

PAPER NAME

**ANALISIS COST VOLUME PROFIT DALA
M UPAYA MERENCANAKAN LABA USAH
A KOPI MACRO COFFEE ROASTERY**

AUTHOR

**Ulfah Setia Iswara, Teguh Guna Shinta S
etiadevi**

WORD COUNT

6378 Words

CHARACTER COUNT

40262 Characters

PAGE COUNT

15 Pages

FILE SIZE

1018.1KB

SUBMISSION DATE

Apr 5, 2024 9:52 AM GMT+7

REPORT DATE

Apr 5, 2024 9:53 AM GMT+7

● **18% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 18% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 6% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

ANALISIS COST VOLUME PROFIT DALAM UPAYA MERENCANAKAN LABA USAHA KOPI MACRO COFFEE ROASTERY

¹Ulfah Setia Iswara, ²Teguh Gunawan Setyabudi, ³Shinta Setiadevi

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya - Indonesia

³Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi - Indonesia

e-mail:

¹ulfahsetiaiswara@stiesia.ac.id (correspondence author)

²teguhgunawan@stiesia.ac.id

³shinta.setiadevi@poliwangi.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the application of CVP analysis as a means of planning the expected profit in the future. The method used is a descriptive method with a case study approach. This study uses data in the form of financial information consisting of income and expenses, both fixed costs and variable costs. The results of the analysis carried out showed that the contribution margin for 2020 was IDR193,898,400 with a ratio of 69%. The break-even point for 2020 is IDR 37,147,900. The sales level of IDR281,473,400 was above the break-even point, so the sales made were said to be able to generate maximum profit. The safety limit for 2020 is 80%. The level of company security is quite high, it is said to be good because the possibility of loss is low. The minimum allowable sales amount (margin of safety) in 2020 is IDR 227,635,800. The amount of profit expected for 2020 is IDR 192,803,100, therefore the company must be able to achieve the sales target of IDR 333,262,300. CVP analysis can be useful for company management to assist in planning expected profits in the future.

Keywords: Cost Volume Profit; Break Event Point; Contribution Margin; Margin of Safety

Diterima (Received) : 24-05-2022

Direvisi (Revised) : 15-08-2022

Disetujui (Approved) : 14-01-2023

Dipublikasi (Published) : 01-03-2023



©2023 Copyright (Hak Cipta) : Penulis (Authors)

Diterbitkan oleh (Published by) : Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Cendana, Kupang - Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi (This is an open access article under license) :

CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Manajemen perusahaan dalam pengelolaan keuangan membutuhkan perencanaan dan aplikasinya akan dilakukan penilaian kinerja. Manajemen juga bertugas melakukan pengambilan keputusan. Pihak manajemen diharapkan mampu menghasilkan keputusan-keputusan strategis yang mendorong tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan adalah untuk menghasilkan laba pada periode jangka pendek dan meningkatkan nilai perusahaan periode jangka panjang. Manajer harus mempertimbangkan aspek-aspek baik keuangan maupun non keuangan untuk mendukung proses pengambilan keputusan, serta harus dilengkapi dengan suatu pedoman perencanaan yang mencakup keseluruhan langkah-langkah tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Besarnya laba yang diperoleh perusahaan merupakan salah satu indikator utama keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Manajemen harus mampu merencanakan dan merealisasikan perolehan laba yang direncanakan agar dapat dikatakan manajemen yang sukses (Mulyadi, 2020). Perencanaan laba menjadi titik awal yang berperan penting untuk memudahkan manajemen dalam kegiatan operasinya (Yanto, 2020). Dengan laba yang diperoleh, perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan tetap eksis melayani konsumen serta mengembangkan usahanya (Mulyadi, 2020). Menurut Budiwibowo (2012) manajer dapat menggunakan langkah-langkah berikut untuk mencapai laba yang optimal: 1) menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga dan volume penjualan, 2) menentukan tingkat harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki, dan 3) meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin. Dalam penaksiran tingkat laba yang ingin diperoleh perusahaan, dibutuhkan sebuah perencanaan laba yang baik. Perencanaan laba menunjukkan penetapan suatu capaian perusahaan yang memungkinkan berjalannya penjualan produk tanpa mengalami kerugian (Kartika dan Sunarka, 2019). Perencanaan laba yang dibuat dengan baik dan matang akan dapat memberikan garis pedoman yang bertujuan untuk membantu manajemen perusahaan dalam menaksir tingkat laba yang akan diharapkan sehingga laba yang diperoleh dapat menjadi lebih optimal (Yanto, 2020). Upaya membuat perencanaan laba, maka diperlukan alat bantu yakni analisis *Cost-Volume-Profit*.

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) berfokus pada berbagai faktor yang mempengaruhi perubahan dalam komponen laba. Laba suatu perusahaan dapat diperoleh dengan mengurangi total penjualan dengan total pengeluaran. Analisis CVP dapat menjadi suatu alat yang digunakan untuk mengidentifikasi cakupan dan besaran kesulitan ekonomi yang dihadapi perusahaan (Hansen dan Mowen, 2011). Manajemen dalam upaya melihat factor yang mempengaruhi laba bersih dengan mempertimbangkan dampak dari keputusan harga jual, volume penjualan dan biaya terhadap tingkat laba dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (Yanto, 2020). Analisis *Cost Volume Profit* berkaitan dengan hubungan biaya, volume penjualan dan laba, dimana penjualan berfokus pada berapa unit dan total penjualan yang dapat dicapai oleh perusahaan, untuk menentukan perencanaan laba sebagai langkah-langkah yang dapat ditempuh dalam evaluasi manajemen dan mengukur optimalisasi penciptaan laba perusahaan (Assa, 2013).

Penelitian tentang analisis *Cost Volume Profit* (CVP) banyak dilakukan, salah satunya penelitian Simon et al. (2020) bahwa hasil wawancara yang dilakukan dengan manajemen Sultan's Barbershop diperoleh informasi bahwa perusahaan menargetkan laba untuk triwulan kedua tahun 2020 sebesar 20% dari triwulan pertama. Hasil analisis yang dilakukan pada Sultan's Barbershop diperoleh margin kontribusi untuk triwulan

pertama pada tahun 2020 sebesar Rp 32.424.125 dengan rasio 55%. Titik impas untuk triwulan pertama pada tahun 2020 sebesar Rp 39.838.182. Tingkat penjualan sebesar Rp 59.168.200 berada di atas titik impas, sehingga penjualan yang dilakukan dikatakan mampu untuk menghasilkan laba yang maksimal. Batas pengaman untuk triwulan pertama pada tahun 2020 sebesar 33%. Tingkat pengaman perusahaan terbilang rendah, sehingga dikatakan baik untuk usaha yang baru berdiri, namun Sultan's Barbershop tetap harus meningkatkan persentase batas pengaman (*Margin Of Safety*), karena dengan persentase yang ada saat kemungkinan terjadinya kerugian cukup tinggi. Besarnya penjualan minimal yang diperbolehkan pada triwulan pertama di tahun 2020 sebesar Rp 19.330.018. Besarnya laba yang diharapkan untuk triwulan kedua pada tahun 2020 sebesar Rp 12.615.750, oleh karena itu perusahaan harus mampu mencapai target penjualan sebesar Rp 62.775.909 untuk memperoleh laba yang direncanakan.

Dalam hal ini yang membedakan dengan penelitian lain adalah analisis CVP diterapkan pada perusahaan pengolahan kopi di Kabupaten Jember. Pada industri ini, perusahaan dituntut untuk meningkatkan jumlah kegiatan pengolahan serta penjualan produk yang dihasilkan untuk memperoleh laba yang diinginkan. Salah satu usaha yang bergerak di bidang pengolahan kopi adalah Macro Coffee Roastery, sebuah entitas yang menggeluti dunia kopi di Kabupaten Jember. Macro Coffee Roastery merupakan usaha yang kegiatannya melakukan pengolahan biji-biji kopi. Biji-biji kopi pilihan dari para petani lokal digunakan sebagai bahan baku dalam kegiatan produksi kopi yang dihasilkan. Produk yang dihasilkan berupa biji kopi dan kopi bubuk dalam beragam jenis yang digolongkan yakni kopi Robusta, Liberika, dan Arabika. Masing-masing jenis kopi memiliki peminat yang beragam. Berdasarkan informasi keuangan perusahaan, diketahui permintaan kopi terus mengalami kenaikan yang cukup signifikan seiring dengan semakin bertambahnya minat masyarakat mengkonsumsi kopi. Pangsa pasar Macro Coffee Roastery terutama sebagian besar adalah masyarakat umum dan kafe-kafe yang ada di sekitar Kabupaten Jember. Untuk memprediksi perolehan laba yang diharapkan oleh perusahaan, maka manajemen perusahaan harus melakukan perencanaan, pengendalian, serta dalam pengambilan keputusan didukung dengan menggunakan analisis menguntungkan, dan perusahaan dapat menggunakan analisis CVP. Analisis CVP mudah untuk dilakukan perusahaan, salah satu alasannya karena menggunakan telah tersedianya data-data produksi dan data keuangan, yakni dengan melakukan analisis titik impas, analisis margin kontribusi, analisis margin pengaman, dan analisis operating leverage.

Permasalahan dalam penelitian adalah bagaimana merencanakan penetapan harga jual dan merencanakan laba yang diharapkan perusahaan dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) pada perusahaan kopi Macro Coffee Roastery di Kabupaten Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan penetapan harga jual dan perencanaan laba yang diharapkan dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) pada perusahaan kopi Macro Coffee Roastery.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis *Cost Volume Profit*

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) merupakan alat yang menyediakan informasi bagi manajemen mengenai hubungan antara biaya, laba, bauran produk, dan penjualan (Carter, 2009:283). Lestari dan Permana (2017) analisis biaya volume laba adalah sebuah alat yang menghubungkan biaya, volume dan laba suatu perusahaan dengan berfokus pada lima hal yakni harga produk, volume produksi, biaya variabel per unit, total biaya tetap dan bauran penjualan produk. Analisis CVP merupakan suatu alat yang

sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan, karena menekankan pada keterkaitan antara biaya, kuantitas yang terjual, dan harga (Hansen dan Mowen, 2011). Analisis CVP menggabungkan keseluruhan informasi keuangan perusahaan, dapat membantu manajemen untuk mengetahui beberapa hal penting, antara lain:

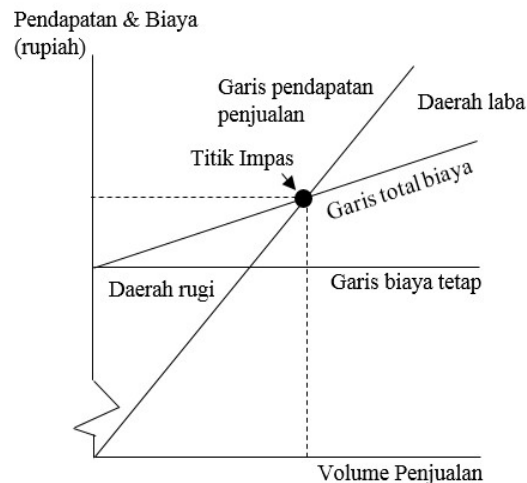
- a) Berapa jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas.
- b) Dampak pengurangan Biaya Tetap (*Fixed Cost*) terhadap titik impas.
- c) Dampak kenaikan harga terhadap laba
- d) Berapa volume penjualan dan bauran produk yang dibutuhkan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan dengan sumber daya yang dimiliki
- e) Tingkat sensitivitas harga atau biaya terhadap laba.

Peranan analisis CVP yaitu membantu perusahaan dalam menentukan secara tepat komponen yang akan dirubah untuk mencapai target laba secara efektif berdasarkan keadaan perusahaan (Yulistia, 2020). Oleh karena itu, dalam analisis CVP berfokus pada lima hal berikut ini: 1) harga produk (*prices of products*), 2) volume produksi, 3) biaya variabel per unit, 4) total biaya tetap (biaya yang sifatnya tetap tidak terpengaruh oleh fluktuasi kuantitas produksi), dan 5) *mix of product sold* (bauran produk dalam penjualan).

Analisis CVP dilakukan dengan membuat grafik. Langkah-langkah untuk membuat grafik biaya-volume-laba adalah sebagai berikut (Arfiansyah, 2019):

- 1) Membuat garis yang sejajar dengan sumbu volume untuk menunjukkan besarnya total beban tetap.
- 2) Garis biaya tetap digambarkan mulai pada titik biaya tetap pada sumbu vertikal diagonal ke atas dengan memilih beberapa volume penjualan dan plot dengan total beban (tetap dan variabel) pada tingkat aktivitas yang dipilih.
- 3) Garis penjualan digambarkan mulai dari titik nol. Kemudian membuat titik yang menunjukkan total penjualan pada tingkat aktivitas yang dipilih. Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik impas (*break event point*) adalah titik potong antara garis total pendapatan dengan garis total beban. Daerah rugi merupakan daerah dimana jumlah garis biaya lebih besar daripada jumlah garis penjualan. Daerah laba adalah sebaliknya dimana garis penjualan di atas atau lebih besar dari jumlah biaya.

Gambar 1 menampilkan tentang analisis *Cost Volume Profit* yang menghubungkan kaitan antara biaya, volume penjualan dan laba perusahaan. Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa dari sebuah kurva memuat informasi tentang tingkat biaya, volume penjualan, dan total pendapatan. Dengan adanya pertemuan antara garis pendapatan, biaya dan volume penjualan maka titik tersebut kita kenal dengan titik impas (*break even point*). Daerah rugi berada pada bagian bawah dengan makna pendapatan lebih kecil atau kurang dari biaya yang telah dikeluarkan perusahaan. Sedangkan daerah laba menunjukkan pendapatan penjualan lebih besar atau lebih dari total biaya yang dikeluarkan perusahaan.



Sumber: Hansen dan Mowen, 2011

Gambar 1
Analisis Cost Volume Profit (CVP)

Dari informasi tersebut dapat digunakan untuk melakukan perencanaan laba di masa mendatang. Analisis *Cost-Volume-Profit* dilakukan dengan melakukan analisis sebagai berikut:

1. Analisis Titik Impas (*Break Event Point*)

Mulyadi (2010) menyatakan bahwa *break event point* (titik impas) adalah suatu kondisi dimana pada periode tersebut perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan juga tidak menderita kerugian. Dalam analisis titik impas, hasil penjualan yang diperoleh untuk periode tertentu sama besarnya dengan keseluruhan biaya yang telah dikorbankan. Rudianto (2013) menjelaskan analisis titik impas adalah suatu teknik untuk mengetahui volume penjualan minimal yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya yang telah dikeluarkan perusahaan. Break even point (titik impas) adalah kondisi atau titik dimana tingkat volume penjualan dan harga penjualan tertentu, perusahaan tidak mengalami laba ataupun rugi (Kuswadi, 2007). Krismiaji dan Aryani (2011:170), mendefinisikan break even point atau titik impas sebagai sebuah titik dimana jumlah pendapatan penjualan sama dengan jumlah biaya. Dengan demikian pada titik ini perusahaan tidak memperoleh laba, namun juga tidak menderita rugi (laba=0). Analisis *Break Even Point* memberikan penerapan yang luas untuk menguji tindakan-tindakan yang diusulkan dalam mempertimbangkan alternatif-alternatif atau tujuan pengambilan keputusan yang lain. Analisis *Break Even Point* tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang *Break Event Point* saja, akan tetapi analisa *Break Even Point* mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungan dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.

2. Analisis Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Margin kontribusi merupakan kekuatan dari suatu produk dalam menghasilkan laba, dan efisiensi perusahaan akan terlihat jelas pada margin kontribusi (Ishak dan Sugiono, 2015). Menurut Hansen dan Mowen (2011), margin kontribusi per unit diperoleh dari harga jual per unit dikurangi biaya variabel per unit. Mulyadi (2010) menyatakan bahwa *contribution margin* adalah kelebihan pendapatan penjualan di atas biaya variabel. *Contribution margin* adalah jumlah yang tersedia dari total seluruh penjualan dikurangi dengan total biaya variabel. Jumlah tersebut akan digunakan untuk

menutup biaya tetap dan laba untuk periode tersebut. Garrison et al (2013) menyatakan margin kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan penjualan dikurangi dengan biaya variable dimana jumlah tersebut akan digunakan untuk menutupi biaya tetap dan kemudian menghasilkan laba. Jika margin kontribusi lebih besar dari biaya tetap maka perusahaan akan memperoleh laba, sebaliknya jika margin kontribusi lebih kecil dari biaya tetap maka perusahaan akan mengalami kerugian. Untuk dapat meningkatkan margin kontribusi, terdapat beberapa kebijakan yang harus dilakukan oleh perusahaan seperti menentukan harga jual, mendorong kuantitas penjualan serta memperbaiki struktur kombinasi biaya tetap dan biaya variable untuk memaksimalkan margin kontribusi.

3. Analisis Margin Keamanan (*Margin of Safety*)

Machfoed dan Mahmudi (2011) margin of safety adalah suatu teknik analisis yang mengukur tingkat keamanan penjualan perusahaan. Margin of safety memberikan informasi berapa banyak volume penjualan boleh mengalami penurunan dari jumlah penjualan tertentu dimana perusahaan belum mengalami kerugian. *Margin of safety* menunjukkan berapa banyak penjualan yang boleh turun dari jumlah penjualan tertentu. *Margin of safety* merupakan elemen penting yang mengukur tingkat keamanan penjualan perusahaan. Margin keamanan menjelaskan jumlah dimana penjualan dapat menurun sebelum kerugian terjadi. Perusahaan yang mempunyai *margin of safety* dikatakan lebih baik karena rentang penurunan penjualan yang dapat diterima adalah lebih besar sehingga kemungkinan menderita kerugian rendah. Sebaliknya, jika *margin of safety* rendah, kemungkinan kerugian yang dialami perusahaan lebih besar.

4. Analisis Operating Leverage (*Degree of operating leverage/DOL*)

Herman (2013) menyatakan bahwa operating leverage adalah ukuran sejauh mana penggunaan biaya tetap dalam suatu perusahaan. *Operating leverage* merupakan penggunaan fixed cost untuk menghasilkan perubahan persentase yang lebih tinggi dalam profit atas peningkatan aktivitas penjualan. Operating leverage diukur dalam satuan *degree of operating leverage* (DOL). Operating leverage yang tinggi dalam struktur biaya perusahaan terjadi apabila biaya tetap relatif lebih besar dari total biaya, sedangkan operating leverage yang rendah akan terjadi apabila komponen biaya variabel lebih besar dalam struktur biaya (Yanto, 2020). Perusahaan dengan *degree of operating leverage* tinggi, umumnya menggunakan lebih banyak *fixed costs*, yang mengakibatkan *variable costs* akan menurun, peningkatan *contribution margin* dan penurunan profit, maka ini menandakan peningkatan risiko.

Perencanaan Laba

Laba (keuntungan) perusahaan menjadi daya tarik tersendiri bagi para investor yang akan menanamkan investasi ke perusahaan. Laba yang diperoleh perusahaan tentu mengindikasikan adanya kenaikan aset melalui semakin tingginya pendapatan dengan pengeluaran biaya yang dapat diminimalisir. Perencanaan laba merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan karena besar kecilnya laba menjadi tolok ukur dan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Harahap (2011) menjelaskan perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan laba rugi, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka pendek dan jangka panjang. Perencanaan laba berisi langkah-langkah yang akan diambil perusahaan untuk mencapai target laba yang diharapkan. Untuk mencapai laba yang diharapkan oleh manajemen, harus dilakukan perencanaan laba yang optimal, salah satunya dengan cara membuat analisis target laba. Analisis target laba menggambarkan tingkat penjualan yang seharusnya dianggarkan

perusahaan untuk mencapai sejumlah laba tertentu. Perencanaan laba memiliki manfaat dan keunggulan sebagai berikut (Mulyadi, 2010):

- 1) Memberikan suatu pendekatan terarah untuk membantu manajemen dalam pemecahan masalah.
- 2) Mendorong manajemen untuk melakukan pertimbangan yang seksama sebelum mengambil keputusan agar seluruh kegiatan perusahaan dapat dilaksanakan secara terarah, teratur dan ekonomis.
- 3) Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba serta mendorong timbulnya kesadaran akan penghematan biaya dan penggunaan sumberdaya yang semaksimal mungkin.
- 4) Membangkitkan peran manajemen di berbagai bagian dari keseluruhan tingkat manajemen di suatu organisasi dan mengatur rencana operasi sehingga membentuk suatu rencana terpadu.
- 5) Dapat berperan sebagai tolok ukur/pedoman dasar untuk mengukur hasil kegiatan serta menilai kebijakan yang diterapkan dan memperbarui kebijakan sehingga juga dapat digunakan sebagai pedoman dasar yang lebih terarah dalam penentuan kebijakan untuk kegiatan perusahaan di masa yang akan datang agar laba yang dicapai dapat menjadi lebih optimal.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Kuncoro (2009:12) menyatakan bahwa penelitian deskriptif meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Tipe yang paling umum dari penelitian deskriptif ini adalah studi kasus. Dalam hal ini, peneliti melihat bagaimana analisis *cost volume profit* digunakan dalam pengambilan keputusan perencanaan harga jual dan laba yang diharapkan pada perusahaan pengolahan kopi Macro Coffee Roastery di Kabupaten Jember.

Sampel Penelitian

Sampel yang dipilih adalah Macro Coffee Roastery di Kabupaten Jember yang beralamat di Jl. Mastrip Timur 110B Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember. Alasan pemilihan perusahaan kopi sebagai objek penelitian karena Kabupaten Jember sebagai salah satu wilayah penghasil komoditi kopi dan perusahaan kopi Macro Coffee Roastery sebagai perusahaan pengolah kopi yang sedang mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Waktu penelitian mulai bulan Januari sampai dengan bulan Desember Tahun 2020. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari manajemen perusahaan melalui wawancara dengan pemilik/ pimpinan perusahaan. Sedangkan, data sekunder diperoleh dalam bentuk catatan, serta dokumen-dokumen terkait informasi keuangan dan non keuangan perusahaan. Informasi keuangan yang dibutuhkan dalam penelitian ini yakni data tentang volume penjualan dan biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan studi kasus, dimana penelitian sifatnya menguraikan dan menggambarkan suatu data atau keadaan serta melukiskan atau menjelaskan sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang ada.

Tahapan penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mengumpulkan informasi atau dokumen-dokumen terkait perusahaan.
2. Melakukan analisis data yang meliputi:
 - a) Analisis *contribution margin* (margin kontribusi)
Margin Kontribusi adalah selisih antara penjualan dan biaya variabel dari suatu produk atau jasa. Yaitu jumlah uang yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.
 - b) Analisis *break event point (BEP)*
Break event point adalah suatu keadaan dimana dalam suatu operasi perusahaan tidak mendapat untung maupun rugi/impas (penghasilan=total biaya).
 - c) Analisis *margin of safety* (margin pengaman)
Munawir (2004) menyatakan bahwa Margin of safety adalah hubungan atau selisih antara penjualan yang dibudget atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat break even merupakan tingkat keamanan (margin of safety) bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan.
 - d) Analisis *degree of operating leverage (DOL)*
Leverage operasi digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang berapa besarnya kenaikan laba jika terjadi kenaikan penjualan dalam jumlah presentase tertentu. Analisis operating leverage dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui seberapa besar perubahan laba sebagai akibat dari perubahan penjualan dengan memanfaatkan biaya tetap sebagai pengungkit laba (Yanto, 2020).
3. Menganalisis hubungan antara analisis CVP dengan perencanaan penetapan harga jual dan perencanaan laba yang diharapkan. Analisis perencanaan laba memperlihatkan besarnya volume dari laba yang direncanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan Laba

Pendapatan yang diperoleh Macro Coffee Roastery berasal dari pendapatan penjualan kopi, baik kopi dalam bentuk biji dan kopi dalam bentuk bubuk. Sedangkan biaya operasional dikeluarkan untuk pembiayaan gaji pegawai, listrik, internet, dan lainnya. Pendapatan dan biaya-biaya pada Macro Coffee Roastery cenderung stabil pada setiap bulannya. Perhitungan laba bersih untuk tahun 2020 dapat dihitung dengan mengurangi total penghasilan selama satu tahun dengan biaya operasional selama satu tahun. Laba bersih tahun 2020 dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Laba bersih Tahun 2020} &= \text{Total Penjualan} - \text{Biaya Operasional} \\ &= \text{Rp } 281.473.400 - \text{Rp } 124.722.900 \\ &= \text{Rp } 156.750.500\end{aligned}$$

Berdasarkan informasi data keuangan perusahaan, diketahui total penjualan perusahaan sebesar Rp 281.473.400 dan total biaya operasional yakni biaya tetap dan biaya variabel sebesar Rp 124.722.900 sehingga laba bersih yang diperoleh pada tahun 2020 adalah sebesar Rp 156.750.500.

Analisis Biaya

Analisis biaya, volume dan laba (*cost volume profit*) adalah analisis yang berkaitan dengan penentuan volume penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan. Biaya-biaya

digolongkan sesuai perilaku biaya yakni biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Pengertian biaya tetap menurut Mulyadi (2010:507), biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume tertentu. Biaya tetap per satuan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Karakteristik biaya tetap menurut Kamaruddin (2009:85): a) Biaya total yang tidak berubah atau tidak dipengaruhi oleh periode yang ditentukan atau kegiatan tertentu; dan b) Biaya per unitnya berbanding terbalik dengan perubahan volume, pada volume rendah *fixed cost* unitnya tinggi, sebaliknya pada volume tinggi *fixed cost* per unitnya rendah. Sedangkan, biaya variabel menurut Garrison et al. (2013:257): Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlahnya berubah secara proporsional terhadap perubahan tingkat aktivitas. Salah satu komponen biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan adalah biaya gaji pegawai, sedangkan biaya variabel meliputi biaya bahan baku kopi, biaya listrik, biaya overhead berupa plastik dan nametag kopi. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh Macro Coffee Roastery pada periode bulan Januari sampai dengan bulan Desember tahun 2020 meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead.

Analisis *Contribution margin* (margin kontribusi)

Analisis margin kontribusi menunjukkan kemampuan produksi dalam memberikan kontribusi menghasilkan laba. Perhitungan *Contribution Margin* sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin} &= \text{Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel} \\ &= \text{Rp } 281.473.400 - \text{Rp } 87.575.000 \\ &= \text{Rp } 193.898.400 \end{aligned}$$

Selanjutnya, menghitung *Contribution Margin Ratio* yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi laba perusahaan, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin Ratio} &= (\text{Total CM} : \text{Total Penjualan}) \times 100\% \\ &= (\text{Rp } 193.898.400 : \text{Rp } 281.473.400) \times 100\% \\ &= 69\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, diketahui total penjualan sebesar Rp 281.473.400 dan total biaya variabel sebesar Rp 87.575.000 sehingga diperoleh margin kontribusi sebesar Rp 193.898.400. Rasio margin kontribusi dihitung dengan total margin distribusi dibagi dengan total penjualan kemudian dikalikan 100%, hasil perhitungan rasio margin kontribusi sebesar 69%. Perusahaan memiliki margin kontribusi keseluruhan sebesar Rp 193.898.400 atau sebesar 69% dari penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan operasional pengolahan kopi Macro Coffee Roastery pada periode tahun 2020 memiliki kontribusi yang relatif cukup besar terhadap laba usaha.

Analisis *break event point* (BEP)

Salah satu tahapan dalam analisis *Cost Volume Profit* adalah menghitung *Break Event Point* atau titik impas. BEP menunjukkan titik batas minimal kuantitas yang diproduksi yang menyebabkan perusahaan dalam kondisi tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Dengan analisis BEP memberikan informasi kepada perusahaan berapa batas volume penjualan minimal yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian tetapi juga belum memperoleh laba, serta jumlah penjualan yang

harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu. Perhitungan titik impas sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{BEP (dalam rupiah)} &= \text{Biaya Tetap} : \text{CM Ratio} \\ &= \text{Rp } 37.147.900 : 69\% \\ &= \text{Rp } 53.837.500 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat diketahui biaya tetap sebesar Rp 37.147.900 dan rasio margin kontribusi sebesar 69% sehingga titik impas dalam rupiah sebesar Rp 53.837.500. Jika dibandingkan dengan penjualan tahun 2020 sebesar Rp 281.473.400, maka tingkat penjualan berada di atas titik impas dan dapat dikatakan bahwa perusahaan menghasilkan laba.

Analisis *margin of safety* (margin pengaman)

Analisis *margin of safety* menunjukkan batas keamanan bagi perusahaan apabila terjadi penurunan penjualan. Seberapa besar penurunan penjualan yang terjadi sepanjang dalam batas aman tersebut, perusahaan tidak akan menderita kerugian. Perhitungan *Margin of safety* sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Margin of safety} &= \text{Total penjualan} - \text{Penjualan impas margin} \\ &= \text{Rp } 281.473.400 - \text{Rp } 53.837.500 \\ &= \text{Rp } 227.635.900 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margin of safety ratio} &= (\text{Margin of safety} : \text{Total Penjualan}) \times 100\% \\ &= (\text{Rp } 227.635.900 : \text{Rp } 281.473.400) \times 100\% \\ &= 80\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, diketahui *margin of safety* sebesar Rp 227.635.900 dengan tingkat *margin of safety* perusahaan sebesar 80%. Jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan kerugian perusahaan adalah Rp 227.635.900. Apabila perusahaan melebihi batas keamanan tersebut, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Semakin besar nilai *margin of safety ratio*, maka semakin kecil risiko perusahaan mengalami kerugian.

Analisis tingkat *operating leverage*

Analisis tingkat *operating leverage* (*Degree of operating leverage-DOL*) menunjukkan tingkat penjualan tertentu dapat diukur dengan menggunakan rasio margin kontribusi terhadap laba. Perhitungan *Degree of operating leverage*

$$\begin{aligned} \text{Degree of operating leverage} &= \frac{\text{Total contribution margin}}{\text{Profit}} \\ &= \frac{193.898.400}{156.750.500} \\ &= 1,23 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, diketahui total margin kontribusi Rp 193.898.400 dan laba tahun 2020 sebesar Rp 156.750.500, sehingga tingkat *degree of operating leverage* perusahaan sebesar 1,23. *Operating leverage* merupakan penggunaan biaya tetap untuk menciptakan perubahan prosentase laba yang lebih tinggi saat tingkat penjualan mengalami perubahan. Semakin besar tingkat *operating leverage*, maka semakin banyak

terjadi perubahan dalam aktivitas penjualan yang mempengaruhi laba yang akan diperoleh perusahaan.

Analisis Perencanaan Laba

Analisis perencanaan laba digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui besarnya volume laba yang diinginkan. Perhitungan perencanaan laba sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan (23\%)} &= \text{Laba tahun 2020} + (\% \text{ laba} \times \text{laba tahun 2020}) \\ &= \text{Rp } 156.750.500 + (23\% \times \text{Rp } 156.750.500) \\ &= \text{Rp } 192.803.100 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (rupiah)} &= (\text{Biaya tetap} + \text{Laba yang diharapkan}) : \text{Rasio margin kontribusi} \\ &= (\text{Rp } 37.147.900 + \text{Rp } 192.803.100) : 69\% \\ &= \text{Rp } 229.951.000 : 69\% \\ &= \text{Rp } 333.262.300 \end{aligned}$$

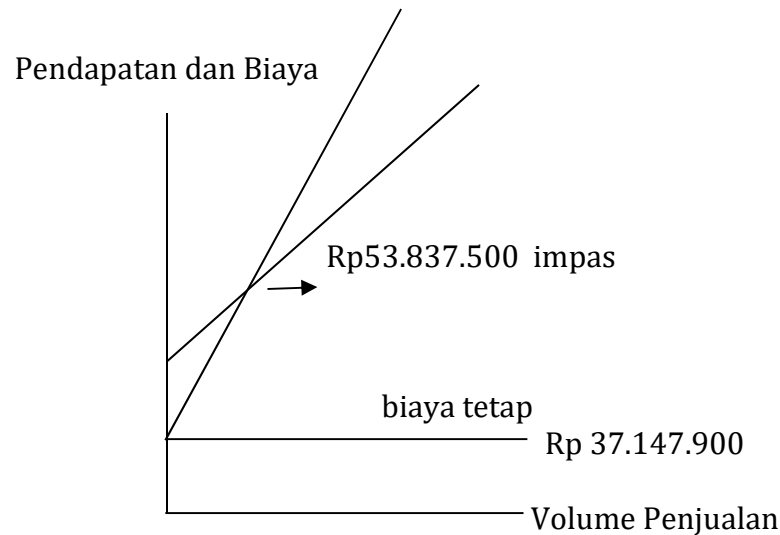
Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui bahwa perusahaan telah menetapkan besarnya perencanaan laba untuk periode tahun 2021 sebesar 23% dari tahun sebelumnya. Perusahaan merencanakan memperoleh kenaikan laba menjadi Rp 192.803.100 dengan perolehan pendapatan penjualan menjadi Rp 333.262.300 untuk tahun 2021.

Hasil perhitungan atas perencanaan laba sejalan dengan hasil Mulyadi (2020) yang menetapkan target laba sebesar Rp 12.000.000 setiap tahunnya, sehingga dengan target keuntungan tersebut dapat dihitung penjualan minimal yang harus dicapai pada tahun mendatang. Menurut Toliu (2018) setelah laba ditentukan, maka langkah selanjutnya yang harus diambil pihak manajemen dalam upaya mencapai target laba dapat dilakukan dengan menekan biaya operasional dengan mempertahankan harga jual dan volume penjualan. Manajemen juga dapat meningkatkan volume penjualan pada tingkat kapasitas yang dimiliki perusahaan dengan asumsi bahwa volume distribusi dapat ditingkatkan, harga jual tetap serta adanya pertambahan hasil penjualan. Selain itu, manajemen dalam menentukan harga jual tertentu untuk menghasilkan laba yang dikehendaki, hal-hal yang harus dipertimbangkan oleh pihak manajemen dalam kebijaksanaan menaikkan harga jual yaitu seperti permintaan pasar, biaya distribusi, pesaing, laba yang dikehendaki dan lain-lain. Terdapat asumsi yang harus dipenuhi yaitu: Volume penjualan tetap, tidak ada perbuatan biaya, tidak diperhitungkan adanya pengaruh dari para pesaing.

Analisis Cost Volume Profit

Menurut Yulistia (2020), analisis CVP dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk membantu membuat keputusan dalam mencapai target laba yang diharapkan dengan menetapkan biaya yang efisien, jumlah atau volume penjualan, dan harga jual yang tepat. Analisis ini menunjukkan hubungan yang saling mempengaruhi antara biaya, volume, serta laba pada perusahaan. Analisis ini juga dapat mengetahui berapa jumlah penjualan yang harus perusahaan targetkan agar setidaknya dapat menutupi biaya serta beban yang dikeluarkan atau dengan kata lain mencapai titik impas (*Break Even Point*). Selain itu, analisis ini dapat mengetahui seberapa banyak penjualan bisa turun dari yang telah direncanakan namun tetap tidak mengalami kerugian atau margin of safety. Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) terbukti efektif menaikkan laba perusahaan dan berguna bagi manajemen dalam mengambil keputusan. Berbagai bidang industri perusahaan dapat menggunakan analisis CVP untuk menentukan titik impas yang berguna sebagai tolak

ukur penjualan telah mencapai laba atau tidak. Untuk menerapkan analisis CVP, perusahaan harus menghitung Margin kontribusi dan rasionya, titik impas (break even point), titik aman (*margin of safety*), dan *degree of operating leverage* serta menganalisa perencanaan laba yang ditargetkan. Berikut ini hasil analisis *Cost Volume Profit* (CVP) Macro Coffee Roastery:



Sumber: data penelitian diolah, 2020

Gambar 2
Hasil Analisis *Cost Volume Profit*

Berdasarkan gambar 2 dapat diketahui adanya saling keterkaitan antara biaya, volume penjualan dan laba perusahaan. Manajemen bisa dibantu dengan kurva *cost volume profit* dalam penentuan titik titik biaya, pendapatan penjualan dan laba atau rugi perusahaan. Total pendapatan penjualan yang diperoleh perusahaan sebesar Rp 281.473.400 dan biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan sebesar Rp 124.722.900, sehingga laba dihasilkan perusahaan sebesar Rp 156.750.500. Biaya operasional meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Total biaya tetap perusahaan sebesar Rp 37.147.900. Titik impas perusahaan berada pada titik Rp 53.837.500, hal ini menunjukkan pendapatan dan biaya pada titik yang setara. Titik impas berada pada posisi total pendapatan sama dengan total biaya (Samryn, 2012).

Hasil analisis *Cost Volume Profit* (CVP) mendukung penelitian Agustine dan Feliany (2020) dimana penerapan analisis CVP dapat memberikan manfaat bagi PT Duta Wacana, diantaranya dapat mengetahui informasi titik impas dan proyeksi penjualan untuk mencapai target laba operasional yang diinginkan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Sumarni (2020) yang berpendapat bahwa penggunaan analisis *cost volume profit* (CVP) meliputi menentukan margin kontribusi, analisis titik impas (*break event point*), *margin of safety*, menentukan *degree of operating leverage*, titik penutupan usaha dan menentukan perencanaan laba dalam pengambilan keputusan serta menetapkan kebijakan dan strategi yang tepat sehingga dapat meningkatkan laba dan menghindari potensi kerugian. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rahmayani dan Mardiyantika (2020), bahwa laba bersih sebesar 206.193.000. BEP Toko Mebel Bocah Angon adalah sebesar 382.758.621. Margin Kontribusi yang diperoleh Toko Mebel Bocah Angon bulan Januari-Desember 2018 adalah sebesar 314.799.000 sedangkan *Ratio Margin* adalah sebesar 29%. *Margin of Safety* Toko Mebel Bocah Angon adalah sebesar

711.841.379 ini berarti bahwa jika penjualan nyata produk berkurang atau menyimpang lebih besar dari 711.841.379 (dari penjualan yang direncanakan). *Degree of operating leverage* merupakan ukuran pada tingkat penjualan tertentu. Jadi dapat dikatakan bahwa *operating leverage* Toko Mebel Bocah Angon adalah sebesar 1,53 atau 15,3 % yang berarti setiap 1% kenaikan pendapatan penjualan akan mengakibatkan 15,3% kenaikan laba bersih. Laba target perencanaan laba pada bulan Januari-desember 2018 adalah sebesar 265.988.970 dengan harus mencapai target penjualan sebesar 1.299.962.000. Total Penjualan pada bulan Januari sampai dengan Desember 2018 adalah sebesar 1.094.600.000 dengan biaya tetap sebesar 111.000.000 dan biaya variabel sebesar 779.801.000.

Selain itu, hasil penelitian sejalan dengan Yulistia (2020), PT KS Cirebon menargetkan pada tahun 2019, laba akan meningkat sebesar 5%, biaya variabel meningkat sebesar 10%, biaya tetap pada biaya tenaga kerja tidak langsung meningkat sebesar 8%, dan harga jual meningkat sebesar 2%. Kemudian dari target tersebut dibuat perhitungan untuk berbagai macam kondisi yang dapat terjadi berdasarkan target perusahaan. Dari kondisi-kondisi yang terjadi dapat dievaluasi bahwa untuk perusahaan dapat mencapai laba yang ditargetkan dengan titik impas terendah dapat dilakukan dengan menaikkan harga jual dan juga biaya tetap namun tidak merubah pada biaya variabel. Hal ini dibuktikan bahwa dalam keadaan tersebut, perusahaan akan memiliki titik impas sebesar 453,313 unit, dengan target volume penjualan sebesar 530,264 unit, margin of safety sebesar Rp26,043,253,230.

Hasil penelitian lain ditunjukkan oleh Atiqah (2019)³ yaitu (1) perhitungan CVP terhadap perubahan harga jual per unit produk pada kondisi biaya tetap, biaya variabel, volume penjualan bersifat konstan atau tidak berubah terlihat kenaikan persentase harga jual yang mengakibatkan persentase kenaikan laba, dan ketika perusahaan ingin menaikkan harga jual dengan laba yang dikehendaki adalah tetap, maka akan terjadiperubahan volume penjualan, (2) perhitungan CVP terhadap perubahan volume penjualan produk pada kondisi harga jual produk, biaya tetap, biaya variabel, bersifat konstan menghasilkan kenaikan volume penjualan yang menyebabkan kenaikan total biaya produk, (3) perhitungan CVP terhadap perubahan biaya variabel per unit produk pada kondisi harga jual produk, biaya tetap, dan volume penjualan, bersifat konstan atau tetap terlihat bahwa kenaikan biaya variabel produk menyebabkan penurunan laba, dan (4) perhitungan CVP terhadap perubahan total biaya tetap produk pada kondisi harga jual produk, biaya variabel per unit produk, dan volume penjualan, bersifat tetap atau konstan, menghasilkan kenaikan biaya tetap produk yang diikuti kenaikan total biaya produk yang kemudian menyebabkan penurunan laba.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada Macro Coffee Roastery maka dapat disimpulkan dari hasil wawancara didapat informasi bahwa perusahaan menetapkan target laba untuk tahun 2019 sebesar 23% dari tahun sebelumnya. Hasil analisis yang dilakukan pada Macro Coffee Roastery diperoleh margin kontribusi untuk tahun 2018 sebesar Rp 193.898.400 dengan rasio 69%. Titik impas untuk tahun 2018 sebesar Rp 37.147.900. Tingkat penjualan sebesar Rp 281.473.400 berada di atas titik impas, sehingga penjualan yang dilakukan dikatakan mampu untuk menghasilkan laba yang maksimal. Batas pengaman untuk tahun 2018 sebesar 80%. Tingkat pengaman perusahaan cukup tinggi, sehingga dikatakan baik, karena kemungkinan terjadinya kerugian rendah. Besarnya penjualan minimal yang diperbolehkan (*margin of safety*) pada tahun 2018 sebesar Rp 227.635.800. Besarnya

laba yang diharapkan untuk tahun 2019 sebesar Rp 192.803.100, oleh karena itu perusahaan harus mampu mencapai target penjualan sebesar Rp 333.262.300 untuk memperoleh laba yang telah direncanakan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu terkait dengan perhitungan komponen biaya tetap dan biaya variabel. Macro Coffee Roastery memiliki beragam jenis produk kopi dengan harga jual yang beragam pula, sehingga peneliti tidak berkesempatan untuk menganalisis multi produk menggunakan analisis CVP, sehingga penelitian lanjutan diharapkan bisa lebih menjabarkan tentang multi produk tersebut. Pengembangan model CVP untuk dua produk atau lebih memerlukan satu asumsi utama yakni penjualan produk selalu terjadi pada komposisi atau bauran penjualan yang sama. Perusahaan dapat melakukan analisis biaya dengan baik sehingga untuk tahun-tahun mendatang diharapkan dalam penerapan analisis *cost volume profit* sebaiknya perusahaan lebih jelas dalam melakukan klasifikasi biaya, apakah tergolong biaya tetap atau biaya variabel, terutama untuk biaya bahan baku informasinya harus lebih terperinci. Hasil perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa analisis *cost volume profit* dapat digunakan untuk merencanakan laba yang diharapkan. Analisis *cost volume profit* dilakukan dengan menghitung margin kontribusi, titik impas (BEP) dalam rupiah, dan *margin of safety*. Dengan menggunakan alat analisis tersebut, dapat diperoleh informasi bahwa kegiatan produksi yang berjalan pada Macro Coffee Roastery sangat produktif dan mampu berkontribusi pada laba perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustine, A. dan L. J. Feliany. (2020). Pentingnya Analisis Biaya Volume Laba bagi Perusahaan Jasa Penyewaan Lantai Gedung Perkantoran (Studi Kasus di PT Duta Wacana). *Prosiding Working Papers Series in Management* 12 (1).
- Assa, R. L. (2013). Analisis Cost Volume Profit Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Laba pada PT. Tropica Cocoprime. *JURNAL EMBA* 1 (3): 591-601. ISSN 2303-1174.
- Atiqah, N. (2019). Analisis CVP Sebagai Alat Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Product Cost. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura* 8 (1): 19-30.
- Budiwibowo, S. (2012). Analisis Estimasi Cost Volume Profit (CVP) dalam Hubungannya dengan Perencanaan Laba pada Hotel Tlogo Mas Sarangan. *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* 1 (1): 13-23.
- Carter, K. W. (2009). *Akuntansi Biaya*. Jilid Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, R., Noreen, E., dan Brewer. (2013). *Managerial Accounting*. 14th Edition. Mc. Graw Hill. New York.
- Hansen, D. R. dan M. M. Mowen. (2011). *Accounting Managerial*. 8th Edition. Cengage Learning Asia. Singapore. Terjemahan D. A. Kwary. 2011. *Akuntansi Manajerial*. Edisi 8. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, S. S. (2011). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Grafindo Persada. Jakarta.
- Ishak dan A. Sugiono. (2015). *Akuntansi-Informasi dalam Pengambilan Keputusan*. Grasindo. Jakarta.
- Kamaruddin, A. (2005). *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kartika, E. dan P. S. Sunarka. (2019). Analisis Cost Volume Profit untuk Perencanaan Laba pada UD Budi Luhur Demak. *Aset* 21 (1): 9-17.
- Krismiaji dan A. Aryani. (2011). *Akuntansi Manajemen*. Cetakan Pertama. Edisi Kedua. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.

- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kuswadi. (2007). *Analisis Keekonomian Proyek*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Lestari, D. W. dan D. B. Permana. (2017). *Akuntansi Biaya dalam Perspektif Manajerial*. Buku Satu. Depok: PT Raja Garfindo Persada.
- Machfoed dan Mahmudi. (2011). *Akuntansi Manajemen*. Edisi Satu. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Mulyadi. (2010). *Sistem Akuntansi*. Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Mulyadi, D. (2020). Analisis Perencanaan Laba dengan Pendekatan Metode Cost, Volume, Profit (CVP) (Studi Kasus pada Divisi Produksi Cipta Grafika Karawang. *Media Bina Ilmiah* 14 (7): 2955-2966.
- Munawir. (2004). *Akuntansi Keuangan dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.
- Rahmayani, A. N. dan V. Mardiyantika. (2020). Penerapan metode CVP Sebagai Alat Bantu Analisis Perencanaan Laba dalam Mencapai Target Perusahaan (Studi Kasus Mebel Bocah Angon di Dusun Kalianyar Deket, Lamongan. *Jurnal Penelitian Teori dan Terapan Akuntansi (PETA)* 5 (1).
- Rudianto. (2013). *Penganggaran: Konsep dan Teknik Penyusunan Anggaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Samryn, L. M. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Simon, A. T. Septiana, dan R. G. Suci. (2020). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Perusahaan yang Diharapkan (Studi Kasus Sultan Barbershop). *Research in Accounting Journal* 1 (1): 123-131.
- Sumarni, I. (2020). Optimalisasi Laba Menggunakan Analisis Cost Volume Profit (pada UMKM Gula Habang Taratau di Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis* 4 (1): 73-81.
- Toliu, M. L. (2018). Analisis Perencanaan Laba Perusahaan yang Dipengaruhi oleh Variable Costing pada PT Buana Larasindo Sidoarjo. *Mapan: Jurnal Manajemen Akuntansi Palapa Nusantara* 3 (1): 26-38.
- Yanto, M. (2020). Penerapan Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Dasar Perencanaan Laba pada CV Usaha Bersama Tanjungpinang. *Dimensi* 9 (2): 369-396. ISSN: 2085-9996.
- Yulistia, P. R. (2020). Peran Cost Volume Profit Analysis Dalam Mencapai Laba Perusahaan Pengolahan Rajungan PT KS Cirebon. *Repository Universitas Katolik Parahyangan*. Bandung.

● 18% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 18% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 6% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	ejournal.polraf.ac.id Internet	3%
2	scilit.net Internet	3%
3	researchgate.net Internet	3%
4	pdfs.semanticscholar.org Internet	2%
5	dictio.id Internet	1%
6	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet	1%
7	id.scribd.com Internet	1%
8	repository-feb.unpak.ac.id Internet	1%

9	repository.umsu.ac.id Internet	<1%
10	ejurnal.stieyapan.ac.id Internet	<1%
11	eprints.polsri.ac.id Internet	<1%