

Analisis Cost-Volume-Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk.

Muhammad Azril Fakhri^{1*}, Tiolina Ev², Atkha Lia Khasanah³, Muhammad Ryan Andalib⁴, Vira Nuraen⁵

^{12345*} Program Studi Akuntansi, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia 12940

*E-mail korespondensi : muhammad.azril52@perbanas.id

ABSTRACT

Kata kunci:

Cost-Volume-Profit, Perencanaan Laba, Margin Kontribusi, Break Even, Operating Leverage

Diterima: 30 Agustus 2024
Disetujui: 23 Oktober 2024
Diterbitkan: 30 Desember 2024

Penerbit:

Perbanas Institute



This work is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan Cost-Volume-Profit (CVP) sebagai alat perencanaan laba pada PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. Perusahaan tersebut merupakan produsen kertas dan produk turunannya yang beroperasi di Indonesia. Analisis CVP membantu perusahaan dalam mengidentifikasi hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba untuk mencapai efisiensi operasional dan keuntungan yang optimal. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan periode 2019-2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjaga volume penjualan di atas titik impas selama periode tersebut, bahkan di tengah tantangan pandemi Covid-19. Margin kontribusi dan Margin of Safety (MoS) meningkat dari tahun ke tahun, mencerminkan efisiensi operasional yang baik. Sementara itu, penurunan operating leverage menunjukkan bahwa perusahaan semakin sedikit terpengaruh oleh fluktuasi penjualan dalam mencapai laba. Analisis ini juga memperkirakan target penjualan tahun 2024 sebesar USD 1.130.263.000, dengan BEP senilai USD 614.663.069. Penelitian ini membuktikan bahwa analisis CVP efektif digunakan sebagai alat perencanaan laba dan membantu perusahaan merancang strategi untuk mencapai target penjualan serta efisiensi operasional.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global saat ini semakin dinamis. Pada tahun 2021, International Monetary Fund (IMF) menyatakan bahwa kondisi ekonomi global akan melambat di tahun 2022 dan tahun 2023. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan terjadinya hal ini, antara lain tensi geopolitik, risiko inflasi, dampak perubahan iklim hingga efek pandemi Covid-19. Burhanuddin dan Adi (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Covid-19 menimbulkan ketidakstabilan ekonomi. Fluktuasi ekonomi global yang

dinamis tentu akan mempengaruhi perekonomian di Indonesia dan pada akhirnya berdampak terhadap aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan.

Secara umum aktivitas bisnis perusahaan bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba. Keuntungan yang diperoleh bermanfaat untuk mengembangkan dan mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan kedepannya. Keuntungan yang diperoleh perusahaan sering kali dijadikan tolok ukur dalam menilai kinerja perusahaan (Sanjaya & Rizky, 2018). Maka dari itu, penting bagi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan seoptimal mungkin. Untuk memaksimalkan keuntungan, perusahaan harus cermat dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki. Pengalokasian sumber daya yang tepat dapat dilakukan dengan menyusun perencanaan terlebih dahulu.

Robbins dan Coulter (2010) menyatakan bahwa perencanaan merupakan suatu proses untuk menetapkan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Suatu perencanaan bukan hanya tentang penetapan tujuan melainkan juga terkait dengan langkah-langkah terbaik yang dapat dilakukan dalam rangka mencapai tujuan tersebut. Dalam tujuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, dikenal istilah perencanaan laba. Perencanaan laba berkaitan dengan target keuntungan atau laba yang diinginkan dicapai oleh perusahaan dalam periode waktu tertentu (Machfoedz dan Mahmudi, 2011). Selain itu, suatu perencanaan laba terkait juga dengan penggunaan sumber daya seefektif dan seefisien mungkin.

Manajemen memiliki peranan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan mengenai perencanaan laba (Fauzi *et al.*, 2024). Untuk melakukan perencanaan laba, manajemen dapat menggunakan alat analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP). Dengan alat ini manajemen dapat memperkirakan perubahan biaya yang mungkin terjadi, baik yang sifatnya tetap maupun berubah-ubah (variabel). Selain itu, CPV juga dapat membantu manajemen untuk merencanakan volume penjualan dan hasil penjualan. Terdapat beberapa hal lain yang harus dipahami manajemen untuk menggunakan CPV, antara lain analisis *Break Even Point* (BEP), *Margin Contribution*, Analisis *Margin of Safety* (MoS), dan *Operating Leverage*.

Beberapa penelitian telah dilakukan dengan topik penggunaan *cost-volume-profit* sebagai alat perencanaan laba pada perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut antara lain penelitian pada PT Inko Java Semarang oleh Syafira Rosyalia, Lardin Korawijayanti, dan Hartono (2019); penelitian pada CV GTT Kediri oleh Dara Fitriawati, Yohan Bakhtiar, Dwi Rahma Fitriani (2023); penelitian pada PT Labiva Jaya Utama Travel Services Business in Parepare oleh Adri Sallo, Inggriani Elim, dan Lidia Mawikere (2024); dan penelitian pada PT Unilever Tbk. oleh Karnoan Manullang, Rut Steafani, Ruth Siahaan, Astrid Fani, dan Hamonangan Siallagan (2024). Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *cost-volume-profit* dapat bermanfaat untuk melakukan perencanaan laba.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengkaji penggunaan *cost-volume-profit* sebagai alat perencanaan laba pada PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. Kegiatan utama perusahaan ini adalah memproduksi kertas, stationery, produk perlengkapan kantor, dan karton untuk kemasan industri. PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 1990. Penelitian yang dilakukan diharapkan mampu membuktikan bahwa *cost-volume-profit* dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba pada perusahaan kertas. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat

memperdalam pemahaman pembaca terkait dengan *cost-volume-profit* dan perencanaan laba serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

II. KAJIAN TEORI

2.1. Definisi Perencanaan Laba

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk memperoleh laba yang maksimal. Dalam rangka memaksimalkan perolehan laba perlu dilakukan perencanaan laba yang baik. Menurut Irmanto dan Ridwan (2021), perencanaan adalah proses penetapan tujuan dan pemilihan metode dalam rangka pencapaian tujuan. Sehingga perencanaan laba merupakan suatu proses yang diawali dengan penetapan tujuan, pemilihan langkah-langkah yang harus ditempuh, pemantauan, dan evaluasi atas pencapaian atau realisasi perolehan laba. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam perencanaan laba adalah keuntungan/kerugian dari volume penjualan tertentu, volume penjualan untuk menutup semua biaya yang digunakan, dan titik impas atau titik balik modal (Chalil, 2018).

2.2. Definisi Analisis *Cost Volume Profit* (CVP)

Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) merupakan alat yang digunakan untuk memperkirakan bagaimana perubahan biaya (biaya variabel dan biaya tetap), volume penjualan, dan harga jual mempengaruhi laba perusahaan (Mowen et al, 2017), sedangkan menurut Siregar et, al, 2013:317) Analisis *cost-volume-profit* merupakan alat yang berfungsi merencanakan dan membuat kesepakatan, meneliti masalah yang terkait dengan perencanaan penjualan, dan membantu untuk menyadari tantangan yang dihadapi dan menyusun rencana masa depan. Sebagaimana dijelaskan oleh Horngren et al. (2013), analisis *cost-volume-profit* memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi bagaimana perubahan dalam biaya dan volume penjualan mempengaruhi laba, serta melakukan analisis terhadap dampak perubahan harga dan biaya. Analisis *cost-volume-profit* penting untuk mengetahui kondisi perekonomian sebuah perusahaan dalam menghadapi berbagai tantangan dan masalah. Alat ini memisahkan biaya menjadi biaya tetap yang tidak berubah dengan volume produksi dan biaya variabel yang berubah sesuai dengan volume produksi. Dengan menggunakan analisis CVP, perusahaan dapat mengetahui jumlah unit yang perlu dijual untuk mencapai titik impas yaitu situasi di mana pendapatan total sama dengan biaya total dan membuat keputusan strategis terkait harga dan anggaran.

Menurut Setiawan (2020), analisis *cost-volume-profit* didasarkan pada beberapa asumsi dasar sebagai berikut: (1) Biaya dikelompokkan menurut perilaku biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. (2) Biaya tetap tetap konstan secara keseluruhan hingga mencapai tingkat aktivitas tertentu. (3) Biaya variabel berubah secara proporsional dengan fluktuasi dalam volume atau tingkat aktivitas seperti penjualan atau produksi. (4) Harga jual per unit dianggap tetap. (5) Perusahaan hanya menjual atau memproduksi satu jenis produk; jika ada lebih dari satu produk, maka proporsi penjualannya (*sales mix*) dianggap tetap. (6) Kapasitas produksi perusahaan tidak mengalami perubahan. (7) Tingkat efisiensi dan produktivitas perusahaan dianggap konstan.

2.3. Elemen-elemen Analisis *Cost-Volume-Profit*

Elemen-elemen yang menjadi unsur dasar perhitungan *Cost-Volume-Profit* (CVP) adalah sebagai berikut:

2.3.1. Analisis *Contribution Margin* (MC)

Margin kontribusi mengacu pada selisih antara pendapatan penjualan dan semua biaya variabel lainnya. Pendapatan penjualan mencerminkan total uang yang diperoleh dari penjualan produk atau layanan, sedangkan biaya variabel seperti biaya produksi, administrasi, dan penjualan diperlukan untuk menjalankan bisnis. Margin kontribusi menunjukkan seberapa banyak hasil penjualan dapat digunakan untuk menutupi biaya variabel serta sebagian atau seluruh biaya tetap. Ketika margin kontribusi melebihi biaya tetap, selisihnya akan menjadi keuntungan (Sodikin, 2015). Margin Kontribusi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

1) Margin Kontribusi (Unit Produk)

$$\text{Margin Kontribusi (Unit Produk)} = \text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}$$

2) Margin Kontribusi (Nilai Uang)

$$\text{Margin Kontribusi (Nilai Uang)} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

3) Rasio Margin Kontribusi

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

2.3.2. Analisis *Break Event Point* (BEP)

Analisis titik impas, atau *break even point*, adalah teknik yang digunakan untuk mengetahui pada level mana total pendapatan perusahaan akan setara dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami laba atau rugi. Teknik ini mengukur jumlah unit yang harus dijual atau pendapatan yang harus diperoleh untuk menutup seluruh biaya tetap dan variabel. Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2014) titik impas adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, tanpa menghasilkan laba atau rugi, dan analisis ini membantu perusahaan menentukan jumlah unit yang perlu dijual agar tidak menanggung kerugian. *Break Event Point* (BEP) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

1) BEP (Nilai Uang)

$$\text{BEP (Nilai Uang)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

2) BEP (Unit Produk)

$$\text{BEP (Unit Produk)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

2.3.3. Analisis *Margin of Safety* (MOS)

Margin keamanan (*margin of safety*) merupakan perbedaan antara penjualan yang direncanakan (baik dalam unit maupun nilai uang) dengan penjualan pada titik impas (*break-even*) (juga dalam unit atau nilai uang). Margin keamanan memberikan gambaran tentang sejauh mana penjualan aktual dapat menurun dari target yang direncanakan sebelum perusahaan mengalami kerugian (Halim et al., 2014). *Margin of safety* digunakan untuk menentukan sejauh mana penjualan dapat menurun sebelum

perusahaan mulai mengalami kerugian. Semakin besar nilai margin keamanan, semakin kecil kemungkinan perusahaan menghadapi kerugian. *Margin of safety* dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

1) *Margin of Safety* (Nilai Uang)

$$\text{Margin of Safety (Nilai Uang)} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas}$$

2) *Margin of Safety Ratio*

$$\text{Margin of Safety Ratio} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

2.3.4. Analisis Operating Leverage (OL)

Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2014) *operating leverage* adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar perubahan laba operasional perusahaan dapat dipengaruhi oleh perubahan dalam volume penjualan. Ini mengindikasikan pengaruh struktur biaya perusahaan yang mencakup biaya tetap dan biaya variabel terhadap fluktuasi laba operasional akibat perubahan dalam tingkat penjualan. Tingkat *operating leverage* dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Tingkat Operating Leverage} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

2.4. Metode Least Square

Metode *least square* atau kuadrat terkecil merupakan metode peramalan yang digunakan untuk menentukan tren data deret waktu (Sinaga, 2023). Metode ini menggunakan data di masa lampau untuk melakukan peramalan di masa mendatang. Persamaan garis linier dari analisis time series adalah $Y = a + bX$, di mana Y adalah variabel yang dicari trennya dan X adalah variabel waktu. Dalam penelitian ini, metode least square digunakan untuk menghitung target penjualan tahun 2023 dan tahun 2024.

2.5. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu dengan topik CVP dalam perencanaan laba diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dara Fitriawati, dkk. pada tahun 2023 dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif terapan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perhitungan BEP terhadap minimal penjualan produk dinilai sangat baik, rasio margin of safety berada di titik aman, dan target laba yang diharapkan oleh perusahaan tercapai. Selain penelitian yang dilakukan oleh Dara Fitriawati dkk., hasil penelitian serupa juga dijelaskan dalam penelitian Muhammad Hanafi dkk. yang dilakukan pada tahun 2022 dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa perusahaan selama tahun 2017 - 2021 telah mencapai tingkat impas atau BEP dan memperoleh laba sesuai dengan tingkat yang direncanakan. Selain itu, dalam penelitian tersebut juga dijelaskan terkait pengambilan keputusan yang didasarkan pada hasil pengawasan dan pemeriksaan CVP yang dilakukan perusahaan sehingga perusahaan dapat memperoleh tingkat laba yang diinginkan.

III. METODE

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi dari objek yang diteliti dan diinterpretasikan sehingga dapat menggambarkan keadaan yang sedang diamati untuk menarik suatu kesimpulan.

Objek pada penelitian ini adalah PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. yang kantor pusatnya beralamat di Sinar Mas Land Plaza Tower 2 Lantai 7 Jalan M.H. Thamrin No. 51, Jakarta Pusat. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk pada tahun 2019 - 2023.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder, menurut Indriantoro dan Supomo (2016) yaitu data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dalam penelitian ini, data sekunder berupa Laporan Keuangan PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk yang dapat diakses pada laman Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1978 yang kegiatan utamanya adalah memproduksi berbagai jenis kertas beserta turunannya seperti kertas fotokopi, *coated*, dan *carbonless*. Selain itu, Tjiwi Kimia juga memproduksi beragam jenis stationery dan produk perlengkapan kantor seperti buku tulis, memo, *notepad*, *loose leaf*, spiral, amplop dan lain sebagainya.

Adapun tahapan pengolahan dan analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan data keuangan terkait volume penjualan, biaya dan laba/rugi.
- 2) Mengklasifikasi biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.
- 3) Menghitung margin kontribusi dan rasio margin kontribusi.
- 4) Menganalisis titik impas (*Break Even Point*).
- 5) Menganalisis tingkat *Operating Leverage*.
- 6) Menganalisis batas keamanan (*Margin of Safety*).
- 7) Menghitung target penjualan tahun 2023 dengan metode least square.
- 8) Menganalisis realisasi dan target penjualan tahun 2023.
- 9) Menghitung target penjualan tahun 2024 dengan metode least square.

IV. HASIL DAN DISKUSI

Analisis biaya volume laba atau *cost volume profit* (CVP) merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume, dan laba dari suatu perusahaan. Analisis CVP berfokus terhadap beberapa hal yang meliputi harga produk, volume produksi, biaya variabel per unit, total biaya tetap dan jumlah kuantitas penjualan produk. Kajian ini membahas mengenai penggunaan CPV pada PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk yang merupakan produsen berbagai jenis kertas dan produk turunannya. Sesuai dengan metode penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diperoleh hasil pengolahan dan analisis data terkait CPV, sebagai berikut:

4.1. Total Penjualan, Biaya dan Laba/Rugi Tahun 2019-2022

Informasi terkait dengan total penjualan, biaya dan laba/rugi diperoleh dari laporan keuangan PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk tahun 2019 sampai dengan tahun 2022. Informasi ini digunakan sebagai data dasar untuk melakukan analisis *cost volume profit* (CVP). Adapun data yang diperoleh tersaji dalam Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Total penjualan, Biaya-biaya, Laba/Rugi (USD)

No	Tahun	Penjualan Neto (1)	Biaya-biaya (2)	Laba/rugi Usaha (1-2)
1	2019	1.047.118.000	1.020.904.000	26.214.000
2	2020	866.453.000	826.260.000	40.193.000
3	2021	1.024.459.000	974.931.000	49.528.000
4	2022	1.143.593.000	1.081.400.000	62.193.000

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, data diolah 2024

Pada tahun 2019, perusahaan mencatat penjualan neto sebesar USD 1.047.118.000 dengan biaya sebesar USD 1.020.904.000, menghasilkan laba usaha sebesar USD 26.214.000. Pada tahun 2020, penjualan menurun menjadi USD 866.453.000. Penurunan penjualan terjadi akibat pandemi Covid-19. Namun demikian, perusahaan tetap menghasilkan laba usaha sebesar USD 40.193.000.

Pada tahun-tahun berikutnya, baik penjualan maupun laba usaha mengalami peningkatan, dengan laba usaha tertinggi tercatat pada tahun 2022 sebesar USD 62.193.000. Hal ini menunjukkan perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk memaksimalkan perolehan laba.

4.2. Biaya Operasional Tahun 2019 - 2022

Tabel 4.2. Biaya tetap dan biaya variabel (USD)

No	Keterangan	2019	2020	2021	2022
1	Biaya Tetap	80.949.000	79.410.000	90.919.000	95.719.000
2	Biaya Variabel	939.955.000	746.950.000	884.012.000	985.681.000

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, data diolah 2024

Tabel ini menggambarkan perkembangan biaya tetap dan biaya variabel dari tahun 2019 hingga 2022. Biaya tetap relatif stabil, dengan sedikit peningkatan setiap tahunnya, dari USD 80.949.000 di tahun 2019 menjadi USD 95.719.000 di tahun 2022. Di sisi lain, biaya variabel mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, terutama di tahun 2020 yang menurun menjadi USD 746.950.000, sebelum kembali meningkat hingga mencapai USD 985.681.000 pada tahun 2022.

4.3. Analisis Margin Kontribusi Tahun 2019 - 2022

Tabel 4.3. Tabel perhitungan margin kontribusi (USD)

No	Tahun	Penjualan (1)	Biaya Variabel (2)	Margin Kontribusi (1-2)
1	2019	1.047.118.000	939.955.000	107.163.000
2	2020	866.453.000	746.850.000	119.603.000
3	2021	1.024.459.000	884.012.000	140.447.000
4	2022	1.143.593.000	985.681.000	157.912.000

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, data diolah 2024

Pada tahun 2019, margin kontribusi tercatat sebesar USD 107.163.000, yang meningkat setiap tahunnya hingga mencapai USD 157.912.000 di tahun 2022. Peningkatan ini menunjukkan efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya variabel, yang berdampak positif pada margin kontribusi.

Perhitungan Rasio Margin Kontribusi Tahun 2019 – 2022:

Tabel 4.4. Tabel perhitungan rasio margin kontribusi (USD)

No	Tahun	Margin Kontribusi (1)	Penjualan (2)	Rasio (1/2)
1	2019	107.163.000	1.047.118.000	0,1023
2	2020	119.603.000	866.453.000	0,1380
3	2021	140.447.000	1.024.459.000	0,1371
4	2022	157.912.000	1.143.593.000	0,1381

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, data diolah 2024

Tabel ini menghitung rasio margin kontribusi dengan membagi margin kontribusi terhadap penjualan. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi dalam menghasilkan margin kontribusi dari setiap dolar penjualan. Pada tahun 2019, rasio ini tercatat sebesar 0,1023, dan mengalami peningkatan stabil hingga mencapai 0,1381 pada tahun 2022. Peningkatan rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan yang semakin baik dalam menghasilkan margin kontribusi dari penjualan.

4.4. Analisis *Break Even Point* (Titik Impas) Tahun 2019 - 2022

Titik impas atau *Break Even Point* (BEP) adalah tingkat penjualan atau produksi di mana perusahaan tidak mengalami kerugian atau keuntungan. Pada kondisi ini, total pendapatan dan total biaya perusahaan sama dengan nol. Semakin tinggi *Break Even Point* (BEP), artinya perusahaan membutuhkan penjualan yang lebih tinggi untuk menutupi biaya tetap dan variabelnya.

Tabel 4.5. Tabel Perhitungan *Break Even Point* (USD)

No	Tahun	Biaya Tetap (1)	Rasio Margin Kontribusi (2)	<i>Break Even Point</i> (1/2)
1	2019	80.949.000	0,1023	791.290.323
2	2020	79.410.000	0,1380	575.434.783
3	2021	90.919.000	0,1371	663.158.279
4	2022	95.719.000	0,1381	693.113.686

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, data diolah 2024

Hasil perhitungan *Break Even Point* tahun 2019 - 2022 yaitu titik impas tahun 2019 dalam nilai uang sebesar USD 791.290.323, titik impas tahun 2020 dalam nilai uang sebesar USD 575.434.783, titik impas tahun 2021 dalam nilai uang sebesar USD 663.158.279, dan titik impas tahun 2022 dalam nilai uang sebesar USD 693.113.686. BEP mengalami penurunan signifikan di tahun 2020, penurunan ini menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan penjualan yang lebih rendah untuk mencapai titik impas dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini bisa disebabkan oleh pengurangan biaya tetap, efisiensi dalam pengelolaan biaya variabel, atau peningkatan margin kontribusi. Pada tahun 2021, BEP kembali meningkat, kenaikan ini menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan lebih banyak penjualan untuk mencapai titik impas dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini bisa dipengaruhi oleh peningkatan biaya tetap atau variabel, seperti inflasi harga bahan baku atau peningkatan biaya operasional. Ini juga bisa mencerminkan adanya penurunan efisiensi atau perubahan dalam strategi bisnis.

Tabel 4.6. Tabel Perhitungan Margin Kontribusi per Unit

No	Tahun	Penjualan (1)	Volume Penjualan	Penjualan per Unit	Biaya Variabel	Biaya Variabel	Margin Kontribusi
----	-------	------------------	---------------------	-----------------------	-------------------	-------------------	----------------------

		(2)	(3=1/2)	(4)	per Unit (5=4/2)	per Unit (6=3-5)	
1	2019	1.047.118.000	1.080.000	969,55	939.955.000	870,33	99,23
2	2020	866.453.000	1.091.000	794,18	746.850.000	684,56	109,63
3	2021	1.024.459.000	1.183.000	865,98	884.012.000	747,26	118,72
4	2022	1.143.593.000	1.142.000	1001,39	985.681.000	863,12	138,28

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, data diolah 2024

Tabel 4.7. Tabel Perhitungan Break Even Point (Unit)

No	Tahun	Biaya Tetap (1)	Margin Kontribusi per Unit (2)	Break Even Point (1/2)
1	2019	80.949.000	99,23	815.771
2	2020	79.410.000	109,63	724.345
3	2021	90.919.000	118,72	765.827
4	2022	95.719.000	138,28	692.211

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, data diolah 2024

Hasil perhitungan *Break Even Point* dalam unit pada tahun 2019 - 2022 yaitu titik impas tahun 2019 dalam unit sebesar 815.771 unit, titik impas tahun 2020 dalam unit sebesar 724.345 unit, titik impas tahun 2021 dalam unit sebesar 765.827 unit, dan titik impas tahun 2022 dalam unit sebesar 692.211 unit.

Dari hasil perhitungan BEP dalam nilai uang dan unit dari tahun 2019 hingga 2022, terlihat bahwa pada tahun 2020 terjadi penurunan signifikan baik dalam nilai uang (27%) dari USD 791.290.323 (2019) menjadi USD 575.434.783 (2020) dan dalam unit sebesar 11,2% dari 815.771 unit menjadi 724.345 unit, yang menunjukkan adanya efisiensi operasional atau penurunan biaya. Namun, pada tahun 2021, BEP dalam nilai uang naik 15,2% menjadi USD 663.158.279 dan dalam unit meningkat 5,7% menjadi 765.827 unit, mencerminkan peningkatan biaya tetap atau variabel. Pada 2022, meskipun BEP dalam nilai uang kembali meningkat sebesar 4,5% menjadi USD 693.113.686, BEP dalam unit justru turun 9,6% menjadi 692.211 unit, yang menunjukkan adanya perbaikan strategi harga atau efisiensi produksi, sehingga perusahaan membutuhkan volume penjualan yang lebih rendah untuk mencapai titik impas meskipun total pendapatan yang diperlukan meningkat.

4.5. Analisis *Operating Leverage* Tahun 2019 - 2022

Operating leverage dapat mengukur perubahan pendapatan atau penjualan terhadap keuntungan operasi perusahaan. *Operating leverage* yang tinggi berarti perusahaan memiliki proporsi biaya tetap yang besar dibandingkan dengan biaya variabel. Ini menyebabkan laba operasional menjadi sangat sensitif terhadap perubahan dalam penjualan. Dengan *operating leverage* yang tinggi, kenaikan penjualan kecil dapat menghasilkan peningkatan laba operasional yang signifikan, namun sebaliknya.

Tabel 4.8. Tabel Perhitungan *Operating Leverage*

No	Tahun	Margin Kontribusi (1)	Laba/rugi Usaha (2)	<i>Operating Leverage</i> (1/2)
1	2019	107.163.000	26.214.000	4,088
2	2020	119.603.000	40.193.000	2,967

3	2021	140.447.000	49.528.000	2,836
4	2022	157.912.000	62.193.000	2,539

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, data diolah 2024

Analisis *operating leverage* dari tahun 2019 hingga 2022 menunjukkan tren penurunan, dari 4,088 pada tahun 2019, 2,967 pada tahun 2020, 2,836 pada tahun 2021, hingga 2,539 pada tahun 2022, yang artinya bahwa perusahaan semakin kurang sensitif atas perubahan penjualan terhadap laba operasional. Dengan kata lain perusahaan mengalami peningkatan efisiensi atau penurunan risiko operasional seiring waktu.

4.6. Analisis Margin of Safety (Batas Keamanan) Tahun 2019-2022

Analisis *Margin of Safety* (MoS) digunakan untuk mengukur seberapa jauh penjualan aktual perusahaan bisa turun sebelum mencapai *Break Even Point* (BEP). Semakin tinggi persentase MoS, maka semakin aman perusahaan dari risiko kerugian akibat penurunan penjualan. Berdasarkan perhitungan nilai BEP pada poin sebelumnya, maka diperoleh MoS PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk selama tahun 2019 - 2022 sebagai berikut:

Tabel 4.9. Tabel Perhitungan *Margin of Safety* (MoS)

No	Tahun	Penjualan	Break Even Point	Margin of Safety	Persentase MoS
1	2019	1.047.118.000	791.290.323	255.827.677	24%
2	2020	866.453.000	575.434.783	291.018.217	34%
3	2021	1.024.459.000	663.158.279	361.300.721	35%
4	2022	1.143.593.000	693.113.686	450.479.314	39%

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, data diolah 2024

Berdasarkan hasil perhitungan MoS di atas, terlihat bahwa persentase MoS terus meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan semakin stabil dan memiliki *buffer* yang lebih kuat terhadap potensi penurunan penjualan. Kenaikan persentase tersebut juga menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menjaga biaya tetap dan variabel serta keberhasilan strategi operasional selama periode 2019-2022.

4.7. Menghitung Target Penjualan Tahun 2023

Dalam menghitung target penjualan tahun 2023, penulis menggunakan metode *least square* untuk menentukan persamaan data *trend*. Persamaan garis linear pada metode *least square* adalah sebagai berikut: $Y = a + bX$. Dimana Y merupakan jumlah penjualan, a dan b merupakan koefisien dan X merupakan variabel waktu. Siagian (2018) menyatakan jika jumlah data genap, maka X_i ditentukan dengan cara membagi jumlah data dengan angka 2, selanjutnya nomor pertengahan diberi angka permulaan -1 dan 1, penetapan angka berikutnya untuk data dengan nomor lebih kecil ditambah angka -2, sedangkan penetapan angka berikutnya untuk data dengan nomor lebih besar ditambah angka 2. Berikut merupakan hasil perhitungan *least square* untuk penjualan tahun 2023:

Tabel 4.10. Tabel perhitungan *least square* tahun 2023 (USD)

Tahun	Penjualan (Y)	X_i	X_iY	X_i^2
2019	1.047.118.000	-3	-3.141.354.000	9
2020	866.453.000	-1	-866.453.000	1
2021	1.024.459.000	1	1.024.459.000	1

2022	1.143.593.000	3	3.430.779.000	9
Σ	4.081.623.000		447.431.000	20

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk., data diolah 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, tahapan berikutnya adalah menentukan nilai a dan b dengan formulasi sebagai berikut:

$$a = \Sigma Y/n = 4.081.623.000/4 = \text{USD } 1.020.405.750$$

$$b = \Sigma XiY/\Sigma Xi^2 = 447.431.000/20 = \text{USD } 22.371.550$$

Dengan demikian ditemukan persamaan $Y = 1.020.405.750 + 22.371.550(X)$. Berdasarkan persamaan tersebut dapat dihitung peramalan penjualan untuk tahun 2023, sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y (\text{Target Penjualan Tahun 2023}) &= \text{USD } 1.020.405.750 + 22.371.550(X) \\ &= \text{USD } 1.020.405.750 + 22.371.550(5) \\ &= \text{USD } 1.020.405.750 + 111.857.750 \\ &= \text{USD } 1.132.263.500 \end{aligned}$$

Kemudian, setelah mengetahui rencana target penjualan tahun 2023, langkah selanjutnya adalah menentukan titik impas. Dikarenakan target penjualan pada tahun 2023 mengalami penurunan, sehingga asumsi biaya tetap dan biaya variabel juga mengalami penurunan sebesar 5% dari tahun sebelum 2022. Berikut merupakan perhitungan proyeksi BEP:

$$\text{Asumsi FC 2022} = 95\% \times \text{FC 2022} = 95\% \times 95.719.000 = \text{USD } 90.933.050$$

$$\text{Asumsi VC 2022} = 95\% \times \text{VC 2022} = 95\% \times 985.681.000 = \text{USD } 936.396.950$$

$$\begin{aligned} \text{BEP (rupiah) 2023} &= \text{FC} / (1-(\text{VC}/\text{P})) \\ &= \text{USD } 90.933.050 / (1-(936.396.950/1.132.263.500)) \\ &= \text{USD } 90.933.050 / (1-0,83) \\ &= \text{USD } 90.933.050 / 0,17 \\ &= \text{USD } 525.664.915 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, target penjualan PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. pada tahun 2023 adalah sebesar USD 1.132.263.500. Target penjualan tersebut lebih rendah dari penjualan aktual pada tahun sebelumnya yaitu sebesar USD 1.143.593.000. Penurunan target penjualan tersebut juga berdampak pada penurunan BEP untuk tahun 2023 yang diproyeksikan mencapai USD 525.664.915. Penurunan target penjualan tersebut bisa disebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya ketidakpastian pasar, peningkatan biaya operasional, fluktuasi permintaan, atau kondisi ekonomi global yang berpengaruh pada sektor industri kertas di Indonesia.

4.8. Menganalisis Realisasi Target Penjualan Tahun 2023

Sebagaimana perhitungan pada poin sebelumnya maka diperoleh peramalan penjualan PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk tahun 2023 sebesar USD 1.132.263.500 dengan BEP sebesar USD 525.664.915. Sementara realisasi penjualan yang sebenarnya terjadi di tahun 2023 adalah sebesar USD 1.073.834.000 dengan BEP sebesar USD 594.702.977. Sesuai dengan data-data tersebut maka dapat diperoleh informasi-informasi sebagai berikut:

- 1) Target penjualan dari tahun 2023 diramalkan menurun dari penjualan tahun 2022 dan sesuai dengan realisasi ternyata memang benar terjadi penurunan walaupun nilainya tidak tepat 100%.

- 2) Terdapat perbedaan antara target penjualan yang diramalkan dan realisasi penjualan aktual untuk tahun 2023 sebesar USD 58.429.000 (realisasi lebih rendah 5,4%).
- 3) Terdapat perbedaan antara target BEP yang diramalkan dan realisasi BEP aktual untuk tahun 2023 sebesar USD 69.038.062 (realisasi lebih tinggi 13,3%).

Berdasarkan data di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa metode CPV dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba. Walaupun terdapat sedikit perbedaan dengan realisasi, nilainya tidak terlalu signifikan.

4.9. Menghitung Target Penjualan Tahun 2024

Sama halnya dengan perhitungan target penjualan untuk tahun 2023, penulis menggunakan *metode least square* untuk menghitung target penjualan tahun 2024. Siagian (2018) menyatakan jika jumlah data ganjil, maka Xi ditentukan dengan cara membagi jumlah data dengan angka 2, selanjutnya nomor pertengahan diberi angka permulaan 0, penetapan angka berikutnya untuk data dengan nomor lebih kecil ditambah angka -1, sedangkan penetapan angka berikutnya untuk data dengan nomor lebih besar ditambah angka 1.

Tabel 4.11. Tabel perhitungan least square tahun 2024 (USD)

Tahun	Penjualan (Y)	X_i	$X_i Y$	X_i^2
2019	1.047.118.000	-2	-2.094.036.000	4
2020	866.453.000	-1	-866.453.000	1
2021	1.024.459.000	0	0	0
2022	1.143.593.000	1	1.143.593.000	1
2023	1.073.834.000	2	2.147.668.000	4
Σ	5.155.457.000		330.572.000	10

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk., data diolah 2024

Sesuai dengan hasil perhitungan pada tabel 11, tahapan berikutnya adalah menentukan nilai a dan b dengan formulasi sebagai berikut (Siagian, 2018):

$$a = \Sigma Y/n = 5.155.457.000/5 = \text{USD } 1.031.091.400$$

$$b = \Sigma X_i Y / \Sigma X_i^2 = 330.572.000/10 = \text{USD } 33.057.200$$

Dengan demikian ditemukan persamaan $Y = 1.031.091.400 + 33.057.200 (X)$. Berdasarkan persamaan tersebut dapat dihitung peramalan penjualan untuk tahun 2024, sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y \text{ (Target Penjualan Tahun 2024)} &= \text{USD } 1.031.091.400 + 33.057.200 (X) \\ &= \text{USD } 1.031.091.400 + 33.057.200 (3) \\ &= \text{USD } 1.031.091.400 + 99.171.600 \\ &= \text{USD } 1.130.263.000 \end{aligned}$$

Setelah mengetahui rencana target penjualan tahun 2024, langkah selanjutnya adalah menentukan titik impas dengan asumsi bahwa biaya tetap dan biaya variabel meningkat 5% dari tahun 2023 sejalan dengan naiknya target penjualan tahun 2024.

$$\text{Asumsi FC 2024} = 105\% \times \text{FC 2023} = 105\% \times 78.596.000 = \text{USD } 82.525.800$$

$$\text{Asumsi VC 2024} = 105\% \times \text{VC 2023} = 105\% \times 931.916.000 = \text{USD } 978.511.800$$

$$\begin{aligned} \text{BEP (rupiah) 2024} &= \text{FC} / (1 - (\text{VC}/\text{P})) \\ &= \text{USD } 82.525.800 / (1 - (978.511.800/1.130.263.000)) \\ &= \text{USD } 82.525.800 / (1 - 0,87) \end{aligned}$$

$$= \text{USD } 82.525.800 / 0,13$$
$$= \text{USD } 614.663.069$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. memiliki target penjualan pada tahun 2024 sebesar USD 1.130.263.000. Jumlah tersebut meningkat sebanyak USD 56.429.000 atau 5% dari realisasi penjualan tahun 2023. Untuk mencapai target penjualan tahun 2024 perusahaan harus memperhitungkan secara rinci rencana jumlah penjualan dari setiap lini produk. Dengan demikian, target penjualan dapat dijadikan dasar untuk menyusun strategi oleh perusahaan. Perencanaan strategi menjadi langkah awal untuk memanfaatkan berbagai peluang yang dapat diraih dan menjadi landasan untuk mengawasi perubahan-perubahan yang terjadi, sehingga dapat dilakukan penyesuaian agar target dapat tercapai (Wulandari, Gafaruddin & Yusria, 2023).

Kemudian, dengan menghitung peramalan BEP Tahun 2024, perusahaan dapat menentukan penjualan minimal yang harus direalisasikan agar tidak mengalami kerugian. Sesuai dengan hasil perhitungan, PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. harus melakukan penjualan produk yang setara dengan nilai USD 614.663.069 agar perusahaan tetap berada pada posisi yang aman, walaupun tidak menghasilkan keuntungan. Dengan demikian perhitungan BEP juga bermanfaat untuk menentukan strategi pemasaran dan volume penjualan (Fauzi dkk., 2024).

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan data analisis yang dilakukan pada PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk., maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Volume penjualan perusahaan dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 terus berada di atas titik impas. Hal ini menunjukkan perusahaan selalu memperoleh keuntungan setiap tahunnya, walaupun saat terjadi pandemi Covid-19.
- 2) *Margin Contribution* PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. tahun 2019-2023 menunjukkan bahwa realisasi penjualan produk mampu menutupi biaya tetap setelah dikurangi biaya variabel sehingga perusahaan terus memperoleh laba setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan perusahaan memiliki kinerja yang baik.
- 3) *Tren operating leverage* PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk, tahun 2019-2022 mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan jika perusahaan semakin kurang sensitif atas perubahan penjualan terhadap laba operasional, dengan kata lain terjadi peningkatan efisiensi atau penurunan risiko operasional seiring waktu.
- 4) *Persentase Margin of Safety* terus meningkat selama periode 2019-2022.. Hal ini menunjukkan perusahaan semakin stabil dan memiliki *buffer* yang lebih kuat terhadap potensi penurunan penjualan, serta memiliki efisiensi dalam menjaga biaya tetap dan variabel dan keberhasilan strategi operasional.
- 5) Perbandingan antara hasil perhitungan *forecasting* target penjualan dan realisasi penjualan aktual tahun 2023 menunjukkan bahwa analisis CPV dapat digunakan untuk perencanaan laba.
- 6) Target penjualan perusahaan berikutnya untuk tahun 2024 adalah USD 1.130.263.000 dengan penjualan minimal senilai USD 614.663.069 agar tetap berada pada posisi yang aman, walaupun tidak menghasilkan keuntungan.

Peneliti berharap hasil penelitian dapat bermanfaat sebagai sumber referensi atau

rujukan untuk penelitian selanjutnya. Analisis CPV dalam penelitian ini masih terbatas pada satu objek penelitian dengan interval waktu selama 5 tahun. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengadopsi keterbatasan tersebut untuk meningkatkan validitas hasil penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Tiolina Evi Nausta Pardede, S.E., Ak., M.M., CA. selaku dosen pada mata kuliah seminar akuntansi manajemen yang telah memberikan bimbingan dan dukungan sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsaei, Eko Widodo Lo, Erlina Herowati, Lina Kusumasari dan Nurofik. (2013). Akuntansi Biaya. Jakarta Selatan: Salemba Empat
- Chalil, D. C. (2018). Titik Impas dan Perencanaan Laba dalam Bisnis. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 438-448.
- Fauzi, A., Rukmayani, E., Estevani, G., Gumelarasati, N., & Fahrezi, M. K. (2024). Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2(1), 83-102.
- Fitriawati, D., Bakhtiar, Y., & Fitriani, D. R. (2023). IMPLEMENTASI COST VOLUME PROFIT (CVP) SEBAGAI DASAR PERENCANAAN LABA. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Bisnis*, 12(2), 55-61.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2014). Akuntansi Manajerial. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim A., Supomo B., Kusufi M.S. 2014. Akuntansi Manajemen (Akuntansi Manajerial), Edisi 2 cetakan keempat. BPFE, Yogyakarta.
- Hanafi, M., Nurmala, & Putra, A. E. (2022). Analisis Perhitungan Cost Volume dan Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba PT Sariguna Primatirta Tbk. *Jurnal Media Akuntansi*, 5(1), 34-48.
- Hansen M.M, Hansen D.R., Heitger D.L. 2017. Dasar-dasar Akuntansi Manajerial, Edisi 5. Salemba Empat, Jakarta.
- Horngren, C. T., S. M. Datar, dan M. Rajah. (2013). Cost Accounting: A Managerial Emphasis. 14 th edition. Pearson-Prentice Hall.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Irmanto, A., & Ridwan, M. (2021). Analisis tentang Pentingnya Rencana Strategis Organisasi. *International Journal of Indragiri*, 1(1).
- Machfoedz, M., & Mahmudi. 2011. Akuntansi Manajemen (Edisi 1). Jakarta: Universitas Terbuka.

- Manullang, K., Steafani, R., Siahaan, R., Fani, A., & Siallagan, H. (2024). Analisis Perencanaan Laba yang diharapkan Menggunakan Analisis Cost Volume Profit (CVP) pada PT Unilever Indonesia Tbk (2020-2022). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 29703–29710
- Robbins, Stephen P. and Coulter, Mary (2010). *Management*, Edisi ke-10, Jakarta:Erlangga.
- Rosyalia, S., & Korawijayanti, L. (2019). Pemanfaatan Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Dalam Perencanaan Laba Pada Pt Inko Java Semarang. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 2(1), 20-32.
- Sanjaya, S., & Rizky, M. F. (2018). Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Taspen (Persero) Medan. *KITABAH: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah*.
- Sallo, A., Elim, I., & Mawikere, L. (2024). Contribution Margin Analysis as a Tool for Profit Planning in the PT Labiva Jaya Utama Travel Services Business in Parepare. *Indonesian Journal of Advanced Research*, 3(4), 425-448.
- Setiawan, T. 2020. *Mahir Akuntansi: Belajar Cepat Akuntansi Blaya dan Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
- Siagian, Y. (2018, September). Implementasi Metode Least Square untuk Peramalan Pertumbuhan Penduduk pada Kabupaten Asahan. *In Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 1 (1), 375-380.
- Sinaga, E. (2023). Penerapan Metode Least Squares Method Dalam Estimasi Penjualan Produk Elektronik. *Journal of Computing and Informatics Research*, 2(2), 44-48.
- Sodikin, S. S. (2015). *Akuntansi Manajemen Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wulandari, A., Gafaruddin, A., & Yusria, W. O. (2023). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Industri Rumah Tangga. *Newcomb: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 1(1), 65-81.