

ANALISIS TITIK IMPAS PADA INDUSTRI ROTAN HIDAYAH SIDOREJO KECAMATAN CURUP TENGAH

¹Retno Wulandari

SMK N 4 Rejang Lebong-wulandari@gmail.com

Abstrack- Good profit planning will affect the success of the business in achieving optimal profit. The calculation of future profits is very useful for preparing the profit planning process. In general, almost all management decisions will have more impact on activities or attitudes in the future than on past activities or attitudes. Thus management decision making is a continuous process. This continuous process makes management must be able to anticipate upcoming events and plan what must be done, including planning company profits. Profit Volume Cost Analysis (cost-volume-profit analysis) is often called a break event point analysis because of the significance of the break event point in this analysis, in the profit volume cost analysis, volume refers to all activity cost triggers, such as sales units are assumed to collaborate with changes in income, costs and profits. Based on the results of the analysis, it can be concluded as follows; The amount of break even points for living room chair products in Hidayah Sidorejo's rattan industry is 4 units, meaning that the company will be in a position where the profit is equal to 0. The amount of contribution margin for living room chair products in Hidayah Sidorejo's rattan industry is Rp. . 2,879,000 The operating profit target is assumed if Hidayah's rattan industry is targeting a profit of Rp. 10,000,000, then the number of units that must be sold is 7 units of living room chairs. The results of the cost volume profit analysis in the decision making for advertising spending show that Hidayah's rattan industry decides to advertise in the newspaper with an advertising cost of Rp. 1000,000, then this will increase the contribution margin by Rp. 2,879,000 and operating profit increased to Rp. 1,879,000 even though the cost continued to increase to Rp. 11,000,000 The results of the cost volume profit analysis in decision making to reduce the selling price from Rp. 6000,000 / chair set becomes Rp. 5,000,000 / set of chairs will reduce the contribution margin by Rp. 10,000,000, although if you lower the selling price the sales will increase to 10 units.

Keywords: Profit Volume Cost Analysis, Break-even Point, Contribution Margin

1. LATAR BELAKANG

Tujuan perusahaan dalam memproduksi suatu produk adalah untuk mendapatkan keuntungan, dalam mengejar keuntungan perusahaan harus menjaga kualitas dan mutu barang yang diproduksi, seiring dengan hal tersebut perusahaan harus memperhatikan jenis kualitas bahan baku yang dibutuhkan oleh usahanya yaitu kayu rotan pilihan, serta mengatur jumlah produksi agar tidak mengalami kerugian, dalam proses produksinya sering mengalami berbagai kendala atau hambatan baik dari dalam perusahaan maupun diluar yaitu persaingan terutama penghasilan produk yang sama, dalam meningkatkan produksi dibutuhkan suatu perencanaan, dimana peran management sangat penting untuk menunjang perekonomian yang mana pemasaran merupakan ujung tombak bagi suatu perusahaan, semua perusahaan mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang serta untuk memperoleh penghasilan dari keuntungan usahanya.

Industri rotan Hidayah berdiri pada tahun 1992. Industri ini didirikan oleh bapak Guratno yang beralamat di Jalan Madrasah I No.23 Sidorejo, Curup Tengah. Industri Rotan Hidayah memproduksi rotan menjadi barang-barang yang siap pakai seperti kursi tamu, lemari, tempat tidur, aneka rak, kuris teras, pembatasan ruangan dan lain-lain. Pengerajinan

membuka usaha dengan modal awal Rp.150.000. empat tahun pertama produksi mebel ini dikerjakan sendiri, tetapi mulai banyak dari permintaan dari konsumen maka pengrajin menambah jumlah karyawan. Jumlah karyawan terdiri atas empat orang yang masing-masing mempunyai tugas yang berbeda-beda diantaranya ada yang merangka, mengayam, dan megampla. Bahan baku yang digunakan didapat dari kota Lubuk Linggau. Berikut data penjualan kursi rotan pada Industri Rotan Hidayah Sidorejo selama 3 tahun terakhir

Tabel 1.1 Penjualan Kursi Rotan Tahun 2017 s/d tahun 2019

Tahun	Penjualan (Unit)	Harga Jual (Rupiah)	Jumlah
2015	24	3.500.000	84.000.000
2016	28	3.500.000	98.000.000
2017	22	4.000.000	87.000.000

Sumber : Industri Rotan Hidayah, 2020

Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan rotan yaitu rotan, paku, pernis, tiner, piltur pernis, dan gas. Sedangkan alat-alat yang dipakai yaitu compresor, gergaji, kompor, dan lain-lain. dari sekaian banyak jenis produksi, jenis yang paling diminati konsumen yaitu kursi tamu, kursi makan, dan kursi teras. Harga pun berkisaran antara Rp.3.000.000.-Rp.5000.000. penjualannya berdasarkan stok yang ada, dan pesanan dari konsumen. Pemasarannya dilakukan masih diwilayah lokal Curup, Bengkulu dan Sekitarnya. Dalam penjualan barang semakin murah, maka permintaan terhadap suatu barang itu bertambah. Hal ini membawa kita ke hukum permintaan, yang menyatakan "bila harga suatu barang naik, ceteris paribus maka jumlah barang yang diminta akan berkurang dan sebaliknya".

Tabel 1.2 Biaya Produksi Kursi Rotan Pada Industri Rotan Hidayah Sidorejo tahun 2019

Keterangan	Uraian	Jumlah
Biaya Bahan Baku	Rotan 40 potong @ Rp. 22.000	Rp. 880.000
Biaya Tenaga Kerja	4 orang @ Rp. 500.000	Rp. 2000.000
Biaya Overhead Pabrik	a. Pernis 3 kaleng @ Rp. 27.000 b. Cat 1 kaleng @ Rp. 58.000 c. Paku Rp. 30.000 d. Tiner 4 kaleng @ Rp. 18.000	Rp. 241.000
Total Biaya Produksi		Rp. 3.121.000

Sumber : Industri Rotan Hidayah, 2020

Peningkatan jumlah penjualan juga dapat dilihat dari pasar, apa lagi masyarakat di Rejang Lebong bermata pencarian petanian. Dimusim paceklik pemasaran di konsumen akan berkurang maka hasil penjualan akan mengalami fase penurunannya dan akan menghambat keuntungan usaha tersebut. Dalam hal ini peningkatan dan penurunan harga penjualan sangat lah mempengaruhi keuntungan usaha tersebut. Dalam hal ini peningkatan dan penurunan harga penjualan sangatlah mempengaruhi keuntungan usaha pengrajin industri Rotan Hidayah Sidorejo.

Perencanaan laba yang baik akan mempengaruhi keberhasilan usaha dalam mencapai laba yang optimal. Perhitungan laba masa yang akan datang sangat berguna untuk menyusun proses perencanaan laba. Sudah umumnya bahwa hampir semua keputusan manajemen akan lebih banyak berakibat terhadap kegiatan atau sikap dimasa yang akan datang dari pada kegiatan atau sikap dimasa yang lalu. Dengan demikian pengambilan keputusan manajemen merupakan proses kontinyu. Proses yang kontinyu ini membuat pihak manajemen harus bisa mengantisipasi peristiwa yang akan datang dan merencanakan apa yang harus dilakukan, termasuk merencanakan laba perusahaan. Analisis Biaya Volume Laba (*cost-volume-profit analysis*) kerap pula disebut analisis impas (*break event point analysis*) karena signifikansi titik impas (*break event point*) dalam analisis ini, dalam analisis biaya volume laba, volume mengacu kepada semua pemicu biaya aktifitas, seperti unit penjualan diasumsikan berkorelasi dengan perubahan-perubahan pendapatan, biaya dan

laba. Menurut Horngren (2013) dengan menggunakan analisis biaya volume laba (*cost volume profit analysis*), maka akan dapat dianalisis keterkaitan biaya harga dan kuantitas yang terjual sehingga para manajer dapat mengetahui dampak dari beberapa tingkat harga atau biaya terhadap laba, dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas dan jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas. Analisis biaya volume laba (*cost volume profit analysis*) merupakan alat terbaik yang dimiliki manajer untuk menemukan keuntungan yang masih terpendam, belum dimanfaatkan yang mungkin ada dalam perusahaan terutama perusahaan yang masih berkembang (Garrison 2010:274). Perusahaan yang dimaksud disini bisa berupa perusahaan dagang, perusahaan jasa, atau perusahaan manufaktur. Salah satu nya adalah usaha industri Rotan Hidayah, yang berlokasi di Sidorejo Curup Tengah. Industri Rotan Hidayah merupakan usaha yang bergerak dibidang pembuatan alat perabotan seperti kursi, lemari, dan lain-lain, Dengan bahan baku kayu rotan. Hasil industri ini dibuat berdasarkan pesanan dan jumlah yang rutin dalam setiap waktunya. Didalam memenuhi pesanan perusahaan tetap menjaga kualitas dan hubungan yang baik dalam kerja sama tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya Tetap

William C. Karter (2010 : 45), mendefinisikan biaya tetap sebagai biaya yang secara total tidak berubah ketika aktivitas bisnis meningkat atau menurun. Meskipun beberapa jenis biaya terlihat sebagai biaya tetap, semua biaya sebenarnya bersifat variabel dalam jangka panjang. Jika semua aktivitas bisnis turun sampai ke titik nol dan tidak ada prospek akan kenaikan, suatu perusahaan akan melikuidasi dirinya dan menghindari semua biaya. Jika aktivitas diperkirakan akan meningkat diatas kapasitas saat ini, biaya tetap harus dinaikkan untuk menangani peningkatan volume yang diperkirakan. Misalnya saja overhead pabrik memasukkan item seperti supervisi, penyusutan, sewa, asuransi properti, semuanya secara umum dianggap sebagai biaya tetap. Jika manajemen memperkirakan bahwa permintaan terhadap produksi perusahaan akan meningkat diatas kapasitas saat ini, manajemen dapat mengusahakan tambahan pabrik, peralatan, tenaga kerja tidak langsung dan mungkin juga supervisi untuk memproduksi tingkat output yang diinginkan guna memenuhi permintaan. Tambahan tersebut menaikkan tingkat pengeluaran atas setiap item overhead pabrik.

Untuk alasan ini, suatu jenis biaya tertentu sebaiknya diklasifikasikan sebagai biaya tetap hanya dalam rentang aktivitas yang terbatas. Rentang yang terbatas ini sering disebut dengan rentang yang relevan (*relevant range*). Total biaya tetap akan berubah diluar rentang aktivitas yang relevan.

2.2 Pengertian Biaya Variabel

Biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang totalnya meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas. Biaya variabel termasuk biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, beberapa perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, alat-alat kecil, pengerjaan ulang, dan unit-unit yang rusak. Biaya variabel biasanya dapat diidentifikasi langsung dengan aktivitas yang menimbulkan biaya tersebut. (William C Karter, 2010)

Pada prakteknya hubungan antara suatu aktivitas bisnis dengan biaya variabel terkait biasanya dianggap linear, yaitu total biaya variabel diasumsikan meningkat dalam jumlah yang konstan untuk setiap satu unit peningkatan dalam aktivitas. Tetapi, hubungan aktual jarang yang berbentuk linear sempurna sepanjang rentang aktivitas yang mungkin. Efisiensi produktif biasanya berubah bila beban kerja sangat ringan atau sangat berat.

2.3 Pengertian Analisis Analisis Biaya Volume (*Cost Volume Profit*)

Beberapa pengertian mengenai *cost-volume-profit* adalah sebagai berikut:

Menurut William K. Carter (2010:322) yaitu "*analisis cost-volume-profit* adalah salah satu dari beberapa alat yang sangat berguna bagi manajer dalam memberikan perintah. Alat ini membantu manajer untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume, dan laba".

Menurut Hansen Mowen (2010:387) yaitu "*analisis cost-volume-profit* merupakan metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan keputusan pemasaran

mempengaruhi laba bersih, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output”.

Menurut Mulyadi (2013:423) yaitu “analisis *cost volume profit* merupakan alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Karena analisis CVP menekankan pada keterkaitan antara biaya, jumlah yang dijual, dan harga, analisis ini menggabungkan semua informasi keuangan perusahaan”.

Menurut Kamaruddin (2011: 74), “Analisis biaya volume laba atau Cost Volume Profit Analysis merupakan suatu alat yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Karena analisis ini berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Karena analisis biaya volume laba menekankan pada keterkaitan antara biaya, kuantitas yang terjual dan harga, serta semua informasi keuangan perusahaan yang terkandung di dalamnya. Analisis Biaya Volume Laba menjadi alat yang bermanfaat untuk mengidentifikasi cakupan dan besarnya kesulitan ekonomi yang di hadapi suatu divisi dan membantu pemecahannya.”

Sedangkan menurut Hongren (2013:71), “Analisis Biaya Volume Laba (*Cost Volume Profit Analysis*) menguji perilaku pendapatan total, biaya total dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output, harga jual, biaya variabel per unit dan biaya tetap produk. Manajer menggunakan analisis biaya volume laba untuk menjawab pertanyaan seperti bagaimana dampak terhadap pendapatan total dan biaya total jika tingkat output berubah.”

Menurut Horngren (2013:208), analisis *cost-volume-profit* dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:

- 1) Mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- 2) Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu.
- 3) Mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- 4) Mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan.
- 5) Menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan.

Perlu diingat bahwa penggunaan suatu analisa tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasannya, yang berarti harus menggunakan asumsi-asumsi tertentu. Dengan mengetahui batasan-batasan yang dimaksud menyebabkan penggunaan analisis tersebut tidak menimbulkan kekeliruan dan kesalahan dalam pengambilan keputusan.

Batasan-batasan analisis biaya volume laba tersebut adalah sebagai berikut, (Horngren,2013) :

1. Konsep tentang variabilitas cost dapat diterima, karena itu biaya harus realistis diklasifikasikan sebagai variabel dan tetap.
2. Range atau rentang yang relevan pada semua tahap analisis harus ditentukan.
3. Harga jual per unit tidak berubah jika terjadi perubahan volume.
4. Hanya dijual satu jenis produk.
5. Jika analisis digunakan untuk berbagai produk atau kombinasi, sales mixnya harus tetap atau konstan.
6. Kebijakan manajemen terhadap operasi perusahaan tidak berubah secara material dalam jangka pendek.
7. Tingkat harga umum stabil dalam jangka pendek.
8. Sinkronisasi antara penjualan dan produksi, yang berarti tingkat investasi harus konstan atau kosong.
9. Efisiensi dan produktifitas tidak mengalami perubahan-perubahan, khususnya dalam jangka pendek.

2.4 Asumsi Analisis Biaya Volume Laba

Menurut Charles T. Hongren (2010:72) Analisis Biaya Volume Laba didasarkan pada beberapa asumsi sebagai berikut:

- a) Perubahan tingkat pendapatandan biaya hanya disebabkan oleh perubahan jumlah unit produk (atau jasa) yang diproduksi dan dijual. Jumlah unit output merupakan satu –

satunya pemicu pendapatan (*revenue driver*) sekaligus pemicu biaya (*cost driver*), sebagaimana penyeter biaya merupakan faktor yang menimbulkan biaya, sebuah pemicu pendapatan adalah variabel yang menyebabkan timbulnya pendapatan.

- b) Biaya tetap dapat dipilah kedalam komponen tetap yang tidak berubah mengikuti perubahan tingkat output dan komponen variabel yang berubah mengikuti tingkat output. Sedangkan biaya variabel terdiri atas biaya variabel langsung dan biaya variabel tidak langsung produk, demikian juga halnya dengan biaya tetap.
- c) Ketika disajikan secara grafik, perilaku pendapatan total dan biaya total adalah linear (artinya digambarkan sebagai garis lurus) ketika dihubungkan dengan tingkat output dalam suatu rentang (dan periode waktu) yang relevan.
- d) Harga jual, biaya variabel per unit, serta biaya tetap (dalam suatu rentang dan periode waktu yang relevan) diketahui dan konstan.
- e) Analisis mencakup satu produk atau mengasumsikan bahwa proporsi produk berbeda ketika perusahaan menjual beragam produk adalah tetap konstan ketika unit terjual total berubah.
- f) Seluruh pendapatan dan biaya ditambahkan serta dibandingkan tanpa memperhitungkan nilai waktu uang.

2.5 Pengertian Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi

Menurut William K Carter (2010 : 142) “ Margin kontribusi merupakan selisih antara penjualan dan biaya variabel”

Garrison (2010 : 324) “ Margin Kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan dikurangi beban variabel”.

Sedangkan Hansen dan Mowen(2010 : 280) menyatakan bahwa “ Rasio margin kontribusi (*contribution margin ratio*) adalah bagian dari setiap dolar penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba.”

“Margin kontribusi menunjukkan angka pendapatan dikurangi biaya variabel yang memberi kontribusi untuk menutupi biaya tetap. Ketika seluruh biaya tetap dapat ditutupi oleh margin kontribusi maka akan meningkatlah laba bersih”.

(Hongren,2013: 74)

Dalam menggunakan analisis biaya volume laba umumnya dan titik impas pada khususnya, pengertian dan perhatian terhadap margin kontribusi atau keuntungan sangat diperlukan sekali, karena dengan cepat pula kita dapat membuat suatu keputusan dan sebagai titik awal dari keputusan-keputusan berikutnya. Keputusan-keputusan yang dapat diselesaikan dengan memperhatikan margin kontribusi antara lain adalah, (Horngren,2013) :

1. Menutup atau meneruskan segmen atau bagian tertentu
2. Jika alternatif penutupan suatu segmen atau bagian itu dilakukan alternatif lain, maka keputusannya pun hanya membandingkan margin kontribusi saja.
3. Dalam analisis joint cost atau joint product, keputusannya hanya membandingkan harga jual baru dikurangi harga jual lama dengan margin kontribusi , maka keputusan sudah dapat diambil.
4. Tidak memerlukan perhitungan-perhitungan yang rumit dan lebih efisien terutama dalam analisis titik impas.

2.5 Titik Impas (Break Even Point)

Titik impas (*breakeven point*) adalah jumlah penjualan output yang akan menyamakan pendapatan total dengan biaya total, yaitu jumlah penjualan output yang akan menghasilkan laba operasi nol (Charles T. Hongren ;2013:74).

Manajer tertarik dengan titik impas karena ingin menghindari rugi operasi (*operating loss*). Titik impas menjelaskan berapa output yang harus terjual agar tidak menanggung rugi operasi.

Titik impas dapat dihitung dengan menggunakan metode – metode dibawah ini:

1) Metode Persamaan (*Equation*)

Untuk menggunakan metode persamaan dalam titik impas, laporan laba rugi akan disajikan dengan persamaan berikut ini, (Horngren,2013) :

Pendapatan – Biaya Variabel – Biaya Tetap = Laba Operasi

[harga jual x jumlah unit output terjual] - [Biaya variabel per unit x jumlah unit output terjual] - biaya tetap = Laba Operasi

2) Metode Margin Kontribusi (*Contribution Margin Method*)

Metode margin kontribusi dapat dihitung dengan menggunakan rumus, (Horngren, 2013)

$$(\text{SP} \times \text{Q}) - (\text{VCU} \times \text{Q}) - \text{FC} = \text{OI} \dots \dots \dots (1)$$

Atau

$$(\text{SP} - \text{VCU}) \times \text{Q} = \text{FC} + \text{OI}$$

Dimana,

$$\text{CMU} \times \text{Q} = \text{FC} + \text{OI}$$

$$\frac{\text{Q}}{\text{CMU}} = \frac{\text{FC} + \text{OI}}{\text{CMU}} \dots \dots \dots (2)$$

Pada titik impas, laba operasi adalah berdasarkan definisi Rp. 0, dengan mengganti OI menjadi 0 (nol), kita dapatkan:

$$\text{Q} = \frac{\text{FC}}{\text{CMU}} \dots \dots \dots (3)$$

Dimana:

SP = Harga Jual (*Sales Price*)

VCU = Biaya Variabel per Unit (*Variable Cost per Unit/VCU*)

CMU = Margin Kontribusi per Unit (SP – VCU)

%MC = Persentase Margin Kontribusi (CMU : SP)

FO = Biaya tetap

Q = Quantity – jumlah unit output terjual (dan diproduksi)

IO = Laba Operasi (*operating Income*)

TOI = Target Laba Operasi

TNI = Target laba bersih (*Target Net Income*)

2.6 Target Laba Operasi

Target laba operasi adalah jumlah unit yang harus terjual untuk mendapatkan margin kontribusi yang cukup guna menutupi biaya tetap dan mendapatkan laba operasi yang ditargetkan. Rumus yang digunakan adalah, (Horngren, 2013) :

$$(\text{SP} \times \text{Q}) - (\text{VCU} \times \text{Q}) - \text{FC} = \text{OI}$$

Atau

$$\frac{\text{FC} + \text{TOI}}{\text{CMU}} = \text{Q}$$

2.7 Pengertian Tingkat Keamanan (*Margin of Safety*)

Margin of safety atau tingkat keamanan memberikan informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun dari yang dianggarkan namun perusahaan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, *margin of safety* merupakan batas keamanan bagi perusahaan dalam hal terjadi penurunan penjualan, berapa pun penurunan penjualan yang terjadi sepanjang dalam batas-batas tersebut perusahaan tidak akan menderita rugi.

Margin of safety dapat membantu manajer untuk mengetahui besarnya resiko yang terkandung dalam suatu rencana penjualan. Perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang besar dikatakan lebih baik karena rentang penurunan penjualan yang dapat ditolerir adalah lebih besar sehingga kemungkinan menderita kerugian rendah. Namun sebaliknya jika *margin of safety* rendah, kemungkinan perusahaan untuk menderita kerugian besar. Dalam hal ini, manajer dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan volume penjualan atau menurunkan biayanya. Langkah ini akan membantu untuk menurunkan timbulnya resiko kerugian.

2.8 Operating Leverage

Operating leverage adalah ukuran besarnya penggunaan biaya tetap dalam sebuah perusahaan. Semakin tinggi biaya tetap, maka semakin tinggi *operating leverage* yang dicapai dan semakin besar pula sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan. Jika sebuah perusahaan mempunyai *operating of leverage* tinggi, maka sedikit saja peningkatan dalam penjualan dapat menghasilkan peningkatan persentase yang besar

dalam laba. Sebaliknya jika perusahaan mempunyai *operating leverage* rendah, maka pengaruh peningkatan dalam penjualan terhadap peningkatan laba bersih adalah rendah.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Imam Ghozali (2013 : 181) “Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Pada penelitian ini, penulis menggunakan seluruh anggota populasinya yang disebut sampel total atau sensus.”

Menurut Imam Ghozali (2013 : 183) ” Sampel (contoh) ialah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling.”

Populasi dalam penelitian ini adalah semua data biaya operasional pada Industri Rotan Hidayah Sidorejo Curup. Sedangkan sampel yang digunakan adalah biaya variabel, biaya tetap dan harga jual untuk 1 set produk kursi ruang tamu pada Industri Rotan Hidayah Sidorejo Curup untuk tahun 2020.

3.2 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan lembar wawancara langsung kepada narasumber. Sementara teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Yaitu dengan mewawancarai pemilik dari Industri Rotan Hidayah Sidorejo guna mendapatkan data yang diperlukan sehubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Observasi

Mendatangi langsung Industri Rotan Hidayah Sidorejo guna melihat langsung kegiatan pembuatan kursi rotan dan melakukan wawancara dengan pemilik dan karyawan.

3. Dokumentasi

Dengan cara mengumpulkan dan mencatat data-data baik yang bersifat kualitatif ataupun kuantitatif yang berhubungan dengan penelitian.

4. Studi pustaka

Dengan cara membaca buku ataupun literatur yang membahas mengenai analisa biaya volume laba sehingga bisa digunakan sebagai bahan referensi dan landasan teori dalam penelitian ini.

3.3 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan adalah:

1) Menentukan margin kontribusi dengan rumus (Horngren, 2013) :

Margin kontribusi = Margin kontribusi per unit x jumlah terjual

Margin kontribusi /unit = Harga jual per unit – biaya variabel /unit

2) Menentukan titik impas dengan metode, (Horngren, 2013):

a) Metode persamaan dengan menggunakan rumus:

$$(SP \times Q) - (VCU \times Q) - FC = OI$$

Dimana:

SP = *Sales Price* (Harga jual per unit)

Q = *Quantity* (jumlah unit output terjual)

VCU = *Variable Cost* (Biaya variabel per unit)

FC = *Fixed Cost* (Biaya tetap)

OI = *Operating Income* (Laba operasi)

b) Metode Margin kontribusi dengan menggunakan rumus, (Horngren, 2013):

$$Q = FC / CMU$$

Dimana:

Q = *Quantity* (jumlah unit output terjual)

FC = *Fixed Cost* (Biaya tetap)

CMU = *Contribution Margin* (Margin kontribusi per unit (SP-VCU))

3) Menentukan target laba operasi dengan rumus, (Horngren, 2013) :

$$(SP \times Q) - (VCU \times Q) - FC = OI$$

Dimana:

- SP = *Sales Price* (Harga jual per unit)
 Q = *Quantity* (jumlah unit output terjual)
 VCU = *Variable Cost* (Biaya variabel per unit)
 FC = *Fixed Cost* (Biaya tetap)
 OI = *Operating Income* (Laba operasi)

5. HASIL ANALISIS & PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data

Analisis Biaya Volume laba menganalisis data biaya tetap dan biaya variabel serta harga jual untuk mengetahui besarnya titik impas, margin kontribusi dan target laba operasi. Adapun data biaya tetap yang digunakan pada penelitian ini adalah biaya sewa tempat yang digunakan industri rotan Hidayah selama tahun 2020 yaitu sebesar Rp. 10.000.000. Untuk biaya variabel digunakan data biaya produksi untuk memproduksi 1 set kursi tamu. Berikut uraian biaya produksi untuk satu kali produksi 1 set kursi ruang tamu pada industri rotan Hidayah Sidorejo.

Tabel 5.1 Biaya Produksi 1 set Kursi Ruang Tamu

Keterangan	Uraian	Jumlah
Biaya Bahan Baku	Rotan 40 potong @ Rp. 22.000	Rp. 880.000
Biaya Tenaga Kerja	4 orang @ Rp. 500.000	Rp. 2000.000
Biaya Overhead Pabrik	e. Pernis 3 kaleng @ Rp. 27.000 f. Cat 1 kaleng @ Rp. 58.000 g. Paku Rp. 30.000 h. Tiner 4 kaleng @ Rp. 18.000	Rp. 241.000
Total Biaya Produksi		Rp. 3.121.000

Sumber : Industri Rotan Hidayah, 2020

Berdasarkan uraian biaya produksi diatas, maka berikut data-data biaya yang digunakan dalam perhitungan analisis biaya volume laba pada industri Rotan Hidayah Sidorejo.

Tabel 5.2 Biaya yang Digunakan Dalam Perhitungan Analisis Biaya Volume Laba

No	Keterangan	Jumlah
1	Biaya Variabel	Rp. 3.121.000
2	Biaya Tetap	Rp. 10.000.000
3	Harga Jual	Rp. 6.000.000

Sumber : Industri Rotan Hidayah Sidorejo, 2020

5.2 Pembahasan

Perhitungan analisis biaya volume laba pada penelitian ini akan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- Menentukan margin kontribusi dengan rumus (Horngren, 2013) :

$$\text{Margin kontribusi /unit} = \text{Harga jual per unit} - \text{biaya variabel /unit}$$

Diketahui :

$$\text{Harga Jual per unit} = \text{Rp. 6.000.000}$$

$$\text{Biaya variabel per unit} = \text{Rp. 3.121.000}$$

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Rp. 2.879.000}$$

- Menentukan titik impas dengan metode (Horngren, 2013):

- Metode Margin kontribusi dengan menggunakan rumus, (Horngren,2013):

$$Q = FC/CMU$$

Dimana:

$$Q = \text{Quantity (jumlah unit output terjual)}$$

$$FC = \text{Fixed Cost (Biaya tetap)}$$

$$CMU = \text{Contribution Margin (Margin kontribusi per unit (SP-VCU))}$$

Diketahui :

FC = Rp. 10.000.000

CMU = Rp. 2.879.000

Q = $\frac{10.000.000}{2.879.000}$

Q = 4 unit (pembulatan)

b) Menentukan target laba operasi dengan rumus, (Horngren,2013) :

$$(SP \times Q) - (VCU \times Q) - FC = OI$$

Dimana:

SP = *Sales Price* (Harga jual per unit)

Q = *Quantity* (jumlah unit output terjual)

VCU = *Variable Cost* (Biaya variabel per unit)

FC = *Fixed Cost* (Biaya tetap)

OI = *Operating Income* (Laba operasi)

Jika diasumsikan perusahaan menargetkan besarnya target laba operasi sebesar Rp. 10.000.000, maka perhitungan target laba operasi adalah sebagai berikut:

Diketahui :

SP = Rp. 6.000.000

VCU = Rp. 3.121.000

FC = Rp. 10.000.000

OI = Rp. 10.000.000

Maka besarnya target laba operasi adalah sebagai berikut :

$$(SP \times Q) - (VCU \times Q) - FC = OI$$

$$(6000.000 \times Q) - (3.121.000 \times Q) - 10.000.000 = 10.000.000$$

$$(2.879.000 Q) - 10.000.000 = 10.000.000$$

$$2.879.000 Q = 10.000.000 + 10.000.000$$

$$2.879.000 Q = 20.000.000$$

$$Q = 7 \text{ unit (pembulatan)}$$

Jadi jika industri rotan Hidayah menargetkan laba sebesar Rp. 10.000.000, maka perusahaan minimal harus menjual 7 unit kursi rotan ruang tamu.

1) Menggunakan Analisis Biaya Volume Laba untuk pengambilan keputusan:

a) Keputusan Belanja Iklan

Jika Industri rotan Hidayah memutuskan untuk mengiklan produknya, dengan menempatkan produknya pada iklan dikoran, yang dikenakan biaya sebesar Rp. 1.000.000. Biaya ini termasuk biaya tetap, karena jumlahnya tidak akan berubah berapapun unit produk yang dijual.

Tabel.5.3 Menyajikan Analisa Biaya Volume Laba untuk belanja iklan

	4 unit terjual tanpa iklan (1)	5 unit terjual dengan iklan (2)	Perbedaan (2) – (1) (3)
Margin Kontribusi	11.516.000*	14.395.000**	2.879.000
Biaya tetap	10.000.000	11.000.000	1.000.000
Laba Operasi	1.516.000	3.395.000	1.879.000

Sumber : Horngren, 2013

Keterangan:

Rp. 11.516.000 = jumlah unit terjual x margin kontribusi
 = 4 x Rp. 2.879.000
 = Rp. 11.516.000

Rp. 14.395.000 = 5 x Rp. 2.879.000
 = Rp. 14.395.000

Jika memutuskan untuk beriklan, maka laba operasi akan meningkat sebesar Rp. 1.879.000. Dengan beriklan margin kontribusi akan meningkat sebesar Rp.2.879.000 meskipun biaya tetap juga meningkat sebesar Rp. Rp. 1000.000..

b) Keputusan Menurunkan Harga Jual

Jika diasumsikan perusahaan memutuskan untuk menurunkan harga jual menjadi Rp. 5.000.000, pada harga ini penjualan akan diperkirakan mencapai 10 unit. Keputusan untuk menurunkan harga jual atau tidak dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel.5.4 Analisis Biaya Volume Laba jika menurunkan harga jual

Margin kontribusi dari penurunan harga jual menjadi (Rp. 5.000.000-Rp.3.121.000) x10 unit	Rp. 18.879.000
Margin kontribusi jika harga tidak diturunkan (Rp. 6.000.000-Rp.3.121.000) x 10 unit	Rp.28.790.000
Perubahan margin kontribusi dengan menurunkan harga	(Rp.9.911.000)

Sumber : Horngren,2013

Penurunan harga jual akan menurunkan margin kontribusi sebesar Rp. 9.911.000.

1) Menggunakan analisis sensitifitas

Jika perusahaan mengasumsikan biaya variabel naik sebesar 20% , dan pendapatan turun 10% ,tingkat penjualan turun 30% dari titik impas (4 unit) maka apa yang akan terjadi ?.

Biaya variabel = Rp. 3.121.000

Biaya variabel naik 20% = Rp. 624.200

= Rp. 3.745.200

Tingkat penjualan turun 30% dari 4 unit = 4-1

Maka penurunan unit terjual adalah 1 unit.

Pendapatan turun 10% (3 unit x Rp. 6000.000) menjadi Rp. 18.000.000

Maka besarnya laba operasi adalah:

Pendapatan = Rp. 18.000.000

Biaya variabel, Rp. 3.745.200 x 3unit= Rp. 11.235.600

Biaya tetap = Rp. 10.000.000

Laba operasi = (Rp. 3.235.600)

Bandingkan dengan keadaan sebelum ada kenaikan dan penurunan:

Pendapatan, Rp.6000.000 x 4 unit = Rp. 24.000.000

Biaya variabel, Rp. 3.121.000 x 4 unit = Rp. 12.484.000
 Biaya tetap = Rp. 10.000.000

Laba Operasi = Rp. 1.516.000

Dari situasi diatas, maka dipastikan perusahaan akan mengalami kerugian sebesar Rp. 3.235.600, karena adanya beban biaya tetap yang tidak berubah sebesar Rp. 10.000.000.

6. KESIMPULAN & SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Besarnya titik impas (Break Even Poin) untuk produk kursi ruang tamu pada industri rotan Hidayah Sidorejo adalah sebesar 4 unit artinya perusahaan akan berada pada posisi dimana laba sama dengan 0.
2. Besarnya margin kontribusi untuk produk kursi ruang tamu pada industri rotan Hidayah Sidorejo adalah sebesar Rp. 2.879.000
3. Besarnya target laba operasi jika diasumsikan industri rotan Hidayah menargetkan laba sebesar Rp. 10.000.000, maka jumlah unit yang harus terjual adalah 7 unit kursi ruang tamu.
4. Hasil analisis biaya volume laba dalam pengambilan keputusan untuk belanja iklan menunjukkan jika industri rotan Hidayah memutuskan untuk memasang iklan dikoran dengan biaya iklan sebesar Rp. 1000.000, maka hal ini akan menaikkan margin kontribusi sebesar Rp. 2.879.000 dan laba operasi meningkat menjadi Rp. 1.879.000 meskipun biaya tetap bertambah menjadi Rp. 11.000.000
5. Hasil analisis biaya volume laba dalam pengambilan keputusan untuk menurunkan harga jual dari Rp. 6000.000/set kursi menjadi Rp. 5000.000/set kursi akan menurunkan margin kontribusi sebesar Rp. 10.000.000, meskipun jika menurunkan harga jual penjualan akan meningkat menjadi 10 unit.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis maka penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut:

1. Besarnya margin kontribusi dipengaruhi oleh harga jual dan biaya variabel. Dimana biaya variabel diperoleh dari biaya-biaya produksi yang terjadi, untuk itu industri rotan Hidayah harus lebih cermat dalam melakukan perhitungan biaya produksi, agar tidak ada biaya-biaya yang luput, dimana hal ini akan merugikan perusahaan.
2. Mengingat jumlah unit yang harus terjual untuk mencapai titik impas adalah 4 unit, maka sebaiknya industri rotan Hidayah Sidorejo lebih maksimal dalam memasarkan produknya agar bisa mencapai penjualan diatas titik impas.
3. Target laba operasi dihitung guna mengetahui berapa jumlah unit yang harus terjual. Untuk itu industri rotan Hidayah harus lebih gencar melakukan penjualan dan membidik pangsa pasar yang tepat.
4. Jika industri rotan Hidayah memutuskan untuk memasang iklan, maka hal ini akan meningkatkan margin kontribusi dan menguntungkan perusahaan.
5. Keputusan untuk menurunkan harga jual harus dilakukan dengan seksama, karena meskipun jumlah unit terjual meningkat namun besarnya margin kontribusi mengalami penurunan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rahim Sangadji. 2017. "*Penganggaran Perusahaan*". Diambil Dari www.blogspot.com/2010/04/jenis-jenis-anggaran.html?m=1. Pada tanggal 01 Maret 2020.

Adad Danuarta. 2017. "*Laba Menurut Para Ahli*". Diambil Dari www.blogspot.com/2014/11/laba-menurut-para-ahli.html?m=1. Pada tanggal 26 Maret 2020.

Adzikra Ibrahim. 2017. "Pengertian Laba." Diambil Dari www.blogspot.com/2014/III/pengertianlaba./html/?=1 pada tanggal 04 Februari 2020.

Ahmad, Kamarudin. 2013. *Akuntansi Manajemen : Dasar-Dasar Konsep* PT.Raja Grafindo Persada.

Bastian Bastami dan Nurlela. 2007. *Akuntansi Biaya Tingkat Lanjut*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Bustami, B., dan Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya*. Edisi 4. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Carter, William K. 2009. *Cost Accounting: Akuntansi Biaya*. Buku 1 edisi 14 Dialih bahasakan oleh Krista. Jakarta: Salemba Empat.

Gunawan Adisaputro. 2012. *Anggran Perusahaan 2*. Edisi 1. Yogyakarta: BFE Yogyakarta.

Hansen. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Buku Kesatu. Jakarta: Salemba Empat.

Hansen dan Mowen. 2009. *Akuntansi Manajerial*. Buku 2, Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta