

**ANALISIS TARGET PENJUALAN DENGAN METODE  
COST VOLUME PROFIT ANALYSIS  
(STUDI PUSTAKA PADA PT ACE HARDWARE INDONESIA Tbk )**

Ahmad Misbakhul Munir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang  
E-mail : [misbackmunir@yahoo.com](mailto:misbackmunir@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*Analysis of cost-volume-profit is a short-term planning tool that uses data direct cost calculations to analyze the relationship between costs, profits, product mix and sales volume. With this study can help managers in planning and decision-making in determining the sales to make a profit for the company. This study aims to determine how to evaluate sales at PT Ace Hardware Indonesia Tbk. for four consecutive years 2007-2010.*

*This research is quantitative. In this study, quantitative data such as data relating to the financial statements. Sources of data in this study is secondary data. Secondary data in the form of financial statements in the period 2007-2010 were obtained from the corner of the BEI in the data center Dian Nuswantoro University. While the methods of data analysis is the analysis of the contribution margin, contribution margin ratio, break event point analysis and estimation of sales targets.*

*From the analysis it can be seen that the sales target of the company PT Ace Hardware Indonesia Tbk, in the period 2007-2010 there was an increase. The increase was in because of the increase occurred in the demand of products sold within the company, as well as the expansion of territory sales made by PT Ace Hardware Indonesia Tbk thus affecting the increase in break event point, contribution margin and contribution margin ratio. Increased sales plan that occurred within the company indicated that conditions PT Ace Hardware Indonesia Tbk is good enough.*

*Keywords: Cost Volume Profit, Cost, Sales Volume, Sales Planning*

## LATAR BELAKANG

Semakin pesatnya proses globalisasi serta perkembangan dunia usaha di Indonesia membuat para pengusaha berlomba-lomba untuk meningkatkan profit perusahaannya guna mempertahankan kelangsungan usahanya. Dalam perusahaan dagang masalah biaya tetap maupun biaya variabel sangatlah mempengaruhi tingkat laba perusahaan tersebut. Setelah biaya diklasifikasikan menjadi komponen biaya tetap dan variabel, pengaruh hal tersebut terhadap pendapatan, volume, dan laba dapat dipelajari dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba. Analisis biaya-volume-laba adalah pemeriksaan sistematis atas hubungan antara harga jual, volume penjualan dan produksi, biaya, beban, dan laba (Niswonger, Warren, Reeve, Fees, 2000).

Dalam perkembangan ekonomi suatu negara tidak akan terlepas dari pertumbuhan perusahaan-perusahaan didalam negara tersebut, baik perusahaan swasta milik perseorangan atau gabungan usaha bersama, maupun perusahaan milik negara (BUMN). Jenis perusahaan dapat digolongkan ke dalam 3 jenis perusahaan. Pertama, perusahaan perdagangan, adalah perusahaan yang kegiatan utamanya menjalankan aktifitas jual-beli barang dagangan. Keuntungan perusahaan perdagangan diperoleh dari selisih antara penerimaan penjualan dengan pembelian barang dagangan. Kedua Perusahaan manufaktur, merupakan perusahaan yang aktivitasnya membuat atau memproduksi barang dan kemudian

menjualnya. Aktifitas produksi dilakukan dengan mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. Dan yang ketiga adalah Perusahaan jasa, merupakan perusahaan yang usahanya atau aktifitasnya adalah memberikan pelayanan jasa kepada pelanggan. Laba perusahaan jasa diperoleh dari selisih antara penerimaan penjualan jasa dengan biaya-biaya yang harus ditanggung

## TINJAUAN PUSTAKA

### Perilaku Biaya

Menurut Hansen dan Mowen (2005), biaya adalah kas atau ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa depan bagi organisasi. Dalam pengertian lebih jauh, biaya dapat dianggap sebagai aktiva atau beban. Biaya dianggap sebagai aktiva saat biaya tersebut belum digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa atau belum habis digunakan. Biaya dianggap sebagai beban jika biaya tersebut telah habis digunakan untuk memproduksi suatu barang atau jasa yang akan menghasilkan pendapatan di masa mendatang.

Menurut Mulyadi (2001), secara luas biaya didefinisikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan moneter untuk tujuan tertentu yang tidak dapat lagi dihindari, baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi.

### Analisis *Cost-Volume-Profit*

Menurut Hansen dan Mowen (2005) "Analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis*) merupakan

suatu alat yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan”. Sedangkan menurut Garrison, dkk (2006) ”Analisis biaya-volume-laba adalah satu dari beberapa alat yang berguna bagi manajer dalam memberikan perintah”. Alat ini membantu manajemen suatu perusahaan untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume dan laba dengan memfokuskan pada interaksi antar lima elemen berikut: harga jual produk, volume atau tingkat aktivitas, biaya variabel per unit, total biaya tetap, dan bauran produk yang dijual.

#### **Asumsi-asumsi dalam Analisis Cost-Volume-Profit**

Menurut Hansen dan Mowen (2004), *Analisis cost volume profit* didasarkan pada asumsi-asumsi, yaitu :

1. Harga jual adalah konstan, harga produk atau jasa tidak berubah ketika volume berubah.
2. Biaya adalah linier dan dapat secara akurat dibagi menjadi elemen variabel dan tetap. Elemen variabel adalah konstan per unit dan elemen tetap konstan secara total dalam rentang yang relevan.
3. Dalam perusahaan berbagai produk, bauran penjualan adalah konstan.
4. Dalam perusahaan manufaktur, persediaan tidak berubah jika unit yang diproduksi sama dengan unit yang dijual.

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Objek Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan ini, penulis menentukan objek penelitian pada perusahaan PT Ace Hardware

Indonesia Tbk. yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dan berkantor pusat di Gedung Kawan Lama Lt. 5, Jl. Puri Kencana No. 1, Meruya-Kembangan, Jakarta 11610, Indonesia.

##### **Penentuan Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan studi pustaka pada satu perusahaan saja, yaitu PT. Ace Hardware Indonesia Tbk. Sebagai populasi. Dengan demikian penulis menggunakan laporan keuangan dari PT. Ace Hardware Indonesia Tbk. dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2010 sebagai sampel penelitian.

##### **Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara (Indriantoro dan Supomo, 1999). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data ini diperoleh dari laporan keuangan perusahaan PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Yaitu laporan keuangan tahun 2007-2010 yang telah di publikasikan dan tersedia di database pusat data Fakultas Ekonomi dan Bisnis UDINUS Semarang.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode studi kepustakaan (*library study*). Metode studi kepustakaan (*library study*) adalah metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder dan informasi yang bersifat teoritis yang akan diteliti (Gulo,2004).

### Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis kuantitatif, Yaitu data yang diteliti dianalisa dalam bentuk angka-angka atau perhitungan dan cara penyelesaiannya yaitu melalui:

1. Analisis pemisahan biaya semivariabel ke dalam komponen-komponen tetap dan variabel.
2. Analisis *break even point* dapat dihitung dengan cara yaitu (Riyanto, 2001):

Perhitungan *break event point* atas dasar penjualan dalam rupiah dapat dilakukan dengan rumus (Riyanto, 2001):

$$\text{BEP(Rp)} = \text{FC} / 1 - (\text{VC}/\text{S})$$

di mana:

FC = biaya tetap

VC = biaya variabel

S = volume penjualan

3. Menghitung contribution margin, perhitungannya dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Garrison dkk,2006) :

Cotribution Margin (nilai uang) = penjualan – biaya variabel

4. Menyatakan persentase dari pendapatan penjualan dengan menggunakan rasio margin kontribusi (*contribution margin ratio*). Rumus *contribution margin ratio* adalah (Simamora, 1999) :

Rasio margin kontribusi = Margin kontribusi/Penjualan

5. Analisis perencanaan penjualan digunakan untuk menentukan besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya laba yang diinginkan, dengan menggunakan rumus (Garrison *et al.*, 2008):

Penjualan(Rp) =  $\frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Volume Penjualan

Berdasarkan laporan keuangan perusahaan, penjualan yang telah dilakukan oleh PT Ace Hardware Indonesia Tbk. terlihat bahwa total volume penjualan atas dasar rupiah dapat dikelompokkan dari tahun 2007-2010 adalah sebagai berikut, pada tahun 2007 jumlah penjualan yang dilakukan PT Ace Hardware Indonesia Tbk yaitu sebesar Rp. 886.625.097.772, pada tahun 2008 sebesar Rp. 1.279.833.912.440 pada tahun 2009 sebesar Rp. 1.358.774.766.612 pada tahun 2010 sebesar Rp. 1.641.121.796.637. penjualan ini meningkat setiap tahunnya dikarenakan bertambahnya permintaan produk oleh konsumen.

### **Total laba terealisasi**

Dilihat dari susunan laporan keuangan PT Ace Hardware Indonesia Tbk, laba perusahaan dapat dikelompokkan selama tahun 2007-2010, sebagai berikut, pada tahun 2007 laba yang dihasilkan sebesar Rp. 96.866.414.049 tahun 2008 sebesar Rp. 164.477.191.401 tahun 2009 sebesar Rp. 178.200.902.320 tahun 2010 sebesar Rp. 217.892.725.163. peningkatan laba tersebut dikarenakan beberapa factor, salah satunya adalah peningkatan penjualan yang diperoleh perusahaan setiap tahunnya.

### **Analisis Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel**

Analisis *cost volume profit* menghendaki adanya pemisahan biaya berdasarkan perilakunya. Biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan sesuai perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan kegiatan atau aktivitas perusahaan. Dalam analisis ini penulis menggunakan metode Total Cost yang terdiri dari 2 golongan biaya, yaitu Biaya Tetap (*Fixed Cost*), dan Biaya Variabel (*Variable Cost*).

Untuk tahun 2007 dapat dilihat biaya-biaya operasional PT Ace Hardware Indonesia Tbk setelah dilakukan pemisahan biaya kedalam biaya tetap dan biaya variabel. Dari pemisahan tersebut dihasilkan biaya tetap sebesar Rp. 129.233.905.804 dan biaya variabel sebesar Rp. 660.524.777.919. tahun 2008 dihasilkan biaya tetap sebesar Rp. 202.842.625.775 dan biaya variabel sebesar Rp. 911.573.085.372. tahun 2009 dihasilkan biaya tetap sebesar Rp. 233.828.760.777

dan biaya variabel sebesar Rp. 946.745.103.515 tahun 2010 dihasilkan biaya tetap sebesar Rp. 311.126.099.410 dan biaya variabel sebesar Rp. 1.112.102.972.064, biaya tersebut digunakan dalam perhitungan untuk menghitung break event point serta elemen-elemen lain untuk mencari target penjualan PT Ace Hardware Indonesia Tbk. berikut adalah rincian biaya-biaya setelah pemisahan kedalam biaya tetap dan variabel.

### **Analisis Cost-Volume-Profit**

#### **Analisis Break Event Point**

1. Besarnya *break event point* pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Untuk tahun 2007 adalah sebagai berikut :

Analisis Break Event Point atas dasar rupiah :

$$\text{BEP(Rp)} = \frac{\text{FC}}{1-\text{VC/S}}$$

$$= \frac{129.233.905.804}{1 - \frac{660.524.777.919}{1.112.102.972.064}}$$

$$= \frac{129.233.905.804}{1 - 0,5939}$$

$$= \frac{129.233.905.804}{0,4061}$$

$$= 318.230.804,026$$

$$= 318.230.804,026$$

Jadi, apabila PT Ace Hardware Indonesia Tbk telah menerima pendapatan penjualan sebesar Rp. 497.053.483.861,54 maka minimum perusahaan tersebut sudah dapat menutup semua biaya tetap yang dikeluarkan selama tahun 2007. Hal ini berarti bahwa pada tahun 2007 PT Ace Hardware Indonesia Tbk. telah menerima pendapatan sebanyak Rp. 497.053.483.861,54 namun belum memperoleh laba tetapi juga tidak

mengalami kerugian. jika PT Ace Hardware Indonesia Tbk mampu memperoleh pendapatan penjualan diatas *break event point* sebesar Rp. 497.053.483.861,54, maka perusahaan tersebut baru dapat menghasilkan laba.

2. Besarnya *break event point* pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Untuk tahun 2008 adalah sebagai berikut :

Analisis *Break Event Point* atas dasar rupiah :

$$\begin{aligned} \text{BEP(Rp)} &= \frac{\text{FC}}{1-\text{VC/S}} \\ &= 202.842.625.775 : 1- \\ &911.573.085.372/1.279.8 \\ &33.912.440 \\ &=202.842.625.775: 0,29 \\ &=699.457.330.258,62 \end{aligned}$$

Jadi, apabila PT Ace Hardware Indonesia Tbk telah menerima pendapatan penjualan sebesar Rp. 699.457.330.258,62 maka minimum perusahaan tersebut sudah dapat menutup semua biaya tetap yang dikeluarkan selama tahun 2008. Hal ini berarti bahwa pada tahun 2008 PT Ace Hardware Indonesia Tbk. telah menerima pendapatan sebanyak Rp. 699.457.330.258,62 namun belum memperoleh laba tetapi juga tidak mengalami kerugian. jika PT Ace Hardware Indonesia Tbk mampu memperoleh pendapatan penjualan diatas *break event point* sebesar Rp. 699.457.330.258,62, maka perusahaan tersebut baru dapat menghasilkan laba.

3. Besarnya *break event point* pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Untuk tahun 2009 adalah sebagai berikut :

Analisis *Break Event Point* atas dasar rupiah :

$$\begin{aligned} \text{BEP(Rp)} &= \frac{\text{FC}}{1-\text{VC/S}} \\ &= 233.828.760.777: 1- \\ &946.745.103.515/1.358.7 \\ &74.766.612 \\ &=233.828.760.777 : 0,30 \\ &=779.429.202.590 \end{aligned}$$

Jadi, apabila PT Ace Hardware Indonesia Tbk telah menerima pendapatan penjualan sebesar Rp. 779.429.202.590 maka minimum perusahaan tersebut sudah dapat menutup semua biaya tetap yang dikeluarkan selama tahun 2009. Hal ini berarti bahwa pada tahun 2009 PT Ace Hardware Indonesia Tbk. telah menerima pendapatan sebanyak Rp. 779.429.202.590 namun belum memperoleh laba tetapi juga tidak mengalami kerugian. jika PT Ace Hardware Indonesia Tbk mampu memperoleh pendapatan penjualan diatas *break event point* sebesar Rp. 779.429.202.590, maka perusahaan tersebut baru dapat menghasilkan laba.

4. Besarnya *break event point* pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Untuk tahun 2010 adalah sebagai berikut :

Analisis *Break Event Point* atas dasar rupiah :

$$\text{BEP(Rp)} = \frac{\text{FC}}{1-\text{VC/S}}$$

$$= 311.126.099.410: 1-1.112.102.972.064/1.641.121.796.637$$

$$= 311.126.099.410: 0,32$$

$$= 972.269.060.656,25$$

Jadi, apabila PT Ace Hardware Indonesia Tbk telah menerima pendapatan penjualan sebesar Rp. 972.269.060.656,25, maka minimum perusahaan tersebut sudah dapat menutup semua biaya tetap yang dikeluarkan selama tahun 2010. Hal ini berarti bahwa pada tahun 2010 PT Ace Hardware Indonesia Tbk. telah menerima pendapatan sebanyak Rp. 972.269.060.656,25 namun belum memperoleh laba tetapi juga tidak mengalami kerugian. jika PT Ace Hardware Indonesia Tbk mampu memperoleh pendapatan penjualan diatas *break event point* sebesar Rp. 972.269.060.656,25, maka perusahaan tersebut baru dapat menghasilkan laba.

Berdasarkan hasil analisis *break even poin* yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa *break even poin* PT Ace Hardware Indonesia Tbk pada tahun 2007 atas dasar penjualan rupiah adalah sebesar Rp.497.053.483.861,54. *Break event point* PT Ace Hardware Indonesia Tbk pada tahun 2008 atas dasar penjualan rupiah adalah sebesar Rp. 699.457.330.258,62. *Break event point* PT Ace Hardware Indonesia Tbk pada tahun 2009 atas dasar penjualan rupiah adalah sebesar Rp 779.429.202.590 dan yang terakhir *Break event point* PT Ace Hardware Indonesia Tbk pada tahun 2010 atas dasar penjualan rupiah adalah sebesar Rp. 972.269.060.656,25. Hal ini

menunjukkan bahwa terjadi peningkatan *break event point* atas dasar penjualan rupiah di setiap tahunnya.

Informasi mengenai *break event point* ini akan mendorong pimpinan PT Ace Hardware Indonesia Tbk untuk selalu berusaha meningkatkan penjualan diatas titik *break event point* dan sedapat mungkin menghindarkan perusahaan tersebut dari tingkat penjualan dibawah *break event point*.

### Contribution Margin (CM)

1. Contribution Margin pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk, pada tahun 2007 dapat di ketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Contribution Margin} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$= \text{Rp. } 886.625.097.772 - \text{Rp. } 660.524.777.919$$

$$= \text{Rp. } 226.100.319.853$$

2. Contribution Margin pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk, pada tahun 2008 dapat di ketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Contribution Margin} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$= \text{Rp. } 1.279.833.912.440 - \text{Rp. } 911.573.085.372$$

$$= \text{Rp. } 368.260.827.068$$

3. Contribution Margin pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. pada tahun 2009 dapat di ketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Contribution Margin = Penjualan –  
Biaya Variabel

$$= \text{Rp. } 1.358.774.766.612 - \text{Rp. } 946.745.103.515$$

$$= \text{Rp. } 412.029.663.097$$

4. Contribution Margin pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk, pada tahun 2010 dapat di ketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Contribution Margin = Penjualan –  
Biaya Variabel

$$= \text{Rp. } 1.641.121.796.637 - \text{Rp. } 1.112.102.972.064$$

$$= \text{Rp. } 529.018.824.573$$

#### **Contribution Margin Rasio**

1. Contribution Margin Rasio untuk PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Pada tahun 2007 adalah :

Contribution Margin Rasio(%) =  $\frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}}$

$$= \frac{226.100.319.853}{886.625.097.772}$$

$$= 25,50 \%$$

2. Contribution Margin Rasio untuk PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Pada tahun 2008 adalah :

Contribution Margin Rasio(%) =  $\frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}}$

$$= \frac{368.260.827.068}{1.279.833.912.440}$$

$$= 28,78 \%$$

3. Contribution Margin Rasio untuk PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Pada tahun 2009 adalah :

Contribution Margin Rasio(%) =  $\frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}}$

$$= \frac{412.029.663.097}{1.358.774.766.612}$$

$$= 30,32\%$$

4. Contribution Margin Rasio untuk PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Pada tahun 2010 adalah :

Contribution Margin Rasio(%) =  $\frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}}$

$$= \frac{529.018.824.573}{1.641.121.796.637}$$

$$= 32,24 \%$$

#### **Estimasi Target Penjualan**

Apabila telah ditetapkan besarnya laba yang diinginkan, maka perlu ditentukan besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan mendapatkan laba yang diinginkan tersebut, penjualan minimal tersebut dapat digunakan untuk meminimalisir penerunan laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

1. Estimasi target penjualan pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Pada tahun 2008 dapat di ketahui dengan menggunakan rumus :

Penjualan = (Biaya Tetap + Laba) / *Contribution Margin Ratio*

$$= (129.233.905.804 + 96.866.414.049) / 25,50 \%$$



$$=226.100.319.853 /25,50 \%$$

$$=886.667.920.992,16$$

Jadi untuk rencana penjualan tahun 2008 diperlukan penjualan sebesar Rp. 886.667.920.992,16 untuk mendapatkan laba minimal sama seperti tahun 2007 sebesar Rp. 96.866.414.049

2. Estimasi target penjualan pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Pada tahun 2009 dapat diketahui dengan menggunakan rumus :

$$\text{Penjualan} = (\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}) / \text{Contribution Margin Ratio}$$

$$=(202.842.625.775 +164.477.191.401) / 28,78 \%$$

$$=367.319.817.176/28,78 \%$$

$$=1.276.302.352.939,5$$

Jadi untuk rencana penjualan tahun 2009 diperlukan penjualan sebesar Rp. 1.276.302.352.939,5 untuk mendapatkan laba minimal sama seperti tahun 2008 sebesar Rp. 164.477.191.401

3. Estimasi target penjualan pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Pada tahun 2010 dapat diketahui dengan menggunakan rumus :

$$\text{Penjualan} = (\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}) / \text{Contribution Margin Ratio}$$

$$=(233.828.760.777 +178.200.902.320) / 30,32 \%$$

$$= 412.029.663.097/ 30,32 \%$$

$$= 1.358.936.883.565,3$$

Jadi untuk rencana penjualan tahun 2010 diperlukan penjualan sebesar Rp. 1.358.936.883.565,3 untuk mendapatkan laba minimal sama seperti tahun 2009 sebesar Rp. 178.200.902.320

4. Estimasi target penjualan pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Pada tahun 2011 dapat diketahui dengan menggunakan rumus :

$$\text{Penjualan} = (\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}) / \text{Contribution Margin Ratio}$$

$$= (311.126.099.410 +217.892.725.163) / 32,24 \%$$

$$=529.018.824.573/32,24 \%$$

$$=1.640.877.247.434,9$$

Jadi untuk rencana penjualan tahun 2011 diperlukan penjualan sebesar Rp. 1.640.877.247.434,9 untuk mendapatkan laba minimal sama seperti tahun 2010 sebesar Rp. 217.892.725.163.

## Pembahasan

Dari penelitian tersebut terlihat bahwa rencana penjualan, realisasi penjualan serta laba dari PT Ace Hardware Indonesia Tbk selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal tersebut dikarenakan beberapa faktor, yang diantaranya adalah permintaan produk dari konsumen yang semakin tinggi, yang disebabkan karena adanya potongan harga atau *discount* yang diberikan oleh pihak perusahaan pada waktu-waktu tertentu yang membuat para konsumen lebih antusias dalam melakukan pembelian, selain itu juga dapat dipengaruhi oleh perluasan

penjualan di beberapa wilayah untuk menjangkau konsumen yang berada di daerah-daerah terpencil, hal tersebut juga dapat mengakibatkan realisasi penjualan, rencana penjualan serta laba mengalami peningkatan.

Hal tersebut terlihat pada tahun 2007 adalah sebagai langkah awal dalam penentuan pencapaian target penjualan untuk tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2007 terlihat bahwa laba PT Ace Hardware Indonesia Tbk sebesar Rp. 96.866.414.049, laba tersebut digunakan sebagai laba minimal yang akan dicapai dengan rencana penjualan di tahun berikutnya, yaitu tahun 2008. Dari tabel diatas pada tahun 2008 terlihat rencana penjualan yang harus dicapai untuk mendapatkan laba minimal seperti tahun 2007 adalah sebesar Rp. 886.667.920.992,16. Namun ternyata realisasi penjualan PT Ace Hardware Indonesia Tbk untuk tahun 2008 lebih tinggi yaitu Rp. 1.279.833.912.440. hal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa hal yang diantaranya adalah karena permintaan produk oleh konsumen semakin tinggi, hal itu dibuktikan karena adanya peningkatan biaya ongkos kirim dan bongkar muat pada tahun 2007 sebesar Rp. 6.223.757.929 yang naik pada tahun 2008 menjadi sebesar Rp. 16.971.775.816 sehingga rencana penjualannya juga meningkat, hal tersebut membuat laba tahun 2008 ikut mengalami kenaikan sebesar Rp 67.610.777.352 menjadi Rp. 164.477.191.401. pada tahun 2009 untuk mendapatkan laba minimal seperti tahun 2008 yaitu sebesar Rp. 164.477.191.401 dapat dilakukan dengan melakukan rencana penjualan

sebesar Rp. 1.276.302.352.939,5. Tapi ternyata realisasi penjualannya lebih besar yaitu sebesar Rp. 1.358.774.766.612, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang diantaranya adalah karena terjadi peningkatan permintaan produk oleh konsumen, hal itu dibuktikan karena adanya peningkatan biaya ongkos kirim dan bongkar muat yang pada tahun 2008 sebesar Rp. 16.971.775.816 dan meningkat di tahun 2009 menjadi Rp. 18.546.213.874. hal tersebut mengakibatkan laba yang dihasilkan pada tahun 2009 lebih besar pula, yaitu sebesar Rp. 178.200.902.320. seperti tahun sebelumnya, untuk tahun 2010 untuk mendapatkan laba minimal seperti tahun 2009 yaitu sebesar Rp, 178.200.902.320 PT Ace Hardware Indonesia Tbk memerlukan rencana penjualan sebesar Rp. 1.358.936.883.565,3.namun karena realisasi penjualannya ternyata lebih besar, yaitu sebesar Rp. 1.641.121.796.637 jadi laba pada tahun 2010 juga ikut bertambah menjadi Rp.217.892.725.163. dan yang terakhir tahun 2011 dengan rencana penjualan sebesar Rp. 1.640.877.247.434,9 dapat digunakan untuk mendapatkan laba minimal seperti tahun 2010 yaitu sebesar Rp. 217.892.725.163.

Dari penjelasan tersebut dapat diuraikan bahwa tingkat penjualan dari perhitungan penulis mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun terlepas dari itu semua, penjualan yang terealisasi pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk juga mengalami peningkatan yang membuat perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba yang terus meningkat.

Untuk menghasilkan laba yang lebih besar PT Ace Hardware Indonesia Tbk dapat meningkatkan penjualan setiap tahunnya, dengan analisis *cost volume profit* dapat dihasilkan penjualan minimal yang harus dilakukan serta dicapai PT Ace Hardware Indonesia Tbk agar perusahaan dapat terus menghasilkan laba yang lebih tinggi daripada laba yang dihasilkan pada tahun sebelumnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari keseluruhan data serta informasi yang diperoleh yang kemudian diolah dan dianalisa oleh penulis, berdasarkan metode-metode yang ada didalam analisis *Cost Volume Profit*, maka penulis dapat menyampaikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Analisis *cost volume profit* dapat membantu seorang manager dalam memahami perilaku total biaya, laba operasi terjadi perubahan dalam biaya variabel ataupun biaya tetap. Hal tersebut diperlukan untuk membantu manager dalam perencanaan dan pengambilan keputusan dalam menentukan target penjualan yang dilakukan untuk mendapatkan laba secara maksimal.
2. Dengan menerapkan analisis *cost volume profit*, manajemen dapat mengetahui informasi sebagai berikut:
  - a. Informasi mengenai penjualan pada titik impas (*break even point*).
  - b. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk mencapai laba yang telah ditetapkan perusahaan.

3. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tampak dari tahun ke tahun perusahaan mampu menetapkan jumlah penjualan setiap tahunnya dengan cukup baik, hal tersebut terlihat dari jumlah penjualan yang terealisasi selalu lebih besar daripada penjualan yang dihitung dari target laba tahun lalu.

### Saran

1. PT Ace Hardware Indonesia Tbk telah mencapai penjualan yang cukup baik, meskipun demikian perusahaan harus tetap meningkatkan penjualannya, baik dengan cara pemberian potongan harga atau *discount* ataupun dengan memperluas wilayah penjualan, agar penjualan dapat terus meningkat sehingga dapat memperbesar keuntungan PT Ace Hardware Indonesia Tbk.
2. Dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, sebaiknya peneliti dapat melakukan survey terhadap perusahaan atau lembaga secara langsung, agar dapat mengaplikasikan penelitian tersebut dalam dunia nyata atau dengan kata lain dapat berguna bagi perusahaan yang bersangkutan tersebut.
3. Dari keterbatasan penelitian ini penulis juga menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan wawancara secara langsung terhadap perusahaan yang akan diteliti, sehingga data yang didapatkan akan lebih lengkap untuk dilakukan penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2001. **Teori Akuntansi**. Edisi 7. Salemba Empat. Jakarta
- Carter, William K., Milton F Usry. 2005. **Akuntansi Biaya**. Edisi 13. Cetakan Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Carter, William K. 2009. **Akuntansi Biaya**. Buku 1. Edisi 14. Salemba Empat. Jakarta.
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2001. **Teori Akuntansi Edisi 1**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Daljono. 2005. **Akuntansi Biaya “ Penentuan Harga Pokok & Pengendalian”**. BP Universitas Diponegoro : Semarang.
- Gulo, W. 2004. **Metodologi Penelitian**. Edisi Ketiga. PT. Grasindo. Jakarta.
- Hansen, Don R., Marryanne M. Mowen. 2004. **Akuntansi Manajemen**. Edisi keempat. Jilid ketiga. Erlangga. Jakarta.
- Hansen, Don R., Marryanne M. Mowen. 2005. **Management Accounting**. Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. **Standar Akuntansi Indonesia**. Salemba Empat. Jakarta.
- Indriantoro, Nur dan Supomo Bambang. 1999. **Metodologi Penelitian Bisnis. (Bold) Edisi Pertama**. BPF : Yogyakarta.
- Niswonger, Rollin C. dkk. 2000. **Prinsip-prinsip Akuntansi**. Jilid 2. Edisi 19. Editor Tulus Sihombing. Erlangga. Jakarta.
- Periansya, 2009. **Titik Pulang Pokok Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Perusahaan**. Jurnal Teknika.
- Putri, Diva Amelia RR. 2009. **Penerapan Cost Volume Provit Analisis Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Penjualan Atas Target Laba Yang Ditetapkan**. Jurnal Ilmiah Akuntansi No. 3
- Riyanto, B. 2001. **Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Edisi 4. Penerbit BPF. Yogyakarta.
- Santoso, S. 2000. **Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik**. PT. Elek Media Komputindo. Jakarta.
- Simamora, H. 1999. **Akuntansi Manajemen**. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2005. **Metodologi Penelitian Bisnis cetakan 8**. Cv Alfabeta. Bandung.
- Tunggal, Amin Widjaya. 1995. **Manajemen Biaya (Cost Management)**. Cetakan Pertama. PT Harvarindo. Jakarta.
- Usry, Milton F., Lawrence H Hammer. 1994. **Akuntansi Biaya**. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Wijaya, Venny. 2011. **Peranan Analisis Cost Volume Profit Dalam Upaya Merencanakan Laba Perusahaan**. Jurnal Ilmiah Akuntansi. No.4

[www.ensiklopedia.com](http://www.ensiklopedia.com)

[www.britama.com](http://www.britama.com)

