

## Analisis Perhitungan *Cost-Volume-Profit* Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Perusahaan

**Nurul Hidayah**

*Akuntansi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia*

**Indah Dewi Maharany**

*Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia*

**Penulis Korespondensi**

Indah Dewi Maharany

[indahdewi@iainkudus.ac.id](mailto:indahdewi@iainkudus.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history :

**Received:**

23 December 2024

**Revised:**

20 January 2025

**Accepted:**

27 February 2025

### ABSTRACT

*The aim of the research is to determine the Cost-Volume-Profit analysis of Furniture UMKM in Jepara. This type of research is in the form of quantitative data, namely the amount of expenses that will take place during 2023. The results of the analysis show that the company has a contribution margin of IDR 1,984,576,347 with a ratio of 25%, indicating that every IDR 1 of sales contributes 25% to cover fixed costs and profits. The break-even point was recorded at IDR 6,948,262,151, indicating that from total sales of IDR 7,876,000,000, IDR 6,948,262,151 was needed to reach break-even. The Margin of Safety reached IDR 927,737,849, providing room for the company to experience a sales decline of that size without experiencing a loss. The degree of Operating Leverage reaching 7.25 indicates high sensitivity of operating profit to changes in sales. Profit target analysis shows that the company needs to achieve sales of IDR 8,178,867,936 to obtain the expected profit of IDR 240,562,547. The conclusions from this analysis provide a basis for companies to plan more optimal profit targets to ensure business sustainability in the coming year.*

*Keywords: Cost; Volume; Profit; Profit Planning*

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis semakin meluas dengan banyaknya tantangan bersaing di kalangan para pengusaha. Sebagai pelaku ekonomi, sudah semestinya membuka peluang untuk bergerak maju dengan berbagai bekal perencanaan menuju kesuksesan berwirausaha. Di tengah kondisi tersebut, manajemen sering kali menghadapi kesulitan dalam menentukan jumlah produksi yang ideal dan harga jual yang optimal untuk mencapai titik impas serta target laba yang diinginkan. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara biaya, volume produksi, dan laba, keputusan yang diambil bisa saja tidak efektif dan bahkan merugikan perusahaan. Dalam hal menghadapi situasi bersaing ini, pelaku usaha perlu menerapkan kontrol biaya dan merencanakan laba usaha dengan optimal (Fatahillah dkk., 2023).

Jejara merupakan kota yang khas dengan ukirannya (Prasiska & Wati, 2024), banyak diantaranya para pengusaha furniture yang terkenal dengan produk-produk berkualitas tinggi dan kerajinan tangan yang khas. Industri semacam ini terus menghadapi tantangan dalam mempertahankan posisi di pasar domestik dan internasional. Sebagai salah satu pelaku usaha pada industri ini, sebuah UMKM furniture di Jejara dihadapkan pada berbagai problema yang memengaruhi keberlanjutan bisnis dan profitabilitasnya.

Salah satu isu utama yang dihadapi pada masalah ini adalah fluktuasi biaya produksi yang tidak dapat dihindari. Biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead seringkali mengalami perubahan akibat faktor eksternal seperti perubahan harga pasar, inflasi, dan kebijakan pemerintah. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian bagi perusahaan dalam menetapkan harga jual yang kompetitif dan tetap menjaga margin keuntungan (Fauzi, Setyo, dkk., 2024). Dalam dunia bisnis yang kompetitif, setiap perusahaan harus memiliki strategi yang efektif untuk mencapai tujuan keuangan, salah satunya adalah mencapai laba yang optimal.

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan furnitur harus mampu mengelola berbagai biaya, volume produksi, dan harga jual untuk memastikan bahwa usaha tersebut tetap menguntungkan. Keberhasilan suatu perusahaan juga dapat dilihat melalui volume penjualan yang dilakukan secara keseluruhan (Wardana dkk., 2023). Fenomena lain yang memengaruhi perusahaan ini adalah tingkat persaingan yang semakin ketat, baik dari perusahaan lokal maupun internasional. Dengan semakin banyaknya pemain baru di industri furniture, maka UMKM ini harus mampu menawarkan produk berkualitas dengan harga yang bersaing, tanpa mengorbankan profitabilitas. Namun, tanpa alat perencanaan yang

tepat, perusahaan berisiko mengalami penurunan laba atau bahkan kerugian. Perencanaan yang tepat memungkinkan perusahaan untuk menekan biaya produksi dan operasional akan tetapi dibarengi volume penjualan yang meningkatkan (Defa, 2021).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) menjadi alat yang krusial untuk membantu usaha UMKM ini dalam merencanakan laba dengan lebih terukur. Analisis CVP memungkinkan perusahaan untuk memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba (Fitriani & Damayanti, 2024), sehingga dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam penentuan harga jual, pengelolaan biaya, penentuan target penjualan yang lebih baik, serta menentukan harga jual yang optimal, sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan terkait jumlah produksi dan titik impas (*break-even point*) yang harus dicapai.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmayani & Mardiyanti pada kasus Mebel Bocah Angon di Dusun Kalianyar Deket, Lamongan. Menghasilkan bahwa laba yang diperoleh sebesar Rp 286.193.000, belum mencapai target laba yang diharapkan perusahaan yaitu sebesar Rp 265.988.970. Maka dari itu melalui analisis CVP perusahaan perlu menaikkan penjualan sebesar Rp 1.299.962.000 untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan. Selanjutnya penelitian dari Fitriani & Damayanti pada PT. Golden Grand Mills melakukan penelitian analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai bentuk perencanaan laba perusahaan. Hasil yang diperoleh yaitu perusahaan menargetkan laba sebesar 20%. Artinya perusahaan mengharapkan laba dalam rupiah sebesar Rp. 5,766,484,564 apabila diimbangi dengan penjualan sebanyak 144,024 ton.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan terkait analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) dan aplikasinya dalam perencanaan laba, Sebagian besar studi yang ada juga cenderung menyoroti aspek teori atau implementasi umum dari analisis CVP, tanpa menggali lebih dalam tantangan dan keunikan yang dihadapi oleh UMKM, khususnya di daerah seperti Jepara yang dikenal sebagai pusat industri mebel (Prasiska & Wati, 2024). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian dalam mengaplikasikan analisis CVP pada perusahaan-perusahaan kecil dan menengah di sektor furnitur. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi penerapan analisis CVP yang disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik spesifik dari perusahaan furnitur berskala kecil menengah di daerah ini.

Tingginya persaingan industri furniture dikalangan masyarakat Jepara, UMKM furniture ini memerlukan analisis CVP untuk menjaga daya saing dan meningkatkan profitabilitas (Worotitjan & Manossoh, 2016). Melalui analisis ini, manajemen dapat

melakukan perencanaan laba yang lebih akurat dan efektif, sehingga mampu mencapai target keuangan yang telah ditetapkan (Fauzi, Rukmayani, dkk., 2024). Terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi tingkat laba, yaitu biaya produksi, volume penjualan, dan harga jual (Rahmayani, & Mardiyantika, 2020). Oleh karena itu, manajemen perlu menekan biaya produksi tetapi dengan merencanakan harga jual yang tinggi serta meningkatkan volume penjualan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan *Cost-Volume-Profit* sebagai alat perencanaan laba pada sebuah UMKM furniture di Jepara. Dengan demikian, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi manajemen dalam mengambil keputusan yang strategis untuk keberlanjutan dan perkembangan perusahaan.

## **KERANGKA TEORITIS DAN STUDI EMPIRIS**

### *1) Biaya (Cost)*

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), biaya diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, baik yang sudah terjadi maupun yang mungkin terjadi di masa depan, yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu (Purwaji dkk., 2023). Dalam konteks ini, biaya tidak hanya mencakup pengeluaran yang telah dilakukan, tetapi juga potensi pengeluaran di masa depan yang akan digunakan untuk mendapatkan suatu aktiva atau untuk mencapai hasil tertentu.

Istilah “perilaku biaya” mengacu pada perubahan jumlah biaya yang terjadi seiring dengan perubahan jumlah total yang dihasilkan dalam aktivitas produksi (Fatahillah dkk., 2023). Analisis perilaku biaya yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pengelompokan jenis-jenis biaya yang dikategorikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel

#### a. Biaya Tetap

Biaya yang tetap konstan, tidak terpengaruh oleh perubahan volume produksi atau penjualan dalam rentang aktivitas tertentu.

Contoh: Sewa gedung, gaji manajerial, dan asuransi.

#### b. Biaya Variabel

Biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan volume produksi atau penjualan.

Contoh: Biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya pengemasan. Biaya variabel ini mengalami perubahan yang bersifat seimbang dengan aktivitas produksi (Mulyadi)

pada (Fatahillah dkk., 2023). Artinya serangkaian aktivitas produksi yang terjadi secara langsung akan berpengaruh fluktuatif terhadap naik turunnya biaya variabel.

## 2) *Volume Penjualan*

Volume penjualan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Menurut (Mulyadi) pada (Indriani dkk., 2022) volume penjualan adalah jumlah yang menunjukkan banyaknya barang atau jasa yang terjual. Identifikasi volume penjualan berarti menentukan berapa banyak unit produk yang harus dijual untuk mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan. Dalam aktivitas industri, peningkatan volume penjualan merupakan tolak ukur yang bersifat efisien, namun tidak menjadi hal yang pasti bahwa volume penjualan yang tinggi akan meningkatkan laba penjualan (Wardana dkk., 2023).

## 3) *Laba (Profit)*

Profit adalah selisih antara total pendapatan yang diperoleh dari penjualan dan total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan tersebut. Dalam istilah sederhana, laba merupakan jumlah uang yang tersisa setelah semua biaya dikurangi dari pendapatan. Jadi, laba adalah indikator kinerja finansial yang penting untuk mengetahui seberapa efektif perusahaan menghasilkan keuntungan dari operasinya.

## 4) *Contribution Margin*

Margin kontribusi adalah selisih antara total pendapatan penjualan dan total biaya variabel. Ini menunjukkan jumlah uang yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Margin kontribusi bisa dihitung secara per unit atau secara total. Margin kontribusi adalah konsep kunci dalam analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) karena membantu perusahaan memahami seberapa banyak pendapatan dari setiap unit yang dijual setelah dikurangi biaya variabel dapat berkontribusi pada penutupan biaya tetap dan keuntungan.

CM= Penjualan – Biaya Variabel

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

## 5) *Break-Event-Point (BEP)*

BEP atau *Break-Even-Point* adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi, artinya laba bersihnya adalah nol. Titik ini penting untuk mengetahui volume penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan dapat mencakup semua biayanya, baik biaya tetap maupun biaya variabel (Triana dkk., 2020). BEP digunakan untuk merencanakan penjualan, menentukan harga, dan mengukur risiko keuangan. Ini

juga berguna dalam mengambil keputusan seperti menambah atau mengurangi produksi atau menilai dampak perubahan biaya.

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{HJ per unit} - \text{BV Per Unit}}$$

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per Unit}}{\text{Harga Jual per Unit}}}$$

#### 6) *Margin Of Safety (MoS)*

Margin Keamanan adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar penjualan saat ini bisa turun sebelum perusahaan mencapai titik impas (*Break-Even Point*). Dengan kata lain, ini adalah jarak antara penjualan aktual atau yang diproyeksikan dengan penjualan pada titik impas. MoS merupakan acuan volume apabila penjualan dapat menurun sebelum terjadinya kerugian (Rahmat Hidayat, 2024). Semakin besar *margin of safety*, semakin aman posisi perusahaan terhadap risiko penurunan penjualan. *Margin of Safety* membantu perusahaan dalam menilai seberapa jauh penjualan bisa menurun sebelum perusahaan mulai mengalami kerugian, sehingga ini menjadi indikator penting dalam manajemen risiko.

$$\text{MoS (rupiah)} = \text{Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas}$$

$$\text{MoS (unit)} = \text{Unit Penjualan} - \text{Unit BEP}$$

#### 7) *Degree Of Operating Leverage (DOL)*

Leverage operasi adalah penggunaan biaya tetap untuk meningkatkan keuntungan akibat perubahan penjualan suatu perusahaan (Wahyuni dkk., 2023). Derajat *Leverage Operasi* adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar laba operasi (EBIT) akan berubah sebagai respon terhadap perubahan dalam penjualan. DOL mencerminkan sensitivitas laba perusahaan terhadap perubahan penjualan, dengan memperhitungkan struktur biaya perusahaan, khususnya proporsi biaya tetap terhadap biaya variabel. DOL sangat penting dalam perencanaan bisnis karena membantu manajemen memahami potensi risiko dan imbalan yang terkait dengan perubahan volume penjualan, khususnya bagaimana biaya tetap yang tinggi dapat memperbesar dampak fluktuasi penjualan terhadap laba.

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

### 8) Analisis Target Laba

Laba merupakan proses perencanaan dan evaluasi yang digunakan untuk menentukan sasaran kinerja keuangan tertentu (Sukmawati dkk., 2022), seperti target penjualan, laba, atau margin, yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan. Dalam konteks analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP), analisis target biasanya difokuskan pada pencapaian target laba atau penjualan dengan mempertimbangkan hubungan antara biaya, volume penjualan, dan harga jual. Analisis target ini penting untuk memastikan perusahaan tetap berada di jalur yang tepat untuk mencapai tujuan keuangan dan operasionalnya.

Rasio Pertumbuhan Laba (RPL)

$$RPL = \frac{\text{Laba yang Diharapkan} - \text{Laba 2023}}{\text{Laba yang Diharapkan}}$$

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} - \text{Laba yang Diharapkan}}{\text{Ratio MC}}$$

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang dirumuskan menggunakan angka melalui data-data yang dikumpulkan sehingga memperoleh gambaran mengenai analisis *Cost-Volume-Profit* yang akan digunakan sebagai alat untuk perencanaan laba perusahaan. Penelitian dilakukan pada sebuah perusahaan Furniture di Jepara. Metode pengumpulan data berupa data primer dari hasil wawancara kepada pimpinan perusahaan dan dokumentasi melalui laporan pengeluaran selama satu tahun. Peneliti juga mengumpulkan beberapa studi literatur seperti *e-book*, artikel ilmiah dan buku sebagai bahan pengembangan penelitian ini. Teknik analisis data dilakukan melalui perhitungan untuk menentukan kontribusi margin, titik impas, margin keamanan, *leverage* operasi, hingga mencapai analisis untuk perhitungan target laba dalam mencari volume penjualan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Cost-Volume-Profit* dilakukan sebagai dasar perencanaan laba pada sebuah UMKM Furniture di Jepara. Melalui analisis ini diketahui hubungan antara biaya, volume, dan laba akibat kegiatan produksi selama tahun berjalan yang akan digunakan sebagai acuan perencanaan target laba yang optimal di masa yang akan datang. Analisis ini diperlukan sebagai bentuk pengembangan produktivitas perusahaan yang lebih terukur.

Setelah memperoleh data berupa jenis-jenis biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama 1 tahun, kemudian laporan penjualan pada tahun 2023 yaitu sebanyak 3.484 unit volume penjualan dengan total nilai sebesar Rp 7.876.000.000. Berdasarkan data penjualan tersebut akan dilakukan analisis bersama biaya yang ikut dibebankan kepada produk. Dalam perhitungan analisis CVP memerlukan pengelompokan biaya berdasarkan perilakunya (Supit dkk., 2022). Berikut penggolongannya:

**Tabel 1.**  
**Rincian Biaya Variabel Pada Tahun 2023**

Biaya Variabel	Tahun 2023
Biaya bahan baku	Rp 3.400.325.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 1.259.582.600
Biaya bahan penolong	Rp 1.216.516.053
Biaya transportasi	Rp 15.000.000
<b>Total</b>	<b>Rp 5.891.423.653</b>

Sumber : Data Diolah 2024

Pada tabel 1. menunjukkan jumlah rincian biaya variabel yang dikeluarkan oleh perusahaan selama 1 tahun yaitu sebesar Rp 5.891.423.653.

**Tabel 2.**  
**Rincian Biaya Tetap Pada Tahun 2023**

Biaya Tetap	Tahun 2023
Sewa gedung	Rp 1.050.000.000
Biaya tenaga kerja tidak angsung	Rp 629.791.300
Biaya penyusutan aset tetap	Rp 54.622.500
Biaya listrik,air, dan telepon	Rp 9.600.000
<b>Total</b>	<b>Rp 1.744.013.800</b>

Sumber : Data Diolah 2024

Pada tabel 2. menunjukkan jumlah rincian biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan selama 1 tahun yaitu sebesar Rp 1.744.013.800.

1) *Analisis Cost-Volume-Profit*

a. *Contribution Margin*

$$CM = \text{Rp } 7.876.000.000 - \text{Rp } 5.891.423.653 = \text{Rp } 1.984.576.347$$

*Contribution Margin*: Rp 1.984.576.347 artinya perusahaan mampu menghasilkan margin kontribusi sebesar Rp 1.984.576.347 setelah mengurangi total biaya variabel dari total penjualan. Margin ini adalah jumlah yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

$$\text{Ratio MC} = \frac{\text{Rp } 1.984.576.347}{\text{Rp } 7.876.000.000} \times 100\% = 0,25 / 25\%$$

Rasio Margin Kontribusi (25%): Ini menunjukkan bahwa 25% dari setiap rupiah penjualan berkontribusi pada penutupan biaya tetap dan laba. Artinya, untuk setiap Rp 100 dari penjualan, Rp 25 adalah kontribusi margin yang bisa digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

b. *Break Event Point (Titik impas)*

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp } 1.744.013.800}{\text{Rp } 2.260.620 - \text{Rp } 1.690.994} = 3.062 \text{ Unit}$$

BEP unit menunjukkan bahwa perusahaan perlu menjual minimal 3.062 unit produk untuk menutupi semua biaya tetap dan variabel. Penjualan di bawah 3.062 unit akan mengakibatkan kerugian, sedangkan penjualan di atas 3.062 unit akan menghasilkan keuntungan.

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Rp } 1.744.013.800}{1 - \frac{\text{Rp } 1.690.994}{\text{Rp } 2.260.620}} = \text{Rp } 6.948.262.151$$

BEP dalam rupiah menunjukkan bahwa perusahaan perlu mencapai total penjualan sebesar Rp 6.948.262.151 untuk mencapai titik impas, di mana semua biaya tetap dan variabel terpenuhi. Pendapatan penjualan di bawah jumlah ini akan menghasilkan kerugian, dan di atas jumlah ini akan menghasilkan laba.

c. *Margin Of Safety (batas keamanan)*

$$\text{MoS (rupiah)} = \text{Rp } 7.876.000.000 - \text{Rp } 6.948.262.151 = \text{Rp } 927.737.849$$

*Margin of Safety* sebesar Rp 927.737.849 menunjukkan selisih antara pendapatan penjualan aktual dan titik impas (*break-even point*) dalam bentuk rupiah. Ini berarti perusahaan dapat mengalami penurunan penjualan hingga sebesar Rp 927.737.849 sebelum mencapai titik impas. Penurunan sebesar ini masih akan menghasilkan keuntungan.

$$\begin{aligned} \text{MoS (unit)} &= \text{Unit Penjualan} - \text{Unit BEP} = 3.484 - 3.062 \\ &= 422 \text{ Unit} \end{aligned}$$

Margin of Safety sebesar 422 unit menunjukkan jumlah unit penjualan yang dapat berkurang sebelum mencapai titik impas. Dengan kata lain, perusahaan masih dapat menurunkan penjualan hingga 422 unit dari level penjualan aktual tanpa mengalami kerugian.

d. *Degree Of Operating Leverage*

$$\text{DOL} = \frac{\text{Rp } 1.984.576.347}{\text{Rp } 240.562.547} = 7,25$$

Jika DOL-nya sebesar 7,25, artinya perusahaan memiliki leverage operasi yang sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa laba operasi sangat sensitif terhadap perubahan dalam penjualan. Interpretasi DOL = 7,25:

Jika penjualan meningkat 10%, maka laba operasi akan meningkat sebesar  $10\% \times 7,25 = 72,5\%$ . Jika penjualan menurun 10%, maka laba operasi akan menurun sebesar  $10\% \times 7,25 = 72,5\%$ .

DOL yang tinggi berarti jika terjadi penurunan kecil dalam penjualan, perusahaan bisa mengalami penurunan laba yang signifikan, atau bahkan bisa mengalami kerugian jika penjualannya menurun cukup tajam. Sebaliknya, jika perusahaan berhasil meningkatkan penjualannya, keuntungan juga akan meningkat secara drastis. Perusahaan dengan DOL sebesar ini mungkin memiliki biaya tetap yang tinggi relatif terhadap biaya variabel, sehingga perubahan kecil dalam penjualan bisa berdampak besar pada laba.

e. *Analisis Target Laba*

Rasio Pertumbuhan Laba (RPL)

$$\text{RPL} = \frac{\text{Laba yang Diharapkan} - \text{Rp } 240.562.547}{\text{Laba yang Diharapkan}}$$

Laba yang Diharapkan

$$\begin{aligned} &= (0,25 \times \text{Rp } 240.562.547) + \text{Rp } 240.562.547 \\ &= \text{Rp } 60.140.636,75 + \text{Rp } 240.562.547 \\ &= \text{Rp } 300.703.183,75 \end{aligned}$$

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} - \text{Laba yang Diharapkan}}{\text{Ratio MC}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 1.744.013.800 + \text{Rp } 300.703.183,75}{0,25} = \text{Rp } 8.178.867.936$$

Apabila total laba yang diharapkan sebesar Rp 300.703.184, maka perusahaan perlu melakukan penjualan sebesar Rp 8.178.867.936. Hasil tersebut menunjukkan jumlah total penjualan yang harus dicapai untuk menutupi biaya tetap dan mendapatkan laba yang diharapkan.

## KESIMPULAN

Analisis *Cost-Volume-Profit* merupakan alat perencanaan yang penting dilakukan pada sebuah perusahaan. Teknik analisis ini membantu manajemen dalam mempertimbangkan *cost* produksi dan menentukan target laba yang optimal. Saat ini perusahaan belum menerapkan analisis *Cost-Volume-Profit* dalam manajemen usahanya. Melalui hasil penelitian yang telah dilakukan, menghasilkan beberapa informasi yaitu:

- 1) Margin kontribusi yang diperoleh selama tahun 2023 yaitu sebesar Rp 1.984.576.347, dengan rasio 25%. Artinya 25% dari setiap rupiah penjualan berkontribusi pada penutupan biaya tetap dan laba.
- 2) Titik impas yang diketahui pada tahun 2023 sebesar Rp 6.948.262.151. Artinya dari total penjualan pada tahun 2023 sebesar Rp 7.876.000.000, maka Rp 6.948.262.151 merupakan titik dimana perusahaan dalam kondisi penjualan yang impas (tidak rugi maupun untung).
- 3) *Margin of Safety* sebesar Rp 927.737.849. Artinya perusahaan dapat mengalami penurunan penjualan hingga sebesar Rp 927.737.849 sebelum mencapai titik impas. Penurunan sebesar ini masih akan menghasilkan keuntungan.
- 4) *Persentase Degree Of Operating Leverage* mencapai 7,25 artinya perusahaan memiliki *leverage* operasi yang sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa laba operasi sangat sensitif terhadap perubahan dalam penjualan.
- 5) Melalui perhitungan analisis target laba, menghasilkan laba yang diharapkan sebesar Rp 240.562.547. Nilai dari target laba akan menentukan target penjualan yang diperlukan untuk mencapai laba yang diharapkan yaitu jika perusahaan melakukan penjualan sebesar Rp 8.178.867.936 setiap tahunnya.

## REFERENSI

- Defa, A. S. (2021). SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER HUBISINTEK 2021.
- Fatahillah, I., Achmad Fauzi, Tagor Rambey, Syafitri, A. N., Maulana, F., Firda, M., Rinata, R., & Ramadhan, A. (2023). ANALISIS PENERAPAN PERILAKU BIAYA TERHADAP PROFITABILITAS UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(3), 189–197. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i3.1032>
- Fauzi, A., Rukmayani, E., Estevani, G., Gumelarasati, N., & Fahrezi, M. K. (2024). Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2(1), 83–102. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i1.25>
- Fauzi, A., Setyo, A. D., Zaen, M. F., Randyka, R., & Loi, R. P. J. (2024). ANALISIS COST-VOLUME-PROFIT (CVP) SEBAGAI ALAT MANAJERIAL DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN BISNIS.
- Fitriani, H., & Damayanti, A. (2024). Analisis Penerapan Cost Volume Profit Dalam Perencanaan Laba Di PT. Golden Grand Mills Kota Cilegon. 9(1).
- Indriani, L., Sukomo, S., & Mulyadi, E. (2022). PENGARUH COST OF PRODUCTION TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN TUNGKU CAFE AND RESTO BANJAR. *J-KIP (Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan)*, 3(1), 191. <https://doi.org/10.25157/j-kip.v3i1.6044>
- Prasiska, S. A., & Wati, R. (2024). Seni Ukir Jepara sebagai Bentuk Identitas Budaya.
- Purwaji, A., Wibowo, & Muslim, S. (2023). Akuntansi Biaya (edisi 3). Salemba Empat.
- Rahmat Hidayat. (2024). Analisis Cost Volume Profit (CVP) sebagai Metode Manajemen Laba pada UMKM Madu Asy-Syifa. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(2), 134–145. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i2.3549>
- Rahmayani, A. N., & Mardiyantika, V. (2020). Penerapan Metode CVP Sebagai Alat Bantu Analisis Perencanaan Laba Dalam Mencapai Target Perusahaan ( Studi Kasus Mebel Bocah Angon Di Dusun Kalianyar Deket , Lamongan ).
- Sukmawati, V. D., Soviana, H., Ariyantina, B., & Citradewi, A. (2022). KINERJA KEUANGAN DITINJAU DARI ANALISIS RASIO PROFITABILITAS (STUDI

- PADA PT ERAJAYA SWASEMBADA PERIODE 2018-2021). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(2), 189–206. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i2.3692>
- Supit, M. M., Gamaliel, H., & Rondonuwu, S. N. (2022). 1011-Article Text-6679-1-10-20221024.pdf.
- Triana, D. H., Vitriana, N., & Suriyanti, L. H. (2020). Penerapan Analisis CVP Sebagai Alat Perencanaan Laba UD Sukma Jaya: Efektif atau Semu ? *D. H.*, 1(2).
- Wahyuni, E., Nusantoro, J., & Darmayanti, E. F. (2023). Analisis Cost Volume Profitabilitas Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Dalam Mencapai Target Pada Toni Meubel Way Bungur. *Expensive: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(1), 52–67. <https://doi.org/10.24127/exclusive.v2i1.3650>
- Wardana, I. T., Arif, M., & Jannah, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Kedai Kopi Batang Kopi Kecamatan Batang Serangan. 3(01).
- Wardana, I. T., Arif, M., & Jannah, N. (2023b). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Kedai Kopi Batang Kopi Kecamatan Batang Serangan. 3(01).
- Worotitjan, E. E., & Manossoh, H. (2016). ANALISIS COST-VOLUME-PROFIT UNTUK PERENCANAAN LABA PADA UD. GUNUNG EMAS MANADO.