

Optimalisasi Biaya Produksi Dan Peningkatan Laba Melalui Analisis Biaya Volume Dan Laba

Achmad Fauzi¹, Romli Jumpai Panggabean², Jaenudin³, Dea Tety Kemarasari⁴, Syakila Dwi Aprilia⁵, Putri Tiranita Firlina⁶, Amelia Trimaulani Putri⁷

Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957¹²³⁴⁵⁶⁷

achmad_fauziok@yahoo.com¹, romlipanggabean11@gmail.com²,
jaenudinbun@gmail.com³, deakemarraasari@gmail.com⁴, Syakilasila15@gmail.com⁵,
Putritiranita7@gmail.com⁶, putriameliatrimaulani@gmail.com⁷



Sejarah Revisi Artikel :
Received on 19 Desember 2023
1st Revision on 21 Desember 2023
Accepted on 12 Januari 2024

Doi :
<https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i1.21>

Abstrak : Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyediakan wawasan dan pemahaman mendalam mengenai strategi perusahaan atau industri lainnya mengoptimalkan biaya produksi dan peningkatan laba melalui analisis volume dan laba. Metode penelitian ini mencakup biaya produksi, identifikasi variable biaya yang signifikan, dan penentuan hubungan antara volume produksi, biaya, dan laba bersih. Analisis CVP memperlihatkan bahwa penetapan harga yang tepat dapat memainkan peran kunci dalam meningkatkan laba bersih perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis literatur dan kuantitatif dengan mengevaluasi teori dan hubungan dampak yang saling memengaruhi antar variabel. Sumber informasi yang dievaluasi mencakup Google Scholar dan berbagai referensi lainnya. Penelitian ini berfokus pada optimalisasi biaya produksi dan peningkatan laba dengan variable spesifik seperti akuntansi manajemen dan menggunakan analisis laba. Selanjutnya, hasil penelitian ini dapat diambil referensi sebagai landasan untuk penelitian lanjutan.

Tujuan : Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang strategi perusahaan atau industri lainnya, untuk mengoptimalkan biaya produksi dan laba melalui analisis, volume dan laba.

Metodologi : Metode analisis literatur dan kuantitatif.

Hasil penelitian: Keterkaitan antara biaya produksi, volume penjualan, dan laba

menjadi elemen krusial dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta memperbaiki tingkat profitabilitas. Strategi yang terfokus pada keseimbangan optimal diantara ketiganya dapat mengarah pada pengelolaan biaya yang efektif. Pemahaman mengenai korelasi antara volume dan biaya perusahaan tersebut menjadikan pembuatan perencanaan produksi menjadi lebih efektif guna mencapai target laba yang diinginkan.

Kata Kunci : Optimalisasi Biaya Produksi, Peningkatan Laba, Analisis CVP, Margin Of Safety, Break-Even Point dan Contribution Margin.

1. Pendahuluan

Sebuah entitas bisnis, memiliki peran integral dalam sektor ekonomi mikro. Keberhasilan perusahaan bergantung pada kemampuannya dalam mengidentifikasi dan mengelola peluang yang muncul di masa depan. Dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi dalam industry saat ini, konsep dasar akuntansi going concern menekankan pentingnya manajemen yang handal untuk menjaga kelangsungan operasional dan bersaing efektif dengan entitas lainnya. Dalam menghadapi kompleksitas lingkungan bisnis. merancang dan memperbaharui strategi mereka, bukan hanya dalam konteks produksi, melainkan juga dalam masalah manajemen biaya. Perencanaan laba menjadi elemen kunci yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan karena berpengaruh langsung pada keberlanjutan dan pencapaian tujuan organisasi. Proses ini dapat diperinci melalui analisis biaya volume laba (BVL) untuk memastikan perusahaan mampu menghadapi tantangan dan mencapai keseimbangan keuangan yang optimal.

Biaya produksi seringkali menjadi faktor penentu yang mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan. Itulah sebabnya, penting bagi perusahaan untuk merancang strategi yang tepat dalam hal ini. yang efektif untuk mengelola biaya produksi dan sekaligus meningkatkan laba mereka. Penggunaan analisis biaya volume dan laba diakui sebagai sarana yang signifikan dalam membantu perusahaan mengenali titik

impas, mengelola biaya produksi, serta meningkatkan efisiensi operasional. Pendekatan ini bertujuan untuk mengevaluasi konsekuensi keputusan operasional dan pemasaran terhadap laba operasional.

Dalam kerangka analisis ini, perubahan dalam tingkat hasil diidentifikasi sebagai faktor yang memengaruhi total pendapatan, total biaya, dan laba operasional. Terdapat beberapa komponen utama dalam analisis biaya volume dan laba, yang mencakup *contribution margin*, *breakeven point*, dan *margin of safety*. Identifikasi jumlah keuntungan menjadi fokus utama dalam analisis *contribution margin*. Semakin tinggi *contribution margin*, peluang perusahaan mencapai keseluruhan penerimaan yang setara dengan total biaya atau pengeluaran menjadi lebih signifikan. Selain itu, kondisi lainnya di mana perusahaan tidak mengalami kerugian atau keuntungan tercermin dalam konsep Titik Impas (*breakeven point*). Di sisi lain, Pemanfaatan *Margin of Safety* dimaksudkan untuk menilai sejauh mana penurunan dalam volume penjualan dapat terjadi tanpa menyebabkan kerugian, dan semakin besar *Margin of Safety*, semakin minim risiko keuangan yang dihadapi oleh perusahaan.

Ada beberapa masalah yang sering muncul untuk meningkatkan laba di suatu perusahaan atau industri lainnya. Ketidaktahuan terhadap analisis biaya, volume, dan laba menjadi hambatan penting dalam mengoptimalkan biaya produksi serta meningkatkan laba perusahaan. Banyak perusahaan yang masih belum memahami cara menggunakan analisis biaya volume dan laba secara efektif. Terlebih jika permintaan pasar sulit di prediksi dengan akurat, perusahaan dapat menghadapi kesulitan dalam menentukan volume produksi yang optimal. Hal ini dapat berdampak pada keputusan pengadaan bahan baku dan perencanaan produksi. Bila struktur biaya perusahaan sangat kompleks, mengidentifikasi dan mengelola biaya-biaya yang dapat dioptimalkan menjadi lebih sulit, analisis biaya volume dan laba akan lebih efektif jika biaya-biaya tersebut dapat diidentifikasi dengan jelas. Ketika perusahaan tidak memiliki fleksibilitas dalam menentukan harga jual, fluktuasi harga pasar dapat mempengaruhi laba bersih. Analisis volume dan laba perlu mempertimbangkan keseimbangan antara volume penjualan, harga jual dan margin laba.

Dalam mengatasi masalah-masalah ini, perusahaan perlu melakukan analisis yang cermat, perusahaan perlu melakukan analisis yang teliti, menyimak kondisi asumsi yang terintegrasi dalam model analisis biaya volume dan laba, serta secara berkelanjutan mengawasi perubahan dinamis dalam konteks bisnis, menjadi penting untuk memastikan konsistensi dan relevansi informasi analisis. Penerapan analisis BVL melibatkan langkah-langkah seperti memahami struktur biaya, mengidentifikasi margin kontribusi, dan mengevaluasi implikasi perubahan dalam tingkat penjualan terhadap profitabilitas perusahaan. Kebutuhan untuk mengoptimalkan biaya produksi dan meningkatkan laba menjadi krusial dalam lingkungan bisnis kompetitif. Perusahaan yang mampu mengelola biaya mereka dengan efisien dan menghasilkan produk kualitas tinggi dengan harga kompetitif akan memiliki keunggulan dalam memenangkan persaingan pasar yang sengit.

1.1 Rumusan Masalah

- 1) Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap biaya volume dan laba.?
- 2) Apakah peningkatan laba berpengaruh terhadap biaya volume dan laba.?
- 3) Apakah biaya produksi peningkatan laba sama-sama berpengaruh terhadap biaya volume dan laba.?

2. Kajian Teori

2.1 Biaya dan Volume

Suatu perusahaan dalam pengelolaannya memerlukan biaya yang digunakan guna memnuhi kebutuhan barang atau jasa, di mana dalam hal ini biaya berfungsi sebagai nilai yang dikeluarkan oleh perusahaan yang selanjutnya dapat menciptakan manfaat sendiri bagi perusahaan. Biaya dalam strturnya terbagi dalam beberapa penggolongan, salah satunya biaya yang didasarkan pada pola perilaku. Dalam hal ini, biaya terbagi ke dalam 3 (tiga) jenis, yang dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. *Fixed Cost* atau disebut juga sebagai biaya permanen. Biaya ini merupakan biaya yang bersifat tetap dan tidak akan berubah dalam kondisi apapun terkait aktivitas perusahaan yang berlangsung. Di sisi lain, biaya permanen juga

dikategorikan bukan biaya permanen karena dapat bersifat dinamis, hal tersebut apabila biaya permanen sendiri dilihat dari jenis biaya lain, yaitu biaya yang dilihat dari biaya untuk per unitnya.

- b. *Variable Cost* atau biaya variabel, di mana biaya ini merupakan kebalikan dari biaya permanen. Biaya variabel bersifat sangat dinamis menyesuaikan segala aktivitas perusahaan terkait volume dari proses produksi. Sama seperti halnya biaya permanen, biaya variabel dapat bersifat tetap jika dilihat dari biaya per unitnya.
- c. *Mixed Cost* atau yang disebut biaya campuran. Dalam hal ini, biaya ini merupakan biaya yang terdiri dari biaya permanen dan juga biaya variabel karena sifatnya yang bisa menyesuaikan keduanya. Selain disebut sebagai biaya campuran, biaya ini juga bisa disebut sebagai biaya semi-variabel.

Di samping itu, terdapat klasifikasi biaya lainnya yang dapat dikelompokkan berdasarkan :

a. Objek pengeluaran

Pengelompokan biaya ini didasarkan pada nama objek pengeluaran.

b. Fungsi pokok pada perusahaan

Pengelompokan biaya ini didasarkan pada fungsi utama dalam perusahaan, mencerminkan fungsi inti perusahaan.

Suatu perusahaan dalam proses pengelolaannya melibatkan adanya volume perusahaan. Definisi volume perusahaan sendiri yaitu hasil bersih dari penjualan yang dikelola perusahaan, di mana dalam diketahui melalui laporan perusahaan terkait laba dan rugi. Dalam laporan perusahaan mengenai hasil penjualan tersebut, volume didapatkan melalui hasil rekapan penjualan dalam suatu kurun waktu tertentu yang merujuk pada hasil pembelian pada periode waktu tertentu juga.

2.2 Perencanaan Laba

Perencanaan laba, yang juga dikenal sebagai profit planning, merupakan suatu rangka kerja yang memerlukan perhitungan yang cermat (Yulianto,2018). Keputusan

mengenai investasi dan evaluasi kinerja manajemen di masa depan sering kali bergantung pada perencanaan laba. Oleh karena itu, kunci utama agar mendapatkan laba secara optimal sesuai yang diinginkan perusahaan, dibutuhkan perencanaan laba yang baik dengan melibatkan analisis target laba (Iswara, 2019). Untuk mencapai realisasi ini, manajemen mengambil langkah-langkah berikut :

- a. Memfokuskan pada pengendalian volume penjualan dengan seoptimal mungkin.
- b. Mempertimbangkan tingkat keuntungan yang diharapkan, sehingga dapat menetapkan harga jual.
- c. Mendorong pertumbuhan volume penjualan.

Dengan menerapkan langkah-langkah ini, manajemen dapat mengoptimalkan perencanaan laba, menjaga control atas biaya operasional, menetapkan harga jual yang sesuai dan merangsang pertumbuhan volume penjualan, semua itu untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Secara umum, kegiatan penjualan perusahaan melibatkan strategi definisi dan pemasaran produk atau layanan yang dihasilkan dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan (Handoko, 2012). Menurut (Yulianto, 2018), konsep laba dapat dipandang dari dua perspektif, yaitu sudut pandang ekonomi dan sudut pandang akuntansi. Berdasarkan sudut pandang ekonomi, laba diartikan sebagai pertumbuhan kekayaan investor yang merupakan konsekuensi dari pola investasi setelah mengurangi semua biaya yang terlibat. Di sisi lain, , laba didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan total dan biaya produksi, di dasarkan pada perspektif akuntansi.

Menurut (Supriyono 2000), penyusunan rencana laba perusahaan memberikan manfaat signifikan bagi manajer, yaitu antara lain :

- a. Pengorganisasian kegiatan untuk unit dan pusat pertanggungjawaban dalam periode waktu yang singkat.
- b. Mendukung koordinasi perencanaan jangka pendek perusahaan.
- c. Menjadi instrumen motivasi bagi para pimpinan dalam pengelolaan perusahaan.
- d. Berperan sebagai kontrol aktivitas dan penilaian kinerja perusahaan.

- e. Menyediakan peluang untuk mengevaluasi secara sistematis seluruh aspek perusahaan, serta melakukan peninjauan dan peningkatan kebijakan dan panduan yang terkait dengan kondisi keuangan.

Dalam perencanaan laba, manajemen perlu mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk :

- a. Dampak keuntungan atau kerugian dari penjualan produk eksklusif.
- b. Memastikan penjualan mencakup seluruh biaya dan memberikan keuntungan yang mencukupi untuk membiayai dividen dan kebutuhan masa depan perusahaan.
- c. Posisi dari titik impas perusahaan.
- d. Volume penjualan yang dapat tercapai dengan kapasitas operasional yang sedang digunakan.
- e. Evaluasi tingkat pengembalian investasi berdasarkan modal yang telah digunakan.

Oleh karena itu, perencanaan keuntungan dapat disusun dengan baik dengan adanya pengaruh dari tujuan keuntungan yang berusaha dicapai oleh suatu perusahaan. Dalam hal ini, keuntungan tersebut ditentukan oleh tiga faktor utama yang saling berkaitan karena sama-sama berperan penting dalam perencanaan pengelolaan perusahaan ke depannya. Faktor-faktor tersebut terdiri dari volume penjualan, biaya, serta harga jual produk.

2.3 Analisis Biaya Volume, dan laba (*Cost, Volume, Profit Analysis*)

Metode analitis ini berfungsi guna mengukur dampak variasi harga jual, besarnya volume penjualan, dan biaya produksi terhadap keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan. Analisis ini bermaksud untuk mendukung tim manajemen dalam merumuskan strategi keuntungan yang berorientasi pada periode waktu yang singkat. Perubahan dalam jumlah unit produksi dapat diuji responsnya oleh teknik analisis ini terhadap total biaya, pendapatan keseluruhan, dan laba operasional. Menurut penjelasan dari (Horngren, 2005), evaluasi dilakukan terhadap pola perilaku total pendapatan, laba operasional, dan biaya total ketika terjadi perubahan

dalam tingkat produksi, biaya tetap produk, biaya variabel per unit, serta harga jual. (Samryn, 2012), dalam konteks perencanaan keuntungan, Menekankan penggunaan analisis *cost-volume-profit* untuk mengalkulasikan struktur biaya atau leverage operasional, *break-even point*, margin of *safety*, target laba, serta komposisi biaya untuk memperbesar margin kontribusi.

Dalam pandangan (Bustamu, 2005), manfaat dari analisis biaya, volume, dan laba melibatkan :

- a. Menetapkan ambang penjualan terendah yang harus dipertahankan agar tidak terjadi kerugian bagi perusahaan.
- b. Menentukan volume penjualan yang dibutuhkan.
- c. Evaluasi sejauh mana penurunan penjualan yang dapat diterima tanpa menyebabkan kerugian.
- d. Pemahaman dampak perubahan biaya, harga jual, serta volume penjualan.
- e. Menetapkan kombinasi produk yang optimal untuk mencapai tujuan laba yang diinginkan.

Dengan menerapkan analisis ini, pimpinan perusahaan, khususnya para manajer, bisa memahami konsekuensi dari variasi harga dan biaya terhadap profitabilitas. Selain itu, mereka dapat mengevaluasi dampak pengurangan terhadap titik impas dan volume unit yang dibutuhkan.. Penggunaan analisis biaya volume laba ini memiliki tujuan yang melibatkan :

- a. Mendukung manajer dalam memprediksi laba dengan tingkat akurasi yang lebih tinggi.
- b. Berperan penting dalam penyusunan anggaran fleksibel yang dapat merefleksikan biaya pada berbagai tingkat aktivitas.
- c. Memfasilitasi proses evaluasi kinerja sebagai bagian integral dari sistem pengendalian manajemen.
- d. Memberikan dukungan dalam perumusan kebijakan harga yang sesuai dengan dinamika lingkungan bisnis.
- e. Membantu dalam menentukan alokasi biaya overhead pabrik pada berbagai tingkat operasional perusahaan.

2.4 Marjin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Margin kontribusi mencerminkan perubahan dalam laba operasional seiring dengan perubahan jumlah unit yang terjual. Jumlah ini dihasilkan dari perbedaan antara total pendapatan, yang berfungsi guna menutup akomodasi biaya tetap. yang telah ditetapkan. Ketika biaya tetap sudah terpenuhi, kontribusi yang tersisa membuka potensi laba operasional. Di sisi lain, rasio margin kontribusi menggambarkan margin kontribusi sebagai persentase dari total penjualan. Berikut rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$MK = TP - TBV$$

Keterangan:

- MK = Margin Kontribusi
- TB = Total Penjualan/ penghasilan
- TBV = Total Biaya Variabel

Dalam hal ini, laporan laba merinci unsur-unsur operasional dengan membedakan biaya yang berubah dan biaya yang tetap, sehingga dapat menghitung nilai margin kontribusi secara rinci.

2.5 Titik Impas (*Break Even Point*)

Titik impas, atau *break-even point*, merupakan titik di mana total pendapatan dari penjualan produk sama dengan total biaya produksinya, menandakan bahwa perusahaan tidak menghasilkan keuntungan maupun mengalami kerugian (Hery, 2016). Artinya, titik impas menunjukkan jumlah produk yang perlu terjual agar perusahaan mencapai laba operasional nol rupiah. Memahami titik impas menjadi sangat krusial bagi perusahaan guna menghindari potensi kerugian operasional.

Rumus untuk menghitung titik impas dalam unit adalah:

$$\text{Titik impas (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per unit}}$$

Titik impas dalam nilai rupiah dihitung dengan membagi biaya tetap dengan rasio margin kontribusi, bukan dengan margin kontribusi per unit. Rumus ini memberikan gambaran kapan total pendapatan dari penjualan akan sama dengan total biaya produksi, menunjukkan titik di mana perusahaan tidak mendapatkan keuntungan maupun mengalami kerugian. Berikut ini, rumusnya:

$$\text{Titik impas (dalam rupiah)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{rasio margin kontribusi}}$$

2.6 Margin Pengaman Penjualan (*Margin of Safety*)

Angka *margin of safety* mencerminkan perbandingan antara penjualan yang telah direncanakan (*budgeted sales*) dan titik impas (*break-even point*). Hal ini memberikan gambaran tentang sejauh mana penjualan yang diantisipasi dapat melampaui titik impas, mencerminkan potensi kelebihan pendapatan di atas tingkat minimum yang diperlukan untuk menutupi biaya produksi dan mencapai laba. Informasi ini berperan dalam menetapkan sejauh mana penurunan volume penjualan dapat terjadi tanpa menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Margin of safety dapat dihitung melalui rumus berikut:

$$\text{Margin penjualan} = \text{Total penjualan} - \text{penjualan Impas}$$

Margin of safety bisa diungkapkan dalam bentuk-bentuk seperti jumlah rupiah atau persentase. Cara perhitungan persentase ini dijelaskan pada rumus berikut:

$$\% \text{ pengaman penjualan} = \frac{\text{margin pengaman penjualan}}{\text{penjualan}}$$

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

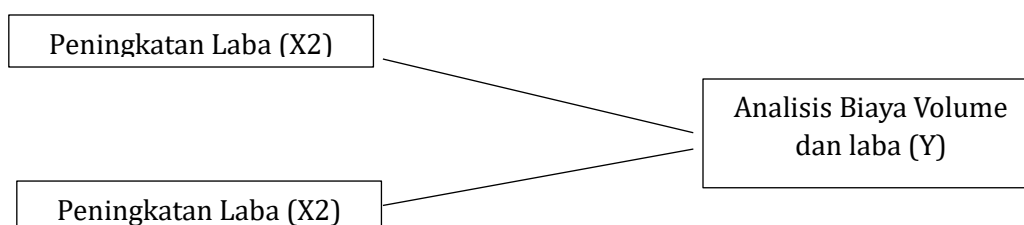
Nama Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
(Rakhmawati and Nikmah, 2018)	"Analisis Biaya Volume laba dalam perencanaan laba jangka pendek"	Penelitian ini terfokus pada perencanaan keuntungan dalam kurun waktu pendek, memberikan pandangan yang lebih mendalam kepada manajemen mengenai korelasi	Kedua jurnal ini sama-sama menggunakan analisis CVT guna menghitung profabilitas.	Penelitian sebelumnya hanya berfokus dengan jangka pendek.

		antara produksi, volume penjualan, harga, biaya, laba, dan beban. Data yang dihasilkan dari analisis ini menjadi landasan krusial dalam mengambil keputusan manajerial.		
(Sumarni, 2020)	“Optimalisasi laba menggunakan analisis cost profit volume pada UMKM Gula habang taratau di kecamatan Jaro kabupaten Tabalong”	Evaluasi <i>cost volume profit</i> yang telah dilaksanakan memberikan hasil yaitu kemampuan UMKM gula habang taratau untuk menghasilkan pendapatan yang dapat menutupi biaya variabel.	Metode yang digunakan dalam jurnal ini sama melibatkan analisis volume dan laba untuk meningkatkan optimalisasi keuntungan.	Penelitian sebelumnya berfokus pada UMKM.
(Belmo dan Neno, 2020)	“Analisis biaya volume dan laba sebagai alat perencanaan pada pabrik tahu pink jaya-Oebufu, Kupang”	Analisis tersebut menunjukkan hasil bahwa pabrik tahu Pink Jaya memiliki potensi untuk meningkatkan profitabilitasnya dengan menurunkan harga jual menaikkan biaya variabelnya pada saat yang sama sekitar 10%.	Keduanya menggunakan analisis volume dan laba untuk menganalisa keuntungan yang akan diperoleh.	Pada penelitian ini digunakan hanya untuk perencanaan laba.
(Subianto and Chandra, 2021)	“Analisis biaya volume laba sebagai alat perencanaan laba pada usaha kopi bubuk cap angsa Kabupaten Rejang Lebong”	Bisnis kopi bubuk yang dikenal dengan merek Cap Angsa memiliki potensi untuk menggunakan analisis CPV sebagai dasar untuk mengukur sejauh mana profitabilitasnya.	Penelitian ini digunakan menentukan perencanaan laba dengan analisis CPV.	Keberhasilan penerapan analisis biaya volume laba memerlukan dukungan dari pemahaman yang mendalam terkait dengan segmentasi biaya tetap dan biaya variabel yang telah diterapkan oleh perusahaan.

<p>(Mokoginta, Sondakh, and Budiarto, 2018)</p>	<p>“Analisis Biaya volume laba multiproduk untuk perencanaan laba jangka pendek bijimerah coffee and roastery”</p>	<p>Penelitian ini memanfaatkan sejumlah metode yang melibatkan komponen-komponen analisis biaya dan volume. Dalam konteks situasi multiproduk, dapat digunakan pendekatan analisis campuran (<i>sales mix</i>).</p>	<p>Pada penelitian ini sama-sama menggunakan analisis CPV sebagai alat untuk perencanaan laba. Dalam penelitian ini, kedua penelitian tersebut memanfaatkan analisis CPV sebagai pendekatan dengan niat untuk memaksimalkan profitabilitas.</p>	<p>Dalam penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Pada penelitian sebelumnya, tidak hanya diterapkan analisis margin, analisis titik impas, dan margin kontribusi, tetapi juga melibatkan analisis bauran penjualan untuk situasi multiproduk.</p>
<p>(Rosario, 2013)</p>	<p>“Analisis Biaya Volume laba sebagai upaya merencanakan volume penjualan kamar dan laba jangka pendek pada hotel sintesa peninsula manado”</p>	<p>Implementasi analisisnya termanifestasi melalui pencapaian penjualan perusahaan yang konsisten berada di atas titik impas, sementara juga mencatat peningkatan dalam perencanaan laba setiap tahunnya.</p>	<p>Penelitiannya sama-sama melakukan analisis CPV sebagai pendekatan dengan niat untuk memaksimalkan profitabilitas.</p>	<p>Perbedaan jurnal ini hanya menggunakan analisis volume dan laba pada jangka pendek.</p>
<p>(Cahyadi, 2018)</p>	<p>“Analisis biaya volume laba sebagai alat perencanaan laba pada CV Waringin putih semarang”</p>	<p>Berdasarkan temuan dari penelitian jurnal ini, dapat disimpulkan bahwa ketika terjadi penurunan harga jual dan biaya variabel secara simultan, jumlah penjualan akan meningkat, sementara total penjualan akan mengalami penurunan guna mencapai titik impas, target laba, dan titik penutupan.</p>	<p>Kedua jurnal ini mengadopsi analisis volume laba sebagai alat untuk merancang strategi peningkatan laba.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini pada penelitian terdahulu hanya memfokuskan perencanaan laba tidak dengan mengoptimisasi biaya produksi.</p>
<p>(Kembi, Sondakh,</p>	<p>laba</p>	<p>Perencanaan laba di PT. Multifood Manado</p>	<p>Penelitian ini dan penelitian yang</p>	<p>Penelitian ini tidak hanya</p>

and Tirayoh, 2014)	berdasarkan analisis biaya, volume, laba pada PT. Multi Food Manado”	pada periode 2010-2012 telah terbukti berhasil dan menuju ke arah mencapai keuntungan maksimal dengan menerapkan analisis CPV. Hal ini dibuktikan melalui eksplorasi analisis terkait komponen dari CPV. Di samping itu, perusahaan juga melibatkan analisis proyeksi penjualan untuk tahun 2013-2014 serta analisis target laba untuk masa depan.	tengah dilakukan oleh peneliti keduanya mengembangkan strategi perencanaan laba dengan menggunakan analisis biaya, volume, dan laba.	memanfaatkan analisis biaya, volume, dan laba, tetapi juga mengintegrasikannya dengan analisis proyeksi untuk menetapkan sasaran laba di periode mendatang.
(Nisa, Mursalina, and Bastomi, 2023)	“Analisis Cost Volume Profit dalam mengoptimasi laba pada UMKM Cilok tata surya”	Pendapatan yang diterima oleh UMKM Cilok Tata Surya berhasil mencakup biaya variabelnya.	Kedua penelitian ini sama-sama berfokus pada peningkatan laba dengan memanfaatkan analisis CPV.	Pada penelitian ini tidak dijelaskan tentang perencanaan laba untuk kedepannya.
(Iswara, Gunawan, and Setiadevi, 2023)	“Analisis Cost Volume Profit dalam upaya merencanakan laba usaha kopi macro coffee roastery”	Penggunaan analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut berhasil mencapai tingkat keuntungan puncak, sementara volume penjualan meningkat sebesar 23%.	Kedua penelitian ini menerapkan analisis CPV sebagai strategi untuk merencanakan peningkatan laba.	Pada penelitian ini hanya focus merencanakan laba saja tidak dengan mengoptimisasi biaya produksi.

2.7 Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

2.8 Hipotesis

1. H1: Hubungan positif antara volume produksi dan total biaya.
2. H2: Optimalisasi biaya produksi akan meningkatkan rentabilitas.
3. H3: Peningkatan Analisis biaya volume dan laba akan meningkatkan kualitas keputusan manajerial.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Pendekatan Penelitian

Jurnal ilmiah ini disusun dengan menggunakan metode kuantitatif dan review literatur. Fokusnya adalah mengevaluasi teori serta hubungan dampak antar variabel dari berbagai sumber, termasuk Google Scholar dan sumber-sumber lainnya. Penelitian ini terutama berorientasi pada optimalisasi biaya produksi dan peningkatan laba dengan penekanan pada variabel khusus seperti akuntansi manajemen dan analisis laba. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengoptimalkan biaya produksi dan meningkatkan laba. Variabel penelitian mencakup penerapan *cost-volume-profit* (CVP) guna mengidentifikasi bagaimana potensi laba serta dampaknya yang berasal dari perubahan biaya, volume penjualan, pendapatan, dan laba. Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif, di mana pendekatannya menggambarkan berbagai poin yang relevan dari suatu fenomena, dengan mempertimbangkan perspektif yang bervariasi, seperti individu atau organisasi, orientasi, serta elemen-elemen lainnya.

4. Hasil Penelitian

4.1 Definisi Analisis CPV (*Cost Volume Profit*)

Analisis ini merupakan salah satu pendekatan yang berkaitan dengan laba perusahaan, di mana dalam hal ini, analisis ini melinatkan biaya volume dan laba guna mengidentifikasi dan mengevaluasi segala keputusan yang berkaitan dengan operasional perusahaan (Kartika & Sunarka, 2019). Aplikasinya sendiri melibatkan beberapa aspek, di antaranya:

1. Memutuskan kebijakan bagaimana harga yang dijual ke pelanggan.
2. Memasarkan produk yang masih baru dirilis.

3. Merencanakan penggantian peralatan yang digunakan.
4. Mengidentifikasi titik impas dalam operasional perusahaan.

Analisis CVP dalam hal ini berfungsi sebagai landasan untuk menyusun komposisi-komposisi seperti volume, biaya, volume, hingga komposisi laba yang menguntungkan ke depannya (Samryn, 2012). Analisis CVP memberikan manfaat besar bagi manajemen dalam membuat keputusan strategis yang informatif, termasuk menentukan harga jual yang optimal, mengidentifikasi titik impas, merencanakan volume produksi yang menguntungkan, dan mengevaluasi dampak perubahan biaya atau harga terhadap laba bersih. Alat ini menjadi sangat berharga dalam perencanaan dan pengelolaan kinerja keuangan suatu bisnis. Penerapan analisis CVP memberikan dukungan yang signifikan bagi perusahaan dalam merancang harga jual yang dapat mencapai tujuan laba. Dalam hal ini, pemahaman mendalam terhadap hubungan antara biaya, volume, dan laba menjadi kunci dalam merancang strategi produksi yang optimal. Selain itu, dalam konteks perluasan atau pengurangan kapasitas produksi, analisis CVP membantu dalam pengambilan keputusan investasi dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap laba perusahaan.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Reginaldo, 2013), penerapan analisis biaya volume dan laba di Hotel Sintesa Peninsula Manado membuktikan kesuksesannya. Penjualan perusahaan berhasil melewati titik impas, dan tercatat peningkatan yang signifikan dalam perencanaan laba setiap tahunnya. Data penjualan Hotel Sintesa Peninsula Manado menunjukkan pertumbuhan mencapai 38,49% dari tahun 2011, mencapai nilai sebesar 4 triliun rupiah, ke tahun 2012 dengan nilai mencapai 11 triliun rupiah. Peningkatan tersebut menandakan adanya peluang kecil untuk mengalami kerugian operasional seiring dengan peningkatan penjualan.

Kehadiran perencanaan laba menjadi sangat krusial dalam manajemen perusahaan. Data penjualan Hotel Sintesa Peninsula Manado menunjukkan peningkatan sebesar 38,49% dari tahun 2011 ke tahun 2012, melonjak dari 11 triliun rupiah menjadi 16 triliun rupiah. Informasi ini menjadi landasan acuan dari hasil analisis untuk

mengoptimalkan laba dan menentukan langkah-langkah alternatif. Perlu diingat bahwa analisis CVP memiliki dasar pada beberapa asumsi, seperti biaya variabel per unit dan biaya tetap yang diasumsikan konstan, yang mungkin tidak selalu mencerminkan kondisi sebenarnya secara sempurna. Berdasarkan hal tersebut, penerapan analisis CVP tidak hanya sekadar alat untuk meramalkan laba, tetapi juga sebagai panduan dinamis dalam menghadapi tantangan bisnis yang berubah-ubah.

4.2 Optimalisasi Biaya Produksi

Dalam penelitian sebelumnya mengenai analisis CVP terkait optimalisasi laba dari (Sumarni, 2020), ditemukan bahwa UMKM Gula Habang berhasil mencapai pendapatan yang mencukupi untuk menutupi biaya variabelnya. Hasil perhitungan margin kontribusi menunjukkan rasio margin kontribusi sekitar 57,58%, mendekati nilai 33 juta rupiah. Agar mencapai titik impas, UMKM perlu menjual sebanyak 1.262 unit dengan nilai setara 31 juta rupiah. Terdapat juga potensi penurunan target penjualan yang dapat dicapai tanpa menimbulkan kerugian, mencapai lebih dari 30 juta rupiah. Selain itu, perubahan penjualan sebesar 10% berdampak pada perubahan pendapatan sekitar 17,9%.

Apabila penjualan mencapai titik penutupan sebesar 1.261 unit atau dengan harga 25 juta rupiah, usaha akan menghadapi kesulitan dalam menutup biaya operasionalnya. Dalam upaya mencapai target laba sebesar 65 juta rupiah, analisis biaya volume dan laba menjadi krusial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antara biaya produksi, volume penjualan, dan laba merupakan elemen kunci untuk mengoptimalkan kinerja operasional perusahaan serta meningkatkan profitabilitasnya. Terdapat temuan bahwa biaya variabel produksi, terutama biaya *overhead*, memiliki dampak yang signifikan dalam analisis ini. Dengan mengidentifikasi area-area potensial yang dapat dioptimalkan, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi. Analisis titik impas memberikan gambaran tentang tingkat produksi minimum yang diperlukan untuk mencapai laba nol, sementara *margin of safety* memberikan informasi tentang sejauh mana produksi aktual dapat

turun sebelum mencapai titik impas. Keduanya menjadi indikator penting yang mendukung pengambilan keputusan strategis.

4.3 Peningkatan Laba

Meningkatkan laba melalui analisis volume dan biaya memerlukan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana perubahan dalam volume produksi atau penjualan, serta pengelolaan biaya, dapat memengaruhi laba bersih perusahaan. Berbagai strategi dapat diterapkan untuk meningkatkan laba dengan memanfaatkan analisis biaya volume dan laba (CVP) :

1. Penetapan harga yang optimal

Analisis CVP membantu dalam menentukan harga jual optimal. Evaluasi margin kontribusi dan titik impas dapat memberikan wawasan tentang bagaimana perubahan harga dapat mempengaruhi laba bersih. Strategi penetapan harga yang tepat dapat membantu meningkatkan pendapatan dan margin kontribusi.

2. Peningkatan volume penjualan

Fokus pada peningkatan volume penjualan dapat berkontribusi pada peningkatan laba. Melalui analisis CVP, dapat diidentifikasi titik di mana penjualan mencukupi untuk menutup biaya atau meraih laba yang diinginkan. Strategi pemasaran, program loyalitas pelanggan, atau ekspansi pasar dapat diimplementasikan sebagai upaya meningkatkan volume penjualan.

3. Efisiensi biaya produksi

Identifikasi dan evaluasi biaya produksi yang dapat dioptimalkan. Reduksi biaya variable atau pengelolaan efisiensi dalam biaya produksi dapat meningkatkan margin kontribusi dan akhirnya laba bersih.

4. Pengendalian biaya tetap

Perhatikan biaya tetap yang dapat dikurangi atau dioptimalkan. Analisis CVP membantu mengidentifikasi dampak perubahan biaya tetap terhadap titik impas. Pengurangan biaya tetap tanpa harus mengorbankan kualitas atau produktivitas dapat meningkatkan laba.

5. Divesifikasi produk atau layanan

Melalui analisis CVP, perusahaan dapat mengevaluasi kontribusi margin dari setiap produk atau layanan. Pemahaman ini dapat membantu dalam pengembangan dan peningkatan produk atau layanan yang memberikan margin kontribusi yang lebih tinggi.

6. Penyusutan biaya variable

Penilaian opsi pengurangan biaya variabel melibatkan pertimbangan terhadap negosiasi dengan pemasok guna memperoleh harga yang lebih menguntungkan, optimalisasi rantai pasokan, atau pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan.

7. Focus pada pelanggan yang menguntungkan

Identifikasi dan fokus pada segmen pelanggan atau produk yang memberikan margin kontribusi lebih tinggi. Strategi pemasaran yang lebih terarah dapat membantu meningkatkan penjualan pada segmen ini.

8. Analisis sensitivitas

Melakukan evaluasi sensitivitas dapat memberikan pemahaman mengenai konsekuensi dari perubahan biaya variabel atau volume produksi terhadap laba bersih. Proses ini membantu manajemen dalam mempersiapkan skenario untuk berbagai situasi yang mungkin terjadi.

Memanfaatkan analisis *cost-volume-profit* (CVP) sebagai sarana untuk mengembangkan strategi dan menerapkan strategi-strategi ini dapat membantu perusahaan meningkatkan laba dengan cara yang efektif dan efisien. Penting untuk diingat bahwa strategi-strategi ini perlu disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan khusus dari perusahaan atau industri yang bersangkutan.

5. Kesimpulan

Melalui penerapan analisis *cost-volume-profit* (CVP), dapat disimpulkan bahwa pemahaman yang mendalam terhadap hubungan antara biaya produksi, volume penjualan, dan laba menjadi faktor kritis untuk mengoptimalkan kinerja operasional perusahaan serta meningkatkan profitabilitas. Ditemukan bahwa biaya variabel produksi, khususnya biaya *overhead*, muncul sebagai elemen biaya produksi yang

paling signifikan. Hal ini memberikan indikasi penting tentang area-area yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya produksi. Kompleksitas hubungan antara biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, dan biaya overhead menyoroiti kebutuhan untuk pendekatan manajemen holistik terhadap elemen-elemen ini.

Strategi yang difokuskan pada mencapai keseimbangan optimal di antara ketiganya diakui sebagai langkah yang efektif untuk mengelola biaya dengan optimal. Pemahaman tentang titik impas memberikan wawasan tentang tingkat produksi minimum yang diperlukan untuk mencapai laba nol, sementara *margin of safety* mengukur seberapa jauh produksi aktual dapat turun sebelum mencapai titik impas. Kedua indikator ini diakui sebagai kritis dalam pengambilan keputusan. Dengan memahami hubungan yang kompleks antara biaya dan volume, perusahaan dapat merencanakan produksi secara efisien untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan.

5.1 Saran

Perusahaan atau industri yang menggunakan analisis volume dan laba, sebagai alat ukur harus focus pada analisis dan pengendalian biaya *overhead*. Evaluasi kembali struktur biaya *overhead* dan identifikasi area-area yang dapat dioptimalkan untuk mengurangi beban biaya. Implementasikan strategi untuk meningkatkan efisiensi produksi. Evaluasi ulang proses produksi, pemilihan teknologi yang tepat dan pelatihan karyawan dapat membantu biaya produksi. pertimbangkan untuk memperluas atau diserfikasi produk atau layanan yang memberikan margin kontribusi lebih tinggi. Terus pantau dan sesuaikan strategi penetapan harga. Pastikan bahwa harga jual mencerminkan nilai produk atau layanan dan memberikan margin kontribusi yang optimal. Serta lakukan analisis CVP secara berkala untuk mengikuti perubahan dalam lingkungan bisnis dan industri.

6. Daftar Pustaka

Abdullahi, Sadiq Rabi., Sulaimon, Bello Abiodun., Mukhtar, Ibrahim Salihu., Musa, Muhammed Hardy. "Cost-Volume-Profit Analysis As A Management Tool Foe

- Decision Making In Small Business Enterprise Within Bayero University Kano". *Journal Of Business and Management* 19 (2) : (2017).
- Engelwati Gani. "Analisis biaya volume laba untuk perencanaan laba operasi". *Binus business Review*. 4 (2) : (2013). 851-864.
- Epi Lia dan Subianto. "Analisis volume laba sebagai alat perencanaan laba pada usaha kopi bubuk cap angsa kabupaten rejang lebong". *Jurnal Akuntansi STIE*. 7 (2) : (2021).
- Firda Musfirotun dan Ita Rakhmawati. "Analisis biaya volume laba dalam perencanaan laba jangka pendek". *Journal Islamic Accounting Competency J-ISACC*. (2018).
- Indiarti Sumarni. "Optimalisasi laba menggunakan analisis cost volume profit pada UMKM gula habang Taratau di kecamatan Jaro kabupaten Tabalong". (2020).
- Karolus Belmo dan Marianus Saldanha Neno. "Analisis biaya-volume-laba sebagai alat perencanaan laba pada pabrik tahu pink jaya Oebufu, Kupang". *Journal of management (SMe's)* 13 (3) : (2020).
- Kiki Ekasari Khanifah, Nani Septiana. "Profit Planning analysis with break even point approach (BEP) banana chips business "berkah jaya" in metro city Fidusia". *Jurnal Keuangan dan perbankan*. (2020).
- Mia Istiana, Jullie J. Sondakh, Novi S. Budiarmo. "Analisis biaya volume laba multi produk untuk perencanaan laba jangka pendek bijimerah coffee dan roastery". *Jurnal Riset akuntansi Going Concern* 13(2) : (2018). 129-139.
- Mulyadi, D. "Analisis Perencanaan Laba dengan Pendekatan Metode Cost, Volume, Profit (CVP) (Studi Kasus pada Divisi Produksi Cipta Grafika Karawang)". *Media Bina Ilmiah* 14 (7): (2020). 2955-2966.
- Munawir. *Akuntansi Keuangan dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta. (2004).
- Novan Yudi Cahyadi dan Sulistiyo. "Analisis biaya volume laba sebagai alat perencanaan laba pada CV waringin putih semarang". *Jurnal akuntansi keuangan bisnis terapan* 1 (1) : (2018).
- Rahmayani, A. N. dan V. Mardiyantika. "Penerapan metode CVP Sebagai Alat Bantu Analisis Perencanaan Laba dalam Mencapai Target Perusahaan (Studi Kasus

- Mebel Bocah Angon di Dusun Kalianyar Deket, Lamongan". *Jurnal Penelitian Teori dan Terapan Akuntansi (PETA)* 5 (1) : (2020).
- Reginaldo Rosario. "Analisis volume laba sebagai upaya merencanakan volume penjualan kamar dan laba jangka pendek pada hotel sintesa peninsula manado". *Jurnal EMBA* 1 (4) : (2013). 1638-1648.
- Siregar, Baldric, dkk. "Akuntansi Manajemen". Jakarta: Salemba Empat. (2013).
- Sri wahyuni. "Analisis biaya volume laba melalui alokasi biaya Bersama sebagai perencanaan laba". *Jurnal akuntansi STIE asia Malang*. (2012).
- Toliu, M. L. "Analisis Perencanaan Laba Perusahaan yang Dipengaruhi oleh Variable Costing pada PT Buana Larasindo Sidoarjo". *Mapan: Jurnal Manajemen Akuntansi Palapa Nusantara* 3 (1): (2018). 26-38.
- Ulfa Khoirunisa, Mursalina dan Mohamad Bastomi. "Analisis cost volume profit dalam mengoptimalisasi laba pada UMKM cilok tata surya". 1 (2) : (2023). 82-91.