

**ANALISIS BREAK EVENT POINT UNTUK
PERENCANAAN LABA PAKAIAN JADI BATIK TAHUN 2015
PADA PO. BATIK ALMAR**

TUGAS AKHIR

Disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Sekolah Tinggi
Manajemen Industri, Program Studi D-IV, jurusan Manajemen Bisnis
Industri

Oleh :

NAMA : DANAR SARASWATI

NIM : 1708107



**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA
JAKARTA
2015**

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

**“ANALISIS BREAK EVENT POINT UNTUK PERENCANAAN LABA
PAKAIAN JADI BATIK TAHUN 2015 PADA PO. BATIK ALMAR”.**

DISUSUN OLEH :

Nama : Danar Saraswati
Nim : 1708107
Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Bisnis Industri Sekolah Tinggi Manajemen Industri pada hari Kamis tanggal 05
November 2015.

Jakarta, 12 November 2015

Penguji 1,

Penguji 2,

(Drs. Pasti Immanuel Bangun,MM)

(Dr.S.Sukma Adnan SE,Mpd)

Penguji 3,

(Dra. Sri Daryuni,MM)

Lembar nilai bimbingan

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Program D-IV Manajemen Bisnis Industri, Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Industri.

NAMA : DANAR SARASWATI

NIM : 1708107

PROGRAM STUDI : D-IV MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :

ANALISIS BREAK EVENT POINT UNTUK PERENCANAAN LABA PAKAIAN JADI BATIK TAHUN 2015 PADA PO.BATIK ALMAR

- Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan literature hasil kuliah, survey lapangan, Dosen Pembimbing dan melalui tanya jawab maupun asistensi serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas atau perguruan tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan referensi pendukung untuk melengkapi informasi dan sumber informasi dengan dicantumkan melalui referensi yang semestinya.

Jakarta, Juli 2015

Yang Membuat Pernyataan

Danar Saraswati

ABSTAKSI

Perencanaan penjualan merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Oleh karena itu, manajemen memerlukan suatu alat bantu di dalam menyusun atau menganalisis perencanaan penjualan di tahun yang akan datang. Salah satu alat bantu yang dapat digunakan adalah analisis break event point. Atas dasar inilah penulis mengadakan penelitian dan menyajikan dalam suatu Tugas Akhir dengan Judul “Analisis Break Event Point untuk Perencanaan Laba Pakaian Jadi Batik Tahun 2015 pada PO.Batik Almar”.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi khusus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah penelitian lapangan, sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah PO. Batik Almar.

Dari perhitungan di atas dapat diketahui Break Event Point dalam unit dicapai terhadap penjualan pada tahun 2014 sebesar 36.458 unit, dalam kondisi ini perusahaan PO.Batik Almar tidak mengalami keuntungan maupun kerugian dalam arti perusahaan tidak mengalami kerugian tetapi juga belum mendapatkan laba.

Untuk periode tahun 2015, perusahaan Batik Almar menargetkan adanya kenaikan laba operasional sebesar 10% dengan memperkirakan jumlah biaya variabel batik almar akan meningkat 15% sedangkan harga jual batik sama dengan tahun lalu atau tahun sebelumnya sehingga target laba pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 375.160.000,- dengan total biaya variabel yang meningkat menjadi Rp. 2.678.890.500,-.

Kata Kunci : Break Event Point (Titik Impas), Biaya Tetap dan Biaya Variabel

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah, puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir ini dengan baik yang berjudul “Analisis Break Event Point untuk Perencanaan Laba Pakaian Jadi Batik Tahun 2015 pada PO. Batik Almar”.

Penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir program D-IV Manajemen Bisnis Industri di Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Industri, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Drs.Achmad Zawawi,MA,MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Industri, Kementerian Perindustrian RI.
2. Bapak Drs.Pasti Immanuel Bangun,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri dan selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir dengan segala kesetiaan ditengah kesibukan beliau memberikan saran dan koreksi bagi penyempurnaan penyusunan Tugas Akhir ini. Terima Kasih yang tak terhingga untuk motivasi dan dorongan bagi penulis.
3. Seluruh Dosen dan Staff yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama penulis menuntut ilmu di Sekolah Tinggi Manajemen Industri.
4. Bapak Slamet Alimin dan keluarga, selaku pemilik PO.Batik Almar yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian tugas akhir ini di Perusahaan PO.Batik Almar.
5. Seluruh karyawan PO.Batik Almar yang telah berbaik hati menerima dan membantu penulis didalam penulisan tugas akhir ini.

6. Bapak Daulat dan Ibu Sunarni selaku Orang Tua yang telah memberikan do'a restu, kasih sayang serta dukungan kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman di Kampus STMI tercinta terkhusus jurusan MBI dan HPA Tradyakala yang telah memberikan motivasi dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh pihak yang turut mendukung dan membantu penulis baik moril maupun materil, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas budi baik yang telah mereka berikan. Dengan seluruh usaha dan kemampuan telah dicurahkan untuk mencapai hasil yang maksimal dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Namun penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itulah penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak yang membaca Tugas Akhir ini.

Akhir kata, besar harapan penyusun Tugas Akhir ini dapat bermanfaat sekaligus membuka wawasan lebih luas lagi mengenai dunia industri kecil/menengah bagi para pembacanya.

Jakarta, Juli 2015

Danar
Saraswati

DAFTAR ISI

Contents

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR NILAI BIMBINGAN	iv
LEMBAR KEASLIAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Break Event Point	7
2.1.1. Persyaratan yang Diperlukan Dalam Analisis Break Event Point	9
2.1.2. Biaya	10
2.1.2.1. Perilaku Biaya	11
2.1.2.2. Penggolongan Biaya	11
.....	11
2.1.3. Analisis Prilaku Biaya	14
2.1.4. Metode Menghitung Titik Impas	17
2.2. Aspek Keuangan	20

2.2.1. Pengertian Keuangan	20
2.2.2. Fungsi Manajemen Keuangan	22
2.2.3. Tujuan Manajemen Keuangan	23
2.2.3. Fungsi Manager Keuangan	23
2.3. Aspek Pemasaran	24
2.3.1. Pengertian Pasar, Pemasar dan Pemasaran	24
2.3.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	25
2.3.3. Strategi Pemasaran dan Tujuan Pemasaran	26
2.3.3. Bauran Pemasaran	28
2.4. Aspek Produksi	29
2.4.1. Pengertian Produksi	29
2.4.2. Pengertian Bahan Baku	30
2.5. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia	31
2.5.1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia	31
2.6. Perencanaan Laba	32
2.6.1. Pengertian Perencanaan Laba	32
2.6.2. Manfaat Perencanaan Laba	32
2.6.3. Keterbatasan Perencanaan Laba	33
2.6.4. Pendekatan Dalam Perencanaan Laba	34
2.6.5. Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Laba	35
BAB III METODELOGI PENELITIAN	36
3.1. Jenis dan Sumber Daya	36
3.1.1. Jenis Data	36
3.1.2. Sumber Data	36
3.2. Metode Pengumpulan Data	37
3.3. Analisis Data	39
3.3.1. Analisis BEP	39
3.3.2. Rumus BEP	40

3.3.3. Perencanaan Laba Menggunakan Rumus BEP	42
3.4. Kerangka Permasalahn	44
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	45
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	45
4.1.1. Sejarah Perusahaan	45
4.1.2. Visi Perusahaan	46
4.1.3. Misi Perusahaan	46
4.1.4. Klasifikasi Perusahaan	46
4.1.5. Lokasi Perusahaan.....	47
4.1.6. Struktur Organisasi	48
4.1.7. Deskripsi Jabatan	50
4.2. Aspek Produksi	51
4.2.1. Bahan Baku	51
4.2.2. Bahan Penolong	51
4.2.3. Bahan Tambahan.....	51
4.2.4. Peralatan yang Digunakan Dalam Proses Produksi	51
4.2.5. Proses Produksi	52
4.3. Aspek Manajemen dan Organisasi	55
4.3.1. Ketenagakerjaan Perusahaan	55
4.3.2. System Upah	57
4.4. Aspek Pemasaran	57
4.4.1. Gambaran Pasar	58
4.4.2. Bauran Pemasaran Produk	58
4.5. Aspek Keuangan	61
BAB V ANALISA	82
5.1. Analisa	82
5.2. Pembahasan	85
BAB VI PENUTUP	88
6.1. Kesimpulan	88
6.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Contents

Halaman

Gambar 4.1. Layout Pabrik.....	34
Gambar 4.2. Struktur Organisasi	36
Gambar 4.3. Pembuatan Pola dan Sample	40
Gambar 4.4. Proses Cutting	40
Gambar 4.5. Proses Sewing.....	41
Gambar 4.6. Proses Finishing.....	42
Gambar 4.7. Kemeja Batik Laki-Laki.....	46
Gambar 4.8. Kemeja Batik Wanita.....	46
Gambar 4.9. Kemeja Batik Anak-Anak.....	46

DAFTAR TABEL

Contents

Halaman

Tabel 4.1. Ketenagakerjaan PO. Batik Almar.....	42
Tabel 4.2. Data Karyawan Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3. Data Karyawan Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.4. Harga Pakaian Batik	46
Tabel 4.5 . Rencana dan Realisasi Penjualan Tahun 2010-2014.....	49
Tabel 4.6. Realisasi Penjualan Bulanan PO. Batik Almar.....	49
Tabel 4.7. Data Produksi.....	49
Tabel 4.8. Data Persediaan Produk.....	50
Tabel 4.9. Rekapitulasi Penyusutan Tahun Aktiva Tetap.....	51
Tabel 4.10. Laporan Keuangan Tahun 2010.....	52
Tabel 4.11. Laporan Keuangan Tahun 2011.....	54
Tabel 4.12. Laporan Keuangan Tahun 2012.....	58
Tabel 4.13. Laporan Keuangan Tahun 2013.....	61
Tabel 4.14. Laporan Keuangan Tahun 2014.....	64
Tabel 5.1. Laporan Keuangan per 31 desember 2014.....	82
Tabel 5.2. Biaya Berdasarkan Sifatnya.....	83
Tabel 5.3. Biaya Variabel dan Biaya Tetap Tahun 2014	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis semua aktivitas adalah pengorbanan sumber daya yang dapat diukur dengan satuan uang (input atau biaya) untuk mendapatkan manfaat di masa mendatang (output atau hasil). Dengan demikian, hakikatnya dunia bisnis berbicara mengenai input aktivitas (pengorbanan sumber daya atau biaya) dan output aktivitas (hasil atau manfaat dari pengorbanan sumber daya). Unsur-unsur input aktivitas pengorbanan sumber daya adalah bahan baku, tenaga kerja manusia dan peralatan.

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri pengolahan merupakan salah satu sektor industri yang memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan nasional negara. Selain itu, sektor industri pengolahan juga merupakan salah satu penyedia lapangan pekerjaan yang cukup penting. Industri kecil adalah salah satu jenis industri yang paling banyak terdapat di Indonesia. Industri kecil sendiri adalah industri yang jumlah karyawannya antara 5-19 orang. Tujuan mendirikan usaha tidak lain adalah untuk memperoleh keuntungan yang dapat dipergunakan untuk kelangsungan hidup manusia. Kemajuan dan perkembangan usaha akan membawa akibat bagi pembangunan itu sendiri baik positif maupun negatif.

Pada kalangan pengusaha itu sendiri, perkembangan dan kemajuan dunia usaha telah membawa kearah persaingan yang semakin ketat, sedangkan usaha untuk mencapai laba tidak dapat dipisahkan dari masalah penjualan, peningkatan penjualan yang tinggi bukan selalu berarti mendapatkan laba yang lebih besar. Pada hakikatnya setiap usaha yang didirikan mempunyai harapan dikemudian hari, misalnya mengharapkan perkembangan yang sangat maju. Perkembangan usaha pada dasarnya menginginkan tercapainya satu tujuan yaitu memperoleh laba

yang sebesar-besarnya dan menjaga kontinuitas usahanya. Adanya hal tersebut memaksa pengusaha untuk dapat bekerja keras agar dapat bersaing secara sehat. Bagi pengusaha-pengusaha yang ingin survive dan sukses harus berusaha untuk meningkatkan volume penjualan yang akan dicapai oleh suatu perusahaan, karena hal ini akan mempengaruhi pencapaian laba yang maksimal. Apabila perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan, maka perusahaan mempunyai kemungkinan mampu meningkatkan jumlah keuntungan yang lebih besar, selain keuntungan yang meningkat dapat pula menaikkan efisiensi perusahaan (Alex S,1996:14). Ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Sedangkan laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga jual produk, biaya dan volume penjualan (Mulyadi,1993:167).

Biaya menentukan harga jual untuk mempengaruhi volume penjualan, sedangkan penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor itu saling berkaitan satu sama lain. Oleh karena itu dalam perencanaan, hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan yang sangat penting. Analisis impas atau hubungan biaya, volume, dan laba merupakan teknik untuk menggabungkan mengkoordinasi dan menafsirkan data produksi dan distribusi untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan. Impas sendiri diartikan keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. Dapat pula dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika pendapatan sama dengan jumlah biaya.

Dengan demikian analisis impas (breakeven) adalah suatu alat yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel keuntungan dan volume penjualan (Bambang Riyanto,1997:359). Analisis Break Even Point (BEP) atau Titik impas yang merupakan teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya total, laba yang diharapkan dan volume penjualan. Secara umum analisa ini juga memberikan informasi mengenai margin of safety yang mempunyai kegunaan sebagai indikasi dan gambaran kepada manajemen berapakah penurunan penjualan dapat ditaksir sehingga usaha yang dijalankan tidak menderita rugi. Selain itu apabila penjualan pada break event

point dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan maka akan dapat diperoleh informasi tentang berapa jauh penjualan bisa turun sehingga industri tidak menderita rugi atau tingkat keaman bagi industri dalam melakukan penurunan penjualan. Informasi tentang margin of safety ini dapat dinyatakan dalam presentase atau rasio antara penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan pada tingkat impas.

Untuk dapat menentukan analisis Break Event Point (BEP) biaya yang terjadi harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan bertambah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Apabila suatu industri hanya mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Rencana manajemen mengenai kegiatan industri di masa yang akan datang pada umumnya dituangkan dalam anggaran, yang berisi taksiran pendapatan yang pada umumnya dituangkan dalam anggaran, yang berisi taksiran pendapatan yang akan diperoleh dan biaya yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan tersebut. Bila mengadakan analisis secara langsung informasi yang tercantum dalam anggaran manajemen akan menemui kesulitan untuk memahami hubungan antara biaya, volume dan laba.

Analisis break even menyajikan informasi hubungan biaya, volume dan laba kepada manajemen, sehingga memudahkannya dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian laba usaha di masa yang akan datang. Bertolak dari latar belakang tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "ANALISIS BREAK EVENT POINT UNTUK PERENCANAAN PAKAIAN JADI BATIK TAHUN 2015 PADA PO.BATIK ALMAR".

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan apa yang telah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagaimana perusahaan menggolongkan biaya-biaya ke dalam penggolongan biaya tetap dan biaya variabel?
2. Bagaimana perusahaan mengetahui break event point tahun 2014 pada perusahaan PO.Batik Almar?
3. Bagaimana menentukan hasil penjualan apabila diasumsikan tahun 2015 target laba meningkat 10%, biaya variabel meningkat 15%, sedangkan harga penjualan tetap seperti tahun 2014?

1.3. BATASAN MASALAH

Agar permasalahan tidak menyimpang dari tujuan yang akan dibahas maka perusahaan membatasi ruang lingkup permasalahannya sehingga digunakan pembatasan-pembatasan dalam analisis break event point sebagai berikut :

1. Pembatasan yang dilakukan ini mencakup aspek-aspek antara lain :
 - a. Aspek Pasar dan Pemasaran
 - b. Aspek Keuangan
 - c. Aspek Produksi
 - d. Aspek Manajemen dan Organisasi
2. Dalam penganalisaan kriteria parameter yaang digunakan sebagai berikut :
 - a. Penggolongan biaya ke biaya tetap dan biaya variabel
 - b. Break Event Point (BEP)

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan dalam:

1. Mengalokasikan serta mengklarifikasikan biaya tetap dan biaya variabel.
2. Mengetahui break even point suatu perusahaan
3. Menentukan besarnya laba yang diperoleh dan menentukan besarnya biaya variabel yang telah ditingkatkan .

1.5. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan dan penyusunan laporan tugas akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, maksud dan tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan skripsi ini. Dalam metodologi penelitian, dijelaskan metode-metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi, data dan bahan yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V ANALISIS MASALAH

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI PENUTUP

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. BREAK EVENT POINT

Analisis break event point atau analisa pulang pokok diperlukan untuk mengetahui hubungan antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya lainnya baik yang bersifat tetap maupun variabel, dan laba atau rugi. Oleh karena itu, analisis break event point hanya diperlukan bagi perusahaan-perusahaan yang dalam menyelenggarakan operasinya hanya menanggung beban tetap, yaitu berupa biaya di samping adanya biaya variabel yang harus ditutup dari hasil penjualan.

Suatu perusahaan dikatakan dalam keadaan break event point (impas), yaitu apabila setelah disusun laporan perhitungan laba rugi untuk periode tertentu perusahaan tersebut tidak mendapatkan keuntungan dan sebaliknya tidak menderita kerugian. Dengan perkataan lain labanya sama dengan nol atau ruginya sama dengan nol. Hasil penjualan (sales revenue) yang diperoleh untuk periode tertentu sama besarnya dengan keseluruhan biaya (total cost), yang telah dikorbankan sehingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau menderita kerugian.

Biaya yang dikorbankan dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Pada break event keseluruhan hasil penjualan, setelah dikurangi dengan keseluruhan biaya tetap saja, tidak terdapat sisa yang merupakan keuntungan. Bagian hasil pengurangan biaya variabel dari hasil penjualan disebut contribution margin atau margin income. Contribution margin ini disediakan untuk menutup biaya tetap. Break event terjadi bila contribution margin sama dengan biaya tetap. Laba terjadi bila contribution margin melebihi biaya tetapnya, dan terjadi rugi bila contribution margin lebih kecil daripada biaya tetap.

Dari uraian diatas dapatlah dikatakan bahwa analisis break event adalah suatu cara yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan, berapakah

perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian. Dengan diketahuinya break event (titik impas) tersebut dapatlah direncanakan tingkat-tingkat volume produksi atau volume penjualan yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Agar terhindar dari kerugian perusahaan harus dapat mengusahakan jumlah penjualan pada break event (titik impas) tersebut. Apabila volume penjualan tidak mencapai break event (titik impas) tersebut berarti perusahaan akan menderita rugi.

Tercapainya break event (titik impas) pada volume penjualan yang relative rendah (dari kapasitas optimal produksi) merupakan harapan dari setiap perusahaan karena memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk dapat segera merelisasikan adanya keuntungan. Untuk mengetahui bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam merealisasikan keuntungan (profit planning), perusahaan yang bersangkutan perlu membuat perencanaan penjualan, produksi dan biaya produksi. Dengan demikian, sebenarnya analisis break event (titik impas) itu sangat erat hubungannya dengan program bujet/budgeting, yaitu suatu proses dibidang perencanaan keuangan. Meskipun analisis break event (titik impas) dapat diterapkan untuk data historis tetapi sebenarnya penggunaan yang penting adalah untuk membuat peramalan periode yang akan datang (khususnya dibidang perencanaan laba).

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba maksimum. Besar kecilnya laba yang dicapai akan merupakan ukuran keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Analisis break event merupakan alat bantu bagi manajemen dalam planning dan budgeting, yakni dapat menambah ketepatan dalam membuat peramalan penjualan, produksi, biaya-biaya, laba atau rugi sehingga dapat meningkatkan reliabilitas dan validitas laporan keuangan yang disusun perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian, cost-volume-profit analisis tersebut dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi seorang manajemen dalam membuat keputusan sehubungan dengan kegiatan penjualan atau produksi.

Ada dua pendekatan dalam analisis break event yaitu :

1. Pendekatan grafis

2. Pendekatan matematis

2.1.1. PERSYARATAN YANG DIPERLUKAN DALAM ANALISIS BREAK EVENT POINT

Diperlukan sejumlah persyaratan tertentu agar analisis break event (titik impas) dari suatu perusahaan dapat dilakukan. Syarat-syarat tersebut harus dipenuhi terlebih dahulu agar kita dapat menentukan tingkat atau volume penjualan atau produksi yang akan menghasilkan pulang pokok, artinya tidak memberikan laba atau rugi.

Syarat-syarat yang diperlukan untuk menentukan break event adalah sebagai berikut :

1. Biaya prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat (principle of cost variability is valid)
2. Bahwa biaya-biaya yang dikorbankan harus dapat dipisahkan menjadi dua kelompok biaya, yakni biaya tetap dan biaya variabel. Biaya-biaya yang bersifat meragukan, yaitu bersifat semi tetap atau semi variabel harus ditegaskan kelompoknya sehingga akhirnya hanya ada dua kelompok biaya saja, yakni biaya tetap dan biaya variabel.
3. Bahwa yang dikelompokkan sebagai biaya tetap tersebut akan tinggal konstan sepanjang kisaran periode kerja atau kapasitas produksi tertentu, artinya tidak mengalami perubahan walaupun volume produksi atau volume kegiatan berubah. Apabila dihitung per unit biaya tetap ini berarti akan semakin menurun dengan meningkatnya volume produksi.
4. Bahwa yang dikelompokkan sebagai biaya variabel itu akan berubah sebanding dengan perubahan volume produksi, yakni meningkat atau menurun secara sebanding dengan perubahan volume produksi. Dengan demikian, biaya variabel itu akan tetap sama bila dihitung per unit, berapapun jumlah unit barang yang diproduksi.
5. Bahwa harga jual per unit barang itu akan tetap saja, tidak naik atau turun, berapa saja jumlah unit barang yang dijual. Harga per unit tidak

akan menurun walaupun volume penjualan meningkat, dan sebaliknya volume penjualan barang tidak akan mempengaruhi harga jual atau harga pasarnya. Persyaratan ini berlaku bagi pasar barang yang bersaing sempurna di mana perusahaan secara individual tidak dapat mempengaruhi harga pasar.

6. Bahwa tingkat harga umum tidak akan mengalami perubahan selama kisaran tertentu yang dianalisis.
7. Bahwa perusahaan yang bersangkutan hanya memproduksi dan menjual satu jenis barang saja. Bagi perusahaan yang memproduksi dan menjual lebih dari satu jenis barang maka produk-produk itu harus dianggap sebagai satu jenis produk saja dengan perbandingan (mix) yang selalu konstan.
8. Bahwa produktivitas tenaga kerja pada perusahaan yang bersangkutan akan tinggal tetap atau tidak berubah.
9. Bahwa dalam perusahaan yang bersangkutan harus ada sinkronisasi antara volume produksi dengan volume penjualan, artinya bahwa barang yang diproduksi mesti terjual semua periode yang bersangkutan (tidak ada sisa atau persediaan).

Dengan adanya persyaratan tersebut, dalam garis break event, garis hasil penjualan, garisbiaya total (biaya variabel ditambah biaya tetap) akan berupa garis lurus karena perusahaan dianggap sebanding dengan volume penjualan.

2.1.2. BIAYA

Dalam suatu perusahaan, biaya merupakan salah satu komponen yang sangat penting. Oleh karena itu, biaya harus mendapatkan perhatian yang lebih khusus. Biaya merupakan suatu komponen yang sangat berpengaruh dalam pencapaian tujuan perusahaan dalam hal aktifitas atau kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan dapat mengendalikan biaya seminimal mungkin, maka perusahaan tersebut dapat bertahan dan mengoptimalkan laba atau pendapatannya.

2.1.2.1. Pengertian Biaya

Biaya merupakan unsure utama secara fisik yang harus dikorbankan demi kepentingan dan kelancaran perusahaan dalam melaksanakan segala aktifitas produksi atau aktifitas lainnya yang berhubungan dengan tujuan yang hendak dicapai oleh suatu perusahaan pada tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pengertian biaya menurut Nafarin dalam bukunya yang berjudul “Pengggaran Perusahaan” mengatakan bahwa :

Biaya adalah pengeluaran sejumlah uang dan pemakaian sumber daya ahli dan mesin untuk menghasilkan produk yang akan dijual kepada publik”.(2000:6)

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan suatu pengeluaran baik berupa uang maupun sumber daya lainnya yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk yang nantinya akan dijual kepada konsumen.

2.1.2.2. Pengolongan Biaya

Dalam proses menghasilkan suatu produk, suatu perusahaan terlebih dahulu memperkirakan dan menghitung besarnya biaya yang diperlukan untuk melakukan kegiatan proses produksi tersebut. Untuk memudahkan pihak manajemen alam memperkirakan besarnya biaya tersebut, maka manajemen perlu mengetahui dahulu biaya mana yang masuk kedalam biaya produksi dan biaya non produksi.

Penggolongan biaya menurut Carter, Usry yang diterjemahkan oleh Krista dalam bukunya “Akuntansi Biaya”(2005:31) menyatakan bahwa biaya digolongkan menjadi 2 (dua), yaitu :

1. Biaya Produksi
2. Biaya Non Produksi

Adapun penjelasan dari penggolongan biaya diatas adalah sebagai berikut :

1. Biaya Produksi

Dalam mengolah bahan baku menjadi suatu produk, maka diperlukan bahan baku, tenaga kerja langsung dan factor-faktor pendukung lain seperti bahan baku penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya pemasaran dan biaya administrasi. Semua ini tidak bisa didapatkan jika perusahaan tidak bisa mengeluarkan atau mengorbankan sesuatu (kas atau ekuivalennya) untuk mendapatkan semua yang dibutuhkan untuk memproduksi produk. Kas atau ekuivalennya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku dan bahan penolong lainnya, serta untuk membayar para tenaga kerja langsung maupun tenaga kerja tidak langsung disebut biaya produksi.

Pengertian produksi menurut Daniel Wirajaya (2001:304) dalam bukunya :*Ekonomi Manajerial*” adalah sebagai berikut:

“ Produksi adalah suatu proses untuk megubah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dipasarkan”.

Berdasarkan pengertian diatas, maka produksi merupakan alat yang digunakan untuk mengubah atau mengolah sumber daya guna menciptakan barang dan jasa yang berguna.

Jadi, biaya produksi adalah sumber daya yang diukur dalam satuan uang yang dikorbankan untuk mengolah sumber daya guna menciptakan barang dan jasa yang berguna.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Adapun penjelasan dari penggolongan biaya produksi,yaitu :

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan harga perolehan bahan baku yang dipakai dalam kegiatan pengolahan produk.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja langsung yang ikut langsung dalam kegiatan untuk menghasilkan produk.

Misalnya : biayagaji dan upah regular, premi lembur dan biaya-biaya yang berhubungan dengan tenaga kerja.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah seluruh biaya yang digunakan untuk mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja

Elemen-elemen biaya overhead pabrik dapat digolongkan kedalam :

- a. Biaya bahan penolong
- b. Biaya tenaga kerja tidak langsung
- c. Biaya depresiasi dan amortisasi aktiva tetap
- d. Biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap
- e. Biaya listrik dan air
- f. Biaya asuransi pabrik
- g. Biaya overhead lain-lain

2. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan diluar biaya produksi. Biaya non produksi diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Biaya pemasaran

Adlah biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.

Misalnya : Biaya Iklan, biaya perjalanan, biaya promosi dan lain-lain.

2. Biaya Administrasi dan Umum

Adalah biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

Misalnya : Biaya gaji, biaya operasi, biaya keuangan dan biaya-biaya yang berhubungan dengan kegiatan produksi dan pemasaran produk.

2.1.3. ANALISA PERILAKU BIAYA

Untuk tujuan mengadakan analisis break event, biaya-biaya yang telah terjadi selama periode tertentu harus dianalisis ke dalam kelompok biaya tetap dan kelompok biaya variabel. Biaya-biaya yang meliputi biaya produksi, biaya penjualan, biaya umum dan administrasi harus dipisahkan berapa yang biaya tetap dan berapa yang biaya variabel.

Perilaku biaya-biaya tersebut meliputi :

1. Biaya Tetap

Adalah jenis biaya yang selama kisaran waktu operasi tertentu tingkat kapasitas produksi tertentu selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume produksi berubah. Apabila waktu operasi itu adalah bulan maka biaya itu tetap saja setelah dihitung satu bulan. Jika dihitung tahunan biaya itu tetap konstan walaupun volume produksi berubah dari bulan atau dari minggu ke minggu. Yang termasuk kelompok biaya tetap antara lain :

- a. Biaya penyusutan atau depresi atau amortisasi
- b. Biaya gaji
- c. Biaya asuransi
- d. Biaya sewa
- e. Biaya bunga
- f. Biaya pemeliharaan
- g. Biaya-biaya tidak langsung lainnya

Biaya tidak langsung adalah biaya-biaya yang tidak langsung membentuk biaya produksi. Tidak semua biaya tidak langsung merupakan biaya tetap, sebagian ada yang merupakan biaya variabel. Misalnya biaya penerangan atau pemakaian listrik. Pada waktu perusahaan tidak beroperasi tetap

dikeluarkan sejumlah biaya penerangan dan biaya ini akan bertambah bila terjadi kenaikan produksi. Biaya tetap ini umumnya dikaitkan dengan waktu atau berdasarkan perjanjian (dalam akuntansi disebut biaya period cost). Misalkan gaji karyawan untuk setiap bulan dikeluarkan Rp. 2.000.0000 jumlah ini akan tetap sama selama suatu periode, tidak tergantung pada besar kecilnya volume produksi.

2. Biaya Variabel

Adalah jenis-jenis biaya yang besar kecilnya tergantung pada banyaknya volume produksi. Apabila volume produksi bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya bila volume produksi berkurang maka biaya variabel akan menurun. Dalam analisis break event disyaratkan bahwa perubahan biaya variabel ini sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi sehingga biaya variabel per unit barang yang diproduksi bersifat tetap. Yang termasuk dalam kelompok biaya variabel adalah sebagai berikut :

a. Biaya-biaya langsung

1. Biaya pemakaian bahan dasar
2. Biaya tenaga kerja langsung

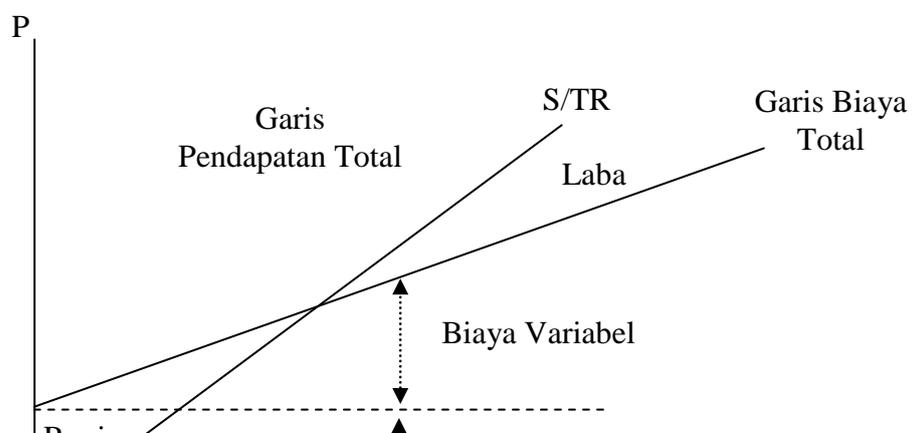
b. Biaya-biaya tidak langsung

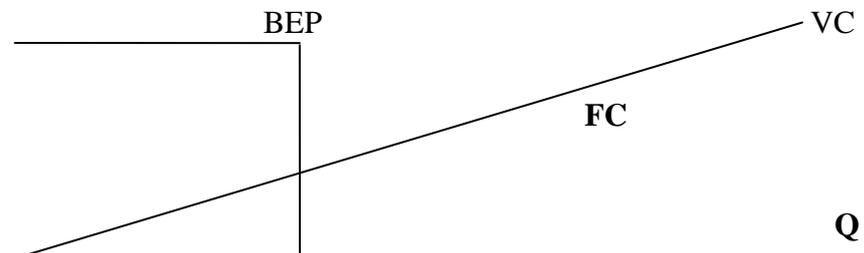
1. Pemeliharaan
2. Biaya penerangan
3. Biaya-biaya lain yang sejenis

Biaya langsung adalah biaya-biaya yang secara langsung membentuk hasil produksi.

3. Biaya Total (Total Cost)

Adalah biaya tetap total ditambah dengan biaya variabel total pada masing-masing tingkat atau volume produksi.





Gambar 2.1. Model Dasar Analisis BEP

Dimana :

FC = Biaya Tetap (fixed Cost)

VC = Biaya Variabel (variabel cost)

TC = Biaya Total (total cost)

S/TR = Penjualan

Q = Quantity

P = Harga

BEP = Titik Impas

Daerah dibawah garis putus-putus menunjukkan besarnya biaya tetap (fixed cost). Biaya ini selalu tetap berapapun besarnya volume produksi/penjualan. Adapun daerah yang semakin membesar dengan meningkatnya volume produksi adalah menggambarkan adanya biaya variabel (variabel cost). Garis biaya tetap dapat dibuat dengan menarik garis horizontal sejajar dengan sumbu mendatar setinggi besarnya biaya tetap atau dimulai dari pangkal biaya total.

Apabila dinyatakan per unit dapatlah bahwa biaya variabel (per unit) adalah tetap sama berapapun volume produksi atau penjualan yang dilakukan. Adapun biaya tetap (per unit) akan semakin menurun dengan semakin bertambahnya volume penjualan. Menurut persyaratan yang telah disebutkan sebelumnya, harga jual (sales price) per unit juga selalu tetap, artinya tidak tergantung pada besar kecilnya volume penjualan. Dengan demikian, antara harga jual dan biaya variabel selalu akan sebanding secara tetap berapapun besarnya volume penjualan.

Untuk menggambarkan titik impas perlu digambarkan adanya garis penjualan. Penjualan ini merupakan hasil perkalian antara volume produksi atau penjualan (dalam unit) dengan harga jual per unit.

2.1.4. METODE MENGHITUNG BREAK EVENT

Terdapat berbagai metode dalam menghitung titik impas (pendekatan matematis). Data atau informasi yang diperlukan dalam menghitung titik impas adalah sebagai berikut :

1. Hasil keseluruhan penjualan atau harga jual per unit
2. Biaya variabel keseluruhan atau biaya variabel per unit
3. Jumlah biaya tetap keseluruhan

Pengetahuan akan angka break event ini sangat penting dalam melakukan: analisis keuangan, maupun dalam perencanaan laba, dan pengambilan keputusan.

Penjualan adalah Harga x Volume (unit)

$$\text{Sales} = \text{Price} \times \text{Quantity}$$

P menggambarkan harga per unit, Q menggambarkan volume penjualan dalam unit, sedangkan S menggambarkan nilai total penjualan (Sales).

Total Biaya adalah Biaya Tetap + Biaya Variabel

$$\text{Total Cost} = \text{Fixed Cost} + \text{Variabel Cost}$$

$$\text{Atau TC} = \text{FC} + \text{VC}$$

Dari rumus-rumus ini kita dapat membuat rumus break event.

a. Rumus Break Event Point

Kalau kita ingin mengetahui total cost atau total penerimaan dari penjualan maka yang diperlukan hanya volume penjualan dalam unit (Q). Setiap jumlah Q kita akan dapat menghitung nilai sales, total cost, dan juga laba/rugi.

Namun dalam break event point (BEP) yang menjadi pegangan bagi kita adalah titik dimana perusahaan tidak mengalami laba dan tidak mengalami rugi atau istilah lainnya titik impas.

Titik impas ini terjadi apabila :

$$\text{Total Revenue (sales = S)} = P \times Q$$

$$\text{Total Cost} = FC + VC$$

Jadi pada titik break event :

$$\text{Harga x Kuantitas Penjualan} = \text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}$$

$$P \times Q = FC + VC$$

$$P \times Q = FC + VC$$

$$(P \times Q) - (V \times Q) = FC$$

$$Q (P - V) = FC$$

V = Harga variabel cost per unit

Jadi :

$$Q = \frac{FC}{P - V}$$

2.1.5. PERENCANAAN LABA MENGGUNAKAN RUMUS BEP

Break Event Analysis sangat bermanfaat dalam mengetahui hubungan antara cost, volume, harga dan laba. Misalnya kita ingin mencapai laba tertentu maka kita akan dapat mengetahui berapa unit barang yang harus kita jual.

Apabila misalnya dalam contoh diatas kita ingin laba Rp. 8.000,00 maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

Jika tidak ada laba rumusnya :

$$P \times Q = FC + VC$$

Untuk itu gunakan lagi rumus :

$$P Q = FC + VC + LABA$$

Demikian beberapa penggunaan analisis break event point. Apabila kita diberikan laporan keuangan yang lengkap dan laporan tersebut memberikan data yang diperlukan dalam analisis break event, maka kita dapat mengetahui posisi break event perusahaan itu. Sehingga aspek produktivitas, efisiensi, rentabilitas dapat diketahui.

2.2. ASPEK KEUANGAN

2.2.1. PENGERTIAN KEUANGAN

Keuangan adalah istilah yang tidak asing di telinga. Istilah ini terutama digunakan di dalam ilmu ekonomi, secara khusus akuntansi. Kata keuangan juga bisa digunakan di dalam interaksi keseharian. Dalam penggunaan istilah dalam kehidupan sehari-hari, biasanya keuangan dipahami sebagai keadaan uang atau kondisi ekonomi seseorang. Dalam ilmu ekonomi, khususnya bila berkaitan dengan perusahaan, pengertian keuangan tentu tidak sesederhana itu. Untuk lebih jelas, berikut ini dijelaskan bagaimana penjelasan pengertian keuangan menurut para ahli.

Keuangan merupakan kata berimbuhan dengan kata dasar uang. Bila merujuk pada kamus besar bahasa Indonesia, uang merupakan alat tukar yang sah yang hanya dikeluarkan oleh pemerintah pada sebuah negara. Pengertian ini mengacu pada uang secara tradisional yaitu sebagai alat tukar yang diterima oleh masyarakat secara umum. Bentuk uang dapat beragam, ia bisa berupa kertas, perak, emas, maupun logam lainnya. Fungsi uang terutama berlaku dalam pertukaran barang atau jasa. Saat ini, pengertian uang telah berkembang. Ia tidak lagi harus berupa alat tukar yang tersedia secara fisik. Kini uang bisa berarti apapun yang tersedia dan diterima secara umum dalam pembayaran barang, jasa, kekayaan berharga, hingga hutang. Misalnya, saat ini telah dikenal istilah

uang elektronik yang juga telah diberlakukan sebagai alat pembayaran yang sah dalam berbagai transaksi.

Pengertian keuangan menurut para ahli. Salah satu pengertian dikemukakan oleh Ridwan dan Inge. Menurut keduanya, keuangan adalah ilmu sekaligus seni pengelolaan uang yang berpengaruh pada kehidupan individu maupun organisasi. Dalam pengertian ini, keuangan berkaitan dengan proses, instrumen, pasar, serta lembaga apapun yang terlibat di dalam perpindahan atau transfer uang, baik antar perorangan, bisnis, maupun pemerintah.

Selain sebagai ilmu dan seni sebagaimana disampaikan oleh Ridwan dan Inge, keuangan juga dapat berarti sebagai manajemen keuangan dan aset. Keuangan juga dapat mengacu pada perhitungan serta pengaturan resiko sebuah proyek, keuangan berkaitan dengan bagaimana mempelajari individu, organisasi, atau bisnis dalam usaha peningkatan, pengalokasian, maupun penggunaan sumber daya moneter dalam rentang waktu tertentu, serta perhitungan saat proyek mereka sedang berjalan.

Dengan demikian, keuangan dari sudut pandang perusahaan lebih berkaitan dengan pengendalian pengeluaran perusahaan agar selalu efektif dan efisien. Pada gilirannya, istilah keuangan akan berkaitan dengan laporan keuangan, administrasi keuangan, manajemen keuangan. Kesemua istilah ini mengacu bagaimana sumber daya finansial sebuah organisasi, khususnya perusahaan, dapat dimanfaatkan sebaik mungkin. Itu artinya, hal-hal yang berkaitan dengan keuangan harus mengikuti tahapan-tahapan tertentu. Tahapan-tahapan tersebut antara lain perencanaan keuangan, pengalokasian, pengendalian, serta pelaporan kondisi keuangan.

2.2.2. MANAJEMEN KEUANGAN

Manajemen Keuangan adalah suatu kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan dana yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan.

Manajemen keuangan merupakan salah satu bagian utama dari ilmu manajemen. Pengertian manajemen keuangan dapat pula semua aktivitas entitas bisnis (organisasi) dalam kerangka penggunaan serta pengalokasian dana entitas bisnis (perusahaan) dengan efisien. Pengertian ini mengalami berbagai perkembangan berawal dari pengertian yang hanya sekedar mengutamakan kegiatan mendapatkan/memperoleh dana saja hingga mencakup kegiatan mendapatkan, penggunaan dana hingga pengelolaan atas aset (aktiva).

George R Terry menyebutkan ada empat aktivitas yang sering kali dikenal dengan POAC yang artinya planning, organizing, actuating dan controlling.

Pengertian beberapa ahli yang memberikan pendaapatnya mengenai pengertian manajemen keuangan :

James Van Horne, menyatakan semua kegiatan atau aktivitas yang berhubungan langsung dengan perolehan, pendanaan serta pengelolaan aset (aktiva) dengan tujuan yang menyeluruh.

Suad Husnan, berpendapat bahwa Manajemen keuangan adalah manajemen terhadap semua fungsi keuangan.

Bambang Riyanto, mendefinisikan semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan upaya memperoleh dana yang dibutuhkan dengan biaya yang seminimal mungkin dan syarat yang menguntungkan serta upaya untuk mempergunakan dana yang diperoleh tersebut secara efisien dan efektif.

Liefman menyatakan, definisi manajemen keuangan adalah upaya penyediaan uang dan mempergunakan dana tersebut untuk mendapatkan aset (aktiva).

Seperti yang disebutkan diawal tadi, dengan melihat beberapa pengertian diatas, pengertian manajemen keuangan secara sederhana adalah suatu proses dalam aktivitas keuangan perusahaan, dimulai dari cara memperoleh dana dan mempergunakannya. Penggunaan harus tepat sasaran, efisien, dan efektif supaya tujuan keuangan perusahaan yang sudah ditetapkan dalam perencanaan bisa terwujud.

2.2.3. FUNGSI MANAJEMEN KEUANGAN

Berikut ini adalah penjelasan singkat dari fungsi manajemen keuangan :

1. Perencanaan keuangan, membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.
2. Penganggaran keuangan, tindak lanjut dari perencanaan keuangan dengan membuat detail pengeluaran dan pemasukan.
3. Pengelolaan keuangan, menggunakan dana perusahaan untuk memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara.
4. Pencarian keuangan, mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan perusahaan.
5. Penyimpanan keuangan, mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dan mengamankan dana tersebut.
6. Pengendalian keuangan, melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada perusahaan.
7. Pemeriksaan keuangan, melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.
8. Pelaporan keuangan, penyediaan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan sekaligus sebagai bahan evaluasi.

2.2.4. TUJUAN MANAJEMEN KEUANGAN

Tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan demikian apabila suatu saat perusahaan dijual, maka harganya dapat ditetapkan setinggi mungkin. Seorang manajer juga harus mampu menekan arus peredaran uang agar terhindar dari tindakan yang tidak diinginkan.

2.2.5. FUNGSI MANAGER KEUANGAN

Manajer keuangan merupakan seseorang yang mempunyai hak dalam mengambil suatu keputusan yang sangat penting dalam suatu bidang investasi dan pembelanjaan perusahaan. Manajer keuangan juga bertanggung jawab dalam bidang keuangan pada suatu perusahaan.

Maka fungsi manajer keuangan meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Melakukan pengawasan atas biaya
2. Menetapkan kebijaksanaan harga
3. Meramalkan laba yang akan datang
4. Mengukur atau menjajaki biaya modal kerja

2.3. ASPEK PEMASARAN

2.3.1. PENGERTIAN PASAR, PEMASAR DAN PEMASARAN

Pemasaran (marketing) berasal dari kata market (pasar). Pasar dapat diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan tukar menukar barang.

Pasar adalah kumpulan seluruh pembeli yang aktual dan potensial dari suatu produk. Pengertian pasar secara lengkap ialah semua pelanggan yang mempunyai kenutuhan dan keinginan tertentu, tersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memastikan kebutuhan satau keinginan tersebut.

Seseorang bekerja di bidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju.

Pengertian pemasar (marketer) menurut philip kotler adalah: pemasar adalah seorang yang dapat menjawab tentang minat seorang pembeli yang terlibat dalam pertukaran nilai. Calon pembeli adalah yang didefinisikan oleh pemasar sebagai seorang yang bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran nilai. Marketer bukan sekedar ingin mencapai target penjualan tetapi juga harus mampu menciptakan relationship.

Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang dan mempromosikan barang.

Pemasaran menurut para ahli :

a. Philip Kotler

Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Selanjutnya Philip Kotler menyatakan bahwa untuk definisi manajemen, marketing itu memberikan gambaran sebagai seni menjual produk.

b. Warren J. Keegan

Pemasaran adalah suatu proses yang berfokus pada sumber daya manusia dan bertujuan untuk mendapatkan dan memanfaatkan peluang-peluang pasar global.

c. William J. Stanton, Michael J. Etzel dan Bruce J. Walker

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai sasaran serta tujuan organisasi.

2.3.2. PENGERTIAN MANAJEMEN PEMASARAN

Manajemen pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, berkembang, dan mendapatkan laba. Proses pemasaran itu dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran perusahaan harus juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika

menginginkan usahanyaberjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan (Dharmmesta & Handoko,1982).

Secara definisi, manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan (Kotler,1980)

Perusahaan yang sudah mulai mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya, akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlibat di dalamnya. Cara dan falsafah baru ini disebut “Konsep Pemasaran”.

Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan berorientasi kepada kebutuhan konsumen. Hal ini secara asasi berbeda dengan falsafah bisnis terdahulu yang berorientasi pada produk dan penjualan.

Secara definitif dapatlah dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Stanton,1978)

Tiga unsur konsep pemasaran :

- 1.Orientasi pada konsumen
2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral
3. Kepuasan konsumen

2.3.3. STRATEGI PEMASARAN DAN TUJUAN PEMASARAN

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha “Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui

strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat.

Tujuan pemasaran yaitu :

1. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan.
2. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan mengenai produk, desain produk, promosi produk, pengiklanan produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen secara cepat.
3. Mengetahui dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

Pada umumnya kegiatan pemasaran berkaitan dengan koordinasi beberapa kegiatan bisnis. Strategi pemasaran ini dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut :

1. Faktor mikro yaitu perantara pemasaran, pemasok, pesaing dan masyarakat.
2. Faktor faktor makro yaitu demografi/ ekonomi, politik/hukum, teknologi/fisik dan sosial/budaya

Berikut ini adalah hal-hal yang perlu diperhatikan untuk pemasaran :

- a. Dari sudut pandang penjual :
 1. Tempat yang strategis
 2. Produk yang bermutu
 3. Harga yang kompetitif
 4. Promosi yang gencar
- b. Dari sudut pandang konsumen :
 1. Kebutuhan dan keinginan konsumen
 2. Biaya konsumen
 3. Kenyamanan

4. Komunikasi

2.3.4. BAURAN PEMASARAN

Pengertian bauran pemasaran adalah unsur atau elemen internal penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi. Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep universal yang telah dikembangkan dalam pemasaran (Ad.Payne,1995:31).

Banyak diantara kita mungkin tidak menyadari bahwa setiap produk yang kita beli atau konsumsi sebenarnya menjalani proses penciptaan yang rumit hingga menjadi suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kita. Membutuhkan biaya hingga menjadi produk yang dibutuhkan konsumen, memerlukan komunikasi dari produsennya hingga kita mengetahui bahkan mengkonsumsinya dan mungkin juga menjalani perjalanan panjang hingga akhirnya ada di tangan kita.

Kombinasi variabel atau kegiatan memasarkan itulah yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Sedikitnya ada 4 aktivitas pemasaran dan disebut dengan bauran pemasaran.

Bauran pemasaran terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Bauran pemasaran terdiri dari 4 komponen, yaitu :

1. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli atau dikonsumsi. Produk dapat terdiri dari ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek dan kemasan.
2. Harga adalah sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hal milik produk. Harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, periode pembayaran dan persyaratan kredit.
3. Tempat adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi lokasi, saluran distribusi,persediaan, transportasi dan logistik.

4. Promosi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Promosi meliputi iklan dan promosi penjualan.

2.4. ASPEK PRODUKSI

2.4.1. PENGERTIAN PRODUKSI

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran. Kemakmuran dapat dicapai jika tersediabarang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi. Orang atau perusahaan yang menjalankan suatu proses produksi disebut produsen.

Di dalam kegiatan produksi pasti ada modal. Modal adalah semua alat yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan barang dan jasa, dengan imbalan berupa bunga modal kepada pemodal, modal dibagi 4,yaitu :

- a. Modal tetap

Adalah modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dalam waktu lama, atau lebih dari satu kali putaran proses produksi.

- b. Modal lancar

Adalah modal yang memberikan jasa hanya sekali dalam proses produksi. Modal ini sekali dipakai dalam proses produksi, kemudian berubah sifat atau wujudnya menjadi barang lain.

- c. Modal sendiri

Adalah modal yang diserahkan pemilik modal kepada bahan usaha. Laba yang diperoleh dan tidak atau belum diserahkan kepada pemilik modal, dengan sendirinya digolongkan sebagai modal sendiri,

- d. Modal asing

Adalah modal yang diberikan oleh orang-orang atau badan-badan lain kepada suatu badan usaha sebagai pinjaman.

Faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi barang dan jasa. Faktor produksi dibagi menjadi 4 kelompok, yaitu :

- Tenaga kerja
- Modal
- Sumber daya alam
- Kewirausahaan

2.4.2. PENGERTIAN BAHAN BAKU

Bahan Baku merupakan bahan langsung yaitu bahan yang membentuk suatu kesatuan yang tidak terpisahkan dari produk jadi. Bahan baku adalah bahan pokok atau bahan utama dan merupakan komponen utama dari suatu produk. Bahan baku biasanya mudah ditelusuri dalam suatu produk dan harganya relatif tinggi dibandingkan dengan bahan pembantu-pembantu lainnya.

Bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam membuat produk dimana bahan tersebut secara menyeluruh tampak pada produk jadinya (atau merupakan bagian terbesar dari bentuk barang). Sedangkan biaya bahan baku adalah seluruh biaya untuk memperoleh sampai dengan bahan siap untuk digunakan yang meliputi harga bahan, ongkos angkut, penyimpanan dan lain-lain.

Jenis-jenis bahan baku menurut Gunawan Adisaputro dan Marwan Asri adalah :

1. Bahan baku langsung

Bahan baku langsung adalah semua bahan baku yang merupakan bagian daripada barang jadi yang dihasilkan. Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku langsung ini mempunyai hubungan yang erat dan sebanding dengan jumlah barang jadi yang dihasilkan.

2. Bahan baku tidak langsung

Bahan baku tidak langsung adalah bahan baku yang ikut berperan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung tumpang pada barang jadi yang dihasilkan.

2.5. ASPEK MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

2.5.1. PENGERTIAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Manajemen yang berkaitan dengan mengelola kegiatan pemberdayaan sumber daya manusia disebut manajemen sumber daya manusia. Pada umumnya, kegiatan-kegiatan di bidang sumber daya manusia dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu dari sisi pekerjaan dan dari sisi pekerja. Dari sisi pekerjaan, kegiatan-kegiatan itu terdiri atas pengadaan tenaga kerja, penilaian prestasi kerja, pelatihan dan pengembangan, promosi, kompensasi dan pemutusan hubungan kerja. Dengan demikian, manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pemimpin dan pengendalian kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, evaluasi pekerjaan, pengembangan, pengadaan, kompensasi, promosi dan pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.6. PERENCANAAN LABA

2.6.1. PENGERTIAN PERENCANAAN LABA

Salah satu tujuan pendirian perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Hal ini merupakan tugas manajemen untuk mencapai laba yang diinginkan yaitu dengan menyusun perencanaan laba agar semua sumber daya yang ada dalam perusahaan dapat diarahkan secara terorganisir dan terkendali.

Perencanaan merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Pada dasarnya perencanaan itu merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan berbagai alternatif

tindakan dan perumusan kebijakan. Suatu perencanaan bisa terealisasi apabila manajemen berhasil dalam menjalankan perusahaan yang diukur dengan besarnya laba (profitability).

Pengertian perencanaan laba menurut Machfoedz (1996:289) adalah sebagai berikut perencanaan laba (profit planning) sering disebut budget perencanaan (planning budget) atau rencana operasi (plan operation) adalah rencana dari manajemen yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan dibagi ke dalam dua jenis rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang.

Menurut Supriyono (2002:331) “ Perencanaan laba (profit planning) adalah perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. Didalamnya juga ditentukan tujuan laba yang dicapai oleh perusahaan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk jangka pendek dan jangka panjang.

2.6.2. MANFAAT PERENCANAAN LABA

Menurut Adolph Matz dkk (1993:6-7), adanya perencanaan laba memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan masalah.
2. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapinya dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil keputusan.
3. Menciptakan suasana organisasi yang mengarahkan pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya yang maksimum.

4. Merangsang peran serta dan koordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana yang saling terkait dapat menggambarkan keseluruhan organisasi dalam bentuk rencana yang terpadu dan menyeluruh.
5. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaiki kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.
6. Mengkoordinasikan serta mempertemukan semua upaya perusahaan ke dalam suatu prosedur perencanaan anggaran yang terarah karena inilah satu-satunya cara yang paling tepat mengungkapkan keselamatan kegiatan manajemen.
7. Mengarahkan penggunaan modal dan daya upaya pada kegiatan yang paling menguntungkan.
8. Mendorong standar prestasi yang tinggi dengan merangsang kegairahan untuk bersaing menanamkan hasrat untuk mencapai tujuan dan menumbuhkan minat untuk melaksanakan kegiatan secara lebih efektif.
9. Berperan sebagai standar untuk mengukur kegiatan dan menilai kebijakan manajemen dan tingkat kemampuan dari setiap pelaksana.

2.6.3. KETERBATASAN PERENCANAAN LABA

Selain memiliki manfaat, perencanaan laba juga memiliki beberapa keterbatasan. Menurut Adolph Matz dkk (1993:7-8), perencanaan laba memiliki beberapa keterbatasan, yaitu :

1. Peramalan atau perencanaan bukanlah ilmu pasti. Jadi dalam setiap perencanaan akan terdapat sejumlah pertimbangan. Apabila ada

penyimpangan dari estimasi maka harus dilakukan perbaikan atau modifikasi.

2. Anggaran dapat mengikat perhatian manajer pada sasaran tertentu yang tidak selaras dengan tujuan organisasi secara keseluruhan. Jadi diperlukan kecermatan untuk menyalurkan upaya manajer setepat mungkin.
3. Perencanaan laba memerlukan kerja sama dan peran serta dari seluruh anggota manajemen. Dasar keberhasilan perencanaan adalah ketaatan dan kegairahan pelaksana terhadap rencana laba.
4. Penggunaan anggaran yang berlebihan sebagai alat evaluasi dapat mengakibatkan terjadinya penyimpangan fungsi. Yang dimaksud penyimpangan fungsi adalah perilaku individu yang bertentangan dengan tujuan organisasi. Manajer akan berusaha dengan segala cara untuk meminimalisasi atau mengeliminasi adanya perbedaan dengan anggaran agar terlihat baik saat evaluasi.
5. Perencanaan laba tidak menghapus maupun mengambil alih peranan bagian administrasi. Para pelaksana tidak boleh merasa dibatasi oleh anggaran. Sebaliknya rencana laba disusun guna memberikan penjelasan terinci yang memungkinkan pihak pelaksana menjalankan kegiatannya dengan mengarahkan kemampuan dan hasrat untuk mencapai sasaran organisasi.
6. Pelaksanaan rencana memerlukan waktu.

2.6.4. PENDEKATAN DALAM PERENCANAAN LABA

Perencanaan laba bukan merupakan hal yang mudah, karena penerapannya harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan keadaan intern maupun ekstern perusahaan baik yang langsung maupun tidak langsung mempengaruhi penetapan laba itu sendiri. Faktor ekstern yang perlu dipertimbangkan manajemen dalam perencanaan laba ini adalah kondisi perekonomian pada umumnya, tingkat populasi penduduk, pendapatan dan daya beli masyarakat, kemajuan teknologi, kebijaksanaan pemerintah dan lain-lain, yang kesemuanya ini sulit diramalkan secara baik. Sedangkan faktor intern

yang perlu dipertimbangkan yaitu keadaan perusahaan itu sendiri berupa besarnya volume penjualan yang diinginkan untuk mencapai laba tertentu, bagaimana kemampuan kapasitas yang ada baik peralatan maupun personil yang ada, kemampuan keuangan dan sebagainya.

Menurut Krismiaji (2002:163) dalam penetapan laba terdapat pendekatan yang berbeda yaitu :

- a. Didasarkan pada masa kembali modal yang diinvestasikan. Metode ini menghendaki penetapan tingkat keuntungan menjadi titik tolak penyusunan rencana.
- b. Didasarkan kepada produk yang akan dijual. Metode ini menghendaki perencanaan yang diformulasikan akan diperoleh berupa keuntungan.
- c. Didasarkan pada perhitungan menurut standar. Metode ini melakukan perhitungan dari proses perencanaan yang diukur dengan standar yang ada. Manajemen memperhitungkan relatif keuntungan menurut standar yang dianggap memuaskan perusahaan.

2.6.5. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERENCANAAN LABA

Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi suatu perencanaan laba, antara alain :

- a. Laba atau rugi yang dialami dari volume penjualan tertentu.
- b. Volume penjualan yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya yang terpakai guna memperoleh laba yang memadai.
- c. Titik impas
- d. Volume penjualan yang dapat dihasilkan oleh kapasitas operasi saat ini.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode berasal dari kata *methodos* (yunani) yang dimaksud adalah cara atau menuju suatu jalan. Metodologi merupakan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.

3.1. JENIS DATA DAN SUMBER DATA

3.3.1. JENIS DATA

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu. Jenis data yang digunakan dalam break even ini merupakan data-data yang berasal berbagai sumber. Berdasarkan pembagian data dapat dibagi beberapa bentuk atau jenis, sebagai berikut:

1. Menurut sifatnya, yaitu berbentuk:
 - a. Data kualitatif, yakni data yang abstrak (*intangible*) atau tidak terukur seperti ingin menjelaskan: tingkat nilai kepercayaan terhadap rupiah menurun, citra perusahaan kurang baik, harga-harga sembako stabil, dan pelayanannya kurang memuaskan bagi pelanggan.
 - b. Data kuantitatif, yakni data yang kongkret (*tangible*) dan terukur.
2. Menurut sumber data, seperti yang terdapat dalam informasi suatu organisasi tertentu yaitu:
 - a. Data internal yang diperoleh atau bersumber dari dalam perusahaan bersangkutan, seperti jumlah karyawan, bentuk-bentuk penawaran produk pelayanan, laporan publikasi keuntungan tahunan dan profil perusahaan (*company profile*).
 - b. Data eksternal yang bersumber dari luar perusahaan seperti jumlah pelanggan yang menggunakan Produk pelayanan, tingkat daya beli masyarakat, tanggapan atau opini publik, situasi dan kondisi sosial politik lain sebagainya yang menjadi bahan informasi terkini dan

faktual dalam proses riset.

3. Menurut cara perolehan data tersebut, yaitu melalui:

a. Data primer (primary data)

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian perseorangan, kelompok, dan organisasi. Seperti untuk memperoleh data tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan.

b. Data sekunder (secondary data)

Memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan.

3.3.2. SUMBER DATA

Agar penelitian tentang analisis break even tentang PO. BATIK ALMAR sebagai pembuatan batik maka dalam menganalisisnya perlu sumber data yang benar, akurat, lengkap dan relevan. Sumber data dalam analisis break even ini diperoleh dari dua sumber yaitu:

1. Studi Literatur

Studi literature adalah studi yang dilakukan dengan cara membandingkan dan menggunakan metode-metode yang ada dalam buku yang berhubungan langsung dengan pemecahan masalah yang sedang dihadapi. Hal ini dilakukan dengan maksud agar dalam pemecahan masalah dapat didukung dengan teori-teori yang telah ada.

2. Studi Lapangan

Studi lapangan meliputi pengamatan langsung (observasi) dan mengadakan wawancara dengan pihak-pihak dan instansi yang berkepentingan dalam analisis break even.

3.2. METODE PENGUMPULAN DATA

Pembagian riset yang sebelumnya telah dibahas, bahwa secara umum dapat dibagi dua, yaitu riset dasar (basic research) yang dipergunakan pengembangan ilmu pengetahuan ilmiah dan riset terapan (applied research) untuk alasan tujuan

praktikal atau kegunaan tertentu, untuk mencapai tingkat efisiensi dan efektivitas dalam penerapan program atau aktivitas kerja di lapangan praktik.

Kemudian pembagian riset, sebagaimana yang dikutip dari J. Supranto (1998:48), yaitu menurut tempat pencari data penelitian dapat dibagi menjadi tiga, yaitu melalui sumber:

a. Riset perpustakaan (library research)

Riset perpustakaan ini adalah dilakukan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan yang mendukung serta berhubungan dalam kelengkapan data Tugas Akhir ini.

b. Riset lapangan (field research)

Riset lapangan ini adalah suatu metode pengumpulan data dengan meninjau lapangan secara langsung, melihat pada objek penelitian dan melakukan pengamatan secara seksama yang berfungsi untuk membandingkan informasi yang telah diperoleh dengan keadaan yang sesungguhnya. Dalam metode ini data yang diperoleh dengan menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. observasi

observasi sering juga disebut dengan pengamatan, meliputi kegiatan pengamatan terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat yang dimiliki. Misalnya, pengamatan mengenai situasi dan kondisi dilapangan seperti pengamatan dibidang produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia yang berlangsung di PO.BATIK ALMAR.

2. Wawancara

Wawancara atau interview adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (interview) untuk memperoleh informasi dari terwawancara yang melakukan tanya jawab

dengan pihak yang bersangkutan seperti pimpinan perusahaan serta tenaga kerja di PO. BATIK ALMAR.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengambilan foto atau gambar secara langsung dari objek yang diteliti di perusahaan PO. BATIK ALMAR.

3.3. ANALISIS DATA

Dalam melakukan analisis data pada PO. BATIK ALMAR adalah perusahaan yang bergerak pada industri pakaian jadi yaitu pakaian batik khususnya yang terletak di kawasan Tanah Tinggi Jakarta Pusat dan diperlukan data-data yang mendukung dalam analisis data perusahaan yaitu meliputi aspek-aspek diantaranya adalah aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek produksi dan aspek SDM. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam studi ini yaitu:

3.3.1. Analisis Break Even Point (BEP)

Analisis break event adalah suatu cara yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan, berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian. Dengan diketahuinya break event (titik impas) tersebut dapatlah direncanakan tingkat-tingkat volume produksi atau volume penjualan yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Agar terhindar dari kerugian perusahaan harus dapat mengusahakan jumlah penjualan pada break event (titik impas) tersebut. Apabila volume penjualan tidak mencapai break event (titik impas) tersebut berarti perusahaan akan menderita rugi.

Analisis break event sering digunakan dalam perencanaan keuangan. Namun tidak berarti rumus itu tidak dapat digunakan dalam hal yang lain mestinya dalam analisis laporan keuangan. Dalam analisis laporan keuangan kita dapat menggunakan rumus ini untuk mengetahui :

1. Hubungan antara penjualan, biaya dan laba.
2. Struktur biaya tetap dan variabel.

3. Kemampuan perusahaan memberikan margin untuk menutupi biaya tetap.
4. Kemampuan perusahaan dalam menekan biaya dan batas dimana perusahaan tidak mengalami laba dan rugi.

Teknik break event analisis atau cost volume profit analysis sering digunakan dalam menganalisis keuangan perusahaan. Model ini mencoba mencari dan menganalisis aspek hubungan antara besarnya investasi dan besarnya volume rupiah yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba tertentu.

Dalam perusahaan peranan penjualan sudah jelas yaitu sebagai “generating income” yaitu sumber pembentukan laba. Kita menginginkan agar penjualan dapat menutupi biaya total yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan. Beroperasi atau tidak, biaya ini harus dikeluarkan, misalnya biaya penyusutan, biaya sewa, gaji pimpinan, gaji staff, gaji kantor pusat, dan lain-lain. Sebaliknya semakin banyak volume kegiatan atau produksi semakin rendah biaya per unit biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya tergantung paadaa volume kegiatan maka pasti ada biaya variabel ini. Namun biaya per unit relatif sama. Misalnya biaya bahan, gaji tenaga kerja langsung, komisi penjualan dan lain-lain. Pengetahuan terhadap biaya ini sangat penting dalam melakukan analisis break event.

Break event berarti suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan. Total biaya (tetap dan variabel) sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi.

3.3.2. RUMUS BEP

Pengetahuan akan angka break event ini sangat penting dalam melakukan: analisis keuangan, maupun dalam perencanaan laba, dan pengambilan keputusan. Perhitungan break even ini dapat kita jelaskan melalui contoh sebagai berikut :

Misalkan biaya tetap (fixed cost) Rp.40.000,00 biaya ini dikeluarkan kendatipun tidak ada penjualan. Biaya variabel Rp.1,2 per unit artinya berapa unit yang dijual biaya variabelnya dikalikan Rp.1,2. Bertambah besar volume penjualan bertambah besar pula biaya variabel. Penjualan per unit dimisalkan Rp.2,00.

Dari data ini dapat kita cari break event sebagai berikut :

Penjualan adalah Harga x Volume (unit)

$$\text{Sales} = \text{Price} \times \text{Quantity}$$

$$S = P \times Q$$

$$S = \text{Rp. 2,-} \times Q$$

P menggambarkan harga per unit, Q menggambarkan volume penjualan dalam unit, sedangkan S menggambarkan nilai total penjualan (Sales).

Total Biaya adalah Biaya Tetap + Biaya Variabel

$$\text{Total Cost} = \text{Fixed Cost} + \text{Variabel Cost}$$

$$\text{Atau TC} = \text{FC} + \text{VC}$$

Jika Fixed Cost Rp. 40.000,00 maka

$$\text{TC} = \text{Rp. 40.000,00} + \text{Rp. 1,2,-} \times Q$$

Dari rumus-rumus ini kita dapat membuat rumus break event.

b. Rumus Break Event Point

Kalau kita ingin mengetahui total cost atau total penerimaan dari penjualan maka yang diperlukan hanya volume penjualan dalam unit (Q). Setiap jumlah Q kita akan dapat menghitung nilai sales, total cost, dan juga laba/rugi.

Namun dalam break event point (BEP) yang menjadi pegangan bagi kita adalah titik dimana perusahaan tidak mengalami laba dan tidak mengalami rugi atau istilah lainnya titik impas.

Titik impas ini terjadi apabila :

$$\text{Total Revenue (sales = S)} = P \times Q$$

$$\text{Total Cost} = \text{FC} + \text{VC}$$

Jadi pada titik break event :

$$\text{Harga} \times \text{Kuantitas Penjualan} = \text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}$$

$$P \times Q = \text{FC} + \text{VC}$$

$$P \times Q = \text{FC} + \text{VC}$$

$$(P \times Q) - (V \times Q) = \text{FC}$$

$$Q (P - V) = \text{FC}$$

V = Harga variabel cost per unit

Jadi :

$$Q = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{V}}$$

P-V

Dalam rumus dan contoh diatas maka break event dapat kita hitung sebagai berikut :

$$Q = \frac{4000}{2 - 1,2}$$

$$Q = \frac{4000}{0,8}$$

$$Q = 50.000 \text{ unit}$$

3.3.3. PERENCANAAN LABA MENGGUNAKAN RUMUS BEP

Break Event Analysis sangat bermanfaat dalam mengetahui hubungan antara cost, volume, harga dan laba. Misalnya kita ingin mencapai laba tertentu maka kita akan dapat mengetahui berapa unit barang yang harus kita jual.

Apabila misalnya dalam contoh diatas kita ingin laba Rp. 8.000,00 maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

Jika tidak ada laba rumusnya :

$$P \times Q = FC + VC$$

Kalau kita ingin laba Rp. 8.000,00 maka rumusnya :

$$P Q = FC + VC + 8.000$$

$$2 \times Q = 40.000 + 1,2 Q + 8.000$$

$$0,8 Q = 48.000$$

$$Q = 60.000 \text{ unit}$$

Untuk mendapatkan laba sebesar Rp. 8.000,00 maka kita harus dapat menjual 60.000 unit atau volume penjualan harus Rp. 120.000,00. Rumus ini bisa juga dipakai dengan harga per unit, dengan menggunakan rumus tersebut diatas. Misalnya kita ingin mendapat laba sebesar Rp. 8.000,00 dan menurut manajer penjualan kita hanya menargetkan penjualan sebanyak 50.000 unit. Berapa harus kita jual per unit.

Untuk itu gunakan lagi rumus :

$$P Q = FC + VC + 8.000$$

$$P \times 50.000 = 40.000 + 0,8 \times (50.000) + 8.000$$

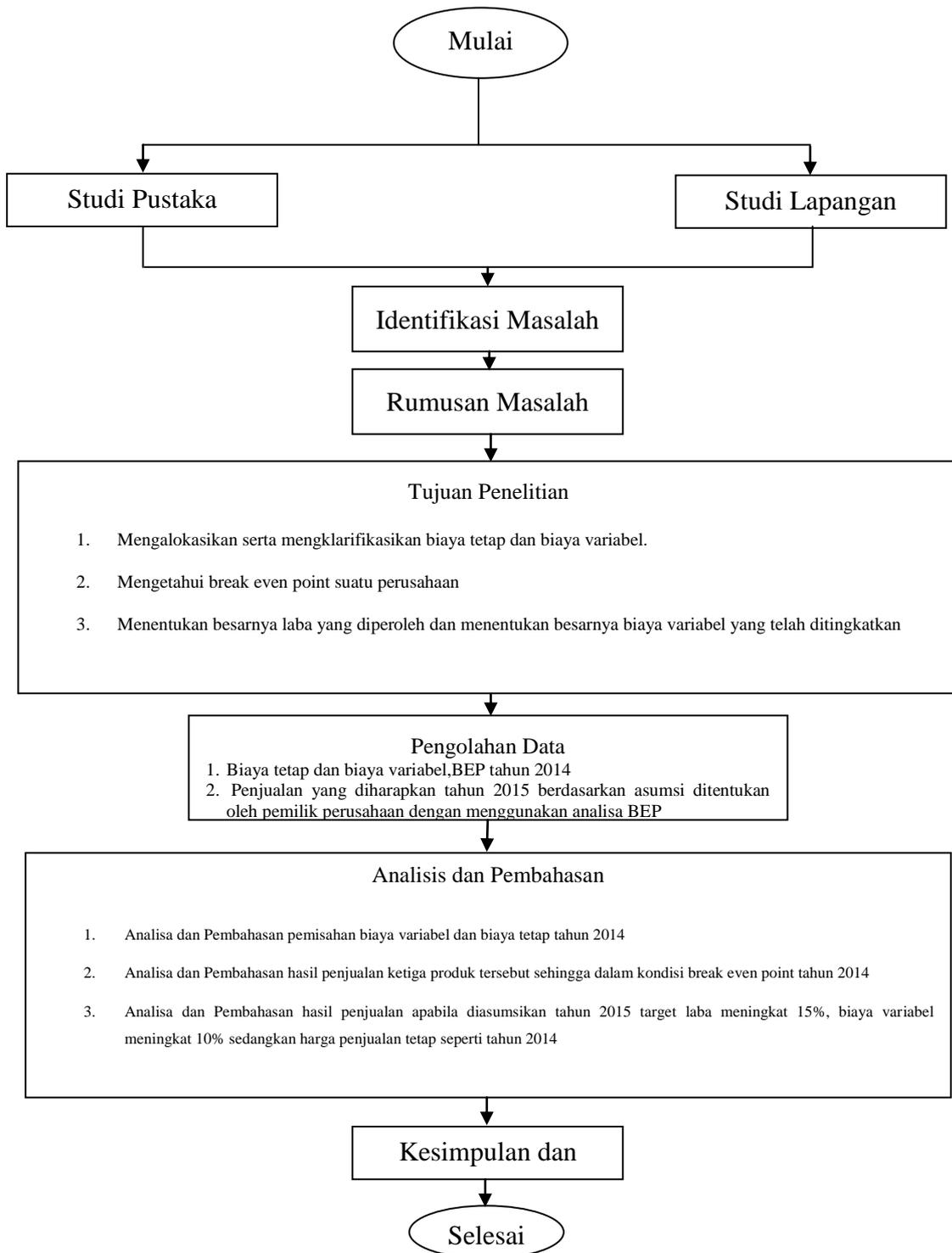
$$50.000 P = 8.000$$

$$P = 1,76$$

Jadi jika kita ambil laba Rp. 8.000,00 dan jumlah unit yang dijual hanya 50.000 unit, maka harga Rp.1,76. Kalau $P = \text{Rp. } 1,76$.

Demikian beberapa penggunaan analisis break event point. Apabila kita diberikan laporan keuangan yang lengkap dan laporan tersebut memberikan data yang diperlukan dalam analisis break event, maka kita dapat mengetahui posisi break event perusahaan itu. Sehingga aspek produktivitas, efisiensi, rentabilitas dapat diketahui.

3.4. KERANGKA PEMECAHAN MASALAH



BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1.1. Sejarah Perusahaan

Batik Almar merupakan perusahaan perseorangan yang dimiliki oleh Bpk. Slamet Alimin bergerak dibidang industri pembuatan pakaian jadi batik yang terletak di Jl. Kramat Sawah No.E341 Rt.11/Rw.97, Kel.Paseban, Kec.Senen,Jakarta Pusat. Pada tahun 2003 beliau menjual batik eceran semula mengambil dari konveksi baju batik milik saudara kandungnya, dan dijual ke toko-toko dan konsumen langsung (door to door) sampai tahun 2006. Selama tahun berjalan Bpk.Slamet Alimin mulai belajar mandiri dari saudara kandungnya dan telah mempunyai konsumen tetap. Kemudian beliau membuka perusahaan home industri konveksi bernama Batik Almar, didirikan pada 2006 dengan modal awal sebesar Rp 100.000.000,-

Modal awal tersebut digunakan untuk membeli kebutuhan-kebutuhan material, seperti: Rumah produksi, bahan baku, bahan penolong, mesin jahit, mesin potong, mesin obras, mesin kancing, mesin pelubang kancing, setrika uap, sewa tempat toko, dan sepeda motor.

Dalam menghadapi persaingan industri yang sejenis, Batik Almar mengalami kesulitan finansial, namun berkat kesungguhan dan keteguhan pimpinan perusahaan dan di bantu seluruh para karyawan, maka kesulitan-kesulitan dapat diatasi dan kegiatan perusahaan masih berlangsung hingga saat ini. Sampai sekarang Batik Almar telah mempekerjakan karyawan sebanyak 16 orang.

4.1.2. Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan pakaian batik yang mengutamakan kebudayaan daerah dengan produk yang berkualitas guna memuaskan konsumen.

4.1.3. Misi Perusahaan

Menjadi perusahaan yang berorientasi pada keuntungan tetapi mengutamakan kepuasan konsumen. Memberikan nilai tambah terhadap produk seperti bahan baku yang berkualitas tinggi, hasil jahitan rapi dan design yang beragam mengikuti trend perkembangan pasar. Mengembangkan perusahaan kearah yang lebih luas guna menambah lapangan pekerjaan.

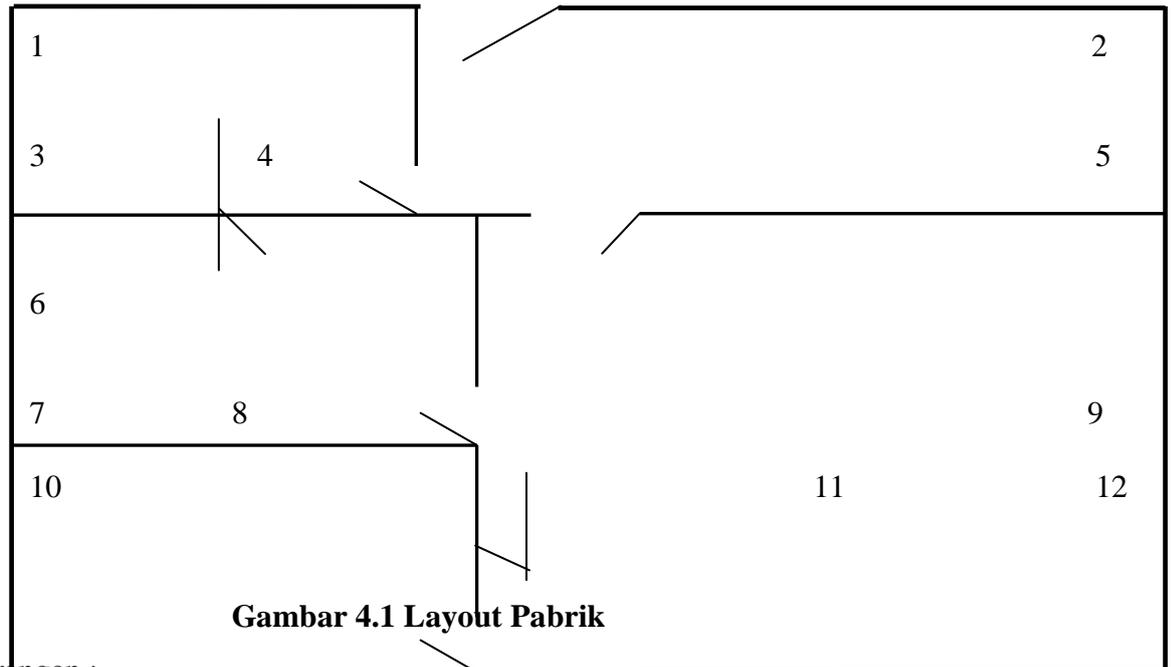
4.1.4. Klasifikasi Perusahaan

Nama perusahaan	: Batik Almar
Nama pemilik	: Slamet Alimin
Tahun berdiri	: 2006
Badan Hukum - Nomor ijin	: Perusahaan perseorangan
Klasifikasi kelas	: Industri menengah
Jenis Usaha	: Produksi Pakaian Batik dan Penjual Pakaian Batik
Daerah kerja	: Kota Jakarta Pusat
Alamat / tempat usaha	: Jl. Kramat Sawah No. E341 Rt.11 Rw.07 Kel. Paseban, Kec. Senen Kab. Jakarta Pusat 10440
Telepon	: 081514461122
Nomor SIUP	: 421/11.19/PK/IX/2011
Nomor TDP	: 10.20.5.47.06149
Nomor NPWP	: 44.007.887.1-502.000
Luas area perusahaan	: 200 m ²
Jumlah pekerja	: 16 orang

4.1.5. Layout Pabrik dan Lokasi Penjualan

Layout pabrik Batik Almar ditata sedemikian rupa agar memudahkan proses produksi dan memberikan ruang yang tepat dalam pengaturan dan penempatan alat-alat, tenaga kerja dan kegiatan-kegiatan dalam produksi.

Tujuan dari layout pada Batik Almar adalah untuk mendapatkan penggunaan ruangan secara efisien dan memberikan kenyamanan pada karyawan untuk melakukan pekerja dan sebagai rumah tinggal.



Gambar 4.1 Layout Pabrik

Keterangan :

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| 1. Gudang Bahan & Produk Jadi | 7. Musholah |
| 2. Cutting | 8. Setrika Uap |
| 3. Kamar Tidur Pemilik | 9. Kamar Tidur Karyawan Wanita |
| 4. Kantor | 10. Kamar Tidur Karyawan Pria |
| 5. Sewing | 11. Dapur |
| 6. Finishing | 12. Kamar Mandi |

Lokasi Penjualan menyewa toko di Pusat Grosir Cililitan 2 Galeri Batik PGC Lt.2 (Zona Biru) No.486 Cililitan Jakarta Timur.

Adapun pertimbangan mengenai lokasi perusahaan tersebut diantaranya :

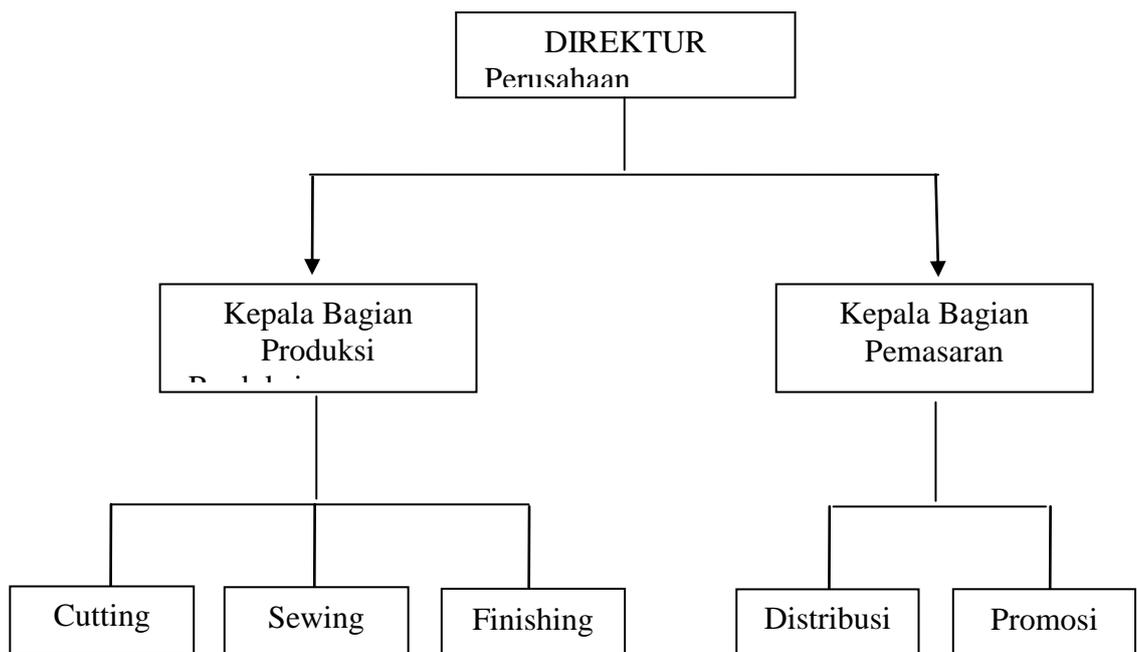
- a. Pemasaran produk yang mendukung yaitu didaerah mall yaitu pusat perbelanjaan/pusat keramaian.

- b. Harga jual rumah produksi dan harga sewa toko yang ditawarkan cukup terjangkau dibandingkan hasil yang didapatkan.
- c. Lokasi perkotaan/metropolitan yang menyediakan sumber daya manusia yang berragam.
- d. Fasilitas lingkungan yang memenuhi syarat kecukupan listrik, air, dan telephone serta lalu lintas.
- e. Kedekatan dengan konsumen karena berada di daerah perkotaan yang banyak penduduk.

4.1.6. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang dipakai di PO. Batik Almar ialah struktur organisasi garis atau lini organisation. Organisasi garis atau lini adalah suatu bentuk organisasi dimana pelimpahan wewenang langsung secara vertical dan sepenuhnya dari pimpinan terhadap bawahannya.

Berikut struktur organisasi pada Batik Almar:



Gambar 4.2 Struktur Organisasi

Rincian struktur organisasi pada Batik Almar adalah sebagai berikut:

1. D
Direktur
Wewenang tertinggi di pegang oleh pimpinan direktur yaitu Bpk. Slamet Alimin sebagai pemilik serta pimpinan Batik Almar
2. T
Tenaga Kerja
Tenaga Kerja Batik Almar terdiri dari 2 bagian:
 - a) B
Bagian ProduksiC
 - S
Cutting
 - F
Dyeing
 - B
Finishing
 - b) B
Bagian pemasaranD
 - P
Distribusi
 - D
Promosi

4.1.7. D Deskripsi Pekerjaan

Didalam mengadakan pekerjaan diperlukan deskripsi agar lebih efisien dan efektif seperti berikut ini:

- 1) P
Pembuatan Pola dan Sample

Pembuatan Pola dan sample ini dilakukan oleh karyawan cutting, pemilik perusahaan hanya memberikan arahan bagaimana desain yang diinginkan dan dijahit oleh bagian sewing. Sample yang telah dibuat digunakan agar penjahit dapat meniru baik model atau metode jahitan yang digunakan. Pemilik perusahaan harus mengetahui bagaimana mendesain baju batik yang mengikuti perkembangan pasar agar sesuai dengan permintaan pasar dan trend yang sedang berkembang dengan mengutamakan jahitan yang rapi dan bahan yang berkualitas. Di bagian pembuatan pola inilah yang sangat sulit, karena ini merupakan tahapan awal dalam pembuatan model baju batik dan menyesuaikan motif batik yang ada dibahan dengan baju yang diinginkan.

2)

cutting (pemotongan bahan)

Bagian ini hanya mempekerjakan 1 karyawan. Pekerjaan cutting ini yaitu memotong kain dengan menggunakan alat mesin potong ukuran 5 inci dan memisahkan bagian-bagian potongan kain yang sesuai dengan bagian-bagian baju dan ukurannya. Setelah proses ini selesai barulah dapat menuju proses selanjutnya yaitu sewing (penjahitan).

3)

sewing (penjahitan pakaian)

Bagian ini mempekerjakan 7 karyawan. Bagian sewing ini tugasnya menjahit potongan-potongan dari bagian cutting agar menjadi sebuah pakaian batik yang sesuai dengan sample yang telah dibuat sebelumnya.

4)

finishing

Tahapan terakhir finishing, mempekerjakan 6 karyawan terdiri dari : 1 karyawan obras mengerjakan pakaian yang telah dijahit untuk diobras, 1 karyawan lubang kancing membuat lubang kancing pada setiap baju setelah diobras sebelumnya, 1 karyawan kancing yaitu tugasnya memasang kancing sesuai dengan lubang yang telah dibuat sebelumnya, 1 karyawan gosok menyetrika pakaian yang sudah jadi untuk selanjutnya

C

S

F

dikemas, 2 karyawan melipat dan mengemas pakaian kedalam plastik lalu merapkannya untuk dipacking sebagai stok maupun untuk dibawa ketoko.

4.2. ASPEK PRODUKSI

4.2.1. Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud yang lain. Bahan baku yang digunakan oleh batik almar pada dasarnya bahan kain batik pekalongan.

4.2.2. Bahan Penolong

Bahan Penolong adalah bahan yang ikut berperan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung tampak pada barang jadi yang dihasilkan. Bahan penolong yang dipergunakan adalah benang, kancing, karet, timang dll.

4.2.3. Bahan Tambahan

Bahan tambahan adalah bahan yang ditambahkan pada produk saat proses produksi berlangsung dimana keberadaannya tidak mengurangi nilai produk melainkan dapat menambah nilai produk, bahan tambahan dapat dilihat pada hasil akhir produk. Bahan tambahan yang dipergunakan antara lain plastik, label baju, label harga, isolasi, rafia dll.

4.2.4. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi di PO.BATIK ALMAR

Batik Almar memakai enam jenis mesin, mesin-mesin yang digunakan untuk pembuatan baju batik sebagai berikut:

a) Mesin potong

Yang berjumlah 1 mesin potong, mesin potong ini dinamakan regulator 5 inchi. Mesin yang dapat memotong kain dalam tumpukan yang banyak.

b) Mesin jahit

Yang berjumlah 8 mesin jahit, yang digunakan karyawan sewing.

c) Mesin Obras

Yang berjumlah 1 mesin obras, digunakan untuk mengobras setiap pertemuan bagian jahitan yang sudah selesai di jahit.

d) Mesin Lubang Kancing

Yang berjumlah 1 mesin lubang kancing, digunakan untuk membuat lubang kancing.

e) Mesin Kancing

Yang berjumlah 1 mesin kancing, digunakan untuk memasang kancing agar lebih cepat pengerjaannya dibandingkan harus menjahit manual.

f) Mesin Setrika Uap

Yang berjumlah 1 mesin setrika uap, digunakan untuk menyetrika baju yang sudah jadi agar lebih rapi saat dibelin oleh konsumen. Keunggulan setrika ini jauh lebih rapi dan prosesnya cepat dan juga menggunakan uap.

4.2.5. Proses Produksi

Proses produksi di Batik Almar sebagai berikut:

1)

roses produksi yang pertama ialah pembuatan pola dan sample. Pembuatan pola ini di kerjakan oleh karyawan cutting. Membuat pola pakaian batik yang akan dibuat dan didesain terlebih dahulu polanya. Pola di-mal (dicetak) pada kain, lalu dijahit untuk membuat sampel baju. Dalam pembuatan baju, desain dan motif batik sangat berpengaruh pada harga. Pembuatan produksi baju ini dari bahan mentah ke barang jadi. Bahan-bahan kain pembuatan baju batik memang di perlukan kualitas kain batik yang bagus, motif/corak batik yang memang cocok untuk baju, dengan bahan-bahan pilihan. Pembuatan pola ini harus tahu bagaimana caranya mendesain baju agar terlihat serasi untuk baju batik dan menyesuaikan dengan type baju yang akan dibuat.



Gambar 4.3. Pembuatan Pola dan Sampel

- 2) Proses produksi yang kedua ialah cutting (pemotongan bahan). Cutting (pemotongan bahan) di kerjakan oleh 1 karyawan. Pada bagian cutting (pemotongan) mereka harus tahu cara menyesuaikan motif dengan bagian-bagian potongan baju yang akan dibuat agar baju yang dihasilkan menarik. Pola dibuat langsung diatas kain batik yang akan dipotong, sebelumnya kain dirapikan dan ditumpuk maksimam 20 lembar kain batik sarung pekalongan sesuai dengan motif yang sama. Dengan alat yang begitu canggih pemotongan dapat di lakukan dengan cepat dan hasil potongan yang rapi, setelah dipotong lalu dirapikan sesuai bagian- bagian yang akan dijahit.



Gambar 4.4. Proses cutting

- 3) Proses produksi yang ke tiga ialah sewing (penjahitan). Sewing (penjahitan) di kerjakan oleh 6 karyawan. setelah dari bagian

cutting (pemotongan) selanjutnya ke bagian sewing (penjahitan baju). Pada bagian sewing (penjahitan) karyawan harus tahu dimana letak bertemunya bagian-bagian setiap baju, agar dapat menjadi baju yang cocok dan dengan hasil jahitan yang baik. setiap bagian selalu ada leader atau pengawas. Leader ini karyawan yang di tunjuk oleh si pemilik untuk mengawasi karyawan.



Gambar 4.5 Proses sewing

- 4) Tahapan terakhir ialah tahap finishing, bagian ini mempekerjakan 6 karyawan. Karyawan finishing terdiri dari : 1 karyawan obras yaitu tugasnya mengerjakan pakaian jadi sebelumnya yang telah dijait untuk selanjutnya diobras, 1 karyawan lubang kancing yaitu tugasnya membuat lubang kancing pada setiap baju setelah diobras sebelumnya dan biasanya satu baju terdiri dari 5-6 lubang kancing, 1 karyawan kancing yaitu tugasnya memasang kancing sesuai dengan lubang yang telah dibuat sebelumnya, 1 karyawan gosok yaitu tugasnya menyetlika pakaian yang sudah jadi untuk selanjutnya dikemas, 2 karyawan yaitu tugasnya melipat dan mengemas pakaian kedalam plastik lalu merapkannya untuk selanjutnya dipacking untuk stok maupun untuk dibawa ketoko. Semua pekerjaan ini baik dari pembuatan pola, cutting (pemotongan bahan), sewing (penjahitan baju), dan terakhir finishing. Semua pekerjaan tersebut tidak ada pelatihan khusus.



Gambar 4.6. Proses Finishing

4.3. ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI

4.3.1. KETENAGAKERJAAN PERUSAHAAN PO. BATIK ALMAR

No	Jenis pekerjaan	Jumlahkaryawan
1.	Bagian Cutting	1 karyawan
2.	Bagian Sewing	7 karyawan
3.	Bagian Finishing	6 karyawan
4.	Bagian Karyawan Toko	2 karyawan

Tabel 4.1. Ketenagakerjaan PO.Batik Almar

Ketenagakerjaan YANG DIMILIKI OLEH Batik Almar saat ini berjumlah 16 orang pegawai. Para pegawai dibagi menjadi beberapa yaitu bagian cutting,sewing,finishing dan karyawan toko.

Sumber daya manusia yang terdapat di batik almar didominasi oleh pekerja berjenis kelamin pria dan asli warga pekalongan yang didatangkan langsung dari pekalongan yang memiliki keahlian dan ketrampilan dalam menjalankan proses produksi. Usia karyawan berkisar dari 18 tahun sampai 35 tahun.

Tabel 4.2 Data karyawan berdasarkan usia

Usia	Jumlah
Diatas 15 tahun	4orang
20-30 tahun	11 orang
30-40 tahun	1orang

Sumber data Batik Almar

Dengan berdasarkan pada tingkat usia, tenaga kerja pada Batik Almar relatif golongan muda yang lebih mendominasi. Hal ini dirasakan baik karena kisaran umur tersebut mempunyai produktivitas dalam bekerja serta memiliki pemikiran-pemikiran baru dalam mengembangkan produk Batik Almar.

Tabel 4.3 Data karyawan berdasarkan pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah
SD	4 orang
SMP	10 orang
SMA	2 orang

Sumber data Batik Almar

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pekerja tidak diharuskan memiliki pendidikan yang tinggi melainkan pekerja dituntut untuk memiliki keterampilan dan keahlian dalam bidang pembuatan pakaian batik.

Data jam kerja pada PO. Batik Almar ditetapkan berdasarkan aturan ketenagakerjaan. Dimana waktu kerja adalah jam 07.30. jam kerja dimulai jam 07.30 dan berakhir pada pukul 16.00. waktu istirahat dari pukul 12.00 sampai 13.00. pengaturan kesepakatan bersama antara para karyawan harian, dengan sistem pergantian shift adalah satu minggu. Akan tetapi sistem ini tidak berlaku bagi karyawan borongan. Karena karyawan borongan selesai setelah melaksanakan pekerjaan yang telah ditugaskan dengan kesesuaian pembayaran yang telah disepakati.

Hal ini dikarenakan upah yang diperoleh berdasarkan hitungan jumlah pekerjaan yang telah diselesaikan oleh karyawan tersebut. Khusus di hari minggu tenaga kerja harian bekerja dengan sistem bergantian antara karyawan yang satu dengan yang lainnya setiap minggunya mendapatkan giliran masing-masing untuk bekerja sesuai yang telah ditetapkan oleh perusahaan setiap minggunya.

4.3.2. KESEJAHTERAAN KARYAWAN/SISTEM UPAH

1. Upah Bulanan

Upah atau imbalan yang diterima atau diperoleh pegawai yang terutang atau dibayarkan secara bulanan. Biasanya ditetapkan bagi karyawan toko di PO. Batik Almar.

2. Upah Borongan

Besarnya upah didasarkan pada jumlah barang yang dihasilkan oleh seseorang. Satuan hasil dihitung per potong barang atau per satuan.

3. Sistem Upah

Insentif yang diberikan oleh perusahaan yaitu pada akhir bulan. Insentif ini berupa uang dan insentif juga diberikan pada saat lebaran Idul Fitri dilihat berdasarkan absensi karyawan yang disiplin, rapi, dan rajin yang ditujukan untuk merangsang (memberi inisiatif) agar pekerja dapat menjalankan tugasnya lebih baik dan penuh tanggung jawab, dengan harapan keuntungan lebih tinggi. Makin tinggi keuntungan yang diperoleh makin besar bonus yang diberikan pada pekerja.

4.4. ASPEK PEMASARAN

4.4.1. GAMBARAN PASAR

- a. Produk yang akan dipasarkan PO.Batik Almar yaitu Pakaian Batik Laki-Laki Dewasa, Pakaian Batik Perempuan Dewasa dan Pakaian Batik Anak-anak Baik Laki-Laki maupun Perempuan tergantung pada produsen yang memesan.
- b. Wilayah pemasaran PO.Batik Almar ke seluruh Indonesia khususnya wilayah Jawa. Bukan Hanya di daerah Jawa tetapi ke Sumatra, Aceh, Papua, Kalimantan dll.
- c. Segemen Pasar PO.Batik Almar dengan tipe menengah ke bawah dikarenakan harganya yang relatif tidak terlalu mahal.
- d. Bahan Baku yang didatangkan langsung dari Pekalongan merupakan ciri khas pada PO.Batik Almar.

4.4.2. BAURAN PEMASARAN

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam memenuhi target pasarnya. Bauran pemasaran memiliki empat variabel yang dikenalkan dengan istilah “4P” yaitu product (produk), Price (Harga), Place (Tempat), Promotion (Promosi) yang saling berkaitan satu sama lain. Penjelasan mengenai variabel-variabel bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, diperoleh digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, berikut produk PO. Batik Almar :



Gambar 4.3.
Kemeja Batik Pria



Gambar 4.4.
Kemeja Atasan Wanita



Gambar 4.5.

b. Harga **KemejaBatik Anak-Anak**

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Berikut harga pakaian pada PO.Batik Almar :

No	Jenis Produk	Harga Produk
1.	Batik Kemeja Perempuan	Rp 65.000
2.	Batik Atasan Laki-Laki	Rp 50.000
3.	Batik Kemeja Anak-anak L/P	Rp 35.000

Sumber data Batik Almar

Tabel 4.4 Harga Pakaian Batik

c. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk atau jasa dan meyakinkan konsumen sasaran tentang produk yang mereka hasilkan. Cara mempromosikan produk-produk PO. Batik Almar antara lain dengan cara:

1. Pembagian brosur-brosur/ katalog yang berisikan bermacam-macam produk dengan harga yang sudah tertera didalam katalog tersebut.
2. Mengadakan pameran supaya meningkatkan omset penjualan, meskipun harus mengeluarkan kocek yang agak lumayan tetapi sebanding dengan hasil yang didapatkan.
3. Membagikan kartu nama kepada konsumen
4. Memasang pamflet di mall sekitarnya

d. Tempat (Termasuk juga distribusi)

Tempat termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran. Batik Almar beraktivitas di daerah

PGC Cililitan yang merupakan tempat yang strategis. Cara penyaluran produk Batik Almar sebagai berikut :

1. Saluran Distribusi Langsung

Digunakan untuk menyalurkan hasil produksinya adalah dengan menggunakan saluran distribusi langsung. Ini berarti penyaluran hasil produksi perusahaan tanpa pihak lain sebagai perantara. Jadi produk disalurkan langsung ke konsumen. Penyaluran barang seperti ini dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen berdasarkan permintaan atau pesanan konsumen yang biasanya secara langsung datang ke lokasi usaha/toko dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari perusahaan, itu semua bisa menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen.

2. Saluran Distribusi Tidak Langsung

Penyaluran barang dilakukan melalui bantuan jasa-jasa perantara dan sejenisnya. Seperti ke agen, pengecer-pengecer baik dalam kota maupun luar kota. Dapat diketahui bahwa aliran barang dimulai dari PO. Batik Almar atau perusahaan ke agen kemudian disalurkan ke pengecer lalu ke konsumen. Ini menunjukkan bahwa distribusi tidak langsung yang digunakan PO. Batik Almar yaitu perusahaan memilih agen sebagai penyaluran utamanya dan sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada pengecer.

4.5. ASPEK KEUANGAN

Setelah mempelajari berbagai aspek pada bagian sebelumnya, tahap selanjutnya adalah menganalisis dan merincikan secara keseluruhan terhadap rencana investasi yang akan dilakukan. Secara umum proyeksi keuangan adalah sebagai alat analisa secara keseluruhan tentang berbagai strategi operasional dan investasi usaha yang menggambarkan perkiraan hasil-hasil yang akan dicapai oleh perusahaan, serta sebagai dasar untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan pada rencana transaksi di masa yang akan datang.

Berikut data-data yang diperlukan guna menganalisis laporan keuangannya :

Tabel 4.5. Rencana Penjualan dan Realisasi dari tahun 2010-2014

Tahun	Target Penjualan (Unit)	Realisasi
2010	50.000 unit	47.000 Unit
2011	51.000 unit	48.500 Unit
2012	52.000 unit	49.000 Unit
2013	53.000 unit	50.000 Unit
2014	54.000 unit	52.500 Unit

Sumber data Batik Almar

Sedangkan realiasi penjualan bulanan Batik Almar untuk tahun 2014 dapat dilihat seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Realisasi Penjualan Bulanan Batik Almar 2014

Jenis Pakaian	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jumlah
Pakaian Pria Dewasa	1.400	1.600	1.750	1.900	2.050	2.200	2.300	2.400	2.425	2.525	2.700	3.000	26.250
Atasan Wanita Dewasa	900	1.000	1.125	1.175	1.200	1.250	1.350	1.400	1.450	1.550	1.650	1.700	15.750
Pakaian Pria	400	500	550	650	700	900	950	1.000	1.100	1.150	1.250	1.350	10.500

Tabel 4.9 Rekapitulasi Penyusutan Aktiva Tetap

No	Jenis Aktiva Tetap	Harga Perolehan	Nilai Sisa	Umur Ekonomis	Penyusutan/th	Tahun Pembelian	AK Penyusutan
1	Mesin Jahit 8	16 juta	8 juta	10 Tahun	0,8 juta/th	2010	0,8 juta
						2011	1,6 juta
						2012	2,4 juta
						2013	3,2 juta
						2014	4 juta
2	Mesin Potong	3 juta	1 juta	10 Tahun	0,2 juta/th	2010	0,2 juta
						2011	0,4 juta
						2012	0,6 juta
						2013	0,8 juta
						2014	1 juta
3	Mesin Obras	2,5 juta	1 juta	10 Tahun	0,15 juta/th	2010	0,15 juta
						2011	0,30 juta
						2012	0,45 juta
						2013	0,60 juta
						2014	0,75 juta
4	Mesin Lubang Kancing	20 juta	6 juta	7 Tahun	2 juta/th	2010	2 juta
						2011	4 juta
						2012	6 juta
						2013	8 juta
						2014	10 juta
5	Mesin Kancing	1,5 juta	0,3 juta	6 Tahun	0,2 juta/th	2010	0,2 juta
						2011	0,4 juta
						2012	0,6 juta
						2013	0,8 juta
						2014	1 juta
6	Mesin Setrika Uap	1,5 juta	0,3 juta	6 Tahun	0,2 juta/th	2010	0,2 juta
						2011	0,4 juta
						2012	0,6 juta

						2013	0,8 juta
						2014	1 juta
7	Motor (1 Unit)	14 juta	6 juta	5 Tahun	1,6 juta/th	2010	1,6 juta
						2011	3,2juta
						2012	4,8juta
						2013	6,4juta
						2014	8juta
8	Rumah Produksi	40 juta	10 juta	10 tahun	3 juta/th	2010	3 juta
						2011	6 juta
						2012	9 juta
						2013	12 juta
						2014	15 juta

• Tabel 4.10 Laporan Keuangan Tahun 2010

BATIK ALMAR LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI PER 31 DESEMBER 2010			
1 Biaya Bahan			
Biaya Pemakaian Bahan Baku			930.600.000,00
2 Biaya Tenaga Kerja Langsung			
Biaya Tenaga Kerja Langsung			232.800.000,00
3 Biaya Overhead Pabrik			
Biaya Bahan Penolong		517.000.000,00	
Biaya Peny. Mesin jahit	800.000,00		
Biaya Peny. Mesin potong	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin obras	150.000,00		
Biaya Peny. Mesin lubang kancing	2.000.000,00		
Biaya Peny. Mesin Kancing	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin Setrika Uap	200.000,00		
Biaya Peny. Motor	1.600.000,00		
Biaya Peny. Rumah Produksi	3.000.000,00		
Biaya Listrik,Air & Telpon	7.200.000,00		
Biaya Perawatan Mesin	15.600.000,00		
Biaya Operasional Mesin	450.000,00		
Jumlah Biaya		31.400.000,00	
Jumlah Biaya Overhead Pabrik			548.400.000,00
Harga Pokok Produksi			1.711.800.000,00

BATIK ALMAR		
HARGA POKOK PENJUALAN		
PER 31 DESEMBER 2010		
Persediaan awal barang jadi	Rp	29.400.000,00
Harga Pokok Produksi		1.711.800.000,00
Barang Siap Dijual		1.741.200.000,00
Persediaan Akhir Barang Jadi		(42.000.000,00)
Harga Pokok Penjualan	Rp	1.699.200.000,00

BATIK ALMAR		
LAPORAN LABA/RUGI		
PER 31 DESEMBER 2010		
Hasil Penjualan		Rp 1.974.000.000,00
Harga Pokok Penjualan		(1.699.200.000,00)
Laba Kotor		274.800.000,00
Biaya Usaha:		
Biaya Sewa Toko	Rp 27.000.000,00	
Biaya Promosi	1.600.000,00	
Biaya Adm dan umum	62.400.000,00	
Biaya Distribusi	10.800.000,00	
Biaya Operasional Motor (2Unit)	1.600.000,00	
Total biaya usaha		(103.400.000,00)
Laba Sebelum Pajak		171.400.000,00
Pajak (10%)		(17.140.000,00)
Laba Bersih		Rp 154.260.000,00

BATIK ALMAR		
LAPORAN PERUBAHAN MODAL		
PER 31 DESEMBER 2010		
Modal Awal 2009		Rp 180.000.000,00
Laba Bersih	Rp 154.260.000,00	
Prive	(10.000.000,00)	
Penambahan Modal		144.260.000,00
Modal Akhir 2010		Rp 324.260.000,00

• Tabel 4.11 Laporan Keuangan Tahun 2011

BATIK ALMAR NERACA PER 31 DESEMBER 2011					
Aktiva Lancar			Hutang Lancar		
Kas	Rp 109.810.000,00		Hutang Dagang 1	Rp 87.900.000,00	
Piutang Usaha	20.000.000,00		Hutang Dagang 2	50.000.000,00	
Persediaan Barang Jadi	42.000.000,00		Total Hutang Lancar		Rp 137.900.000,00
Total aktiva lancar		Rp 171.810.000,00	Modal	324.260.000,00	
Aktiva Tetap			Total Modal		324.260.000,00
Tanah		200.000.000,00			
Rumah Produksi	40.000.000,00				
Ak. Peny. Rumah	(3.000.000,00)	37.000.000,00			
Mesin jahit	16.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin jahit	(800.000,00)	15.200.000,00			
Mesin potong	3.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin potong	(200.000,00)	2.800.000,00			
Mesin obras	2.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin obras	(150.000,00)	2.350.000,00			
Mesin lubang kancing	20.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin LK	(2.000.000,00)	18.000.000,00			
Mesin Kancing	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesinkancing	(200.000,00)	1.300.000,00			
Mesin Setrika Uap	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin Setrika	(200.000,00)	1.300.000,00			
Motor	14.000.000,00				
Ak. Peny. Motor	(1.600.000,00)	12.400.000,00			
Total Aktiva Tetap		90.350.000,00			
Total		Rp 462.160.000,00	Total		Rp 462.160.000,00

**BATIK ALMAR
LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI**

PER 31 DESEMBER 2011			
1 Biaya Bahan			
Biaya Pemakaian Bahan Baku			1.003.950.000,00
2 Biaya Tenaga Kerja Langsung			
Biaya Tenaga Kerja Langsung			278.400.000,00
3 Biaya Overhead Pabrik			
Biaya Bahan Penolong		582.000.000,00	
Biaya Peny. Mesin jahit	800.000,00		
Biaya Peny. Mesin potong	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin obras	150.000,00		
Biaya Peny. Mesin lubang kancing	2.000.000,00		
Biaya Peny. Mesin Kancing	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin Setrika Uap	200.000,00		
Biaya Peny. Motor	1.600.000,00		
Biaya Peny. Rumah Produksi	3.000.000,00		
Biaya Listrik,Air & Telpon	8.400.000,00		
Biaya Perawatan Mesin	18.720.000,00		
Biaya Operasional Mesin	480.000,00		
Jumlah Biaya		35.750.000,00	
Jumlah Biaya <i>Overhead</i> Pabrik			617.750.000,00
Harga Pokok Produksi			1.900.100.000,00

BATIK ALMAR	
HARGA POKOK PENJUALAN	
PER 31 DESEMBER 2011	
Persediaan awal barang jadi	Rp 42.000.000,00
Harga Pokok Produksi	1.900.100.000,00
Barang Siap Dijual	1.942.100.000,00
Persediaan Akhir Barang Jadi	(54.600.000,00)
Harga Pokok Penjualan	Rp 1.887.500.000,00

BATIK ALMAR	
LAPORAN LABA/RUGI	
PER 31 DESEMBER 2011	
Hasil Penjualan	Rp 2.216.450.000,00

Harga Pokok Penjualan		(1.887.500.000,00)
Laba Kotor		328.950.000,00
Biaya Usaha :		
Biaya Sewa Toko	Rp 28.500.000,00	
Biaya Promosi	1.750.000,00	
Biaya Adm dan umum	71.200.000,00	
Biaya Distribusi	12.600.000,00	
Biaya Operasional Kendaraan	1.700.000,00	
Total Biaya Usaha		(115.750.000,00)
Laba Sebelum Pajak		213.200.000,00
Pajak (10%)		(21.320.000,00)
Laba Bersih		Rp 191.880.000,00

BATIK ALMAR		
LAPORAN PERUBAHAN MODAL		
PER 31 DESEMBER 2011		
Modal Awal 2010		Rp 324.260.000,00
Laba Bersih	Rp 191.880.000,00	
Prive	(10.000.000,00)	
Penambahan Modal		181.880.000,00
Modal Akhir 2011		Rp 506.140.000,00

BATIK ALMAR					
NERACA					
PER 31 DESEMBER 2011					
Aktiva Lancar			Hutang Lancar		
Kas	Rp 133.790.000,00		Hutang Dagang 1	Rp 116.700.000,00	
Bank	200.000.000,00		Hutang Dagang 1	87.750.000,00	
Piutang Usaha	40.000.000,00		Total Hutang Lancar		
Persediaan Barang Jadi	54.600.000,00		Modal		Rp 204.450.000,00

Total aktiva lancar		Rp 428.390.000,00	Modal	506.140.000,00	
Aktiva Tetap			Total Modal		506.140.000,00
Tanah		200.000.000,00			
Rumah Produksi	40.000.000,00				
Ak. Peny. Rumah	(6.000.000,00)	34.000.000,00			
Mesin jahit	16.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin jahit	(1.600.000,00)	14.400.000,00			
Mesin potong	3.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin potong	(400.000,00)	2.600.000,00			
Mesin obras	2.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin obras	(300.000,00)	2.200.000,00			
Mesin lubang kancing	20.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin LK	(4.000.000,00)	16.000.000,00			
Mesin Kancing	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesinkancing	(400.000,00)	1.100.000,00			
Mesin Setrika Uap	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin Setrika	(400.000,00)	1.100.000,00			
Motor	14.000.000,00				
Ak. Peny. Motor	(3.200.000,00)	10.800.000,00			
Total Aktiva Tetap		82.200.000,00			
Total		Rp 710.590.000,00	Total		Rp 710.590.000,00

• Tabel 4.12 Laporan Keuangan Tahun 2012

BATIK ALMAR			
LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI			
PER 31 DESEMBER 2012			
1	Biaya Bahan		
	Biaya Pemakaian Bahan Baku		1.036.950.000,00
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung		
	Biaya Tenaga Kerja Langsung		292.800.000,00
3	Biaya Overhead Pabrik		
	Biaya Bahan Penolong	637.000.000,00	

Biaya Peny. Mesin jahit	800.000,00		
Biaya Peny. Mesin potong	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin obras	150.000,00		
Biaya Peny. Mesin lubang kancing	2.000.000,00		
Biaya Peny. Mesin Kancing	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin Setrika Uap	200.000,00		
Biaya Peny. Motor	1.600.000,00		
Biaya Peny. Rumah Produksi	3.000.000,00		
Biaya Listrik,Air & Telpon	9.600.000,00		
Biaya Perawatan Mesin	21.840.000,00		
Biaya Operasional Mesin	540.000,00		
Jumlah Biaya		40.130.000,00	
Jumlah Biaya <i>Overhead</i> Pabrik			677.130.000,00
Harga Pokok Produksi			2.006.880.000,00

BATIK ALMAR	
HARGA POKOK PENJUALAN	
PER 31 DESEMBER 2012	
Persediaan awal barang jadi	Rp 54.600.000,00
Harga Pokok Produksi	2.006.880.000,00
Barang Siap Dijual	2.060.880.000,00
Persediaan Akhir Barang Jadi	(58.800.000,00)
Harga Pokok Penjualan	Rp 2.002.080.000,00

BATIK ALMAR		
LAPORAN LABA/RUGI		
PER 31 DESEMBER 2012		
Hasil Penjualan		Rp 2.322.600.000,00
Harga Pokok Penjualan		(2.002.080.000,00)
Laba Kotor		320.520.000,00
Biaya Usaha :		
Biaya Sewa Toko	Rp 30.000.000,00	
Biaya Promosi	1.800.000,00	
Biaya Adm dan umum	78.600.000,00	
Biaya Distribusi	14.400.000,00	
Biaya Operasional Kendaraan	1.800.000,00	
Total Biaya Usaha		(126.600.000,00)

Laba Sebelum Pajak		193.920.000,00
Pajak (10%)		(19.392.000,00)
Laba Bersih		Rp 174.528.000,00

BATIK ALMAR		
LAPORAN PERUBAHAN MODAL		
PER 31 DESEMBER 2012		
Modal Awal 2011		Rp 506.140.000,00
Laba Bersih	Rp 174.528.000,00	
Prive	(10.000.000,00)	
Penambahan Modal		164.528.000,00
Modal Akhir 2012		Rp 670.668.000,00

BATIK ALMAR					
NERACA					
PER 31 DESEMBER 2012					
Aktiva Lancar			Hutang Lancar		
Kas	Rp 185.168.000,00		Hutang Dagang 1	Rp 182.350.000,00	
Bank	300.000.000,00				
Piutang Usaha	35.000.000,00				
Persediaan Barang Jadi	58.800.000,00		Total Hutang Lancar		Rp 182.350.000,00
Total aktiva lancar		Rp 578.968.000,00	Modal	670.668.000,00	
Aktiva Tetap			Total Modal		670.668.000,00
Tanah		200.000.000,00			
Rumah Produksi	40.000.000,00				
Ak. Peny. Rumah	(9.000.000,00)	31.000.000,00			
Mesin jahit	16.000.000,00				

Ak. Peny. Mesin jahit	(2.400.000,00)	13.600.000,00		
Mesin potong	3.000.000,00			
Ak. Peny. Mesin potong	(600.000,00)	2.400.000,00		
Mesin obras	2.500.000,00			
Ak. Peny. Mesin obras	(450.000,00)	2.050.000,00		
Mesin lubang kancing	20.000.000,00			
Ak. Peny. Mesin LK	(6.000.000,00)	14.000.000,00		
Mesin Kancing	1.500.000,00			
Ak. Peny. Mesinkancing	(600.000,00)	900.000,00		
Mesin Setrika Uap	1.500.000,00			
Ak. Peny. Mesin Setrika	(600.000,00)	900.000,00		
Motor	14.000.000,00			
Ak. Peny. Motor	(4.800.000,00)	9.200.000,00		
Total Aktiva Tetap		74.050.000,00		
Total		Rp 853.018.000,00	Total	Rp 853.018.000,00

• Tabel 4.13 Laporan Keuangan Tahun 2013

BATIK ALMAR			
LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI			
PER 31 DESEMBER 2013			
1 Biaya Bahan			
Biaya Pemakaian Bahan Baku			1.080.000.000,00
2 Biaya Tenaga Kerja Langsung			
Biaya Tenaga Kerja Langsung			307.200.000,00
3 Biaya Overhead Pabrik			
Biaya Bahan Penolong		700.000.000,00	
Biaya Peny. Mesin jahit	800.000,00		
Biaya Peny. Mesin potong	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin obras	150.000,00		
Biaya Peny. Mesin lubang kancing	2.000.000,00		
Biaya Peny. Mesin Kancing	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin Setrika Uap	200.000,00		
Biaya Peny. Motor	1.600.000,00		

Biaya Peny. Rumah Produksi	3.000.000,00		
Biaya Listrik,Air & Telpon	10.800.000,00		
Biaya Perawatan Mesin	24.960.000,00		
Biaya Operasional Mesin	660.000,00		
Jumlah Biaya <i>Penyusutan</i>		44.570.000,00	
Jumlah Biaya <i>Overhead</i> Pabrik			744.570.000,00
Harga Pokok Produksi			2.131.770.000,00

BATIK ALMAR	
HARGA POKOK PENJUALAN	
PER 31 DESEMBER 2013	
Persediaan awal barang jadi	Rp 58.800.000,00
Harga Pokok Produksi	2.131.770.000,00
Barang Siap Dijual	2.190.570.000,00
Persediaan Akhir Barang Jadi	(69.300.000,00)
Harga Pokok Penjualan	Rp 2.121.270.000,00

BATIK ALMAR		
LAPORAN LABA/RUGI		
PER 31 DESEMBER 2013		
Hasil Penjualan		Rp 2.495.000.000,00
Harga Pokok Penjualan		(2.121.270.000,00)
Laba Kotor		373.730.000,00
Biaya Usaha :		
Biaya Sewa Toko	Rp 32.000.000,00	
Biaya Promosi	2.000.000,00	
Biaya Adm dan umum	86.000.000,00	
Biaya Distribusi	16.200.000,00	
Biaya Operasional Kendaraan	2.000.000,00	
Total Biaya Usaha		(138.200.000,00)
Laba Sebelum Pajak		235.530.000,00
Pajak (10%)		(23.553.000,00)
Laba Bersih		Rp 211.977.000,00

BATIK ALMAR

LAPORAN PERUBAHAN MODAL PER 31 DESEMBER 2013		
Modal Awal 2012		Rp 670.668.000,00
Laba Bersih	Rp 211.977.000,00	
Prive	(10.000.000,00)	
Penambahan Modal		201.977.000,00
Modal Akhir 2013		Rp 872.645.000,00

BATIK ALMAR NERACA PER 31 DESEMBER 2013					
Aktiva Lancar			Hutang Lancar		
Kas	Rp 157.945.000,00		Hutang Dagang 1	Rp 195.500.000,00	
Bank	500.000.000,00				
Piutang Usaha	75.000.000,00				
Persediaan Barang Jadi	69.300.000,00		Total Hutang Lancar		Rp 195.500.000,00
			Modal		
Total aktiva lancar		Rp 802.245.000,00	Modal	872.645.000,00	
			Total Modal		872.645.000,00
Aktiva Tetap					
Tanah		200.000.000,00			
Rumah Produksi	40.000.000,00				
Ak. Peny. Rumah	(12.000.000,00)	28.000.000,00			
Mesin jahit	16.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin jahit	(3.200.000,00)	12.800.000,00			
Mesin potong	3.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin potong	(800.000,00)	2.200.000,00			
Mesin obras	2.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin obras	(600.000,00)	1.900.000,00			
Mesin lubang kancing	20.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin LK	(8.000.000,00)	12.000.000,00			
Mesin Kancing	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesinkancing	(800.000,00)	700.000,00			
Mesin Setrika Uap	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin Setrika	(800.000,00)	700.000,00			

Motor	14.000.000,00			
Ak. Peny. Motor	(6.400.000,00)	7.600.000,00		
Total Aktiva Tetap		65.900.000,00		
Total		Rp1.068.145.000,00	Total	Rp1.068.145.000,00

- Tabel 4.14 Laporan Keuangan Tahun 2014

BATIK ALMAR			
LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI			
PER 31 DESEMBER 2014			
1 Biaya Bahan			
Biaya Pemakaian Bahan Baku			1.181.250.000,00
2 Biaya Tenaga Kerja Langsung			
Biaya Tenaga Kerja Langsung			326.400.000,00
3 Biaya Operasional Pabrik			
Biaya Bahan Penolong		787.500.000,00	
Biaya Peny. Mesin jahit	800.000,00		
Biaya Peny. Mesin potong	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin obras	150.000,00		
Biaya Peny. Mesin lubang kancing	2.000.000,00		
Biaya Peny. Mesin Kancing	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin Setrika Uap	200.000,00		
Biaya Peny. Motor	1.600.000,00		
Biaya Peny. Rumah Produksi	3.000.000,00		
Biaya Listrik, Air & Telpon	12.000.000,00		
Biaya Perawatan Mesin	28.080.000,00		
Biaya Operasional Mesin	720.000,00		
Jumlah		48.950.000,00	
Jumlah Biaya Operasional Pabrik			836.450.000,00
Harga Pokok Produksi			2.344.100.000,00

BATIK ALMAR
HARGA POKOK PENJUALAN

PER 31 DESEMBER 2014		
Persediaan awal barang jadi	Rp	69.300.000,00
Harga Pokok Produksi		2.344.100.000,00
Barang Siap Dijual		2.413.400.000,00
Persediaan Akhir Barang Jadi		(90.300.000,00)
Harga Pokok Penjualan	Rp	2.323.100.000,00

BATIK ALMAR LAPORAN LABA/RUGI PER 31 DESEMBER 2014		
Hasil Penjualan		Rp 2.861.250.000,00
Harga Pokok Penjualan		(2.323.100.000,00)
Laba Kotor		538.150.000,00
Biaya Usaha :		
Biaya Sewa Toko	Rp 36.000.000,00	
Biaya Promosi	2.400.000,00	
Biaya Adm dan umum	100.600.000,00	
Biaya Distribusi	18.000.000,00	
Biaya Operasional Kendaraan	2.200.000,00	
Total Biaya Usaha		(159.200.000,00)
Laba Sebelum Pajak		378.950.000,00
Pajak (10%)		(37.895.000,00)
Laba Bersih		Rp 341.055.000,00

BATIK ALMAR LAPORAN PERUBAHAN MODAL PER 31 DESEMBER 2014		
Modal Awal 2013		Rp 872.645.000,00
Laba Bersih	Rp 341.055.000,00	
Prive	(10.000.000,00)	
Penambahan Modal		331.055.000,00
Modal Akhir 2014		Rp 1.203.700.000,00

**BATIK ALMAR
NERACA
PER 31 DESEMBER 2014**

BATIK ALMAR NERACA PER 31 DESEMBER 2014					
Aktiva Lancar			Hutang Lancar		
Kas	Rp 85.350.000,00		Hutang Dagang I	Rp 224.700.000,00	
Bank	400.000.000,00		Hutang Dagang II	Rp 500.000.000,00	
Piutang Usaha	95.000.000,00		Total Hutang Lancar		Rp 724.700.000,00
Persediaan Barang Jadi	90.300.000,00		Modal		
Total aktiva lancar		Rp1.107.650.000,00	Modal	1.203.700.000,00	
Aktiva Tetap			Total Modal		1.203.700.000,00
Tanah I		200.000.000,00			
Tanah II		500.000.000,00			
Rumah Produksi	40.000.000,00				
Ak. Peny. Rumah	(15.000.000,00)	25.000.000,00			
Mesin jahit	16.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin jahit	(4.000.000,00)	12.000.000,00			
Mesin potong	3.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin potong	(1.000.000,00)	2.000.000,00			
Mesin obras	2.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin obras	(750.000,00)	1.750.000,00			
Mesin lubang kancing	20.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin LK	(10.000.000,00)	10.000.000,00			
Mesin Kancing	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesinkancing	(1.000.000,00)	500.000,00			
Mesin Setrika Uap	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin Setrika	(1.000.000,00)	500.000,00			
Motor	14.000.000,00				
Ak. Peny. Motor	(8.000.000,00)	6.000.000,00			
Total Aktiva Tetap		57.750.000,00			
Total		Rp1.928.400.000,00	Total		Rp1.928.400.000,00

BAB V
ANALISA DAN PEMBAHASAN:

5.1. ANALISA

Untuk menentukan biaya yang dikeluarkan selama ini maka dimulai dari informasi laporan harga pokok produksi seperti tabel dibawah ini :

Tabel 5.1. Laporan Keuangan per 31 Desember 2014

BATIK ALMAR			
LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI			
PER 31 DESEMBER 2014			
1 Biaya Bahan			
Biaya Pemakaian Bahan Baku			1.181.250.000,00
2 Biaya Tenaga Kerja Langsung			
Biaya Tenaga Kerja Langsung			326.400.000,00
3 Biaya Operasional Pabrik			
Biaya Bahan Penolong		787.500.000,00	
Biaya Peny. Mesin jahit	800.000,00		
Biaya Peny. Mesin potong	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin obras	150.000,00		
Biaya Peny. Mesin lubang kancing	2.000.000,00		
Biaya Peny. Mesin Kancing	200.000,00		
Biaya Peny. Mesin Setrika Uap	200.000,00		
Biaya Peny. Motor	1.600.000,00		
Biaya Peny. Rumah Produksi	3.000.000,00		
Biaya Listrik,Air & Telpon	12.000.000,00		
Biaya Perawatan Mesin	28.080.000,00		
Biaya Operasional Mesin	720.000,00		
Jumlah		48.950.000,00	
Jumlah Biaya Operasional Pabrik			836.450.000,00
Harga Pokok Produksi			2.344.100.000,00

BATIK ALMAR	
HARGA POKOK PENJUALAN	
PER 31 DESEMBER 2014	
Persediaan awal barang jadi	Rp 69.300.000,00

Harga Pokok Produksi	2.344.100.000,00
Barang Siap Dijual	2.413.400.000,00
Persediaan Akhir Barang Jadi	(90.300.000,00)
Harga Pokok Penjualan	Rp 2.323.100.000,00

BATIK ALMAR		
LAPORAN LABA/RUGI		
PER 31 DESEMBER 2014		
Hasil Penjualan		Rp 2.861.250.000,00
Harga Pokok Penjualan		(2.323.100.000,00)
Laba Kotor		538.150.000,00
Biaya Usaha :		
Biaya Sewa Toko	Rp 36.000.000,00	
Biaya Promosi	2.400.000,00	
Biaya Adm dan umum	100.600.000,00	
Biaya Distribusi	18.000.000,00	
Biaya Operasional Kendaraan	2.200.000,00	
Total Biaya Usaha		(159.200.000,00)
Laba Sebelum Pajak		378.950.000,00
Pajak (10%)		(37.895.000,00)
Laba Bersih		Rp 341.055.000,00

BATIK ALMAR		
LAPORAN PERUBAHAN MODAL		
PER 31 DESEMBER 2014		
Modal Awal 2013		Rp 872.645.000,00
Laba Bersih	Rp 341.055.000,00	
Prive	(10.000.000,00)	
Penambahan Modal		331.055.000,00
Modal Akhir 2014		Rp 1.203.700.000,00

BATIK ALMAR					
NERACA					
PER 31 DESEMBER 2014					
Aktiva Lancar			Hutang Lancar		
Kas	Rp 85.350.000,00		Hutang Dagang I	Rp 224.700.000,00	
Bank	400.000.000,00		Hutang Dagang II	Rp 500.000.000,00	
Piutang Usaha	95.000.000,00				

Persediaan Barang Jadi	90.300.000,00		Total Hutang Lancar		Rp 724.700.000,00
Total aktiva lancar		Rp1.107.650.000,00	Modal	1.203.700.000,00	
Aktiva Tetap			Total Modal		1.203.700.000,00
Tanah I		200.000.000,00			
Tanah II		500.000.000,00			
Rumah Produksi	40.000.000,00				
Ak. Peny. Rumah	(15.000.000,00)	25.000.000,00			
Mesin jahit	16.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin jahit	(4.000.000,00)	12.000.000,00			
Mesin potong	3.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin potong	(1.000.000,00)	2.000.000,00			
Mesin obras	2.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin obras	(750.000,00)	1.750.000,00			
Mesin lubang kancing	20.000.000,00				
Ak. Peny. Mesin LK	(10.000.000,00)	10.000.000,00			
Mesin Kancing	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesinkancing	(1.000.000,00)	500.000,00			
Mesin Setrika Uap	1.500.000,00				
Ak. Peny. Mesin Setrika	(1.000.000,00)	500.000,00			
Motor	14.000.000,00				
Ak. Peny. Motor	(8.000.000,00)	6.000.000,00			
Total Aktiva Tetap		57.750.000,00			
Total		Rp1.928.400.000,00	Total		Rp1.928.400.000,00

5.2. PEMBAHASAN

Dari tabel tersebut maka dilakukanlah penentuan biaya berdasarkan sifatnya sehingga diperoleh seperti tabel dibawah ini:

5.2. Tabel Biaya Berdasarkan Sifatnya

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)
Biaya Bahan Baku		1.181.250.000
Biaya Tenaga Kerja Lnagsung		326.400.000
Biaya Bahan Penolong		787.500.000
Biaya Peny. Mesin jahit	800.000	

BiayaPeny. Mesin potong	200.000	
BiayaPeny. Mesin obras	150.000	
BiayaPeny. Mesin lubang kancing	2.000.000	
BiayaPeny. Mesin Kancing	200.000	
Biaya Peny. Mesin Setrika Uap	200.000	
BiayaPeny. Motor	1.600.000	
BiayaPeny. RumahProduksi	3.000.000	
Biaya Listrik,Air dan Telepon	1.000.000	
Biaya Abodemen Listrik,Air dan Telepon		11.000.000
Biaya Perawatan Mesin	28.080.000	
Biaya Operasional Mesin		720.000
Biaya Sewa Toko	36.000.000	
Biaya Promosi		2.400.000
Biaya Adm dan umum	100.600.000	
Biaya Distribusi		18.000.000
Biaya Operasional Kendaraan		2.200.000
Jumlah	Rp 173.830.000	Rp 2.329.470.000

Sumber : PO Batik Almar(data diolah)

Berdasarkan pembagian biaya tersebut maka total biaya yang dikeluarkan selama tahun 2014 adalah:

BiayaTetap : Rp. 173.830.000
BiayaVariabel : Rp. 2.329.470.000 +
Jumlah :Rp 2.503.300.000,00

Perhitungan Break Event Point Tahun 2014 :

Diketahui :

Hasil Penjualan : Rp. 2.861.250.000,-
Total Produksi (Unit) : 51.500 unit
Biaya Tetap : Rp. 173.830.000,-
Biaya Variabel : Rp. 2.329.470.000,-

Harga Jual per unit : Rp. 50.000,-
Biaya Variabel per Unit : Rp. 45.232,-

❖ BEP (Q) Tahun 2014 ?

$$\begin{aligned} \text{Break Event Point (dalam unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap (FC)}}{\text{Harga Jual (P) - Biaya Variabel (V)}} \\ &= \frac{173.830.000}{50.000 - 45.232} \\ &= \frac{173.830.000}{4768} \\ &= 36.458 \text{ Unit} \\ \text{Break Event Point (dalam Rp)} &= \text{Rp. } 50.000 \times 36.458 \text{ unit} \\ &= \text{Rp. } 1.822.900.000,- \end{aligned}$$

❖ Laba yang diinginkan Tahun 2015 naik sebesar 10% dari tahun sebelumnya?

Diketahui :

Laba Tahun 2014 = Rp. 341.055.000,-

Laba yang Diinginkan naik 10 % dari tahun 2014 yaitu naik sebesar Rp. 34.105.500,-

Perhitungan laba tahun 2015 :

Laba Tahun 2015 = 110 % x Rp. 341.055.000 = Rp. 375.160.000,-

$$\begin{aligned} \text{Break Event Point (dalam unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap (FC) + Laba}}{\text{Harga Jual (P) - Biaya Variabel (V)}} \\ &= \frac{173.830.000 + 34.105.500}{50.000 - 45.232} \\ &= \frac{207.935.500}{4768} \\ &= 43.610 \text{ Unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Break Event Point (dalam Rp)} &= \text{Rp. } 50.000 \times 43.610 \text{ unit} \\ &= \text{Rp. } 2.180.500.000,-\end{aligned}$$

❖ Jumlah biaya variabel meningkat 15% dari tahun sebelumnya ?

Diketahui :

$$\text{Biaya Variabel} = \text{Rp. } 2.329.470.000,-$$

Naik 15% dari tahun sebelumnya yaitu naik sebesar Rp. 349.4290.500,-.

Perhitungan Kenaikan Biaya Variabel :

$$115\% \times \text{Rp. } 2.329.470.000,- = \text{Rp. } 2.678.890.500,-.$$

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

4. Jumlah biaya tetap dan biaya variabel tahun 2014 yaitu:

Biaya Tetap	: Rp. 173.830.000
Biaya Variabel	: <u>Rp. 2.329.470.000</u> +
Jumlah	:Rp 2.503.300.000,00

5. BEP untuk tahun 2014 sebanyak 36.458 unit atau sebesar Rp. 1.822.900.000,-
6. Untuk Periode Tahun 2015, perusahaan Batik Almar menargetkan adanya kenaikan laba operasional sebesar 10 % yaitu meningkat menjadi Rp. 375.160.000,- dan dapat diketahui BEP tersebut sebanyak 43.610 Unit atau sebesar Rp. 2.180.500.000,-
7. Biaya Variabel yang dinaikkan menjadi 15 % yaitu sebesar Rp. 2.678.890.500,-.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka disarankan manajer meningkatkan kuantitas penjualan batik pada tahun 2015 guna mencapai target laba operasional, bisa dilakukan dengan cara memperbanyak teknik dalam memasarkan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastian Bustami Nurlela.2009."Akuntansi Biaya".Mitra Wacana Media,jakarta.
- Darsono Prawironegoro, Dr,SE,SF,MA,MM,2010."Manajemen Keuangan".Nusantara Consulting, Jakarta.
- Darsono Prawironegoro, Dr,SE,SF,MA,MM,2010."Penganggaran Perusahaan".Nusantara Consulting, Jakarta.
- Drs. Jumingan ,SE.,MM.,M.Si.,2006."Analisis Laporan Keuangan". Bumi Aksara,Jakarta.
- Matz-Usry.1990."Akuntansi Biaya". Erlangga, Jakarta.
- Majalah Bank dan Wirausaha
- Priyanto,Adi.2007.'profil Tokoh-Tokoh Berprestasi".Cendekia.Jakarta
- Djarwanto,Drs.,Ps.,1999."Pokok-Pokok Analisa Laporan Keuangan".BPFE-Yogyakarta.
- Sofyan Safri Harahap,1998."Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan".Jakarta.
- Darsono Prawironegoro,Dr.,SE.,SF.,MA.,MM."Manajemen Keuangan".Jakarta.