

ANALISIS *COST-VOLUME-PROFIT* (CVP) SEBAGAI ALAT BANTU EVALUASI PENCAPAIAN LABA PADA HOTEL GRASIA SEMARANG

Gilang Mifta Fariz *)

ABSTRACT

Problems in the study is how to evaluate the achievement of profit by using analysis of cost-volume-profit (CVP) at Hotel Grasia Semarang, the background starts from the competition and the growth of hotels that has mushroomed in the city of Semarang.

This study aims to determine and evaluate the achievement of profit calculation Grasia Hotel Semarang overall by using analysis of cost-volume-profit (CVP) for multi-product in the year 2008 to 2010 and to determine what level of margin of safety (minimum sales level of the company so as not to suffered a loss) for the year is made the object of research. The data used comes from the literature study, observation and interview research object.

Processing this data using Microsoft Excel 2007 program assistance to perform cost segregation semivariabel into fixed costs and variable costs.

Based on calculations from the analysis of cost-volume-profit (CVP), indicating that Grasia Hotel Semarang has conducted an evaluation of progress with good profit despite the amount of profit realized is greater than the planned amount of profit as a result of higher variable costs.

Keywords: analysis of cost-volume-profit (CVP), the achievement of profit.

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian adalah bagaimana mengevaluasi pencapaian laba dengan menggunakan analisis *cost-volume-profit* (CVP) pada Hotel Grasia Semarang, dengan bertitik tolak dari latar belakang persaingan dan pertumbuhan hotel-hotel yang semakin menjamur di kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perhitungan dan mengevaluasi pencapaian laba Hotel Grasia Semarang secara keseluruhan dengan menggunakan analisis *cost-volume-profit* (CVP) untuk *multi-product* pada tahun 2008 – 2010 dan untuk mengetahui berapa tingkat *margin of safety* (tingkat penjualan minimal perusahaan agar tidak menderita kerugian) pada tahun yang dijadikan obyek penelitian. Data yang digunakan berasal dari hasil studi pustaka, observasi dan wawancara pada obyek penelitian.

Pengolahan data ini menggunakan bantuan program *Microsoft Excel 2007* untuk melakukan pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis *cost-volume-profit* (CVP), menunjukkan bahwa Hotel Grasia Semarang telah melakukan evaluasi pencapaian laba dengan baik walaupun jumlah laba yang terealisasi lebih besar dibandingkan dengan jumlah laba yang direncanakan karena diakibatkan biaya variabel yang tinggi.

Kata kunci : analisis *cost-volume-profit* (CVP), pencapaian laba.

Latar Belakang

Perusahaan merupakan salah pendukung perekonomian suatu negara. Melihat begitu strategisnya peran perusahaan bagi pengembangan perekonomian, maka perusahaan dituntut untuk berkembang agar dapat memiliki kemampuan melaksanakan manajemen yang terbuka dan rasional dalam mengelola organisasi serta usaha berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi. Sejalan dengan itu,

pengelola perusahaan dalam menjalankan usahanya tentu memerlukan alat bantu dalam merencanakan, mengawasi, dan untuk pengambilan keputusan usahanya. Salah satu alat bantu yang dapat dipakai tersebut adalah informasi akuntansi.

Perencanaan yang baik dapat membantu dalam penaksiran tingkat laba yang akan didapat perusahaan, sehingga laba yang didapat akan lebih optimal. Untuk mencapai laba yang optimal (dalam perencanaan laba maupun realisasi), manajer dapat menggunakan langkah-langkah berikut : Menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada, Menentukan tingkat harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki, Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin. Perlu diingat bahwa ketiga langkah tersebut tidak dapat dilakukan secara terpisah sebab ketiganya mempunyai hubungan yang saling berkaitan dalam mengambil keputusan dan perumusan kebijakan perusahaan masa yang akan datang.

Perkembangan industri Perhotelan khususnya di Semarang meningkat dari tahun 2000an hingga sekarang. Dengan banyaknya jumlah hotel yang ada di Semarang maka menjadi persoalan tersendiri bagi pihak manajemen hotel dalam melakukan kegiatan operasionalnya karena persaingan yang cukup tinggi. Hotel Grasia Semarang sendiri pada tahun 2000 masih mengoperasikan 46 kamar dilengkapi 2 ruang pertemuan dan fasilitas-fasilitas yang masih terbatas dengan predikat sebagai Hotel Bintang Dua. Pada tahun 2005 mengadakan perbaikan dan penambahan jumlah kamar serta fasilitas penunjang, diantaranya penambahan kamar menjadi 76 kamar dan 4 ruang pertemuan yang mampu untuk menampung hingga 300 orang. Seiring pertumbuhan pasar dan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, di tahun 2010 melakukan pengembangan dan penambahan fasilitas umum seperti pengadaan lift tamu, resto, cafe, sehingga pada tahun 2010 Hotel Grasia Semarang berubah menjadi Hotel Bintang Tiga. Pada tahun berikutnya telah melakukan renovasi dan penambahan bangunan sampai sekarang.

Untuk itu manajer suatu perusahaan dituntut untuk dapat mengelola perusahaan yang dipimpinnya sebaik mungkin. Salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah tujuan utama yang hendak dicapai oleh perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan manajer dalam mengelola perusahaan yang dipimpinnya tersebut. Ukuran keberhasilan manajer dalam memimpin sebuah perusahaan dapat dilihat dari laba yang dihasilkan selama periode tertentu. Manajer juga dituntut untuk dapat melihat kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi maupun kesempatan-kesempatan atau peluang-peluang yang ada dimasa yang akan datang, jangka pendek maupun panjang. Tugas manajemen adalah merencanakan masa depan perusahaan agar sedapat mungkin semua kemungkinan dan kesempatan dapat direncanakan bagaimana menghadapinya. Jadi sangat penting bagi seorang manajer untuk mengetahui perencanaan laba, *margin of safety* dan *break even point* perusahaan yang dipimpinnya. Dengan mengetahuinya manajer perusahaan dapat menargetkan atau merencanakan jumlah penjualan produk agar memperoleh keuntungan tertentu. Selain itu juga dapat digunakan untuk melihat seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi dan juga untuk mengetahui mana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

Mengingat pentingnya *break even*, dan *margin of safety* sebagai salah satu alat Bantu dalam perencanaan laba, maka penulis ingin mengkaji lebih jauh lagi dengan mengadakan penelitian dengan judul : “ **Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) Sebagai alat Bantu Perencanaan Laba pada Hotel Grasia Semarang**”.

Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya.

Peranan Akuntansi Biaya

Menurut Carter dan Usry (2009) peranan dari akuntansi biaya adalah akuntansi biaya melengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas-aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas dan efisiensi, serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun strategis.

Tujuan Pokok Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (1999), akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok, yaitu :

1. Penentuan harga pokok produk
2. Pengendalian biaya
3. Pengambilan keputusan khusus

Pengertian Biaya (*cost*)

Menurut Carter dan Usry (2009), Biaya (*cost*) adalah kas atau setara kas yang dikorbankan (dibayarkan) untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat (pendapatan) pada saat ini atau mendatang bagi organisasi. Disebut setara kas (*cash equivalent*) karena sumber daya non kas dapat ditukarkan dengan barang atau jasa yang dikehendaki.

Sedangkan menurut Hongren, Foster, dan Datar (2005:28), “*Cost as a resource sacrificed or forgone to achieve a specific objective*”. Menurut pengertian ini, biaya yaitu sebagai sumber daya yang dikorbankan atau dikeluarkan untuk mencapai tujuan tertentu.

Perbedaan Istilah “Biaya (*Cost*)” dan “Beban (*Expense*)”

Menurut Hansen dan Mowen (2005), biaya dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat di masa depan. Pada perusahaan yang berorientasi laba, manfaat masa depan biasanya berarti pendapatan. Jika biaya telah dihabiskan dalam proses menghasilkan pendapatan, maka biaya tersebut dinyatakan kadaluarsa (*expire*). Biaya yang kadaluarsa disebut beban.

Klasifikasi Biaya

Klasifikasi yang paling umum digunakan menurut Carter dan Usry (2009) didasarkan pada:

1. Biaya dalam Hubungannya dengan Produk (Biaya Manufaktur dan Beban Komersial)
2. Biaya dalam Hubungannya dengan Volume Produksi (Biaya variabel; Biaya tetap; dan Biaya semivariabel).
3. Biaya dalam Hubungannya dengan Departemen Produksi atau Segmen Lain (Departemen Produksi dan Departemen Jasa; dan Biaya Bersama (*Common Cost*) dan Biaya Gabungan (*Joint Cost*)).
4. Biaya dalam Hubungannya dengan Periode Akuntansi.
5. Biaya dalam Hubungannya dengan Suatu Keputusan, Tindakan, atau Evaluasi.

Menurut Menurut Polimeni (1991:14-28), biaya dapat diklasifikasi sebagai berikut:

1. Pengklasifikasian Biaya Berdasarkan Unsur Produksi (*Elements of a product*)
2. Pengklasifikasian Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Produksi (*Relationship to production*)
3. Pengklasifikasian Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Volume (*Relationship to volume*)
4. Pengklasifikasian Biaya Berdasarkan Kemampuannya untuk Ditelusuri (*Ability to trace*)
5. Pengklasifikasian Biaya Berdasarkan Departemen dimana Dilakukan Pembebanan (*Department where incurred*)
6. Pengklasifikasian Biaya Berdasarkan Bidang Fungsional (*Functional areas*)
7. Pengklasifikasian Biaya Berdasarkan Periode Pembebanan terhadap Pendapatan (*Period charged to income*)

8. Pengklasifikasian Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan (*Relationship to planning, controlling, and decision making*)

Perilaku Biaya

Pengertian perilaku biaya menurut Bustami & Nurlela (2006:47), “Perilaku biaya dapat diartikan sebagai perubahan biaya yang terjadi akibat perubahan dari aktivitas bisnis”.

Perilaku biaya mengacu pada bagaimana biaya berubah atau tidak berubah sebagai akibat dari perubahan volume kegiatan atau aktivitas perusahaan. Jadi biaya diklasifikasikan berdasarkan pada bagaimana perubahan biaya tersebut. Umumnya biaya ini diklasifikasikan atas biaya variabel, biaya tetap, dan biaya campuran (biayasemi variabel atau biaya semi tetap).

1. Pengertian biaya variabel menurut Garrison (2006:257): “Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlahnya berubah secara proporsional terhadap perubahan tingkat aktivitas”.
2. Pengertian biaya tetap menurut Mulyadi (2000:507) yaitu “biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume tertentu. Biaya tetap per satuan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan”.
3. Pengertian biaya semivariabel menurut Mulyadi (2000:512): “biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel di dalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur biaya variabel merupakan bagian dari biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan”. Sedangkan menurut Garrison (2006:270) yaitu “biaya semivariabel (*mixedcost*) adalah biaya yang terdiri atas elemen biaya variabel maupun biaya tetap”.

Analisis Cost-Volume-Profit (CVP)

Pendapat mengenai pengertian *cost-volume-profit* dikemukakan oleh beberapa penulis sebagai berikut :

Menurut Garrison/Noreen (2006:322) yaitu “analisis *cost-volume-profit* adalah salah satu dari beberapa alat yang sangat berguna bagi manajer dalam memberikan perintah. Alat ini membantu manajer untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume, dan laba”.

Menurut Blocher/Chen/Cokins/Lin (2009:387) yaitu “analisis *cost-volume-profit* merupakan metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan keputusan pemasaran mempengaruhi laba bersih, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output”.

Menurut Hansen & Mowen (2000:423) yaitu “analisis *cost-volume-profit* merupakan alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Karena analisis CVP menekankan pada keterkaitan antara biaya, jumlah yang dijual, dan harga, analisis ini menggabungkan semua informasi keuangan perusahaan”.

Menurut Bustami (2006:208), analisis *cost-volume-profit* dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:

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

Analisis Titik Impas (Break Event Point/BEP)

Menurut Carter dan Usry yang (2006:272), pengertian *Break Even Point* adalah " titik dimana biaya

dan pendapatan adalah sama. Tidak ada laba maupun rugi pada titik impas".

Sedangkan menurut Garison, Noreen, dan Brewer (2006:325) pengertian *Break Even Point* adalah tingkat penjualan dimana laba adalah nol".

Carter dan Usry (2006:272) menyatakan bahwa "Analisis titik impas digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan hanya untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tertentu".

Jadi, *Break Even Point* atau titik impas adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, dengan kata lain laba sama dengan nol.

Perhitungan Analisis Break Event Point

1. Metode Persamaan

Dalam metode persamaan, terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam menghitung titik impas baik dalam unit maupun rupiah sebagai berikut:

a. Pendekatan Pendapatan Operasi

Penghasilan operasi = Pendapatan penjualan - Beban variabel - Beban Tetap

Persamaan ini dapat diperluas lagi menjadi

Penghasilan operasi = (Harga Jual x Jumlah unit) - (Biaya variabel perunit x jumlah unit) - Jumlah biaya tetap

b. Pendekatan Margin Kontribusi

Margin kontribusi adalah pendapatan penjualan dikurangi biaya variabel total. Pada titik impas, jumlah margin kontribusi setara dengan beban tetap.

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

2. Metode Grafik

Hubungan biaya-volume-laba dapat digambarkan secara grafik dengan menyiapkan grafik biaya-volume-laba. Grafik biaya-volume-laba menekankan hubungan biaya-volume-laba pada berbagai tingkat aktivitas.

Margin of Safety

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

Rumus perhitungannya sebagai berikut:

***Margin of safety* = total penjualan yang dianggarkan – penjualan titik impas**

Margin of safety dapat juga disajikan dalam persentase. Rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Margin of safety} = \frac{\text{Totalpenjualan yang dianggarkan} - \text{penjualan titik impas}}{\text{Penjualan yang dilanggar}} \times 100\%$$

Margin of safety dapat membantu manajer untuk mengetahui besarnya resiko yang terkandung dalam suatu rencana penjualan. Perusahaan yang mempunyai *margin of safety* yang besar dikatakan lebih baik karena rentang penurunan penjualan yang dapat ditolerir adalah lebih besar sehingga kemungkinan menderita kerugian rendah. Namun sebaliknya jika *margin of safety* rendah, kemungkinan perusahaan untuk menderita kerugian besar.

Konsep Bauran Produk

Kebanyakan perusahaan memiliki banyak produk dan seringkali produk tersebut tidak mencetak laba yang sama. Jadi laba akan lebih besar jika barang dengan margin tinggi (bukan yang bermargin rendah) yang memiliki proporsi yang relatif besar dalam total penjualan.

Perubahan dalam bauran produk dari barang yang memiliki margin tinggi ke barang yang memiliki margin rendah akan menyebabkan total laba menurun walaupun total penjualan mungkin meningkat. Sebaliknya, perubahan dalam bauran produk dari barang yang memiliki margin rendah ke barang yang bermargin tinggi akan menyebabkan efek yang sebaliknya, total laba mungkin meningkat walaupun total penjualan menurun.

Analisis Target Laba (Perencanaan Laba)

Untuk mencapai laba yang besar (dalam rencana maupun realisasinya), manajemen dapat menempuh berbagai langkah, misalnya:

1. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang diinginkan.
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Rumus biaya-volume-laba dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Menurut Garrison (2006:336-337), ada dua cara untuk melakukan analisis target laba, yaitu:

1. **Persamaan Biaya-Volume-Laba.** Satu pendekatan yaitu dengan menggunakan metode persamaan. Rumus persamaannya:

$$\text{Penjualan} = \text{Beban variabel} + \text{Beban tetap} + \text{Laba}$$

2. **Pendekatan Margin Kontribusi.** Pendekatan kedua yaitu dengan memperluas rumus margin kontribusi dengan memasukkan target laba:

$$\text{Unit penjualan untuk mencapai target} = \frac{\text{beban tetap} + \text{target laba}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

Analisis Sensitivitas Perubahan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba

Analisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan dinamakan analisis sensitivitas. Analisa hubungan biaya-volume-laba dapat dipakai oleh manajemen untuk menghadapi berbagai kemungkinan perubahan kondisi yang dapat mempengaruhi laba perusahaan. Menurut Carter dan Usry (2006:272) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba adalah:

1. Perubahan harga jual satuan
Perubahan harga jual satuan akan berakibat mempengaruhi hubungan biaya, volume, laba atau rasio volume laba. Perubahan rasio volume laba mempunyai akibat yaitu:
 - a. Titik *break event* berubah
 - b. Jumlah laba berubah
2. Perubahan jumlah total biaya tetap
Perubahan jumlah total biaya tetap, baik kenaikan atau penurunan, tidak mengubah rasio volume laba tetapi merubah titik *break event*-nya.
3. Perubahan biaya variabel satuan
Perubahan biaya variabel satuan baik kenaikan maupun penurunan akan mengubah rasio volume laba. Adanya perubahan rasio volume laba mempunyai dua akibat yaitu titik *break event* berubah dan jumlah laba berubah.
4. Perubahan harga jual satuan, volume penjualan, biaya variabel satuan, dan biaya tetap. Dalam menyusun perencanaan perusahaan, mungkin manajemen akan menghadapi perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi laba secara serempak.

METODELOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis terhadap biaya tetap, biaya variabel dengan menggunakan pendekatan *Total Cost* berdasarkan Rupiah. Metode yang digunakan oleh penulis dalam penulisan skripsi ini berupa :

➤ Kuantitatif

Dimana penelitian ini berupa studi kasus pada Hotel Grasia Semarang. Penulis akan melakukan pengumpulan data berupa angka yang dibutuhkan sehubungan dengan masalah yang akan diteliti, sehingga hasil penelitiannya dapat lebih dipercaya dan diandalkan kebenarannya.

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan adalah:

1. Obyek penelitian Obyek penelitian ini akan dilakukan pada Hotel Grasia Semarang.

2. Metode pengumpulan data:

a. Studi pustaka

Adalah penelitian yang bersifat kepustakaan dengan mempelajari teori-teori yang ada pada literature sebagai dasar teoritis.

b. Data Primer

Adalah data yang didapat secara langsung dari objek yang diteliti guna mendapatkan data-data yang relevan dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Data primer ini dilakukan dengan cara:

1) Wawancara

Adalah Tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak terkait di perusahaan atau pejabat perusahaan dan karyawan perusahaan yang berwenang memberikan penjelasan mengenai data yang diperlukan.

2) Observasi

Adalah pengamatan secara langsung pada obyek penelitian untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.

3) Dokumentasi

Adalah cara memperoleh data yang dapat dilalui melalui catatan-catatan, arsip, laporan-laporan, dokumentasi perusahaan tersebut.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengklasifikasikan semua biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*).

2. Metode analisis kuadrat terkecil untuk memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Metode ini menggunakan bantuan program *Microsoft Excel 2007* dalam melakukan pemisahan biaya tersebut. Metode ini mengestimasi suatu hubungan linier didasarkan pada persamaan:

$$Y = a + bx$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(\sum Y) - b(\sum X)}{n}$$

dimana:

X = tingkat aktivitas

Y = total biaya semi variabel

a = total biaya tetap

b = biaya variabel per unit aktivitas

n = jumlah observasi

Σ = jumlah total observasi

3. Analisis titik impas (*Break Event Point/BEP*), untuk mendapat suatu keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian baik dalam jumlah produk (kuantitas) maupun dalam rupiah. Menentukan titik impas (*BEP*) menurut Bambang Riyanto (1995:364) dalam bukunya “Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan” dapat dicari dengan rumus:

$$BEP(\text{Rupiah}) = \frac{FC}{1 - vc/s}$$

$$BEP(\text{unit}) = \frac{FC}{P - VC}$$

dimana:

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = *Variable Cost* (biaya variabel per unit)

S = Volume Penjualan

P = Harga Jual per unit

4. Analisis perencanaan laba adalah analisis yang memperlihatkan besarnya volume dari laba yang diinginkan. Penjualan pada laba yang direncanakan. Untuk menghitung perencanaan laba menurut Bambang Riyanto (1995:373) dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Penjualan} = \frac{FC + \text{Laba}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

5. *Margin of Safety* (MoS).

Masih menurut Bambang Riyanto (1995:373), *margin of safety* dapat dihitung dengan rumus:

$$MOS(\text{rupiah}) = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Impas}$$

Pengaman penjualan dapat juga dinyatakan dalam rupiah atau dalam bentuk prosentase. Prosentase ini dicari dengan membagi margin pengamanan penjualan dengan jumlah rupiah penjualan, seperti dalam rumus berikut:

$$\%MOS = \frac{MOS(\text{rupiah})}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Perhitungan Biaya dan Laba

Pada Hotel Grasia Semarang biaya-biaya dan pendapatannya dapat dilihat cenderung stabil pada tiap tahunnya. Pada masa-masa liburan sekolah, lebaran, natal dan tahun baru biasanya kegiatan operasional hotel menjadi maksimal dan mendapatkan pemasukan yang cukup banyak. Perhitungan labanya yaitu total penghasilan selama satu tahun dikurangi biaya operasional selama satu tahun. Jadi Laba yang didapat oleh Hotel Grasia Semarang, yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Laba Tahun 2008} &= \text{Tot.Penghasilan selama satu tahun} - \text{Biaya Operasional} \\ &= \text{Rp. 4,229,595,250} - \text{Rp. 3,431,407,000} \\ &= \text{Rp. 798,188,250} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba Tahun 2009} &= \text{Tot.Penghasilan selama satu tahun} - \text{Biaya Operasional} \\ &= \text{Rp. 4,900,882,450} - \text{Rp. 3,869,607,400} \\ &= \text{Rp. 1,031,275,050} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba Tahun 2010} &= \text{Tot.Penghasilan selama satu tahun} - \text{Biaya Operasional} \\ &= \text{Rp. 5,624,286,000} - \text{Rp. 4,369,223,100} \\ &= \text{Rp. 1,255,062,900} \end{aligned}$$

Analisis Biaya

Analisis biaya, volume dan laba adalah analisis yang berkaitan dengan penentuan volume penjualan dan komposisi produk untuk mencapai laba yang optimal yang diinginkan. Analisis biaya, volume, dan laba menghendaki adanya pemisahan biaya berdasarkan perilakunya. Biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan sesuai perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan kegiatan atau aktifitas perusahaan. Dalam analisis ini penulis menggunakan metode *Total Cost* yang terdiri dari 2 golongan biaya yaitu *Fixed Cost* (Biaya Tetap) dan *Variable Cost* (Biaya Variabel).

Analisis Break Even Point

1. *Break even point* pada Hotel Grasia Semarang untuk tahun 2008 yaitu :

Brek even point atas dasar sales rupiah :

$$\begin{aligned} BEP(rp) &= \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} \\ &= \frac{1,404,355,000}{1 - \frac{2,027,052,000}{4,229,595,250}} \\ &= \frac{1,404,355,000}{0,52} \\ &= \mathbf{Rp. 2,700,682,692.30} \end{aligned}$$

Jadi *break even point* tahun 2008 atas dasar rupiah adalah : **Rp. 2,700,682,692.30**

2. *Break even point* pada Hotel Grasia Semarang untuk tahun 2009 yaitu :

Brek even point atas dasar sales rupiah :

$$\begin{aligned} BEP(rp) &= \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} \\ &= \frac{1,569,233,300}{1 - \frac{2,300,374,100}{4,900,882,450}} \\ &= \frac{1,569,233,300}{0,53} \\ &= \mathbf{Rp. 2,960,817,547.16} \end{aligned}$$

Jadi *break even point* tahun 2009 atas dasar rupiah adalah : **Rp. 2,960,817,547.16**

3. *Break even point* pada Hotel Grasia Semarang untuk tahun 2010 yaitu :

Brek even point atas dasar sales rupiah :

$$\begin{aligned} BEP(rp) &= \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} \\ &= \frac{1,814,080,000}{1 - \frac{2,555,143,100}{5,624,286,000}} \\ &= \frac{1,814,080,000}{0,55} \\ &= \mathbf{Rp. 3,298,327,272.72} \end{aligned}$$

Jadi *break even point* tahun 2010 atas dasar rupiah adalah : **Rp. 3,298,327,272.72**

Perencanaan Laba

1. Perencanaan laba pada Hotel Grasia Semarang pada tahun 2008 dapat diketahui dengan menggunakan rumus :

$$Penjualan = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{1,404,355,000 + (4,229,595,250 - 2,700,682,692.30)}{1 - \frac{2,027,052,000}{4,229,595,250}} \\
&= \frac{2,933,267,557,70}{0,52} \\
&= \text{Rp. } \mathbf{5,640,899,187.88}
\end{aligned}$$

Jadi laba yang dapat diperoleh secara maksimal oleh Hotel Grasia Semarang pada tahun 2008 adalah **Rp. 5,640,899,187.88**

2. Perencanaan laba pada Hotel Grasia Semarang pada tahun 2009 dapat diketahui dengan menggunakan rumus :

$$\begin{aligned}
\text{Penjualan} &= \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\
&= \frac{1,569,233,300 + (4,900,882,450 - 2,960,817,547.16)}{1 - \frac{2,300,374,100}{4,900,882,450}} \\
&= \frac{3,509,298,202.84}{0,53} \\
&= \text{Rp. } \mathbf{6,621,317,363.84}
\end{aligned}$$

Jadi laba yang dapat diperoleh secara maksimal oleh Hotel Grasia Semarang pada tahun 2009 adalah **Rp. 6,621,317,363.84**

3. Perencanaan laba pada Hotel Grasia Semarang pada tahun 2010 dapat diketahui dengan menggunakan rumus :

$$\begin{aligned}
\text{Penjualan} &= \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\
&= \frac{1,814,080,000 + (5,624,286,000 - 3,298,327,272.72)}{1 - \frac{2,555,143,100}{5,624,286,000}} \\
&= \frac{4,140,038,727.28}{0,55} \\
&= \text{Rp. } \mathbf{7,527,234,140.50}
\end{aligned}$$

Jadi laba yang dapat diperoleh secara maksimal oleh Hotel Grasia Semarang pada tahun 2010 adalah **Rp. 7,527,234,140.50**

Margin Of Safety

1. *Margin Of Safety* (tingkat keamanan) penjualan pada Hotel Grasia Semarang untuk tahun 2008 dapat dikatakan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
\text{Margin Penjualan} &= \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Impas} \\
&= \text{Rp. } 4,229,595,250 - \text{Rp. } 2,700,682,692.30 \\
&= \text{Rp. } \mathbf{1,528,912,557.7}
\end{aligned}$$

Jika dinyatakan dalam prosentase, maka

$$\begin{aligned}
\text{Presentase Penjualan} &= \frac{\text{Margin Penjualan Dalam Rupiah}}{\text{Penjualan}} \\
&= \frac{1,528,912,557.7}{4,229,595,250 - 2,700,682,692.30} \\
&= \frac{1,528,912,557.7}{4,229,595,250} \\
&= \mathbf{36,14 \%}
\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh tingkat *margin of safety* sebesar 36,14% yang berarti bahwa pada tingkat penjualan dan struktur biaya yang ada, jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan perusahaan mengalami kerugian adalah Rp. 1,528,912,557.7.

2. *Margin Of Safety* (tingkat keamanan) penjualan pada Hotel Grasia Semarang untuk tahun 2009 dapat dikatakan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Margin Penjualan} &= \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Impas} \\ &= \text{Rp. 4,900,882,450} - \text{Rp. 2,960,817,547.16} \\ &= \mathbf{\text{Rp. 1,940,064,902.84}} \end{aligned}$$

Jika dinyatakan dalam prosentase, maka

$$\begin{aligned} \text{Presentase Penjualan} &= \frac{\text{Margin Penjualan Dalam Rupiah}}{\text{Penjualan}} \\ &= \frac{4,900,882,450 - 2,960,817,547.16}{4,900,882,450} \\ &= \frac{1,940,064,902.84}{4,900,882,450} \end{aligned}$$

$$= \mathbf{39,58 \%}$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh tingkat *margin of safety* mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya, yaitu dari 36,14% menjadi 39,58%. Jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan perusahaan mengalami kerugian adalah Rp. 1,940,064,902.84. Kenaikan yang terjadi tidaklah banyak namun tetap harus diperhatikan. Apabila perusahaan melebihi batas keamanan tersebut, maka perusahaan akan menderita kerugian.

3. *Margin Of Safety* (tingkat keamanan) penjualan pada Hotel Grasia Semarang untuk tahun 2010 dapat dikatakan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Margin Penjualan} &= \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Impas} \\ &= \text{Rp. 5,624,286,000} - \text{Rp. 3,298,327,272.72} \\ &= \mathbf{\text{Rp. 2,325,958,727.28}} \end{aligned}$$

Jika dinyatakan dalam prosentase, maka

$$\begin{aligned} \text{Presentase Penjualan} &= \frac{\text{Margin Penjualan Dalam Rupiah}}{\text{Penjualan}} \\ &= \frac{5,624,286,000 - 3,298,327,272.72}{5,624,286,000} \\ &= \frac{2,325,958,727.28}{5,624,286,000} \\ &= \mathbf{41,35 \%} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh tingkat *margin of safety* mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya, dari 39,58% menjadi 41,35%. Hal ini berarti bahwa pada tingkat penjualan dan struktur biaya yang ada, jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan perusahaan mengalami kerugian adalah Rp. 2,325,958,727.28.

Semakin tinggi *margin of safety* suatu perusahaan dikatakan semakin baik karena rentang penurunan penjualan yang dapat ditolerir adalah lebih besar sehingga kemungkinan menderita kerugian rendah.

Pembahasan

Melihat laba dan penjualan Hotel Grasia Semarang pada tahun 2008 tidaklah mencapai hasil yang diinginkan perusahaan, laba yang dihasilkan sangat jauh dari target yang ditetapkan perusahaan. Karena pada tahun tersebut Hotel Grasia Semarang sedang melakukan pembangunan fasilitas-fasilitas umum seperti lift tamu, resto, cafe untuk menunjang fasilitas hotel agar menjadi hotel yang

berpredikat bintang tiga. Oleh karena itu dalam kegiatan operasionalnya Hotel Grasia Semarang sangat terganggu dan kurang maksimal.

Pada tahun 2009 tepatnya setelah selesai merampungkan pembangunan untuk menjadi Hotel Bintang Tiga, Hotel Grasia Semarang mulai perlahan mencapai target yang diinginkan perusahaan. Di tahun berikutnya yaitu 2010 Hotel Grasia Semarang meningkatkan target penjualan dari tahun-tahun sebelumnya, target tersebut telah mencapai sesuai yang diinginkan perusahaan. Oleh karena itu sangat jelas bahwa dengan menambah fasilitas dan melakukan pengembangan sebagai penunjang operasional perusahaan Hotel Grasia Semarang secara perlahan berkembang dan mengalami kenaikan laba yang sangat optimal.

Perencanaan laba yang baik tentu akan membawa dampak yang baik terhadap perusahaan, terutama mengenai kesinambungan perusahaan tersebut.

Hotel Grasia Semarang telah menetapkan besarnya perencanaan laba dari tahun berbeda ke tahun berikutnya. Perbedaan ini disebabkan karena adanya renovasi gedung hotel selama tahun 2008 dan 2009 yang mungkin akan menyebabkan kurangnya jumlah pengunjung yang datang dan besarnya biaya yang dikeluarkan.

Dari hasil perhitungan perencanaan laba menggunakan rumus, kita dapat melihat bahwa Hotel Grasia Semarang mengalami kenaikan laba tiap tahunnya mulai dari tahun 2008 hingga 2010. Laba tahun 2008 sebesar Rp 5.640.899.187,88. Laba tahun 2009 meningkat sebesar Rp 980.418.175,96 sehingga menjadi Rp 6.621.317.363,84. Laba tahun 2010 meningkat secara signifikan sebesar Rp 905.916.776,66 sehingga menjadi Rp 7.527.234.140,50. Namun dalam kenyataannya Hotel Grasia Semarang belum mampu mencapai dari target perhitungan perencanaan laba yang menggunakan rumus tersebut. Mungkin Hotel Grasia Semarang dalam perencanaan labanya hanya melihat kondisi dan situasi perusahaan apa yang terjadi dari tahun-tahun sebelumnya. Bisa jadi kebijakan perusahaan yang belum mampu menetapkan target dari perhitungan perencanaan laba dengan rumus di karena factor-faktor lain atau perusahaan belum menggunakan perhitungan analisis tersebut.

Biaya variabel menjadi alasan utama yang paling berpengaruh dalam perencanaan laba. Semakin besar biaya variabel yang dikeluarkan semakin besar pula target yang harus di capai. Sebaliknya apabila biaya variabel yang dikeluarkan semakin kecil, perusahaan akan mudah mencapai target tersebut. Seperti yang dialami Hotel Grasia Semarang, jumlah laba yang terealisasi lebih besar dibandingkan dengan jumlah laba yang direncanakan. Sehingga perusahaan dalam perencanaan labanya harus memperhatikan biaya variabel, menekan biaya variabel seminimal mungkin agar target laba perusahaan dapat tercapai.

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini akan dibagi dalam dua bagian utama yaitu kesimpulan dan hasil analisis yang telah dijabarkan pada bab IV serta bagian kedua yaitu saran yang berkenaan dengan *break even point*, evaluasi pencapaian laba dan margin pengamanan penjualan dari Hotel Grasia Semarang.

Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap data Hotel Grasia Semarang maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hotel Grasia Semarang mengalami kenaikan laba tiap tahunnya mulai dari tahun 2008 hingga 2010. Laba yang diperoleh Hotel Grasia Semarang pada tahun 2008 yaitu Rp 798.188.250. Laba tahun 2009 meningkat sebesar Rp 233.086.800 sehingga menjadi Rp 1.031.275.050. Laba tahun 2010 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sebesar Rp 223.787.850 sehingga menjadi Rp 1.255.062.900.

Dari hasil wawancara dengan pihak yang terkait, disebutkan bahwa laba tidak mengalami kenaikan yang signifikan dikarenakan adanya perbaikan (renovasi) dan penambahan fasilitas pada hotel tersebut.

- b. Hotel Grasia Semarang telah menetapkan besarnya evaluasi pencapaian laba dari tahun ke tahun berbeda dengan tahun berikutnya. Perbedaan ini disebabkan karena adanya renovasi gedung hotel pada tahun 2008 dan 2009 yang mungkin akan menyebabkan kurangnya jumlah pengunjung yang datang dan besarnya biaya yang dikeluarkan.

Dari hasil perhitungan, diketahui bahwa jumlah laba yang terealisasi lebih besar dibandingkan dengan jumlah laba yang direncanakan.

Tahun 2008, jumlah laba yang terealisasi sebesar Rp 5.640.899.187,88 dan jumlah laba yang dihasilkan adalah Rp 4.229.595.250. Tahun 2009, jumlah laba yang terealisasi sebesar Rp 6.621.317.363,84 dan jumlah laba yang dihasilkan adalah Rp 4.900.882.450. Tahun 2010, jumlah laba yang terealisasi sebesar Rp 7.527.234.140,50 dan jumlah laba yang dihasilkan adalah Rp 5.624.286.000.

- c. *Break Even Point* (titik impas) Hotel Grasia Semarang pada tahun 2008 adalah sebesar Rp. 2,700,682,692.30; pada tahun 2009 adalah sebesar Rp. 2,960,817,547.16; pada tahun 2010 adalah sebesar Rp. 3,298,327,272.72.
- d. Hotel Grasia Semarang memiliki *Margin of Safety* sebesar 36,14 % pada tahun 2008, 39,58 % pada tahun 2009, dan 41,35 % untuk tahun 2010. Maksudnya adalah, Hotel Grasia Semarang mempunyai tingkat batas aman untuk menurunkan penjualan sebesar 36,14 % untuk tahun 2008, 39,58 % untuk tahun 2009 dan 41,35 % untuk tahun 2010 dari yang telah dianggarkan Hotel Grasia Semarang.

Besarnya penjualan minimal yang diperbolehkan (*Margin of Safety*) pada Hotel Grasia Semarang tahun 2008 sebesar Rp. 1,528,912,557.7 tahun 2009 sebesar Rp. 1,940,064,902.84 dan tahun 2010 sebesar Rp2,325,958,727.28.

Semakin tinggi *margin of Safety* suatu perusahaan dikatakan semakin baik karena rentang penurunan penjualan yang dapat ditolerir adalah lebih besar sehingga kemungkinan menderita kerugian rendah. Namun sebaliknya jika *margin of safety* rendah, kemungkinan perusahaan untuk menderita kerugian besar.

- e. Dapat diketahui bahwa apabila manajemen menaikkan atau menurunkan harga jual, biaya tetap dan biaya variabel maka perubahan akan berpengaruh terhadap *Break Even Point*.

Saran

Agar evaluasi pencapaian laba dapat terealisasikan Hotel Grasia Semarang harus memperhatikan biaya variabel. Karena biaya variabel sangat berpengaruh pada besar kecilnya target laba perusahaan. Oleh karena itu dalam evaluasi labanya Hotel Grasia Semarang diharapkan lebih efisien dalam mengeluarkan biaya variabel. Perlu menekan biaya-biaya variabel tertentu agar tidak terjadi pemborosan seperti biaya listrik, air, telepon. Contoh lainnya pada biaya perlengkapan. Pihak perusahaan dapat meminimalisir biaya perlengkapan tersebut dengan berbelanja lebih murah, dan apabila terdapat pemasok maka perusahaan dapat melakukan tender terhadap pemasok-pemasok terlebih dahulu, mana yang murah tetapi kualitas terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Kamaruddin.2005. *Akuntansi Manajemen: Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Alwi, Syafaruddin. *Alat-Alat Analisa Dalam Pembelanjaan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset. 1994.
- Blocher, Edward J.,dkk. 2009. *Manajemen Biaya: Penekanan Strategis*. Alih bahasa oleh Tim Penerjemah Penerbit Salemba.. Buku I Edisi 3. Salemba Empat.

- Bustami, Bastian. Nurlela. 2006. *Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Carter, W. K., dan Usry. (2009). *Cost Accounting*, 14th edition. South-Western Cengage Learning.
- Garrison, Ray H., Noreen, Eric W., Brewer, Peter C. 2006. *Akuntansi Manjerial* (alih bahasa: A. Totok Budi Santoso). Buku I. Salemba Empat. Jakarta.
- Hansen, Don R., Mowen, Maryanne M. 2000. *Cost Management: Accounting and Control*. Salemba Empat.
- Hongren, Charles T., Datar, Srikant M., Foster, George. 2005. *Akuntansi Biaya: Pendekatan Manajerial* (alih bahasa: Desi Adhariani). Edisi Kesebelas. Indeks. Jakarta.
- Machfoed, Mas'ud. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Keempat, Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE. 1996.
- Mulyadi. (2000). *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima. Aditya Media. Yogyakarta.
- _____.(2001). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi Ketiga. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Murtasa, Riki. dan Wijaya, Venny. (2011). Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi. Nomor 04. Universitas Kristen Maranata.
- Polimeni, Ralph S., James A. Cashin. 1991. *Cost Accounting*. McGraw Hill. New York.
- Riyanto, Bambang. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE. 1995.
- Simamora, Henry. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat. 1999.
- Siregar, Syansuyadi. dan M. M. Widhiastuti, Susanti. Analisis Hubungan Biaya-Volume-Laba Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan dan Laba pada Perusahaan Manufacturing. STIE Pelita Bangsa. Bekasi. 2005.
- Sugiri, Slamet. *Akuntansi Manjemen*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 1994.
- Syamrin, L.M. *Akuntansi Manajerial: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2001.
- Widaryanti. (2006). Hubungan CVP (Cost Volume Profit) dan Anggaran Dalam Perencanaan Usaha. Vol 1. No 2. STIE PENA. Semarang.