

Analisis Perencanaan Laba Yang Diharapkan Menggunakan Analisis CVP (*Cost Volume Profit*) (Studi Kasus Pada PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2019-2021)

¹Lia Atthahira Rusadi, ²Tiara Risonia Somad, ³Ratih Kusumastuti

Universitas Jambi

¹liaatthahirarusadi19@gmail.com, ²tiarars020103@gmail.com, ³ratihkusumastuti@unja.ac.id

Diserahkan tanggal 28 Mei 2023 | Diterima tanggal 01 Juni 2023 | Diterbitkan tanggal 30 Juni 2023

Abstract:

Cost volume profit analysis (cost volume profit) is a tool in planning the profit expected by the company by connecting the links between costs, volumes, and profits of a company. While profit planning is to determine what actions the company's management will take during a certain period of time in relation to the profit target to be achieved by the company. The purpose of this research is to describe the results of the cost volume profit analysis in profit planning which is expected to use cost volume profit analysis. This research was conducted at PT. Unilever Indonesia Tbk. which have been listed on the IDX. The method used in this research is descriptive method. While the analysis used in this study is quantitative analysis in which there is a calculation of cost volume profit analysis and profit planning. This profit volume cost analysis will be analyzed using break even point analysis, margin of safety, operating leverage and profit target planning analysis. The data used comes from the 2019- 2021 profit and loss financial statements belonging to PT Unilever Indonesia Tbk. Companies that have many product variants such as PT Unilever Indonesia Tbk are suitable to use cost- volume profit analysis as the basis for planning corporate profits. The results of the study generally show that the company is able to exceed the expected profit target and exceed the break-even point, even though the value and ratio of the margin of safety decreased successively from 2019 to 2021.

Keywords: *Cost Volume Profit Analysis, Profit Planning, Break Even Point,, Profit Target*

Abstrak :

Analisis biaya volume laba (cost volume profit) adalah alat bantu dalam merencanakan keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan dengan cara mengaitkan biaya, volume maupun keuntungan dari suatu perusahaan. Perencanaan laba, yaitu tindakan yang manajemen perusahaan laksanakan selama periode tertentu sehubungan dengan target laba yang akan diperoleh perusahaan. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mendeskripsikan hasil analisis biaya volume laba dalam perencanaan laba yang diharapkan mempergunakan analisis biaya volume laba. Studi ini terlaksana pada PT Unilever Indonesia Tbk. yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Studi ini mempergunakan metode deskriptif, sedangkan analisis dalam studi ini adalah analisis kuantitatif yang memuat hitungan cost volume profit dan perencanaan laba. Analisis biaya volume laba akan dianalisis dengan menggunakan analisis break even point, margin of safety, operating leverage maupun analisis perencanaan target laba. Data yang dipergunakan berasal dari laporan keuangan laba rugi periode 2019-2021 milik PT Unilever Indonesia Tbk. Perusahaan yang memiliki banyak varian hasil produk seperti PT Unilever Indonesia Tbk cocok mempergunakan cost volume profit sebagai landasan dalam merencanakan keuntungan perusahaan. Hasil studi secara umum memperlihatkan bila perusahaan mampu melampaui target laba yang diharapkan serta melampaui titik impas, meskipun memiliki nilai serta rasio dari margin of safety menurun secara berturut dari tahun 2019 sampai tahun 2021.

Kata Kunci: *Analisis Cost Volume Profit, Perencanaan Laba, Break Even Point, Target Laba*

Copyright © 2023, Author

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



PENDAHULUAN

Perencanaan merupakan pemilihan atas serangkaian kegiatan dan memutuskan apa, kapan, bagaimana, serta oleh siapa. Perencanaan tepat bisa diperoleh melalui pertimbangan keadaan masa depan, terutama ketika rencana maupun aktivitas yang terlaksana dan periode sekarang ini ketika rencana sedang dikembangkan (Handoko, 2017). Perencanaan umumnya berisikan rumusan tujuan kegiatan, ini mempersiapkan program rinci kegiatan serta strategi jangka panjang maupun jangka pendek untuk mencapai tujuan tertentu. Pencapaian tujuan perusahaan didukung dengan perencanaan yang baik agar bisa menunjang tugas manajemen. Perencanaan memiliki peran menilai keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan demi menjaga keberlanjutan, serta perencanaan penjualan maupun perencanaan laba. Secara umum tujuan perusahaan, yaitu guna memperoleh keuntungan yang optimal dan meningkatkan nilai perusahaan. Perencanaan penjualan dan perencanaan laba saling berkaitan, karena sebelum menentukan perencanaan penjualan perusahaan harus menetapkan perencanaan keuntungannya. Perencanaan laba/keuntungan sangat berperan penting dalam perusahaan sebagai titik tahap awal karena memiliki perencanaan laba memudahkan manajemen untuk menjalankan bisnis usahanya. Perencanaan laba yang dirancang secara maksimal mampu memberi acuan ataupun panduan yang berguna bagi perusahaan serta manajemen dalam merencanakan tingkat laba yang akan diperoleh lebih optimal.

(Machfoedz & Mahmudi, 2011) perencanaan laba adalah “suatu penentuan tindakan apa yang harus diambil oleh manajemen dalam jangka waktu tertentu sehubungan dengan target laba yang ingin dicapai perusahaan. Perencanaan laba menetapkan target laba yang ingin dicapai dan menentukan prosedur atau strategi yang harus diikuti oleh perusahaan”. Untuk mempertimbangkan dan dibuatnya keputusan dalam menentukan anggaran penjualan dan biaya, manajemen perusahaan perlu dapat memahami keadaan: perubahan biaya maupun volume mempengaruhi laba. Ada tiga faktor yang mempengaruhi laba, yaitu biaya produksi, harga penjualan produk, dan volume penjualan. Guna memperoleh keuntungan maksimal, manajemen bisa mengambil beberapa tahap, seperti:

1. Biaya operasional ditekan seminimal mungkin dengan menjaga tingkat harga penjualan, serta volume penjualan.
2. Tingkatan harga jual yang ditentukan berdasar pada keuntungan yang diinginkan.
3. Volume penjualan yang ditingkatkan semaksimal mungkin

Tiga diatas harus dilaksanakan semua karena ketiganya memiliki hubungan yang saling berkaitan dalam mengambil keputusan dan perumusan kebijakan perusahaan pada masa mendatang (Rahmayani & Mardiyantika, 2020). Salah satu alat bantu yang dapat digunakan manajemen untuk membuat perencanaan laba yang baik, yaitu analisis biaya volume laba.

Analisis biaya volume laba berperan sebagai media guna merencanakan keuntungan, yang mengaitkan biaya, volume, dan keuntungan perusahaan. Sebenarnya analisis biaya volume laba menjadi metode analisis yang memungkinkan manajemen guna menilai bermacam faktor yang memengaruhi perubahan keuntungan, yang terfokus ke volume penjualan, biaya variabel, biaya tetap, dan bauran penjualan produk. Keputusan operasi yang ditetapkan oleh manajemen perusahaan dapat juga dilihat dari analisis biaya volume laba apakah akan mempengaruhi laba bersih yang diperoleh. Selanjutnya, manajemen bisa melakukan pertimbangan atas pengaruh harga penjualan, volume penjualan, dan keputusan biaya terhadap tingkat keuntungan sebelum

menyiapkan rencana laba untuk rentang waktu berikutnya. Analisis CVP mampu mempergunakan bermacam alat dalam perencanaan laba, yaitu menghitung CM (*contribution margin*), BEP (*break even point*/titik impas), MOS (*margin of safety*), maupun OL (*operating leverage*). Penelitian sejenis ini pernah dilakukan oleh Yoppy Palupi dan Elis Ratna Wulan (2021) yang meneliti bagaimana perencanaan laba menggunakan analisis *cost volume profit* (CVP) pada PT. Mayora Indah Tbk dengan menggunakan variabel *break event point* (BEP), analisis *operating leverage*, analisis target penjualan, dan analisis perencanaan laba dengan menggunakan data tahun 2015-2019 dengan target perencanaan laba tercapai untuk tahun 2015, 2016, 2017, 2019 sedangkan untuk 2018 belum tercapai. Kemudian ada penelitian lainnya yang diteliti oleh Ulfah Setia Isfawara, Teguh Gunawan Setya Budi, Wahidahwati pada Macro Coffe Roastery dengan variabel yang sama yaitu *break event point*, margin kontribusi, *margin of safety*, *operating leverage* dan analisis perencanaan laba dengan data tahun 2018 yang mana jika dengan hasil jika Macro Coffe Roastery mampu mendapatkan hasil sesuai dengan perencanaan laba yang diharapkan, maka Macro Coffe Roastery harus mampu mencapai target penjualan sebesar Rp.246.031.250 untuk memperoleh laba yang telah direncanakan di tahun 2019. Kedua penelitian tersebut sama-sama menargetkan laba untuk tahun berikutnya.

Sedangkan penelitian ini dimaksudkan guna mengetahui dan membuktikan perencanaan laba pada PT Unilever Indonesia Tbk menggunakan alat analisis *Cost Volume Profit* (CVP) yang mana perencanaan labanya meningkat 10% dari data penjualan tahun 2019-2021 berturut-turut: Rp.42.922.563.000.000, Rp.42.972.474.000.000, Rp.39.545.959.000.000. Pada penelitian ini metode yang dipergunakan, yaitu metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek dalam penelitian ini adalah PT Unilever Indonesia Tbk. Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa dokumentasi dan *library research*. Metode *library research* merupakan metode mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti buku, karya ilmiah, artikel, jurnal, literatur- literatur terkait dan juga internet.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini metode yang dipergunakan, yaitu metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek dalam penelitian ini adalah PT Unilever Indonesia Tbk. Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa dokumentasi dan *library research*. Metode dokumentasi adalah metode pengambilan data dan fakta yang telah didokumentasikan yang berupa bentuk laporan keuangan resmi PT Unilever Indonesia Tbk yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021 melalui situs resmi yaitu www.idx.co.id. Metode *library research* merupakan metode mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti buku, karya ilmiah, artikel, jurnal, literatur- literatur terkait dan juga internet. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder jika dilihat dari cara memperolehnya.

Dalam penelitian yang dilakukan, data yang telah diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan beberapa alat analisis berikut :

- a. Analisis Titik Impas (*Break Even Point*), dengan rumus :

$$\text{Break Even Point (BEP)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{rasio margin kontribusi}}$$

b. Analisis Margin Of Safety, dengan rumus:

$$\text{Margin Of Safety (Rp)} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan titik impas}$$

$$\text{Margin Of Safety (\%)} = \frac{\text{Penjualan} - \text{penjualan titik impas}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

c. Analisis *Operating Leverage*, dengan rumus :

$$\text{Operating Laverage} = \frac{\text{margin kontribusi}}{\text{laba operasi}}$$

d. Analisis Perencanaan laba, dengan rumus :

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{biaya tetap} + \text{target laba}}{\text{margin kontribusi}}$$

PEMBAHASAN

Perencanaan Laba

(Hansen dan Mowen, 2011) memaparkan bahwasanya perencanaan laba (*profit planning*), “rencana yang secara kuantitatif dijelaskan dalam hal keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. Didalamnya juga akan menentukan tujuan laba yang dicapai oleh perusahaan”. (Mulyadi, 2010), perencanaan laba memiliki beberapa manfaat, serta keunggulan, yaitu:

1. Menyediakan pendekatan yang ditargetkan untuk membantu administrator menyelesaikan masalah.
2. Mengarahkan manajemen agar membuat pertimbangan secara cemat sebelum pengambilan keputusan. Memastikan pula bila seluruh aktivitas perusahaan terlaksana secara tepat sasaran, teratur dan ekonomis.
3. Menciptakan suasana organisasi menguntungkan dan meningkatkan kesadaran terhadap pengurangan biaya dan pemanfaatan sumber daya secara maksimal.
4. Menumbuhkan keterlibatan manajemen di bermacam departemen dari seluruh tingkatan manajemen, serta mengatur operasional perusahaan agar terbentuk perencanaan yang terintegrasi.
5. Menjadi acuan dasar dalam menilai hasil aktivitas, sekaligus menentukan kebijakan yang diimplementasikan dan memperbarui kebijakan agar bisa dipergunakan dalam penetapan acuan aktivitas perusahaan di masa depan yang diharapkan bisa memperoleh keuntungan optimal.

Salah satu indikator yang tidak bisa dipisahkan dalam perencanaan laba, yaitu faktor biaya. Biaya merupakan kas atau setara kas yang dikorbankan (dibayar) untuk barang/jasa yang dapat bermanfaat manfaat (pendapatan) untuk waktu sekarang ataupun mendatang. Dengan begitu, memberi simpulan bahwasanya biaya merupakan sumber daya yang dikorbankan atau dikeluarkan untuk mencapai tujuan tertentu.

Cara untuk mengetahui bagaimana biaya berperilaku bisa dilakukan dengan cara mengklasifikasikan biaya tersebut. Klasifikasi biaya berguna untuk manajemen karena beberapa alasan, seperti manajemen dapat melihat perilaku biaya yang memungkinkan manajer untuk merencanakan keuntungan seperti perubahan penjualan dan volume produksi. Mengetahui cara kerja biaya juga dapat memudahkan manajemen dalam memperkirakan biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Klasifikasi biaya dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu :

1. Biaya tetap sebagai biaya dengan nominal keseluruhan akan tetap selama satu periode akuntansi tanpa terpengaruh oleh volume bisnis.
2. Biaya variabel dipengaruhi volume bisnis: selalu berubah selama proses produksi berlangsung atau mengikuti volume bisnis yang berjalan.
3. Biaya semivariabel atau campuran terdapat komponen biaya tetap maupun biaya variabel.

Analisis Cost Volume Profit (CVP)

Analisis CVP ialah media yang bisa membantu dalam merencanakan dan mengambil keputusan sebab akan memberi penekanan terhadap hubungan antara biaya, kuantitas yang terjual, dan harga. (Hansen & Mowen, 2011) memaparkan bila analisis CVP ialah “informasi keuangan yang penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi kondisi ekonomi dan bisnis, suatu divisi atau departemen dalam mengatasi masalah”. (Samryn, 2012) mengungkapkan bahwasannya “hubungan konsep analisis cost volume profit dalam perencanaan laba dapat menggunakan perhitungan margin kontribusi (*contribution margin*), analisis *break event point* (BEP) multiproduk, dan tingkat keamanan (*margin of safety*)”.

Analisis *cost volume profit* bisa bermanfaat untuk beberapa tema lain, misal jumlah unit yang perlu diperjualbelikan supaya impas; pengaruh pengurangan biaya tetap di titik impas; dan pengaruh kenaikan harga pada keuntungan. Selain itu, analisis sensitivitas untuk menguji seberapa pengaruhnya tingkat harga atau biaya terhadap keuntungan, yang bisa dilakukan oleh manajer mempergunakan analisis CVP. Perilaku biaya mampu diuji melalui analisis CVP dengan melaksanakan pengujian antara pendapatan dan biaya total dengan keuntungan operasional sewaktu ada perubahan dalam tingkat output, harga jual, biaya variabel per unit, ataupun biaya tetap produk.

Perusahaan memiliki tujuan utama untuk memaksimalkan perolehan laba, manajer perusahaan bisa memanfaatkan analisis CVP untuk menentukan rencana, termasuk penentuan harga jual. Perencanaan penetapan harga jual memiliki dampak signifikan terhadap perolehan keuntungan yang diinginkan perusahaan. Sesuai prinsip, harga jual produk bisa menutup biaya produk, pemasaran maupun administrasi untuk memperoleh keuntungan yang dihendaki (Baldrick dkk, 2014). Dalam membuat perencanaan harga jual hal yang harus diperhatikan adalah faktor apa saja yang memengaruhi, misal pemenuhan persaingan bisnis, serta penawaran dalam kontrak supaya bisa bersaing. Terlampir rumus analisis CVP untuk menentukan perencanaan laba sesuai penentuan harga jual:

$$\text{Penjualan (Rupiah)} = \frac{\text{biaya tetap} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{rasio margin kontribusi}}$$

$$\text{Penjualan (Unit)} = \frac{\text{biaya tetap} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{rasio margin kontribusi per unit}}$$

(Bustami, 2008) memaparkan bahwasanya analisis biaya, volume, dan keuntungan atau titik impas hendak memberi hasil yang layak jika mampu memenuhi asumsi di bawah ini:

1. Perilaku penerimaan maupun pengeluaran digambarkan secara perinci, serta bersifat linear sesuai jangkauan/rentang.
2. Bisa membagi biaya menjadi biaya tetap maupun biaya variabel.
3. Tidak terjadi perubahan terhadap efisiensi dan produktivitas
4. Harga jual tidak berubah
5. Biaya-biaya tidak berubah.
6. Konsistensi bauran penjualan
7. Tidak mempunyai perbedaan signifikan (bermakna) antara persediaan awal dan persediaan akhir.

Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Margin kontribusi sebagai selisih yang didapat dari perhitungan dengan mengurangi seluruh biaya (variabel, produksi ataupun nonproduksi) dari total penjualan. Hasil dari selisih itu nantinya berguna sebagai penutup biaya tetap dan menghasilkan keuntungan. Apabila margin kontribusi tidak mampu menutupi biaya tetap, perusahaan memperoleh keuntungan. Namun, jika margin kontribusi bernilai sama seperti biaya tetap, perusahaan berada di titik impas atau tidak memperoleh untung atau rugi. Rumus untuk mengetahui seberapa besar rasio margin kontribusi, yaitu:

$$\text{Rasio margin kontribusi} = \frac{\text{margin kontribusi}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

Analisis Titik Impas (*Break Even Point/BEP*)

(Hansen & Mowen, 2011) analisis BEP (titik impas), “titik ketika total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol”. (Bastian & Nurlela, 2013) analisis break event point adalah “suatu cara atau teknik yang dipergunakan oleh seorang manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume (jumlah) penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan terkait agar tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba”. Analisis biaya volume laba atau *cost volume profit* seringkali disebut juga sebagai analisis titik impas. Namun, nyatanya analisis titik impas ini hanya salah satu elemen dalam analisis biaya volume laba, meskipun analisis titik impas merupakan elemen yang penting.

Selain diberikannya informasi tentang bagaimana kedudukan perusahaan dalam keadaan impas atautkah tidak. Analisis BEP juga berguna bagi manajemen untuk merencanakan ataupun mengambil keputusan. Analisis titik impas bermaksud guna menemukan tingkat kinerja: pendapatan penjualan sama seperti jumlah biaya variabel maupun biaya tetap. Dalam perencanaan keuntungan, analisis BEP merupakan “*profit-planning approach*” yang didasarkan pada hubungan antara biaya (*cost*) dan penghasilan penjualan (*revenue*). (Mulyadi, 1993) menyampaikan bahwasanya asumsi yang memengaruhi analisis BEP, yaitu:

1. Variabilitas biaya diasumsikan hendak mendekati ke pola perilaku yang diharapkan.
2. Harga penjualan produk diasumsikan tanpa mengalami perubahan di bermacam tingkat aktivitas yang berbeda
3. Kapasitas produksi pabrik diyakini konstan
4. Faktor harga produksi diasumsikan tanpa mengalami perubahan.
5. Efisiensi produksi diasumsikan tanpa mengalami perubahan.
6. Perubahan jumlah persediaan awal maupun akhir diasumsikan tidak signifikan.
7. Komposisi produk yang terjual diasumsikan tanpa mengalami perubahan.
8. Volume adalah satu-satunya faktor yang memengaruhi biaya

Sebenarnya, titik impas ialah titik ketika pendapatan sama besarnya dengan biaya total dan laba yang sama dengan nol. Rumus yang bisa digunakan untuk menghitung titik impas yaitu:

$$\text{Break Even Point (BEP)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{rasio margin kontribusi}}$$

Margin of Safety (MoS)

(Hansen & Mowen, 2011), margin pengaman (*margin of safety*) adalah “unit terjual atau yang diharapkan akan terjual atau pendapatan yang dihasilkan untuk mengharapkan hasil yang akan melebihi volume impas”. Margin pengaman ini dapat digunakan untuk mengukur potensi dampak risiko jika penjualan yang dicapai turun secara signifikan di bawah tingkat yang direncanakan. Gambaran penjualan bisa dilakukan dengan menghitung margin pengaman yang mana dapat membantu manajemen untuk menilai pengaruh risiko perusahaan untuk mengalami kerugian atau sebaliknya. Nilai *margin of safety* yang dimiliki perusahaan semakin besar maka perusahaan akan menghindari risiko kerugian saat penjualan mengalami penurunan. Sebaliknya, jika nilai *margin of safety* yang dimiliki perusahaan semakin rendah maka kemungkinan perusahaan akan menderita kerugian besar. Untuk mengantisipasi *margin of safety* perusahaan yang rendah, penjualan dari perusahaan harus ditingkatkan agar mengurangi resiko kerugian.

Rumus perhitungan margin of safety atau margin pengaman dinyatakan dalam rumus berikut:

$$\text{Margin pengaman} = \text{Penjualan} - \text{Penjualan titik impas}$$

Rumus margin pengaman (MoS) yang dinyatakan dalam satuan persen, yaitu:

$$\text{Margin Pengaman} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan titik impas}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

Operating Leverage

Operating leverage ialah indikator yang menunjukkan seberapa besar biaya tetap yang dipergunakan dalam suatu perusahaan. Sebuah perusahaan disebut memiliki *operating leverage* yang tinggi dalam struktur biayanya jika biaya tetapnya relatif lebih besar dari total biayanya. Di sisi lain, *operating leverage* yang rendah terjadi ketika komponen biaya variabel relatif besar dalam struktur

biaya (Herman, 2013). Dampak perubahan biaya tetap terhadap laba operasi ketika terjadi perubahan unit yang terjual dan margin kontribusi dapat digambarkan dengan *leverage* operasi ini.

Untuk mendapatkan nilai leverage operasi yang tinggi perusahaan harus mencapai tingkat *break event* yang lebih tinggi juga. Karena biaya tetap yang ditingkatkan perusahaan harus selaras dengan ditingkatkan juga volume penjualan agar bisa menutupi semua biaya operasi. Adapun rumus perhitungan dari leverage operasi (*operating leverage*) dinyatakan dalam rumus berikut ini :

$$\text{Operating Laverage} = \frac{\text{margin kontribusi}}{\text{laba operasi}}$$

Analisis Data Penelitian

Berdasarkan data yang didapat dari laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk, maka berikut langkah-langkah atau elemen untuk melakukan analisis *cost volume profit*:

1. Analisis Titik Impas (Break Even Point)

Dari data yang diperoleh dari laporan keuangan maka hasil perhitungan *break even point* yaitu:

Tabel 4.1
PT Unilever Indonesia Tbk: Laporan Laba Kontribusi Tahun 2019

	Jumlah	%
Penjualan	Rp. 42.922.563.000.000	100 %
Dikurangi biaya variabel	Rp. 20.893.870.000.000	48,68 %
Margin Kontribusi	Rp. 22.028.693.000.000	51,32 %
Dikurangi biaya tetap	Rp. 14.650.034.000.000	
Laba bersih	Rp. 7.378.659.000.000	

Sumber : Data diolah

$$\text{Perhitungan Titik Impas} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{rasio margin kontribusi keseluruhan}}$$

$$\text{Perhitungan Titik Impas 2019} = \frac{14.650.340.000.000}{51,32\%}$$

$$\text{Perhitungan Titik Impas 2019} = \text{Rp. 28.546.441.932.970}$$

Berdasarkan Tabel 4.1 dan hasil perhitungan diatas, dapat diketahui nilai titik impas dalam rupiah sebesar Rp. 28.546.441.932.970. Berarti perusahaan pada tahun 2019 berhasil untuk menutupi semua biaya tersebut untuk mencapai titik impas. Margin kontribusi yang diperoleh pada tahun 2019 sebesar 51,32%, perolehan margin kontribusi cukup baik karena melebihi nilai

dari biaya tetap. Kemudian, penjualan yang terjadi pada tahun 2019 sebesar Rp. 42.922.563.000.000.

Tabel 4.2
PT Unilever Indonesia Tbk : Laporan Laba Kontribusi Tahun 2020

	Jumlah	%
Penjualan	Rp. 42.972.474.000.000	100 %
Dikurangi biaya variabel	Rp. 20.515.484.000.000	47,74 %
Margin Kontribusi	Rp. 22.456.990.000.000	52,26 %
Dikurangi biaya tetap	Rp. 15.298.101.000.000	
Laba bersih	Rp. 7.158.889.000.000	

Sumber: Data diolah

$$\text{Perhitungan Titik Impas} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{rasio margin kontribusi keseluruhan}}$$

$$\text{Perhitungan Titik Impas 2020} = \frac{15.298.101.000.000}{52,26\%}$$

$$\text{Perhitungan Titik Impas 2020} = \text{Rp.} 29.237.059.701.493$$

Berdasarkan Tabel 4.2 dan hasil perhitungan diatas, dapat diketahui nilai titik impas dalam rupiah sebesar Rp. 29.237.059.701.493. Berarti perusahaan pada tahun 2020 berhasil untuk menutupi semua biaya tersebut untuk mencapai titik impas. Margin kontribusi yang diperoleh pada tahun 2020 naik sebesar 0,94% menjadi 52,26 % , kenaikan margin kontribusi ini disebabkan oleh penurunan biaya variabel tahun ini dibanding tahun sebelumnya dan perolehan margin kontribusi tahun ini juga baik karena melebihi nilai dari biaya tetap. Kemudian, penjualan yang terjadi pada tahun 2020 juga mengalami kenaikan menjadi sebesar Rp. 42.972.474.000.000.

Tabel 4.3
PT Unilever Indonesia Tbk: Laporan Laba Kontribusi Tahun 2021

	Jumlah	%
Penjualan	Rp. 39.545.959.000.000	100%

Dikurangi biaya variabel	Rp. 19.919.572.000.000	50,37 %
Margin Kontribusi	Rp. 19.626.387.000.000	49,63 %
Dikurangi biaya tetap	Rp. 13.871.784.000.000	
Laba bersih	Rp. 5.754.603.000.000	

Sumber: Data diolah

$$\text{Perhitungan Titik Impas} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{rasio margin kontribusi keseluruhan}}$$

$$\text{Perhitungan Titik Impas 2021} = \frac{13.871.784.000.000}{49,63\%}$$

$$\text{Perhitungan Titik Impas 2021} = \text{Rp. 27.950.400.967.157}$$

Berdasarkan Tabel 4.3 dan hasil perhitungan diatas, dapat diketahui nilai titik impas dalam rupiah sebesar Rp27.950.400.967.157. Berarti perusahaan pada tahun 2021 berhasil untuk menutupi semua biaya tersebut untuk mencapai titik impas. Margin kontribusi yang diperoleh pada tahun 2021 turun sebesar 2,63 % menjadi 49,63%, penurunan margin kontribusi ini disebabkan oleh penurunan biaya variable tahun ini dibanding tahun sebelumnya. Ditambah tahun 2021 penjualan juga mengalami penurunan menjadi Rp39.545.959.000.000. Meskipun begitu, perolehan margin kontribusi tahun ini sudah cukup baik karena melebihi nilai dari biaya tetap.

2. Analisis Margin of Safety

Dari data yang diperoleh dari laporan keuangan maka hasil perhitungan *margin of safety* adalah:

Tabel 4.4

Margin Of Safety PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2019-2021

Tahun	Penjualan	MoS (Rp)	MoS (%)
2019	Rp42.922.563.000.000	Rp14.376.121.067.030	33,50%
2020	Rp42.972.474.000.000	Rp13.735.414.298.507	31,96%
2021	Rp39.545.959.000.000	Rp11.595.558.032.843	29,32%

Sumber: Data diolah

Dapat dilihat pada tabel 4.4 diatas nilai margin of safety juga mempengaruhi rasio dari margin of safety itu sendiri. PT Unilever Indonesia Tbk memiliki nilai serta rasio dari *margin of safety* menurun secara berturut dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan penjualan namun biaya yang dikeluarkan tetap sama bahkan mengalami kenaikan yang juga berakibat pada nilai titik impas yang menjadi tinggi. Karena nilai margin of safety dari PT Unilever Indonesia semakin menurun, ini juga menggambarkan bahwa tingkat keamanan perusahaan dalam kegiatan operasionalnya juga makin turun.

3. Analisis Operating Leverage

Dari data yang diperoleh dari laporan keuangan maka hasil perhitungan *operating leverage*-nya adalah:

Tabel 4.5

Operating Leverage PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2019-2021

Tahun	Margin Kontribusi	Laba Operasi	OL
2019	Rp. 22.028.693.000.000	Rp. 7.378.659.000.000	2,9 kali
2020	Rp. 22.456.990.000.000	Rp. 7.158.889.000.000	3,1 kali
2021	Rp. 19.626.387.000.000	Rp. 5.754.603.000.000	3,4 kali

Sumber : Data diolah

Dapat dilihat pada tabel 4.5 diatas nilai *operating leverage* pada PT Unilever Indonesia Tbk mengalami kenaikan dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Berarti PT Unilever Indonesia Tbk sudah mampu menghasilkan laba dari biaya tetapnya. Karena, semakin banyak laba yang bisa dihasilkan pada tingkat biaya yang konstan maka semakin tinggi juga *operating leveragenya*.

4. Analisis Perencanaan Laba

Analisis perencanaan laba adalah analisis untuk menentukan volume penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan. Disini laba yang diinginkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk untuk tahun 2019-2021 meningkat sebesar 10% dari penjualan.

Tabel 4.6

PT Unilever Indonesia Tbk

Target Penjualan dan Laba Terwujud

dalam miliar rupiah

Tahun	Penjualan	Target Laba 10%	Biaya Tetap	Margin Kontribusi	Target Penjualan	Laba Terwujud
2019	42.922,6	4.292,2	14.650,0	51,32 %	36.910,1	7.378,7

2020	42.972,5	4.297,2	15.298,1	52,26 %	37.495,9	7.158,9
2021	39.546,0	3.954,6	13.871,8	49,63 %	35.918,6	5.754,7

Berdasar perhitungan di tabel 4.6 diatas, terlihat bahwa PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan laba tiap tahunnya mulai dari tahun 2019 hingga 2021. PT Unilever Indonesia Tbk telah menetapkan besarnya perencanaan laba untuk tahun 2019-2021 sebesar 10% dari total penjualannya. Berdasarkan tabel diatas, meskipun perusahaan mengalami penurunan laba tapi perusahaan berhasil melampaui target laba yang diharapkan. Ini berarti juga, perusahaan mampu mencapai volume penjualan yang telah ditargetkan.

SIMPULAN

Berdasar data yang telah diperoleh dan dianalisis menurut berbagai metode yang ada dalam analisis *cost volume profit*, maka dapat disimpulkan bahwa : PT Unilever Indonesia pada tahun 2019-2021 telah mampu melakukan penjualan yang melampaui nilai *break even point*. PT Unilever Indonesia Tbk memiliki nilai serta rasio dari *margin of safety* menurun secara berturut dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Penurunan ini disebabkan oleh karena dari penurunan penjualan namun biaya yang dikeluarkan tetap sama bahkan mengalami kenaikan yang juga berakibat pada nilai titik impas yang menjadi tinggi. PT Unilever Indonesia Tbk mengalami kenaikan pada *operating leveragenya* dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Berarti PT Unilever Indonesia Tbk sudah mampu menghasilkan laba dari biaya tetapnya. PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2019-2021 sudah berhasil melampaui target laba yang diharapkan sebesar 10%. Oleh sebab itu, saran dari peneliti diharapkan penelitian ini bisa berguna bagi PT Unilever Tbk dalam merencanakan laba di tahun berikutnya. Agar bisa mewujudkan laba yang diharapkan, PT Unilever Tbk harus bisa melampaui *break event point* terlebih dahulu lalu menjaga kestabilan dari nilai *margin of safety*nya. Kemudian PT Unilever Tbk juga perlu meningkatkan penjualan dan tingkat *operating leveragenya* agar bisa mencapai laba yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, Bastian. (2008). Akuntansi Biaya : Kajian Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Graha Ilmu
- H, Maruta. (2018). Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen. Jurnal Akuntansi Syariah.
- Handoko, T. H. (2017). Manajemen (2nd ed.). Yogyakarta. BPFY-Yogyakarta
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2011). Cost Management: Accounting and Control. Jakarta. Salemba Empat.
- Herman, E. (2013). Akuntansi Manajerial Suatu Orientasi Praktis. Jakarta. Mitra wacana media.
- Laporan Keuangan Konsolidasi PT Unilever Indonesia Tbk. Diakses melalui. www.idx.co.id
- M, Yanto (2020). Penerapan Cost-Volume-Profit (CVP) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada CV. Usaha Bersama Tanjung Pinang. Jurnal Dimensi. VOL. 9, NO. 2 : 369-386
- Machfoedz, M., & Mahmudi. (2011). Akuntansi Manajemen (1st ed.). Jakarta. Universitas Terbuka
- Mulyadi. (1993). Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen (1st ed.). Jakarta. STIE YKPN.
- Mulyadi. (2010). Sistem Akuntansi (3rd ed.). Jakarta. Salemba Empat.

- 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). *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 5(1), 99–116.
- Simamora, Henry. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Edisi ketiga. Riau. Star Gate Publisher Siregar, Baldric dkk.(2014). *Akuntansi Biaya*. Edisi kedua. Jakarta. Salemba Empat.
- Samryn. (2012). *Akuntansi Manajemen : Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi Dan Informasi* (1st ed.). Jakarta. Kencana.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2021. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press
- Y. Palupi., & E. Wulan (2021). Analisis CVP (Cost Volume Profit) Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan Dan Laba Yang Diharapkan Pada PT MAYORA INDAH Tbk. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan*. Volume 15 Nomor 2, Agustus 2021 Hal 552-568