

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama, Judul, dan Tahun	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1	Nelly Wiharjo-Universitas Hasanuddin Makassar (2011) Analisis Hubungan Cost-Volume-Profit (CVP) untuk Perencanaan Laba pada Hotel Losari Beach	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya tetap 2. Biaya variabel 3. Data penjualan 	Metode regresi kuadrat terkecil	Hotel Losari Beach Makassar telah melakukan perencanaan laba dengan baik dilihat dari tingkat laba yang dihasilkan dan tingkat <i>margin of safety</i> (penjualan minimal perusahaan agar tidak menderita kerugian) yang semakin meningkat dari tahun ke tahun.
2	Rian Andriani dan Nugraha - Universitas Pendidikan Indonesia (2018) Analisis Cost-Volume-Profit Kaitannya dengan Perencanaan Laba (studi pada L.A English Course)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya tetap 2. Biaya variabel 3. Data penjualan 	Metode kuantitatif deskriptif	Hasil menunjukkan bahwa, biaya tertinggi terdapat pada kuartal I, volume penjualan tertinggi terdapat pada kuartal I, laba tertinggi terdapat pada kuartal I, Break Event Point tertinggi terdapat pada kuartal I. Sedangkan Margin of safety (%) tertinggi pada kuartal IV yaitu 91.9%.
3	Satrijo Budiwibowo - Pendidikan Akuntansi IKIP PGRI Madiun (2012) Analisis Estimasi Cost-Volume-Profit (CVP) Dalam Hubungannya Dengan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya tetap 2. Biaya variabel 3. Data penjualan 	<ul style="list-style-type: none"> - Metode regresi kuadrat terkecil - <i>Break even point</i> 	Hasil dari penelitian ini adalah Hotel Tlogo Mas Sarangan menetapkan laba sebesar 10% dari total penjualan. Hal ini terlihat dari fluktuasi kenaikan laba yang dialami tiap tahunnya mulai

	Perencanaan Laba Pada Hotel Tlogo Mas Sarangan			dari tahun 2009 hingga 2011.
4	Desy Pratiwi Antameng, Linda Lambey, dan Hendrik Gamaliel - Universitas Sam Ratulangi (2017) Penerapan Cost-Volume-Profit Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Perencanaan Laba Pada Hotel Fajar Roon Manokwari	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya tetap 2. Biaya variabel 3. Data penjualan 	Metode deskriptif	Hotel Fajar Roon Manokwari dalam menentukan target keuntungannya hanya digunakan metode okupansi (tingkat hunian), maka perencanaan laba yang menggunakan okupansi dirasa kurang efektif karena rencana hanya memberikan tingkat presentasi keuntungan yang direncanakan tanpa memberi arah yang jelas bagaimana penjualan akan dicapai tahun depan, ini artinya pihak hotel hanya memberikan level untung saja tanpa memberikan target penjualan tahun depan yang harus dikejar untuk mencapai keuntungan yang diinginkan. Hal ini terlihat dari perolehan laba dengan target penggunaan laba hotel pekerjaan selalu tidak sama.
5	Gilang Mifta Fariz (2013) - Universitas Dian Nuswantoro Semarang Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) Sebagai Alat Bantu Evaluasi Pencapaian Laba Pada Hotel Grasia Semarang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya tetap 2. Biaya variabel 3. Data penjualan 	Kuantitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil perhitungan analisis cost-volume-profit (CVP), menunjukkan bahwa Hotel Grasia Semarang telah melakukan evaluasi pencapaian laba dengan baik walaupun jumlah laba yang terealisasi lebih besar dibandingkan dengan jumlah laba yang direncanakan karena

				diakibatkan biaya variable yang tinggi.
6	<p>Jeriko Falentino Koraag, Ventje Ilat (2016) - Universitas Sam Ratulangi Manado</p> <p>Analisis Cost-Volume-Profit Untuk Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu "Ibu Siti"</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya tetap 2. Biaya variabel 3. Data penjualan 	Metode deskriptif	<p>Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa titik iimpas tahun 2015 pada Pabrik Tahu "Ibu Siti" terjadi pada angka Rp.90.693.514 dengan penjualan sebanyak 226.735 tahu dan dengan margin of safety 86,9% dari penjualan dengan angka rupiah sebesar Rp.600.652.800.</p> <p>Sebagai rekomendasi, Pabrik Tahu "Ibu Siti" sebaiknya mempertahankan pengelolaan biaya-biaya agar tetap cermat dan efisien, dengan demikian kemampuan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas pada masa yang akan datang dapat berjalan dengan baik</p>

7	Devina Chintya (2019) - Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Analisis <i>Cost Volume Profit</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba di Hotel Zodiak Sutami Bandung	<i>Fixed Cost</i> dan <i>Variable Cost</i> , perhitungan <i>Contribution Margin</i> , <i>Break Even Point</i> , dan <i>Margin of Safety</i>	Metode deskriptif	Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis pada tahun 2017 – 2018 yang berdasarkan data yang diperoleh dari pihak manajemen hotel dapat disimpulkan bahwa Hotel Zodiak Sutami Bandung memiliki biaya tetap dan biaya variabel yang meningkat selama periode 2 tahun tersebut. Dari hasil analisis <i>Cost Volume Profit</i> yang dilakukan peneliti, diperoleh hasil yang mengindikasikan bahwa terjadinya penurunan penjualan dari tahun 2017 ke tahun 2018, dan hotel belum mampu mencapai target laba yang telah direncanakan pihak manajemen pada tahun 2017 dan 2018.
8	Dian Hafiza Triana, Nidya Vitriana, Linda Hetri Suriyanti (2020) - Universitas Muhammadiyah Riau Penerapan Analisis CVP Sebagai Alat Perencanaan Laba UD Sukma Jaya: Efektif atau Semu ?	1. Biaya Variabel 2. Biaya Tetap	Metode deskriptif	Hasil penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 diperoleh titik impas UD Sukma Jaya sebanyak 3.125 unit dengan titik impas penjualan sebesar Rp.6.249.638,3. Margin kontribusi pada tahun 2019 sebesar Rp.21.026.000 dengan rasio sebesar 86.4%. Margin of safety dari susu kedelai sebesar

				74,3%. Untuk mencapai peningkatan keuntungan sebesar 35% di tahun 2020, UD Sukma Jaya harus melakukan penjualan susu kedelai sebanyak 2.536 unit dengan harga jual Rp.2.500.
9	Oanh Thi Tu Le, Phong Thi Thu Tran, Thuan Van Tran, Cong Van Nguyen - (2020) Application of Cost-Volume-Profit Analysis in Decision-Making by Public Universities in Vietnam	Mengkaji penerapan <i>cost-volume-profit</i> di perguruan tinggi Vietnam	Disintesis menggunakan <i>excel</i> , analisis menggunakan SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) universitas menggunakan analisis CVP dalam pengambilan keputusan, (2) informasi yang terkait dengan analisis CVP yang digunakan untuk pengambilan keputusan oleh administrator tetap sederhana dan tidak memiliki detail pengendalian biaya, dan (3) penerapan analisis CVP oleh administrator universitas untuk pengambilan keputusan tidak komprehensif atau terkoordinasi.

Penelitian yang telah disebutkan memiliki kesamaan yaitu menggunakan analisis *cost-volume profit* sebagai perencanaan laba. Perbedaan dengan penelitian terdahulu dan yang akan diteliti adalah objeknya. Penelitian di atas mengambil objek yang bergerak dalam usaha jasa seperti perhotelan, universitas, dan tempat les bahasa inggris. Sedangkan yang akan diteliti juga bergerak dalam jasa namun bidangnya adalah ekspedisi, dimana karakteristiknya berbeda dengan yang lain. Perbedaan yang lain adalah jika penelitian di atas menggunakan data dari beberapa

tahun sebelumnya maka saat ini menggunakan perhitungan perencanaan penjualan dan laba untuk menganalisis *cost-volume-profit*.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Analisis *Cost-Volume-Profit*

Menurut Blocher (2013:504) menyatakan “Analisis *Cost Volume Profit* merupakan suatu metode untuk menganalisis bagaimana pengaruh keputusan operasi dan pemasaran terhadap laba berdasarkan pemahaman atas hubungan antar biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output.”

Mowen et al., (2017) mengemukakan bahwa analisis *cost-volume-profit* memperkirakan bagaimana perubahan biaya (biaya variabel dan biaya tetap), volume penjualan, dan harga mempengaruhi laba perusahaan.

Analisis *cost-volume-profit* dapat digunakan untuk memprediksi volume penjualan yang akan mempengaruhi laba perusahaan, sehingga dapat digunakan sebagai alat perencanaan bagi manajer untuk mengevaluasi volume penjualan yang akan berubah akibat perubahan harga, biaya variabel dan biaya tetap. Ini termasuk menetapkan biaya produk, menyetujui atau menolak perintah kerja, dan titik impas untuk produk yang diharapkan menguntungkan perusahaan.

2.2.1.1 Asumsi-asumsi *Cost-Volume-Profit*

Berikut adalah beberapa asumsi yang terkait dengan analisis *cost-volume-profit* (Hansen dan Mowen, 2011) :

1. Analisis CVP mengasumsikan fungsi pendapatan dan fungsi biaya adalah linear secara grafik (ditampilkan sebagai garis lurus) dalam hubungannya dengan unit terjual dan dalam periode tertentu.
2. Analisis mengasumsikan harga, total biaya tetap, dan biaya variabel per unit dapat diidentifikasi secara akurat dan tetap konstan sepanjang rentang yang relevan
3. Analisis mengasumsikan apa yang diproduksi dapat dijual
4. Untuk analisis multiproduk, diasumsikan bauran penjualan yang diketahui
5. Diasumsikan harga jual dan biaya diketahui secara pasti

2.2.1.2 Pendekatan Analisis Cost-Volume-Profit

a. Contribution Margin (CM)

Margin kontribusi adalah selisih antara hasil penjualan dengan biaya variabel. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2017:135) “Margin Kontribusi adalah selisih antara penjualan dan biaya-biaya variabel dari suatu produk atau jasa. Yaitu jumlah uang yang tersedia untuk menutupi biaya tetap menghasilkan laba. Semakin tinggi nilai margin kontribusi, semakin rendah risiko untuk tidak balik modal”. Untuk menghitung rasio margin kontribusi dapat menggunakan perhitungan berikut :

$$\text{Margin kontribusi (per unit)} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Total Margin Kontribusi}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

Hasil perhitungan margin kontribusi *cost-volume-profit* dapat digunakan untuk menentukan besarnya kenaikan atau penurunan laba akibat kenaikan atau penurunan penjualan. Margin kontribusi yang

rendah menghasilkan BEP yang tinggi, sedangkan margin kontribusi yang tinggi menghasilkan BEP yang rendah, yang diterima perusahaan sampai pada tingkat batas aman (Hassanah dan Daud, 2019).

b. *Break Even Point*

Kasmir (2011:332) “Analisis titik impas merupakan suatu kondisi dimana perusahaan yang masih beroperasi dalam keadaan tidak mendapat keuntungan dan tidak juga menderita kerugian.” Untuk dapat menentukan dapat menggunakan pendekatan laba operasi atau persamaan atau dengan menggunakan pendekatan margin operasi. Adapun rumusnya sebagai berikut :

1. Metode Persamaan

$$\text{Laba} = \text{Total Pendapatan} - (\text{Total Biaya Variable} + \text{Total Biaya Tetap})$$

Persamaan ini juga dapat dinyatakan dengan cara lain sebagai berikut :

$$\text{Total Pendapatan} = \text{Total Biaya Tetap} + \text{Total Biaya Variable} + \text{Laba}$$

2. Pendekatan Margin Kontribusi

Margin kontribusi adalah omset dikurangi total biaya variabel.

Pada titik impas, total margin kontribusi sesuai dengan biaya tetap.

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

$$BEP \text{ (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel}}$$

c. *Margin of Safety*

Margin of safety atau tingkat keamanan memberikan informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun dari yang dianggarkan namun perusahaan tidak mengalami kerugian. Dengan kata

lain, *margin of safety* merupakan batasan penurunan penjualan bagi perusahaan, berapa pun penurunan penjualan yang terjadi sepanjang dalam batas-batas tersebut perusahaan tidak mengalami kerugian. Rumus perhitungannya sebagai berikut :

$$MoS (Rp) = Total\ penjualan - Titik\ Impas$$

atau

$$MoS (\%) = \frac{Margin\ of\ Safety\ dalam\ rupiah}{Total\ Penjualan} \times 100\%$$

Hasil *margin of safety* yang besar menunjukkan bahwa keadaan perusahaan tidak dalam keadaan berbahaya, sebaliknya jika *margin of safety* mendekati nol berarti perusahaan dalam keadaan berbahaya.

2.2.1.3 Biaya

a. Pengertian Biaya

Menurut Supriyono (2011:12) Harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Sedangkan menurut Firdaus dan Wasilah (2012:22) Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang. Definisi biaya lebih luas menurut Mulyadi (2014:8) adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Dari definisi biaya yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan ekonomi yang diukur dalam satuan uang dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Klasifikasi Biaya dalam Hubungannya dengan Volume Produksi

Pada dasarnya, klasifikasi perilaku biaya dibagi menjadi 3, yaitu *variable cost*, *fixed cost*, dan *semi variable cost*. Menurut Rudianto (2013:18), “perubahan volume produksi pada suatu periode tidak selamanya merupakan reaksi dari perubahan biaya”. Menurut Mulyadi (2015:13) terdapat lima cara penggolongan biaya yaitudiantaranya sebagai berikut :

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran:

- a. Biaya Bahan Baku
- b. Biaya Tenaga Kerja Langsung
- c. Biaya Overhead

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan :

- a. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual.
- b. Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- c. Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.

3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai :

a. Biaya langsung

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayainya. Jika sesuatu yang dibiayainya tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi.

b. Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibayarinya. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk tersebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*).

4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas :

a. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

b. Biaya semivariabel

Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

c. Biaya *semifixed*

Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.

5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu dan manfaatnya :

a. Pengeluaran modal (*capital expenditure*)

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender).

b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*)

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

c. Pemisahan Biaya Semivariabel

Untuk dapat melakukan perencanaan, analisis pengendalian atau penilaian biaya pada tingkat aktivitas yang berbeda, biaya tetap dan biaya variabel harus dipisahkan. Biaya-biaya yang seluruhnya tetap atau yang seluruhnya variabel dalam rentang aktivitas yang diantisipasi harus dipisahkan komponen tetap dan variabelnya dari biaya semi variabel dengan melakukan estimasi. Salah satu tujuan pemisahan tersebut adalah untuk melakukan analisis titik impas dan analisis biaya volume laba (Dwi Kristanto 2015).

Menurut Mulyadi (2015) metode berikut ini dapat digunakan untuk memisahkan biaya semivariabel :

- a. Metode biaya berjaga, metode ini menghitung berapa biaya yang harus tetap dikeluarkan jika perusahaan ditutup untuk sementara, jadi produknya sama dengan nol
- b. Metode titik tertinggi dan terendah, dalam metode ini suatu biaya pada tingkat kegiatan tertinggi dibandingkan dengan biaya tersebut

pada tingkat kegiatan terendah dimasa lalu. Selisih biaya yang dihitung merupakan unsur biaya variabel dalam biaya tersebut.

- c. Metode kuadrat terkecil, menurut Mulyadi (2015:474) hubungan antara biaya dan volume kegiatan berbentuk dengan persamaan garis regresi $Y = a + bx$,, dimana Y merupakan variabel tidak bebas yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x yang merupakan variabel bebas. Untuk menghitung *last square method* adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Y = nilai penjualan yang diramalkan

a = nilai penjualan pada periode dasar

b = besarnya perubahan variabel (y) pada setiap perubahan satu unit variabel (x)

x = satuan periode waktu

n = jumlah waktu yang dianalisis

2.2.1.4 Volume Penjualan

Menurut Mutsainah (2019) penjualan merupakan bagaimana menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan melalui produk atau jasa. Salah satu cara menciptakan hubungan dengan pelanggan yaitu melalui pemasaran yang tujuannya untuk dapat meningkatkan volume penjualan guna memperoleh pendapatan yang optimal dan meningkatkan laba perusahaan.

Pada dasarnya volume penjualan dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Mulyadi (2015) menyatakan bahwa volume penjualan adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar barang atau jasa yang terjual. Seperti halnya biaya, volume penjualan juga mempengaruhi penjualan dan secara otomatis mempengaruhi laba perusahaan. Hal ini dikarenakan peningkatan volume penjualan memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang besar dan sebaliknya jika volume penjualan kecil maka peluang perusahaan tersebut semakin kecil karena dapat digunakan sebagai alat evaluasi kinerja perusahaan.

2.2.1.5 Laba

Yulianto (2018) menyatakan bahwa profit merupakan selisih antara pendapatan dan juga pengeluaran untuk dikorbankan pada suatu barang ataupun jasa sehingga menyebabkan kenaikan atas modal yang berasal dari aktivitas operasional perusahaan. Lalu menurut Hasanah dan Daud (2019) laba merupakan selisih antara seluruh penghasilan dengan seluruh biaya yang dikeluarkan pada kegiatan usaha.

Sedangkan Wild dan Subramanyam (2014:25), menuturkan bahwa laba (*earnings*) atau laba bersih (*net income*) mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang modal untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat. Dari sini dapat disimpulkan bahwa laba merupakan elemen penting dalam mengukur keberhasilan kinerja bisnis.

2.2.2 Perencanaan laba

Laba menjadi hal yang penting untuk menilai kinerja perusahaan. Hal ini disebabkan oleh tiga faktor yang berpengaruh besar terhadap keberlangsungan suatu perusahaan, yaitu volume penjualan, harga jual dan biaya yang dikeluarkan. Faktor-faktor ini memegang peran penting dalam merencanakan hasil dalam waktu singkat, serta hubungan antara biaya, volume penjualan dan laba yang ingin dicapai.

Menurut Supriyono (2011:218) Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang dapat diperhitungkan dengan cermat dimana penerapan keuangan dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas, modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. Sama halnya dengan yang dinyatakan oleh Ahmad (2012:54) Perencanaan laba yang akurat dapat membantu manajemen untuk bekerja secara efektif dan efisien. Perencanaan laba yang ada saat ini sulit untuk diterapkan karena berbagai faktor eksternal yang sering berubah, seperti pembaruan teknologi, persaingan, ekonomi, selera pelanggan, dan semua faktor lain yang sulit dikelola. Pada dasarnya ada tiga pendekatan berbeda untuk menetapkan target laba, yaitu:

a. Metode posteriori

Merupakan metode pembuatan anggaran yang berorientasi laba di mana total laba ditentukan setelah penetapan perencanaan keseluruhan termasuk pembuatan anggaran operasi. Oleh karena itu, metode ini menggunakan data berupa anggaran penjualan yang digunakan sebagai titik awal. dalam menyusun anggaran operasional.

b. Metode priori

Merupakan metode untuk pembuatan anggaran laba di mana total laba ditentukan sebelumnya dalam proses perencanaan secara keseluruhan. Total keuntungan yang ditentukan pada awal perencanaan memiliki dampak langsung pada anggaran operasional.

c. Metode pragmatis

Merupakan metode untuk pembuatan anggaran atas laba dimana total laba yang direncanakan ditentukan menurut standar yang telah diuji secara empiris dan dibuktikan dari berbagai pengalaman.

Perencanaan yang tepat dapat dijadikan sebagai acuan untuk menentukan keuntungan atau laba perusahaan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Perusahaan dapat mengambil langkah-langkah berikut selama implementasi dan perencanaan:

1. Menjaga efisiensi biaya operasi serendah mungkin dengan tetap mempertahankan harga dan volume penjualan yang ada
2. Menentukan harga jual yang disesuaikan dengan manfaat perencanaan
3. Meningkatkan volume penjualan sebagai sebanyak mungkin

Menurut Wirotijan dan Annosoh (2016), penjualan dan biaya yang diharapkan untuk tahun berikutnya juga harus diperhitungkan ketika merencanakan laba ketika sudah menetapkan target laba. Perhitungan *cost-volume-profit* dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan dan memenuhi target laba dengan dua pendekatan yaitu metode persamaan dan metode margin kontribusi (Samryn 2012), yaitu:

a. Metode persamaan

Dalam metode persamaan analisis target laba dapat dilakukan dengan cara

Target penjualan (unit) = Biaya Variabel + biaya tetap + laba

Target penjualan (Rp) = Rasio Margin Kontribusi + biaya tetap + laba

b. Metode margin kontribusi

Dalam metode margin kontribusi analisis target dapat dilakukan dengan

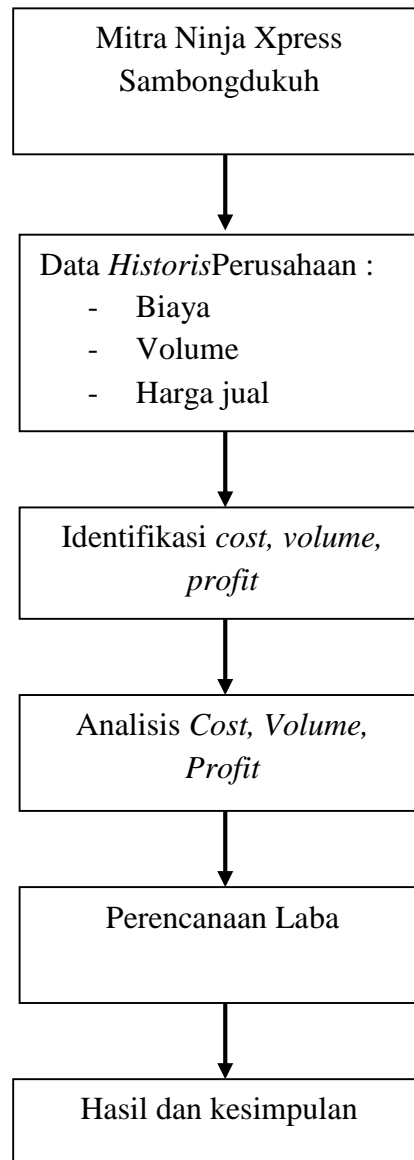
cara :

Penjualan (unit) = Biaya tetap + laba / margin kontribusi per unit

Penjualan (Rp) = biaya tetap + laba / margin kontribusi

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dapat membantu peneliti menggambarkan masalah yang terdapat dalam penelitian, sehingga kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

