

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perencanaan Laba

2.1.1 Pengertian Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan perusahaan yang digunakan sebagai dasar dalam menetapkan target penjualan, mengendalikan biaya, serta mendukung pengambilan keputusan manajemen. Perencanaan laba disusun secara sistematis dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang memengaruhi kegiatan operasional perusahaan, sehingga mampu memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan perusahaan di masa yang akan datang.

Perencanaan merupakan proses pemilihan dan penghubungan fakta-fakta serta penggunaan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan masa depan untuk merumuskan kegiatan yang diperlukan guna mencapai hasil tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut, perencanaan laba dapat dipahami sebagai upaya manajemen dalam merancang langkah-langkah strategis yang berkaitan dengan pendapatan dan biaya untuk mencapai laba yang diinginkan (Ayyubi, 2020).

Perencanaan laba merupakan proses yang dilakukan oleh organisasi dalam rangka mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu memperoleh laba. Perencanaan laba mencakup serangkaian langkah

yang disusun secara sistematis untuk menentukan dan mencapai tingkat laba yang telah ditargetkan oleh perusahaan (Sawitri, 2019).

Perencanaan laba adalah proses penetapan tujuan keuangan perusahaan yang disertai dengan perencanaan langkah-langkah operasional untuk mencapainya, terutama melalui pengelolaan pendapatan serta pengendalian biaya (Wantira et al., 2025).

Dengan demikian, perencanaan laba tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan, tetapi juga sebagai dasar dalam pengambilan keputusan manajemen yang berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan. Dalam penelitian ini, konsep perencanaan laba digunakan sebagai dasar dalam menentukan target laba yang akan dianalisis menggunakan pendekatan *Cost Volume Profit* (CVP).

2.1.2 Tujuan dan Manfaat Perencanaan Laba

Perencanaan laba disusun dengan tujuan untuk membantu perusahaan dalam mencapai laba yang optimal melalui pengelolaan harga jual, volume penjualan, serta pengendalian biaya secara efisien. Selain itu, perencanaan laba juga digunakan sebagai dasar dalam menetapkan target kinerja perusahaan dan sebagai alat evaluasi terhadap hasil kegiatan operasional.

Adapun manfaat perencanaan laba antara lain mendorong manajemen untuk berpikir secara sistematis, meningkatkan koordinasi antarbagian dalam perusahaan, serta menjadi tolak ukur dalam menilai kinerja manajemen dan karyawan. Dengan adanya perencanaan laba

yang baik, perusahaan dapat melakukan pengendalian serta perbaikan kinerja secara berkelanjutan.

2.1.3 Peran Perencanaan Laba dalam Pengambilan Keputusan Manajemen

Perencanaan laba memiliki peran penting dalam mendukung pengambilan keputusan manajemen karena memberikan gambaran mengenai dampak dari berbagai alternatif keputusan terhadap laba perusahaan. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam penetapan kebijakan yang berkaitan dengan penentuan harga jual, volume penjualan, serta pengendalian biaya.

Perencanaan laba berfungsi sebagai pedoman bagi manajemen dalam pengambilan keputusan operasional serta sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja perusahaan. Dengan adanya perencanaan laba yang disusun secara sistematis, keputusan yang diambil menjadi lebih terukur dan rasional.

2.2 Konsep Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Biaya merupakan komponen utama dalam menunjang pelaksanaan kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan. Biaya dikeluarkan sebagai bentuk pengorbanan yang harus diperhitungkan secara tepat. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Definisi ini mengandung empat unsur

utama, yaitu adanya pengorbanan sumber ekonomi, diukur dalam satuan uang, telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi, serta memiliki tujuan tertentu (Tjetje dkk, 2022).

Klasifikasi biaya merupakan suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas. Biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different costs for different purposes*”.

Berdasarkan perilakunya terhadap perubahan volume kegiatan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya relatif tetap meskipun terjadi perubahan volume kegiatan dalam batas tertentu, seperti biaya sewa dan gaji tetap. Sementara itu, biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah seiring dengan perubahan volume produksi atau penjualan, seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Pemahaman mengenai klasifikasi biaya sangat penting dalam analisis *Cost Volume Profit* (CVP) karena menentukan perhitungan margin kontribusi dan titik impas. Dalam penelitian ini, biaya pada CV Sukses Jaya Mandiri dikelompokkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel sebagai dasar analisis perencanaan laba.

2.2.2 Biaya Tetap

Biaya tetap adalah jenis biaya operasional yang tidak berubah jumlahnya, meskipun volume produksi atau penjualan berubah. Dengan kata lain, biaya ini harus tetap dibayar perusahaan dalam kondisi apa pun, baik saat produksi tinggi, rendah, bahkan saat tidak ada produksi sekalipun. Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tidak berubah meskipun terjadi perubahan volume aktivitas, namun biaya tersebut akan berbeda jika dihitung per unit. Contoh biaya tetap antara lain gaji karyawan, biaya sewa kantor, pajak bumi dan bangunan, penyusutan, serta asuransi (Kadriyani dkk, 2022).

2.2.3 Biaya Variabel

Biaya variabel adalah unsur biaya produksi yang jumlah totalnya berubah seiring dengan perubahan tingkat output. Besarnya biaya ini bergantung pada jumlah unit yang diproduksi, sehingga ketika volume produksi menurun, total biaya variabel ikut menurun, dan sebaliknya akan meningkat apabila volume produksi bertambah. Dalam struktur biaya perusahaan, biaya variabel menjadi komponen yang secara langsung memengaruhi total biaya produksi karena nilainya ditentukan oleh banyaknya unit yang dihasilkan.

Biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang totalnya berubah secara proporsional mengikuti perubahan tingkat aktivitas atau volume kegiatan. Dengan demikian, apabila volume produksi meningkat maka total biaya variabel juga meningkat, dan sebaliknya. Contoh biaya

variabel antara lain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (Kadriyani dkk, 2022).

2.3 Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah produk atau jasa yang berhasil dijual oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Volume penjualan menggambarkan jumlah atau tingkat barang dan jasa yang berhasil dijual oleh perusahaan. Tinggi rendahnya volume penjualan memiliki pengaruh langsung terhadap laba yang diperoleh, karena peningkatan volume penjualan dapat mendorong kenaikan laba, sedangkan volume penjualan yang tidak mencapai target akan berdampak pada menurunnya laba perusahaan (Li & Pustaka, 2012).

Penjualan merupakan hasil total penjualan dan salah satu tugas pokok bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan kebutuhan konsumen baik produk berupa barang atau jasa, sehingga perusahaan perlu memperlancar produk yang ditawarkan kepada konsumen. Salah satu faktor yang sering digunakan perusahaan adalah dengan melakukan kegiatan promosi penjualan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi tentang produk dengan harapan dapat meningkatkan penjualan (Rizky, 2022).

Volume penjualan memiliki hubungan yang erat dengan biaya dan laba. Perubahan volume penjualan akan memengaruhi besarnya biaya variabel dan pada akhirnya berdampak pada laba perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu merencanakan volume penjualan secara cermat agar target laba yang ditetapkan dapat tercapai.

Dalam penelitian ini, volume penjualan dianalisis sebagai salah satu komponen utama dalam pendekatan *Cost Volume Profit* (CVP) untuk mengetahui jumlah penjualan minimum yang harus dicapai oleh CV Sukses Jaya Mandiri agar tidak mengalami kerugian dan dapat mencapai laba yang diharapkan.

2.4 *Cost Volume Profit* (CVP)

Cost Volume Profit (CVP) merupakan suatu alat analisis dalam akuntansi manajemen yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Analisis ini bertujuan untuk membantu manajemen memahami bagaimana perubahan biaya dan volume penjualan memengaruhi laba perusahaan.

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) merupakan suatu metode yang digunakan untuk memperkirakan pengaruh perubahan biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel, volume penjualan, serta harga jual terhadap laba perusahaan. Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) termasuk dalam teknik akuntansi manajerial yang berfungsi untuk mengidentifikasi hubungan antara biaya, volume produksi atau penjualan, dan tingkat profitabilitas perusahaan. Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) memungkinkan manajer untuk mengevaluasi bagaimana perubahan dalam biaya tetap, biaya variabel, harga jual, dan volume penjualan mempengaruhi keuntungan perusahaan. Dalam konteks ini, *Cost Volume Profit* (CVP) tidak hanya membantu dalam pengambilan keputusan jangka pendek tetapi juga dalam perencanaan strategis jangka panjang (Fauzi et al., 2024).

Tujuan utama analisis *Cost Volume Profit* (CVP) adalah untuk menentukan titik impas (*Break Even Point*), menghitung margin kontribusi, serta menganalisis tingkat penjualan yang diperlukan untuk mencapai laba yang diinginkan. Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) didasarkan pada beberapa asumsi, antara lain harga jual per unit konstan, biaya dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, serta volume produksi sama dengan volume penjualan.

Menurut Sodikin (2015) menyatakan bahwa asumsi-asumsi model *Cost Volume Profit* (CVP) sebagai berikut (Aulia, 2020):

- a. Seluruh jenis biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya *variable*. Apabila ada biaya campuran biaya tersebut harus dipisah menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
- b. Fungsi beban total berbentuk garis lurus. Asumsi ini hanya benar apabila perusahaan memproduksi dalam kisaran relevan (*Relevant Range*)
- c. Fungsi pendapatan total juga berbentuk garis lurus. Garis ini menganggap bahwa harga jual per unit adalah konstan untuk seluruh volume penjualan yang mungkin.
- d. Analisis terbatas pada satu jenis produk. Apabila perusahaan menjual lebih dari satu jenis produk, dianggap bahwa kombinasi penjualannya adalah konstan.
- e. Jumlah persediaan awal sama dengan jumlah persediaan akhir.

Dalam penelitian ini, analisis *Cost Volume Profit* (CVP) digunakan untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba sebagai dasar dalam perencanaan laba pada CV Sukses Jaya Mandiri.

2.5 Analisis *Cost Volume Profit* (CVP)

2.5.1 Margin Kontribusi

Hal pertama yang harus dilakukan dalam melihat hubungan antara biaya volume laba suatu perusahaan dengan memahami dan melihat besarnya margin kontribusi yang diperoleh perusahaan tersebut. Besaran margin kontribusi yang diperoleh akan menentukan kecepatan perusahaan dalam menutupi biaya tetapnya dan kemampuannya dalam menghasilkan laba.

Menurut Sodikin (2015:102) margin kontribusi merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan seluruh biaya variabel yang dikeluarkan perusahaan. Pendapatan penjualan mencerminkan penerimaan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa, sedangkan biaya variabel meliputi biaya yang berubah seiring dengan aktivitas usaha, seperti biaya produksi, administrasi, dan penjualan. Margin kontribusi menunjukkan kemampuan hasil penjualan dalam menutup biaya variabel serta seluruh atau sebagian biaya tetap. Apabila jumlah margin kontribusi melebihi biaya tetap, maka selisih tersebut akan menjadi laba bagi perusahaan (Darmawati et al., 2024).

Menurut Carter (2009) margin kontribusi atau laba marginal merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel.

Margin kontribusi per unit diperoleh dengan mengurangi biaya variabel, baik biaya produksi maupun non-produksi, dari harga jual per unit. Perhitungan margin kontribusi dapat dilakukan berdasarkan satuan unit, dan total laba perusahaan akan diperoleh setelah margin kontribusi dikurangi dengan biaya tetap yang dikeluarkan (Azis, 2020).

Untuk menghitung margin kontribusi dan rasio margin kontribusi menggunakan rumus sebagai berikut :

a. Margin Kontribusi (Rupiah)

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

Sumber : (Iswara & Setyabudi, 2019)

b. Margin Kontribusi (Unit)

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

Sumber : (Iswara & Setyabudi, 2019)

c. Rasio Margin Kontribusi

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

Sumber : (Iswara & Setyabudi, 2019)

Margin kontribusi memiliki peran yang sangat penting dalam perencanaan laba karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba. Margin kontribusi diperoleh dari selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel. Nilai margin kontribusi yang memadai menunjukkan bahwa setiap unit produk yang

dijual memberikan kontribusi positif terhadap penutupan biaya tetap perusahaan.

Dalam perencanaan laba, margin kontribusi digunakan sebagai dasar untuk menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan dapat memperoleh laba sesuai dengan target yang ditetapkan. Melalui analisis margin kontribusi, manajemen dapat mengetahui berapa besar penjualan minimum yang diperlukan untuk menutup seluruh biaya tetap serta memperkirakan dampak perubahan volume penjualan terhadap laba perusahaan.

Selain itu, margin kontribusi berperan sebagai alat bantu manajemen dalam pengambilan keputusan, seperti penetapan harga jual, pemilihan produk yang paling menguntungkan, dan evaluasi efisiensi biaya variabel. Dengan memahami margin kontribusi, perusahaan dapat menyusun perencanaan laba secara lebih realistis dan terukur. Dalam penelitian ini, margin kontribusi digunakan untuk mengetahui kemampuan penjualan dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba.

2.5.2 *Break Even Point*

Salah satu bentuk analisis hubungan biaya, volume dan laba adalah analisis titik impas. Menurut Halim (2013) *Break Even Point* merupakan kondisi di mana perusahaan berada pada posisi tidak memperoleh laba maupun mengalami kerugian karena jumlah pendapatan yang diterima sama dengan total biaya yang dikeluarkan.

Melalui analisis *Break Even Point*, perusahaan dapat menentukan tingkat penjualan minimum, baik dalam satuan unit maupun nilai rupiah, yang harus dicapai agar terhindar dari kerugian (Aulia, 2020).

Menurut Rudianto (2013) *Break Even Point* merupakan tingkat penjualan yang harus dicapai perusahaan agar tidak mengalami kerugian tanpa memperoleh laba. Analisis *Break Even Point* memberikan informasi kepada manajemen mengenai batas minimum volume penjualan yang perlu dicapai untuk menghindari kerugian, serta membantu dalam menentukan jumlah penjualan yang harus direncanakan guna mencapai tingkat laba yang diinginkan (Aulia, 2020).

Analisis *Break Even Point* dapat digunakan sebagai pedoman bagi perusahaan dalam membuat perencanaan laba yang mampu memberikan informasi seperti:

- a. Sebagai dasar dalam menetapkan harga jual yang wajar.
- b. Sebagai dasar untuk menetapkan jumlah penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- c. Dasar penentuan penjualan untuk memperoleh laba yang diharapkan.
- d. Sebagai dasar bagi manajemen perusahaan dalam merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai perolehan laba tertentu.
- e. Memungkinkan perusahaan mengetahui apakah mereka beroperasi dekat atau jauh dari titik impas.

Dengan memperhatikan makna titik impas dan margin kontribusi, kita dapat menganalisis lebih lanjut bahwa setiap penjualan satu unit di atas titik impas akan memberikan laba sebesar margin kontribusi per unit tersebut. Analisis ini memudahkan manajer untuk merencanakan jumlah unit yang harus dijual di atas 35 titik impas untuk mencapai sejumlah laba tertentu. Dalam penelitian ini, perhitungan *Break Even Point* digunakan untuk menentukan tingkat penjualan minimum pada CV Sukses Jaya Mandiri agar tidak mengalami kerugian. Untuk menghitung titik impas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

a. *Break Even Point (Unit)*

$$\text{Break Even Point (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

Sumber : (Iswara & Setyabudi, 2019)

b. *Break Even Point (Rupiah)*

$$\text{Break Even Point (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$$

Sumber : (Iswara & Setyabudi, 2019)

2.5.3 *Margin of Safety*

Analisis Impas memberikan informasi mengenai berapa jumlah volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita kerugian. Jika angka impas dihubungkan dengan angka pendapatan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu, akan diperoleh informasi berapa volume penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi. *Margin of*

Safety merupakan selisih antara tingkat penjualan aktual yang dicapai perusahaan dengan tingkat penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan berada pada titik impas (Safitri & Rahman, 2024).

Margin of Safety merupakan selisih antara penjualan aktual dengan penjualan pada titik impas. Margin ini menunjukkan seberapa besar penurunan penjualan yang masih dapat ditoleransi sebelum perusahaan mengalami kerugian. Semakin besar *margin of safety*, maka semakin kecil risiko kerugian yang dihadapi perusahaan. Sebaliknya, *margin of safety* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang lebih berisiko (Safitri & Rahman, 2024).

Dengan demikian, *margin of safety* digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat keamanan penjualan perusahaan. Dalam penelitian ini, *margin of safety* digunakan untuk mengetahui tingkat keamanan penjualan terhadap risiko kerugian pada CV Sukses Jaya Mandiri. Untuk menentukan *Margin of Safety* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

a. *Margin of Safety* (Rupiah)

$$\text{Margin of safety (Rp)} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan titik impas}$$

Sumber : (Iswara & Setyabudi, 2019)

b. Rasio *Margin of Safety*

$$\text{Margin of safety ratio (\%)} = \frac{\text{Margin of safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

Sumber : (Iswara & Setyabudi, 2019)

c. *Margin of Safety* (Unit)

$$\text{Margin of safety (Unit)} = \text{Total Penjualan} - \text{titik impas}$$

Sumber : (Heni dkk, 2020)

2.5.4 Perencanaan Laba

Rumus perencanaan laba :

Target Laba = Laba tahun sebelumnya + (Laba yang diharapkan x laba tahun sebelumnya)

Penjualan yang harus dicapai =
$$\frac{(\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba})}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Sumber : (Fitriawati dkk, 2023)

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai perencanaan laba dengan pendekatan *Cost Volume Profit* (CVP) telah banyak dilakukan sebelumnya dengan objek dan hasil yang beragam. Penelitian-penelitian tersebut digunakan sebagai dasar pembandingan serta penguatan konsep dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriawati dkk. (2023) melakukan penelitian mengenai implementasi *Cost Volume Profit* (CVP) sebagai dasar perencanaan laba. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan menunjukkan bahwa analisis *Cost Volume Profit* (CVP) efektif digunakan untuk menentukan target penjualan, titik impas, dan perencanaan laba yang lebih akurat.

Selanjutnya, Penelitian yang dilakukan oleh Waradi dan Soemaryono (2025) melakukan penelitian mengenai penerapan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) sebagai alat perencanaan laba pada CV. Martini Putra Jaya menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa analisis *Cost Volume Profit* (CVP) dapat membantu perusahaan dalam menentukan margin kontribusi, titik impas (*Break Even Point*), *margin of safety*, serta target penjualan yang diperlukan untuk mencapai laba yang diinginkan. Selain itu, analisis *Cost Volume Profit* (CVP) juga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan manajemen terkait strategi penjualan, pengendalian biaya, dan perencanaan laba perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ilham Ramadhan dkk. (2022) melakukan penelitian mengenai analisis perencanaan laba menggunakan metode *Cost–Volume–Profit* (CVP) pada CV Alta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan menunjukkan bahwa analisis *Cost Volume Profit* (CVP) dapat digunakan untuk menghitung margin kontribusi, *Break Even Point*, dan *Margin of Safety* sehingga membantu perusahaan dalam mengevaluasi dan merencanakan laba secara lebih efektif.

Penelitian yang dilakukan oleh Sirait dkk. (2025) melakukan penelitian mengenai penerapan perencanaan laba jangka pendek dengan metode *Cost Volume Profit* (CVP) pada UD Mom Miyuki Manado. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data kuantitatif dan kualitatif, serta menunjukkan bahwa analisis CVP mampu menentukan *Break Even Point*, *Margin of Safety*, dan *Contribution Margin* sehingga perusahaan berada dalam kondisi memperoleh laba dan layak untuk dilanjutkan.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Johan dan Musviyanti (2025) mengenai perencanaan laba dengan metode *Cost Volume Profit* (CVP)

pada C.V. Sumber Rejeki Taman Sari di Samarinda menggunakan metode deskriptif kuantitatif, diperoleh hasil bahwa analisis *Cost Volume Profit* (CVP) dapat membantu perusahaan dalam mengetahui titik impas (*Break Even Point*), margin kontribusi, target penjualan, serta perencanaan laba untuk periode selanjutnya. Selain itu, analisis *Cost Volume Profit* (CVP) juga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan perusahaan terkait perencanaan laba.

Penelitian yang dilakukan oleh Yanto (2020) mengenai penerapan *Cost Volume Profit* (CVP) sebagai dasar perencanaan laba pada CV Usaha Bersama Tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan menunjukkan bahwa penerapan *Cost Volume Profit* (CVP) melalui analisis margin kontribusi, *break even point*, *margin of safety*, dan target laba dapat digunakan sebagai dasar dalam perencanaan laba perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis *Cost Volume Profit* (CVP) mampu membantu perusahaan dalam menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba yang diharapkan serta mendukung pengambilan keputusan manajerial yang efektif.

Penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2024) mengenai analisis aplikasi akuntansi UKM pada UD Putra Amalia Batik Talang Tegal menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi akuntansi dapat membantu menghasilkan informasi keuangan yang lebih akurat untuk mendukung pengambilan keputusan usaha. Meskipun tidak secara langsung membahas

Cost Volume Profit (CVP), penelitian ini menunjukkan pentingnya informasi akuntansi sebagai dasar dalam analisis perencanaan usaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) untuk menentukan titik impas dan perencanaan laba. Namun, penelitian yang secara spesifik diterapkan pada perusahaan manufaktur seperti CV Sukses Jaya Mandiri masih terbatas, sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Kesimpulan
1	(Fitriawati dkk, 2023)	Implementasi <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) sebagai Dasar Perencanaan Laba	Deskriptif kualitatif	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) dapat membantu perusahaan dalam menentukan margin kontribusi, <i>Break Even Point</i> , <i>margin of safety</i> , serta target penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan dan mendukung pengambilan keputusan manajemen.
2	Octavialinsi Dian Waradi & Soemaryono	Penerapan Analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) sebagai alat	Deskriptif Kuantitatif	Penelitian menyimpulkan bahwa <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) mampu menjelaskan hubungan

	Soemaryono, (2025)	perencanaan laba pada CV. Martini Putra Jaya		antara biaya, volume penjualan, dan laba serta membantu manajemen dalam pengambilan keputusan dan perencanaan laba.
3	Ilham Ramadhan, Noor Norisanti, Faizal Mulia Z (2022)	Analisis Perencanaan Laba Menggunakan Metode <i>Cost Volume Profit</i> pada CV Alta	Deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) dapat digunakan untuk menghitung BEP, margin kontribusi, dan <i>Margin of Safety</i> sehingga membantu perusahaan dalam mengevaluasi dan merencanakan laba.
4	Argaputri A. Sirait, Herman Karamoy, Victorina Z. Tirayoh (2025)	Penerapan Perencanaan Laba Jangka Pendek dengan Metode <i>Cost Volume Profit</i> Pada UD Mom Miyuki Manado	Deskriptif kuantitatif	Penelitian menyimpulkan bahwa <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) dapat digunakan untuk merencanakan laba jangka pendek melalui perhitungan BEP dan margin kontribusi sehingga menghasilkan

				perencanaan laba yang lebih terukur.
5	Johan, Musviyanti (2025)	Perencanaan laba dengan metode <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) tanaman hias calathea pada CV. Sumber Rejeki Taman Sari di Samarinda	Deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) dapat membantu perusahaan mengetahui titik impas (<i>Break Even Point</i>), target penjualan, margin kontribusi, dan perencanaan laba untuk periode selanjutnya sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan perusahaan.
6	Khalifah Nurjannah, (2022)	Analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada UMKM Ratu Tlatah Agung Kediri	Deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) melalui perhitungan margin kontribusi, <i>Break Even Point</i> (BEP), <i>Margin of Safety</i> (MOS), dan target laba dapat digunakan sebagai dasar dalam perencanaan laba

				perusahaan. Analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP) membantu perusahaan menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba yang diharapkan serta mendukung pengambilan keputusan manajerial secara lebih efektif.
7	(Kartika, 2024)	Analisis Aplikasi Akuntansi UKM pada UD Putra Amalia Batik Talang TEGAL	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan aplikasi akuntansi membantu penyediaan informasi keuangan yang lebih akurat sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan usaha.

Sumber: Berbagai jurnal penelitian, 2026