
**ANALISIS BIAYA VOLUME LABA MULTI-PRODUK UNTUK PERENCANAAN
LABA JANGKA PENDEK BIJIMERAH COFFEE AND ROASTERY**

Mia Istiana Mokoginta¹, Jullie J. Sondakh², Novi S. Budiarmo³

^{1,2,3}Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Jl. Kampus Bahu, Manado,
95115, Indonesia

E-mail : mhiamokoginta@yahoo.co.id

ABSTRACT

Each Company has the same goal to earn profit from the products and services offered. Cost volume profit analysis is used by managers for decision making, planning and as well as the implementation of a cost grouping for short-term profit planning purposes. This study was conducted on Bijimera Coffee and Roastery. The purpose of this study is to know the short-term profit planning on Bijimera Coffee and Roastery by using cost volume profit analysis and multiproduct cost volume profit analysis. Research method used by researcher is descriptive quantitative research type by using break even point analysis, contribution margin, margin of safety, operating leverage and sales mix analysis. Results and conclusions from the study are the contribution margin package of the two product mix is Rp. 700,846.26. The break-even point in the unit of the product mix is 546.74 kg for Bogani Bland product and 234.32 kg for Robusta Modayag product. The company breaks even when the total sales of both products is Rp. 110,128,860. By using the cost volume profit analysis, the company will more easily predict management decisions for the future. In addition, the company can prevent things that adversely affect the company based on the calculation of costs through breakeven analysis, contribution margin, margin of safety, operating leverage and sales mix analysis.

Keywords: Cost Volume Profit, Profit Planning, Multiproduct Analysis

1. PENDAHULUAN

Dalam mengambil keputusan-keputusan bisnis, manajemen menaruh perhatian besar pada peluang-peluang laba dari serangkaian alternatif tindakan yang dihadapinya. Seorang manajer dapat mengevaluasi peluang-peluang laba dengan cara mempelajari hubungan-hubungan diantara biaya, volume penjualan, dan laba. Sehingga nantinya, dapat menghasilkan keputusan-keputusan yang lebih baik. Dikarenakan oleh setiap perusahaan yang bertujuan untuk memiliki aktivitas yang menguntungkan, hal ini merupakan suatu alasan yang mendukung penggunaan hubungan biaya-volume-laba sebagai dasar untuk pengambilan keputusan manajemen dalam jangka pendek. Analisis biaya-volume-laba (*cost volume profit / CVP*) adalah sebuah alat yang menghubungkan kaitan antara biaya, volume, dan *profit* (Laba) dari suatu perusahaan. Dengan menggunakan analisis ini, diharapkan perusahaan dapat mengambil keputusan dalam penjualan produk serta perencanaan laba pada perusahaan. Menurut Simamora (2013: 160) analisis biaya-volume-laba kerap pula disebut analisis impas (*break-even analysis*) karena signifikansi titik impas (*break-even point*) dalam analisis ini. Dalam analisis biaya-volume-laba, volume mengacu kepada sebuah pemicu biaya aktivitas, seperti unit penjualan, yang diasumsikan berkorelasi dengan perubahan-perubahan pendapatan, biaya, dan laba. Karena perannya yang sangat besar, analisis biaya-volume-laba dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mengidentifikasi ruang lingkup permasalahan ekonomi perusahaan serta membantu mencari solusi atas permasalahannya. Analisis CVP digunakan oleh para manajer untuk pengambilan keputusan

dan perencanaan serta implementasi pengelompokan biaya untuk keperluan perencanaan termasuk pada perencanaan jangka pendek. Perusahaan harus memperkirakan laba yang ingin dicapai dengan menghitung estimasi kenaikan harga jual, kenaikan biaya tetap, dan biaya variabel untuk satu periode. Titik impas merupakan informasi yang berguna bagi sebagian perusahaan untuk memperoleh laba operasi yang lebih besar daripada nol. Untuk mencari target laba digunakan pendekatan margin kontribusi dan laba operasi. Dalam analisis CVP ini digunakan analisis *margin of safety* untuk mengetahui ukuran kasar dari risiko penjualan. Apabila margin pengaman perusahaan adalah besar atas penjualan tertentu yang diharapkan tahun depan, maka resiko menderita kerugian jika penjualan menurun lebih kecil daripada margin pengamannya.

Bijimera Coffee and Roastery adalah sebuah kedai kopi yang menawarkan macam-macam menu kopi yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Selain menyediakan makanan dan minuman, kedai kopi ini juga memproduksi biji kopi yang berasal dari daerah Bolaang Mongondow. Berlokasi di Kelurahan Kotabangon, Jln. Jhony Suhodo No.6, Kecamatan Kotamobagu Timur, Kota Kotamobagu, Sulawesi Utara. Kedai kopi ini telah menjadi salah satu tempat favorit bagi kalangan remaja maupun orang dewasa di Kota Kotamobagu sebagai kedai kopi yang menyediakan minuman dan makanan serta memiliki produk biji kopi olahan sendiri, sehingga kedai ini cukup menguasai pasar dan memiliki konsumen dalam skala besar. Biji kopi produksi Bijimera Coffee and Roastery telah menjadi salah satu produk yang dibeli hampir seluruh kedai kopi yang ada di Sulawesi Utara sehingga kedai ini menjadi salah satu pemasok produk biji kopi olahan terbesar dari daerah Kotamobagu, Bijimera Coffee and Roastery belum menerapkan analisis biaya volume laba atau *cost volume profit analysis* (CVP) dalam perencanaan laba mereka, kedai ini memproduksi lebih dari satu jenis biji kopi oleh karena itu penulis ingin menganalisa perencanaan laba jangka pendek pada Bijimera Coffee and Roastery dengan menggunakan analisis CVP dan analisis CVP multiproduk sehingga perusahaan nantinya bisa memprediksi kondisi usaha dari perusahaan tersebut dan bagaimana perusahaan merencanakan proses produksi serta penjualan produk mereka kedepannya.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah “bagaimana perencanaan laba jangka pendek pada Bijimera Coffee and Roastery dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba multiproduk?”

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah Untuk mengetahui perencanaan laba jangka pendek pada Bijimera Coffee and Roastery dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba multiproduk.

2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi

Secara umum akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu proses identifikasi, pengukuran, dan pengomunikasian informasi ekonomi yang menghasilkan informasi yang berguna bagi pembuatan kebijakan dan keputusan oleh pemakainya. Samryn *et. al.*, (2012: 4).

2.2 Akuntansi Manajemen

Salman *et. al.*, (2016: 4) menyatakan akuntansi manajemen adalah penerapan konsep dan metode yang tepat dalam mengolah data ekonomi masa lalu dan membuat proyeksi masa depan suatu usaha untuk membantu manajemen dalam penyusunan rencana (tujuan) perusahaan dan pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan tersebut.

2.3 Konsep Biaya

Biaya merupakan obyek yang dicatat, digolongkan, diringkas, dan disajikan oleh akuntansi biaya. Simamora (2012: 36) mendefinisikan biaya adalah kas atau nilai setara kas

yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi.

2.4 Tujuan Analisis Biaya-Volume-Laba (Cost-Volume-Profit / CVP)

“describes cost volume profit analysis as an estimate of how changes in costs (Both variable and Fixed) sales volume, and price effect the company’s profit” “analisis biaya volume laba sebagai perkiraan bagaimana perubahan biaya (biaya variabel dan biaya tetap), volume penjualan, dan harga mempengaruhi keuntungan perusahaan, Abdullahi *et. al.*, (2017: 41).

2.5 Konsep Marjin Kontribusi (Contribution Margin)

Anton et al yang dikutip dalam Sakti (2013: 8) *Contribution margin* untuk mengetahui sejauh mana biaya variabel pada pembuatan dan penjualan produk yang dicakup dan apakah kontribusi lebih lanjut dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap untuk membuat keuntungan.

Berikut adalah cara menghitung marjin kontribusi dan rasio marjin kontribusi :

$$\text{Margin Kontribusi per unit} = P - V$$

Dimana :

P = Harga jual per unit

V = Biaya Variabel per unit

2.6 Analisis Titik Impas (Break-Even Point Analysis)

Salman *et al.*, (2016: 155) *break-even point* adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol. Titik impas dapat dicapai apabila keuntungan yang dihasilkan sesuai dengan biaya total yang diakumulasikan sampai dengan tanggal perolehan keuntungan.

	Keterangan	Rumus
Kondisi titik impas	BEP (unit)	$\frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$ <p>Atau dengan rumus lain :</p> $\frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Marjin kontribusi per unit}}$
	BEP (rupiah)	$1 - \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Biaya variabel per unit} \times \text{Harga jual per unit}}$ <p>Atau dengan rumus lain :</p> $\frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio marjin kontribusi}}$

2.7 Analisis Marjin Pengamanan (Margin of Safety Analysis)

Krismiaji *et. al.*, (2011: 192) *Margin Of Safety (MOS)* adalah jumlah unit yang terjual atau diharapkan akan terjual atau pendapatan yang diperoleh atau pendapatan yang diharapkan akan diperoleh diatas titik impas.

Berikut merupakan rumus dari *margin of safety* :

$$\text{Marjin Pengaman} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan pada titik impas}$$

Atau

$$\text{Margin Pengamanan} = \frac{\text{Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

2.8 Analisis Multiproduk

Analisis biaya volume laba cukup mudah diterapkan dalam pengaturan produk tunggal. Namun kebanyakan perusahaan memproduksi dan menjual sejumlah produk atau jasa. Meskipun kompleksitas konseptual dari analisis biaya volume laba lebih tinggi dalam situasi multiproduk, pengoperasiannya tidak berbeda jauh. (Mowen *et. al.*, 2009: 14).

2.9 Bauran Penjualan (*Sales Mix*)

Bauran penjualan (*sales mix*) merupakan komposisi relatif penjualan produk perusahaan. Penjualan dihitung dengan menyatakan penjualan tiap produk sebagai presentase dari total penjualan (Samryn 2012: 188). Bauran penjualan terdapat dalam perusahaan yang memproduksi atau menjual lebih dari satu jenis produk. Pelaku bauran penjualan yang umum termasuk usaha-usaha dagang perorangan sampai dengan pasar swalayan. Perusahaan-perusahaan industri pabrikaan dan jasa juga banyak yang melakukan bauran penjualan.

2.10 Penelitian Terdahulu

Atika Pelawiten (2014), dengan penelitian berjudul Analisis Cost Volume Profit untuk Perencanaan Laba pada UD Gladys Bakery. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dengan analisis CVP yang diterapkan, peneliti menemukan bahwa Pada UD Gladys ada beberapa bulan yang hampir mengalami kerugian. Karena biaya variabel dan biaya tetap yang meningkat tidak seimbang dengan penjualan produk. Persamaanya dengan penelitian ini adalah Mengguna-kan objek penelitian usaha dagang untuk produk makanan selain itu menggunakan metode analisis CVP, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini lebih khusus mengguna-kan metode analisis CVP multiproduk.

Luke David Kambi (2014) Perencanaan Laba Berdasarkan Analisis Biaya, Volume, Laba Pada PT. Multi Food Manado. Hasil perhitungan analisis menunjuk-kan bahwa perencanaan laba tahun 2010-2012 dan taksiran dara penjualan 2013-2014 PT. Multi Food Manado sudah optimal dilihat dari tingkat laba yang dihasilkan dan tingkat margin of safety yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Persamaanya dengan penelitian ini adalah Mengguna-kan objek penelitian usaha dagang untuk produk makanan selain itu menggunakan metode analisis CVP, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini lebih khusus mengguna-kan metode analisis CVP multiproduk.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian mengenai analisis biaya-volume-laba multiproduk untuk perencanaan laba jangka pendek Bijimera Coffee and Roastery ini akan menggunakan penelitian dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Bijimera Coffee and Roastery yang berlokasi Berlokasi di kotabangon Jln Jhony Suhodo No 6, Kotamobagu Timur, Kota Kotamobagu, Bolaang Mongondow. Adapun waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober 2017 sampai selesai.

3.3 Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengajukan permohonan izin untuk melakukan penelitian pada Bijimera Coffee and Roastery
2. Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk penelitian berupa data biaya tetap yang terdiri dari gaji pegawai, biaya penyusutan, dan data biaya variabel yang

terdiri dari biaya bahan baku, biaya gas, biaya listrik dan biaya air. proses pengumpulan data dilaksanakan melalui wawancara terhadap pihak manajemen Bijimera Coffee and Roastery, dokumentasi berupa pengambilan data untuk memperoleh gambaran mengenai perusahaan yang akan dilaksanakan penelitian, data mengenai struktur organisasi perusahaan, data hasil penjualan biji kopi dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Sehingga nantinya peneliti akan memperoleh data yang telah dikumpulkan yaitu berupa data biaya tetap, biaya variabel dan data hasil penjualan dari perusahaan.

3. Menginterpretasikan hasil pengolahan data serta menganalisis biaya, jumlah produk dan laba melalui perhitungan *break even point*, *margin of safety*, *operating leverage*, dan *contribution margin*, serta analisis multiproduk *sales mix*.
4. Membuat laporan penelitian dengan menarik kesimpulan dan memberikan saran yang dianggap perlu sebagai perbaikan dalam analisis biaya-volume-laba yang ada.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Analisis biaya volume laba multiproduk untuk perencanaan laba jangka pendek pada Bijimera Coffee and Roastery menggunakan pengumpulan data kuantitatif karena data yang dibutuhkan dalam proses penelitian merupakan data-data penjualan, yang berhubungan kondisi keuangan perusahaan dan dapat diukur menggunakan alat analisis yang dibutuhkan, dimana pada penelitian ini peneliti menggunakan alat analisis biaya volume laba. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data yang dikumpulkan adalah berupa gambaran umum perusahaan, laporan keuangan perusahaan, biaya-biaya yang di keluarkan berupa biaya variabel serta biaya tetap yang peneliti peroleh dari perusahaan secara langsung tanpa menggunakan pihak ketiga

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan penulis adalah analisis data secara kuantitatif dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba.

1. Marjin Kontribusi

Marjin kontribusi (*contribution margin*) adalah perbedaan antara harga jual per-unit dan biaya variabel per-unit.

Margin Kontribusi per unit = $P - V$

Dimana :

P = Harga jual per unit

V = Biaya Variabel per unit

2. Analisis titik impas

Titik impas (*break-even-point*) terjadi ketika jumlah penjualan sama dengan jumlah biaya variabel ditambah dengan biaya tetap (Salman *et al.* 2016: 158).

Kondisi titik impas :

Penjualan = total biaya variabel + total biaya tetap

Dimana :

Total marjin kontribusi = total biaya tetap

3. Marjin pengaman penjualan

Marjin pengaman (*margin of safety*) adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan atas volume penjualan impas. (Salman *et al.* 2016: 162)

Marjin pengaman = total penjualan – penjualan pada titik impas

4. Tujuan operasi

Tujuan operasi (*operating leverage*) adalah tingkat pengeluaran biaya tetap di dalam sebuah perusahaan.

$$\text{Tingkat tujuan operasi} = \frac{\text{Marjin}}{\text{Kontribusi}}$$

5. Bauran penjualan

Dalam proses analisis ini, perusahaan menentukan bauran penjualan dari kedua produk berupa perbandingan yang akan dinyatakan dalam angka terkecil. Kemudian langkah selanjutnya adalah membuat tabel perhitungan paket marjin kontribusi dalam bentuk tabel 6 kolom dimana dalam tabel tersebut telah terdapat :

- Harga jual produk per unit
- Biaya variabel per unit
- Marjin kontribusi per unit
- Bauran penjualan
- Paket marjin kontribusi

Kemudian menggunakan analisis titik impas untuk kedua produk yang dinyatakan dalam rumus:

$$X\text{-impas} = (F + I) / \text{Total Paket CM}$$

Serta menghitung tingkat penjualan impas untuk masing-masing produk sebagai berikut:

$$\text{Produk A/B} = X\text{-impas} \times \text{Bauran Penjualan}$$

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Bijimera Coffee and Roastery mulai memproduksi biji kopi sejak akhir tahun 2015. Berikut adalah data penjualan dari biji kopi Bogani Bland dan Robusta Modayag yang di produksi oleh Bijimera Coffee and Roastery selama 1 tahun pada tahun 2016.

Tabel 4.1. Tabel Data Penjualan Kopi Bogani Bland dan Kopi Robusta Modayag

Bulan	Penjualan	
	Bogani Bland	Robusta Modayag
Januari	Rp. 36,750,000	Rp. 8,280,000
Februari	Rp. 36,750,000	Rp. 8,280,000
Maret	Rp. 36,900,000	Rp. 8,400,000
April	Rp. 36,750,000	Rp. 8,520,000
Mei	Rp. 37,050,000	Rp. 8,400,000
Juni	Rp. 36,900,000	Rp. 8,280,000
Juli	Rp. 37,200,000	Rp. 8,520,000
Agustus	Rp. 37,500,000	Rp. 8,640,000
September	Rp. 37,500,000	Rp. 8,160,000
Oktober	Rp. 37,500,000	Rp. 8,520,000
November	Rp. 37,350,000	Rp. 8,400,000
Desember	Rp. 37,350,000	Rp. 8,400,000
Total Penjualan	Rp. 445,500,000	Rp. 100,800,000

Sumber: Hasil olahan data *Bijimera Coffee and Roastery 2016*

Tabel 4.1 menunjukkan jumlah penjualan dari kedua produk yang diproduksi selama tahun 2016 dimana total penjualan tiap bulannya berfluktuasi sesuai dengan permintaan konsumen dan total produksi produk.

Tabel 4.2. Total biaya tetap Kopi Bogani Bland pada Bijimera Coffee and Roastery tahun 2016.

Biaya Tetap			
Bulan	Biaya penyusutan	Biaya Tenaga kerja	Biaya Tetap Per Bulan
Januari	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
Februari	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
Maret	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
April	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
Mei	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
Juni	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
Juli	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
Agustus	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
September	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
Oktober	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
November	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
Desember	Rp. 383,333	Rp. 2,500,000	Rp. 2,883,333
Total Biaya Tetap			Rp. 34,600,000

Sumber: Hasil olahan data *Bijimera Coffee and Roastery 2016*

Tabel 4.2 menunjukkan pengeluaran biaya tetap pada biji kopi Bogani Bland dimana biaya penyusutan terhadap mesin adalah sama tiap bulan dan biaya tenaga kerja yang dikeluarkan perusahaan juga tetap pada tiap bulan selama 1 tahun.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis Biaya-Volume-Laba Pada Bijimera Coffee and Roastery

Marjin kontribusi produk Bogani Bland tahun 2016, Dari perhitungan yang telah dilakukan, diketahui bahwa marjin kontribusi Bogani Bland pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 193,367,600 dan untuk setiap kg nya adalah sebesar Rp. 65,106.94. Dimana yang artinya bahwa jumlah yang tersisa untuk menutupi biaya tetap yang ada dari hasil selisih penjualan dan biaya variabel dalam kurun waktu satu tahun selama tahun 2016 adalah sebesar Rp. 193,367,600 dengan rasio per kg sebesar 43%.

Marjin kontribusi produk Robusta Modayag tahun 2016 Dari perhitungan di atas diketahui bahwa marjin kontribusi Robusta Modayag pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 55,921,800 dan untuk setiap kg nya sebesar Rp. 66,573.57. Dimana yang artinya bahwa jumlah yang tersisa untuk menutupi biaya tetap yang ada dari hasil selisih penjualan dan biaya variabel dalam kurun waktu satu tahun selama tahun 2016 adalah sebesar Rp. 55,921,800 dengan rasio per kg sebesar 55%.

4.2.2 Analisis *Break Even Point* Produk Bogani Bland dan Robusta Modayag Bijimera Coffee and Roastery

Titik impas (*break even point*) Bogani Bland tahun 2016 perusahaan tercapai pada saat unit yang dijual sudah mencapai 531,43 kg dengan total penjualan Rp. 79,715,009.13 atau kondisi perusahaan dalam titik dimana perusahaan tidak memperoleh sama sekali laba adalah ketika total penjualan perusahaan mencapai 531,43 kg biji kopi dengan pendapatan

penjualan sebanyak Rp. 79,715,009.13. Adapun total laba bersih yang di dapat pada tahun tersebut adalah Rp. 158,767,600.

Titik impas (*break even point*) Robusta Modayag tahun 2016 perusahaan tercapai pada saat unit yang dijual sudah mencapai 195.27 kg dengan total penjualan Rp. 23,432,722.12 atau kondisi perusahaan dalam titik dimana perusahaan tidak memperoleh sama sekali laba adalah ketika total penjualan perusahaan mencapai 195.27 kg biji kopi dengan pendapatan penjualan sebanyak Rp. 23,432,722.12. Total laba bersih yang di dapat perusahaan pada tahun tersebut adalah sebesar Rp. 42,921,800.

4.2.3 Analisis *Margin of Safety* Produk Bogani Bland dan Robusta Modayag Bijimera Coffee and Roastery

margin of safety kedua produk di atas diketahui bahwa angka presentase dari kedua produk tinggi. Marjin pengamanan yang tinggi menunjukkan bahwa titik impas berada jauh dibawah penjualan aktual sebaliknya marjin pengaman yang rendah mengindikasikan biaya tetap yang tinggi sehingga dituntut untuk mengurangi biaya tetap atau meningkatkan volume penjualan. Sehingga, jika volume penjualan produk bogani bland turun sampai 82.11% atau sebanyak Rp. 365,784,990.87 dari volume yang diharapkan, maka penjualan akan mencapai titik impas. Dan jika volume penjualan produk robusta modayag turun sampai 76.75% atau sebanyak Rp. 77,367,277.88 dari volume yang diharapkan, maka penjualan akan mencapai titik impas. Dengan demikian maka *Margin of Safety* merupakan jarak anantara titik impas dengan volume penjualan yang diharapkan.

4.2.4 Analisis *Operating Leverage* Produk Bogani Bland dan Robusta Modayag Bijimera Coffee and Roastery

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, tingkat pengeluaran biaya tetap atau *operating leverage* perusahaan terhadap produk Bogani Bland pada tahun 2016 adalah sebesar 1.22. Perusahaan yang mempunyai biaya tetap tinggi pada umumnya akan memperoleh tingkat *operating leverage* yang tinggi pula, dari hasil pengeluaran biaya tetap biji kopi Bogani bland dapat diketahui bahwa perusahaan mempunyai tingkat pengeluaran biaya tetap yang rendah.

Hasil analisis data, dapat diketahui bahwa tingkat pengeluaran biaya tetap atau *operating leverage* perusahaan terhadap produk Robusta Modayag pada tahun 2016 adalah sebesar 1.30. Perusahaan yang mempunyai biaya tetap tinggi pada umumnya akan memperoleh tingkat *operating leverage* yang tinggi pula, dari hasil pengeluaran biaya tetap biji kopi Robusta Modayag dapat diketahui bahwa perusahaan mempunyai tingkat biaya tetap yang rendah.

4.3.5 Analisis Biaya Volume Laba Multiproduk Pada Bijimera Coffee and Roastery

Analisis biaya volume laba biasanya digunakan pada perusahaan yang memproduksi produk tunggal atau satu produk. Adapun perusahaan yang memproduksi lebih dari satu produk dapat dihitung menggunakan analisis biaya volume laba dengan menggunakan beberapa analisis salah satunya adalah analisis bauran penjualan (*sales mix*). Bauran penjualan adalah kombinasi relatif jumlah unit produk yang akan dijual oleh perusahaan. Dengan menggunakan analisis *sales mix*, perusahaan dapat menghitung marjin kontribusi dari produk-produk tersebut. Selain itu perusahaan juga dapat menghitung titik impas dari bauran penjualan produk-produk tersebut. Pada tahun depan, perusahaan merencanakan akan menjual produk bogani bland sebanyak 3,500 kg dan robusta modayag sebanyak 1,500 kg, sehingga bauran penjualan untuk kedua produk adalah 3,500 : 1,500 atau sama dengan 7 : 3. Adapun perencanaan yang dilakukan perusahaan ini berdasarkan pada penjualan tahun sebelumnya dan pada tahun ini sehingga manajer mengambil keputusan untuk menaikkan penjualan sebesar 15% untuk produk bogani bland dengan pengeluaran biaya variabel sebanyak Rp. 289,952,260 dan sebesar 44% untuk produk robusta modayag dengan biaya variabel sebesar Rp. 64,624,608. Perusahaan mengeluarkan biaya tetap untuk kedua produk

dengan total sebanyak Rp. 54,740,000. Melalui analisis *sales mix* ini perusahaan ingin meningkatkan penjualan produk robusta modayag dan mempertahankan peningkatan penjualan produk bogani bland sehingga diharapkan untuk 7 produk bogani bland perusahaan dapat menjual 3 produk robusta modayag.

Berikut adalah perhitungan analisis *sales mix* terhadap kedua produk Bijimera Coffee and Roastery.

Produk	P	V	P-V	Sales Mix	Paket Marjin Kontribusi
Bogani Bland	Rp. 150,000	Rp. 82,843.50	Rp. 67,156.50	7	Rp. 470,095.48
Robusta Modayag	Rp. 120,000	Rp. 43,083.07	Rp. 76,916.93	3	Rp. 230,750.78
Total					Rp. 700,846.26

Sumber: Hasil olahan data *Bijimera Coffee and Roastery 2016*

Paket marjin kontribusi diperoleh dari marjin kontribusi dikalikan dengan sales mix dari masing-masing produk. Adapun marjin kontribusi adalah hasil dari penjualan dikurangi biaya variabel.

Perhitungan marjin kontribusi per Kg Biji Kopi Bogani Bland

$$\begin{aligned} \text{Marjin Kontribusi} &= \text{Penjualan (kg)} - \text{Biaya Variabel (kg)} \\ &= \text{Rp. 150,000} - \text{Rp. 82,843.50} \\ &= \text{Rp. 67,156.50} \end{aligned}$$

Perhitungan marjin kontribusi per Kg Biji Kopi Robusta Modayag

$$\begin{aligned} \text{Marjin Kontribusi} &= \text{Penjualan (kg)} - \text{Biaya Variabel (kg)} \\ &= \text{Rp. 120,000} - \text{Rp. 43,083.07} \\ &= \text{Rp. 76,916.93} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa jumlah yang tersisa untuk menutupi biaya tetap yang ada dari hasil selisih penjualan dan biaya variabel atau marjin kontribusi per kg biji kopi untuk kopi bogani bland adalah sebesar Rp. 67,156.50 dan untuk kopi robusta modayag sebesar Rp. 76,916.93.

Analisis *Break even point* untuk kedua produk yang telah menjadi satu paket produk adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Paket } break \text{ even} &= \frac{F + I}{\text{Paket marjin kontribusi}} \\ &= \frac{\text{Rp. 54.740.000} + 0}{\text{Rp. 700.846,26}} \\ &= 78,11 \text{ kg} \end{aligned}$$

Perhitungan *Break even* pada tiap produk adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{produk bogani bland} &= 78.11 \text{ kg} \times 7 \\ &= 546.74 \text{ kg} \\ \text{produk robusta modayang} &= 78.11 \text{ kg} \times 3 \\ &= 234.32 \text{ kg} \end{aligned}$$

Laporan Laba Rugi – *Break Even* terhadap produk Bogani Bland dan Robusta Modayag berdasarkan perhitungan sebelumnya setelah digunakan analisis bauran penjualan (*sales mix*).

	Bogani Bland	Robusta Modayag	Total
Penjualan	Rp. 82,010,853	Rp. 28,118,007	Rp. 110,128,860
Biaya Variabel	(Rp. 45,293,776)	(Rp. 10,095,084)	(Rp. 55,388,860)
Marjin Kontribusi	Rp. 36,717,077	Rp. 18,022,923	Rp. 54,740,000
Total Biaya Tetap			(Rp. 54,740,000)
Pendapatan Operasi			0

Sumber: Hasil olahan data *Bijimera Coffee and Roastery 2016*

Berdasarkan perhitungan *sales mix* diatas untuk kedua produk perusahaan dimana didapat bauran penjualan sebesar 7 : 3, diketahui bahwa dalam setiap penjualan 7 kg kopi bogani bland, perusahaan mengharapkan dapat menjual 3 kg kopi robusta modayag sehingga paket margin kontribusi dari bauran kedua produk tersebut adalah sebanyak Rp. 700,846.26. Titik impas dalam unit dari bauran kedua produk adalah sebanyak 546.74 kg untuk kopi bogani bland dan 234.32 kg untuk kopi robusta modayag. Sehingga perusahaan akan mencapai titik impas dimana perusahaan tidak mendapatkan laba atau laba = 0 adalah ketika penjualan dari bauran kedua produk sebanyak 546.74 kg untuk kopi bogani bland dan 234.32 kg untuk kopi robusta modayag dan dalam penjualannya, perusahaan mencapai titik impas ketika total penjualan kedua produk sebanyak Rp. 110,128,860. Hal yang dimaksud adalah ketika kedua produk yang telah di analisis menggunakan analisis bauran penjualan dengan perbandingan 7 : 3, perusahaan memperoleh titik impas ketika penjualan mencapai Rp. 110,128,860 dan pada saat penjualan mencapai rupiah tersebut, perusahaan tidak memperoleh laba. Total margin kontribusi dari masing-masing produk sebesar Rp. 36,717,077 untuk kopi bogani bland dan Rp. 18,022,923 untuk kopi robusta modayag. Yang dalam penjelasannya bahwa total biaya untuk menutupi biaya tetap ketika kedua produk dibaur adalah sebesar Rp. 36,717,077 untuk kopi bogani bland dan Rp. 18,022,923 untuk kopi robusta modayag.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Setelah dilakukan perhitungan analisis biaya, volume dan laba dimana pada tahun 2016 untuk perencanaan laba jangka pendek perusahaan, Bijimera Coffee and Roastery mencapai titik impas pada saat total penjualan produk sebesar Rp. 79,715,009.13 dengan total produksi sebanyak 531,43 kg untuk produk Bogani Bland dan total penjualan sebesar Rp. 23,432,722.12 dengan total produksi sebanyak 195.27 kg biji kopi terhadap produk Robusta Modayag. Margin kontribusi yang diperoleh perusahaan adalah sebesar Rp. 193,367,600 dengan rasio sebesar 43% untuk produk Bogani Bland dan Rp. 55,921,800 dengan rasio sebesar 55% untuk produk Robusta Modayag. Adapaun margin pengaman atau *margin of safety* yang dicapai perusahaan adalah sebesar Rp. 365,784,009.87 dengan presentase 82.11% untuk produk Bogani Bland dan Rp. 77,367,277.88 dengan presentase 76.75% untuk produk Robusta Modayag. Tingka *operating leverage* yang diperoleh perusahaan adalah sebesar 1.22 untuk produk Bogani Bland dan untuk produk Robusta Modayag sebesar 1.30.
2. Dari hasil perhitungan dimana ketika perusahaan mengharapkan kenaikan penjualan pada tahun depan, diperoleh hasil pada produk Bogani Bland dengan total margin kontribusi sebesar Rp. 252,628,628 dalam rasio 49%. Titik impas terdapat pada total penjualan mencapai Rp. 72,273,037.68 terhadap 438.02 kg biji kopi. *Margin of safety* yang mencapai total Rp. 440,051,962.32 dengan presentase sebesar 85.89%. serta tingkat *operating leverage* sebanyak 1.16. Sedangkan pada produk Robusta Modayag, diperoleh total margin kontribusi sebesar Rp. 69,695,454 dalam rasio 60% dan titik impas yang dicapai pada saat penjualan sebesar Rp. 22,270,732.32 untuk 164.97 kg biji kopi. *Margin of safety* yang mencapai total Rp. 93,649,267.68 dengan presentase sebesar 80,79% dan tingkat *operating leverage* pada angka 1.24.
3. Bauran produk Bogani Bland dan Robusta Modayag sebesar 7:3 dengan paket margin kontribusi dari bauran kedua produk tersebut adalah sebanyak Rp. 700,846.26. Titik impas dalam unit dari bauran kedua produk adalah sebanyak 546.74 kg untuk kopi Bogani Bland dan 234.32 kg untuk kopi Robusta Modayag. Perusahaan mencapai titik impas ketika total penjualan kedua produk sebanyak Rp. 110,128,860. Dengan Total margin kontribusi dari masing-masing produk sebesar Rp. 36,717,077 untuk kopi Bogani Bland dan Rp. 18,022,923 untuk kopi Robusta Modayag.

-
4. Untuk menganalisis biaya, volume dan laba dapat menggunakan analisis titik impas (*break even point*), analisis margin kontribusi (*contribution margin*) dan rasio margin kontribusi, analisis margin pengamanan (*margin of safety*), tuasan operasi (*operating leverage*), analisis perencanaan laba, dan untuk multiproduk dapat menggunakan analisis bauran penjualan (*sales mix*).

4.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dengan adanya penggunaan analisis biaya, volume dan laba untuk perencanaan laba jangka pendek perusahaan harus lebih memperhatikan biaya variabel dan biaya tetap yang akan dikeluarkan karena setiap biaya harus diminimalisir untuk mencegah pengeluaran yang banyak.
2. Dengan adanya penggunaan analisis biaya volume dan laba multiproduk untuk perencanaan laba jangka pendek perusahaan harus lebih memperhatikan penjualan kedua produk perusahaan sehingga dapat memenuhi laba yang ingin dicapai perusahaan.
3. Perusahaan harus lebih meningkatkan penjualan produk, dikarenakan perusahaan memproduksi lebih dari satu produk, sehingga perusahaan harus lebih meningkatkan penjualan dari produk yang mengalami penjualan rendah.
4. Perusahaan dapat menggunakan analisis biaya, volume dan laba ini dalam perencanaan laba jangka pendek perusahaan untuk memperkirakan laba yang ingin dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, Sadiq Rabi., Sulaimon, Bello Abiodun., Mukhtar, Ibrahim Salihu., Musa, Muhammed Hardy. 2017. *Cost-Volume-Profit Analysis As A Management Tool For Decision Making In Small Business Enterprise Within Bayero University Kano*. Journal Of Business and Management Vol 19. Issue 2. Februari 2017. Diakses pada Desember 2017.
- Henry Simamora. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Ketiga. Jakarta: Star Gate Publisher.
- Hansen, Don R. dan Marryanne M. Mowen. 2009. *Managerial Accounting; Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kautsar Riza Salman, DrS. Ec. Mochammad Farid. 2016. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: PT. Indeks
- Krismiaji, Y Anni Aryani. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Kembi, Luke David., Sondakh, Jullie J., Tirayoh, Victorina Z. 2014. *Perencanaan Laba Berdasarkan Analisis Biaya, Volume, Laba Pada PT. Multi Food Manado*. Jurnal EMBA Vol 2. No 4. Desember 2014. Diakses pada 20 Desember 2017
- L. M. Samryn. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pelawiten, Atika. 2014. *Analisis Cost Volume Profit untuk Perencanaan Laba pada UD Gladys Bakery*. Jurnal EMBA Vol 2. No 2. Juni 2014. Diakses pada 20 Desember 2016.