah

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

Sumber : Garrison, 2013

2.5 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Peneliti, 2022

Keterangan : Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul Analisis Perencanaan Laba pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Dengan Menggunakan Metode *Cost-Volume-Profit* (CVP). Objek penelitian yang diambil adalah pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis *Cost Volume Profit* untuk menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi perubahan laba perusahaan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk didasarkan pada hubungan antara biaya perusahaan, volume penjualan dan laba. Selanjutnya, menggunakan metode margin kontribusi, titik impas, *Margin Of Safety*, *Degree Of Operating Leverage*, target laba yang adalah metode analisis dalam *Cost Volume Profit* untuk memberikan masukan berupa dampak perubahan berbagai tingkat biaya dan volume penjualan terhadap

laba, jumlah minimal penjualan yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, jumlah penjualan yang harus dilakukan untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu, seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Perhitungan dan analisis *Cost Volume Profit* diharapkan dapat memberikan informasi kepada manajemen mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perubahan laba pada perusahaan sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai masukan kemudian digunakan sebagai pedoman bagi manajemen dalam menghitung perencanaan laba pada PT. Ace Hardware Indonesia Tbk dan menetapkan anggaran penjualan sehingga perencanaan dan pengambilan keputusan dalam menentukan target laba untuk kedepannya dapat lebih optimal dan lebih terarah.

2.6 Penelitian Terdahulu

1. Atika Pelawiten (2014) dengan judul : Analisis *Cost Volume Profit* Untuk Perencanaan Laba Pada UD Gladys Bakery. Hasil penelitian pada UD Gladys Bakery menunjukkan bahwa analisis *Cost Volume Profit* dapat membantu UD. Gladys Bakery untuk membuat keputusan pengeluaran biaya tetap dan biaya variable. Untuk menganalisis *Cost Volume Profit* dapat menggunakan analisis *Break Even Point* , analisis *Contribution Margin* dan *Contribution Margin Ratio*, analisis *Margin of Safety*, dan *Operating Leverage* serta analisis perencanaan laba. Dengan analisis tersebut kita dapat menghitung jumlah biaya, produk, dan laba yang dicapai.
2. Herman Karamoy (2021) dengan judul : Perencanaan Laba Pada Hotel Gran Puri Manado Dengan Menggunakan Metode Analisis *Cost-Volume-Profit*. Hasil penelitian pada Hotel Gran Puri Manado menunjukkan bahwa perhitungan analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP), menunjukkan bahwa Hotel Gran Puri Manado telah melakukan perencanaan laba dengan baik dilihat dari tingkat laba yang dihasilkan dan tingkat *Margin of Safety* yang semakin meningkat dari ke tahun.
3. Erawati Kartika (2019) dengan judul : Analisis *Cost-Volume-Profit* Untuk Perencanaan Laba pada UD. Budi Luhur Demak. Hasil penelitian pada UD. Budi Luhur Demak menunjukkan bahwa analisis *Cost-Volume-Profit* dari tahun 2015-2016 meningkatkan laba sedangkan volume penjualan menurun dan biaya tetap meningkat. Melalui analisis *Cost-*

Volume-Profit ini dapat diprediksi jumlah penjualan minimum yang harus dicapai untuk memperoleh laba yang disepakati pada tahun 2016.

4. Ana Wijayanti (2020) dengan judul : *Cost-Volume Profit and Linear Programming Analysis As a Profit Planning Equipment*. Hasil penelitian ini menunjukkan analisis Cost-Volume Profit belum bisa digunakan untuk merencanakan laba di CV. Tani Subur, Break Even Point CV. Tani Subur tahun 2017 bernilai paling tinggi menyebabkan CV. Tani Subur mengalami kerugian karena tidak mampu mencapai titik impas dan analisis Linear Programming di CV. Tani Subur menunjukkan perusahaan akan memperoleh hasil optimal jika hanya memproduksi pupuk organik sapi sebanyak 548,3925 ton per tahun. Keuntungan yang dicapai jika memproduksi pupuk organik sapi dengan perhitungan metode simpleks menggunakan *Software POM Quantitative Methods for Windows Version 3* sebesar Rp 248.392.500,- per tahun.
5. Ranti Widiastuti (2021) dengan judul : *Evaluation of Msme Sales Startegy With Cost-Volume-Profit Analysis (CVPA) During Pandemic Case Study of UD. Dior "77" Surabaya*. Hasil penelitian ini adalah evaluasi strategi penjualan yang tepat UD Dior "77" dengan CVPA adalah dengan memetakan cara-cara yang dapat dipilih, sehingga UD. Dior "77" tidak terjebak terlalu lama dalam kerugian yang berdampak lama.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk menarik kesimpulan yang lebih luas.

Menurut Sugiyono (2017) penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis datanya adalah penelitian induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif harus memahami maknanya, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena dan menemukan hipotesis.

Penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengungkap peristiwa atau fakta, keadaan dan fenomena yang terjadi selama proses penelitian dengan mengkomunikasikan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan.

3.2 Jenis Data

Data adalah semua informasi yang relevan dengan pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

3.2.1 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari catatan berupa laporan keuangan yang dipublikasikan suatu perusahaan. Data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder yang peneliti dapatkan berupa laporan hasil penjualan operasional dan laporan biaya-biaya operasional yang dikeluarkan oleh PT. Ace Hardware Indonesia Tbk. Data diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi lain yang diperlukan untuk penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan beberapa metode :

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara membaca buku dan jurnal untuk mengumpulkan informasi yang relevan atau hal yang akan diteliti. Peneliti juga mengumpulkan, membaca, dan mempelajari teori-teori dalam buku dan literatur yang berkaitan dengan judul penelitian.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kumpulan data melalui dokumen perusahaan yang berkaitan erat dengan pokok masalah yang dibahas. Pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi mengumpulkan dan pengamatan data sekunder berupa dokumen-dokumen dari perusahaan seperti laporan keuangan perusahaan, catatan keuangan, dokumen lain yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.4 Teknik Pengolahan Data

Pada penelitian ini, teknik pengolahan data yang digunakan adalah analisis kualitatif yang diolah dengan pendekatan deskriptif, menggambarkan secara rinci fenomena yang diteliti, secara sistematis, faktual dan akurat, dengan menggunakan langkah-langkah penelitian secara akurat, guna memberikan jawaban atas suatu pertanyaan masalah atau untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan luas dari suatu fenomena yang diteliti.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah bersifat kualitatif dengan menganalisis data dari laporan penjualan operasional, laporan biaya-biaya operasional yang terjadi pada tahun 2019 dan 2020, kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan alat analisis *Cost Volume Profit* yang digunakan untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba dan membantu dalam pengambilan keputusan.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah bagian dari proses pengujian data, yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang cukup untuk menarik kesimpulan penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu menyajikan ringkasan nilai-nilai yang dihitung berdasarkan data yang tersedia atau data yang disimpulkan.

Langkah-langkah analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis *Cost Volume Profit*. Ketika metode ini digunakan sebagai alat menghitung dan menganalisis data, yaitu pengelompokkan antara biaya tetap dan

biaya variabel, melakukan perhitungan *Contribution margin*, menghitung nilai BEP, *Margin of Safety*, *Degree Of Operating Leverage* (DOL) dan target laba yang akan berfungsi untuk perencanaan laba dan pertimbangan manajemen dalam pengambilan keputusan di PT. Ace Hardware Indonesia Tbk kedepannya. Oleh karena itu, teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah :

3.5.1 Analisis Margin Kontribusi

Menurut Rudianto (2013) margin kontribusi adalah selisih antara nilai penjualan dan biaya variabelnya. Jumlah ini akan digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba untuk periode tersebut. Semakin tinggi margin kontribusi yang diperoleh perusahaan dari setiap unit produk yang dijual, semakin cepat perusahaan dapat menutupi biaya tetapnya dan mencapai biaya yang diinginkan. Semakin rendah margin kontribusi yang dihasilkan dari oleh setiap unit produk, semakin lama perusahaan menutupi biaya tetapnya dan mencapai laba yang diinginkan. Jika perusahaan telah menjual produknya hingga jumlah tertentu yang dapat menutupi semua biaya tetap, maka pada volume penjualan berikutnya perusahaan tinggal memperoleh laba usahanya. Untuk menghitung margin kontribusi pada analisis dapat menggunakan rumus :

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

Sumber : Krismiaji, 2019

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

Sumber : Krismiaji, 2019

$$\text{Laba Bersih} = \text{Margin Kontribusi} - \text{Total Biaya Tetap}$$

Sumber : Krismiaji, 2019

3.5.2 Titik Impas (*Break Even Point*)

Menurut Rudianto (2013) *Break Even Point* adalah volume penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian tetapi juga tidak memperoleh keuntungan. *Break Even Point* menginformasikan kepada manajemen perusahaan mengenai batas minimal volume penjualan yang harus dicapai, sehingga perusahaan dapat terhindar dari kerugian walaupun tidak memperoleh keuntungan, selain itu dengan *Break Even Point* dapat diketahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memenuhi keuntungan yang diinginkan. Untuk menghitung titik impas (*Break Even Point*) pada analisis dapat menggunakan rumus :

- a. Dalam Rupiah

$$\text{Titik Impas (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Sumber : Garrison, 2013

3.5.3 Margin Keamanan (*Margin Of Safety*)

Menurut Mulyadi (2016), selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan impas adalah besarnya *Margin Of Safety*. Untuk menghitung *Margin Of Safety* pada analisis menggunakan rumus :

- a. Dalam Rupiah

$$\text{Margin Of Safety} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Pada Titik Impas}$$

Sumber : Krismiaji, 2019

- b. Dalam Persentase

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Margin Pengaman}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Sumber : Krismiaji, 2019

3.5.4 Degree of Operating Leverage (DOL)

Menurut Haris (2016) adalah ukuran, pada tingkat penjualan tertentu, tentang persentase perubahan volume penjualan terhadap laba. Dapat dikatakan bahwa suatu perusahaan memiliki *Degree Of Operating Leverage* (DOL) yang tinggi dalam struktur biayanya jika biaya tetap relatif lebih besar dari total biaya.

Untung menghitung *Degree Of Operating Leverage* (DOL) dapat menggunakan rumus :

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

Sumber : Garrison, 2013

3.5.5 Analisis Target Laba

Menurut Garrison (2013) analisis target laba (*Target Profit Anliysis*) 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 ingin dicapai perusahaan. Untuk menghitung analisis target laba dapat menggunakan rumus :

a. Dalam Rupiah

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Marin Kontribusi}}$$

Sumber : Garrison, 2013

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, R. M., Karamoy, H., & Ilat, V. (2021). *Profit planning at hotel gran puri Manado using cost-volume-profit analysis method*. *Emba*, 9(1), 658–668. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32452/30752>
- Bustian Bustami, N. (2012). *Akuntansi Biaya* (3rd ed.). Mitra Wacana Media.
- Caesya. (2017). *Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada CV Indah Surya Paper Kota Batam*.
- Deviesa, D. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fariz, M. G. (2013). *Analisis Cost-Volume-Profit (Cvp) Sebagai Alat Bantu Evaluasi Pencapaian Laba Pada Hotel Grasia Semarang*. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 1–15.
- Eka, L., & Widiyanti, S. (2014). *Analisis Cost-Volume-Profit (Cvp) Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Hotel Sunari Singaraja Tahun. 1*.
- Garrison, N. B. (2019). *Akuntansi Manajerial-Managerial Accouting (Edisi 14)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartati, N. (2017). *Akuntansi Biaya-Pengantar*. Pustaka Setia Bandung.
- Kartika, E., & Sunarka, P. S. (2019). *Analisis Cost-Volume-Profit untuk Perencanaan Laba pada UD. Budi Luhur Demak*. *Jurnal Ilmiah Aset*, 21(1), 9–17.
- Krismiaji, & Aryani, Y. A. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya (Edisi 5)*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Muslichah, & Bahri, S. (2021). *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Pelawiten, A. (2014). *Analisis Cost Volume Profit Untuk Perencanaan Laba Pada UD Gladys Bakery*. 13(2), 125–136.
- Ratno. (2015). *Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) Dalam Perencanaan Laba Pada Devansa Advertising Poso*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 16(2).
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen (S. Suryadi (ed.))*. PT Glora Aksaea Pratama.

- Salman, K. R., & Farid, M. (2016). *Akuntansi Manajemen-Alat Pengukuran dan Pengembalian Keputusan Manajerial*. Jakarta: Indeks Jakarta.
- Siregar, B. (2018). *Akuntansi Biaya (Edisi 2)*. Salemba empat.
- Sodikin, S. S. (2015). *Akuntansi Manajemen*. Jogjakarta: UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yanto, M. (2020). *Penerapan Cost – Volume – Profit (Cvp) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Cv . Usaha Bersama Tanjungpinang Application of Cost - Volume - Profit (Cvp) As the Basic of Profit Planning in Cv . Usaha Bersama Tanjungpinang*. 9(2), 369–386.
- Widiastuti, R. (2021). Evaluation of MSME Sales Strategy with Cost-Volume-Profit Analysis (CVPA) During Pandemic Case of UD Dior "77", Surabaya. *eprints.perbanas.ac.id*.
- Wijayanti, A., Bambang Mulyatno Setiawan, & Prasetyo, E. (2021). Cost-Volume-Profit Analysis and Linear Programming as Profit Planning Instruments. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(1), 55–65.

Curriculum Vitae



A. PERSONAL INFORMATION

Full Name : Dewi Milanda
Gender : Female
Place and Date of Birth : Tanjungpinang/19 Mei 1999
Age : 22 years old
Present Address : Jl. Pelantar KUD No. 21
Religion : Islam
Email : Dmilanda19@gmail.com
Phone Number/WA : 081370500880

B. EDUCATIONAL BACKGROUND

TYPE OF SCHOOL	NAME OF SCHOOL & LOCATION	NO. OF YEAR COMPLETED
Senior High School	SMA Negeri 2 Tanjungpinang	2017 year
University	STIE Pembangunan Tanjungpinang	2022 year