TUGAS AKHIR

"Perencanaan Laba dengan Pendekatan *Break Even Point* pada CV Ariftex"

Proposal Tugas Akhir ini Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Akademik Program Pendidikan Diploma IV pada Program Studi Manajemen Bisnis Industri Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri

EKTA NUROCHMAH

1812006

POLITEKNIK STMI JAKARTA

d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

2016

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

POLITEKNIK STMI JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

PERENCANAAN LABA DENGAN PENDEKATAN *BREAK EVEN POINT* PADA CV ARIFTEX

DISUSUN OLEH:

NAMA : EKTA NUROCHMAH

NIM : 1812006

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diajukan dan Dipertahankan dalam Tugas Akhir Politeknik STMI Jakarta

Dosen Pembimbing

Drs. Achmad Zawawi, MA, MM

NIP.195811171984031003

Kementerian Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA

POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
Jl. Letjen Suprapto No. 26 Cempaka Putih, Jakarta 10510
Telp: (021) 42886064 Fax: (021) 42888206
www.stmi.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN TUGAS AKHIR

Nama : Ekta Nurochmah
NIM : 1812006
Judul Tugas Akhir : Perencanaan Laba dengan Pendekatan Break Even Point pada CV Ariftex
Dosen Pembimbing : Drs. Achmad Zawawi, MA. MM.
Asisten Pembimbing :

Tanggal	BAB	Keterangan	Paraf
29/8/16		Pengajuan Proposal TA (Acc)	
29/8/16	I	Pendahuluan } Revisi	
	II	Landasan Teori	
	III	Metodologi Penelitian	
5/9/16	I, II, III	Acc Bab I, II, III	
19/9/16	IV	Pengumpulan & Pengolahan Data (Acc)	
	V	Pembahasan (Revisi)	
27/9/16	V	Pembahasan (Revisi)	
10/10/16	V, VI	Pembahasan & Kesimpulan (Revisi)	
13/10/16	V, VI	Pembahasan & Kesimpulan (Revisi)	
14/10/16	V, VI	Pembahasan & Kesimpulan (ACC)	

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Manajemen Bisnis Industri

Drs. Mulyono, MM
NIP. 19530901198303100l

Dosen
Pembimbing

Drs. Achmad Zawawi, MA. MM.
NIP. 195811171984031003

SAI GLOBAL CERTIFICATION SERVICES Pty.Ltd Registration ISO 9001:2008 No Reg QEC 264727

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta, Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : EKTA NUROCHMAH

NIM : 1812006

Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

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

PERENCANAAN LABA DENGAN PENDEKATAN BREAK EVEN POINT PADA CV ARIFTEX

- Dibuat dan diselesaikan dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survey lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Industri atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti diatas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, 14 Oktober 2016

Pembuat Pernyataan

EKTA NUROCHMAH

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

POLITEKNIK STMI JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

PERENCANAAN LABA DENGAN PENDEKATAN *BREAK EVEN POINT* PADA CV ARIFTEX

DISUSUN OLEH:

NAMA : EKTA NUROCHMAH

NIM : 1812006

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diajukan dan Dipertahankan dalam Tugas Akhir

Politeknik STMI Jakarta

Dosen Pembimbing

Drs. Achmah Zawawi, MA, MM

NIP.195811171984031003

ABSTRAK

Analisis break even point adalah suatu alat atau teknik yang digunakan oleh manajemen untuk mengetahui tingkat penjualan tertentu perusahaan sehingga tidak mengalami laba dan tidak pula mengalami kerugian. Analisis break even point digunakan untuk mengetahui tingkat volume penjualan sebelum perusahaan mengalami untung dan mengalami rugi sehingga hal tersebut dapat digunakan manajer untuk menentukan perencanaan penjualan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan (1) mengetahui tingkat volume penjualan yang akan dicapai pada saat mencapai BEP pada CV Ariftex (2) mengetahui Margin of Safety pada CV Ariftex (3) mengetahui besarnya perencanaan laba yang diperoleh dengan pendekatan BEP pada CV Ariftex. Penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus pada CV Ariftex Pekalongan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini menggambarkan keadaan perusahaan pada saat mencapai break even point dan dalam melakukan peramalan (*forecasting*) menitikberatkan pada perhitungan-perhitungan angka. Analisis data menggunakan rumus break even point dan margin of safety. Data diperoleh dengan menggunakan teknik dokumentasi dan observasi. Analisis data menggunakan rumus break even point dan margin of safety.

CV Ariftex adalah perusahaan yang memproduksi Batik Cap dalam bentuk pakaian jadi. Hasil analisis sebagai berikut: (1) Break even point total tahun 2013 yaitu Rp.347.177.673,-. Break even point total tahun 2014 yaitu Rp.437.885.437,-. Break even point total tahun 2015 yaitu Rp. 507.212.213,-.(2) Margin of safety total tahun 2013 yaitu 49,46%. Margin of safety total tahun 2014 yaitu 41,14%. Margin of safety total tahun 2015 yaitu 39,57%,. (3) Perencanaan penjualan dan laba yang dihitung pada tahun 2016 adalah sebagai berikut; dengan menggunakan *Least Square Method* maka perusahaan merencanakan penjualan sebesar Rp 1.091.997.500,-. Serta perusahaan telah menetapkan kenaikan laba sebesar 30%, berarti bahwa kenaikan laba yang diinginkan adalah sebesar Rp 322.872.908,- sehingga perusahaan harus mampu menjual produknya sebesar Rp 1.226.362.216 pada Tahun 2016. Pada Tahun 2016 BEP yang direncanakan terjadi pada saat penjualan mencapai Rp 587.711.811,- dengan jumlah unit terjual sebanyak 3.918 unit. Serta Margin of Safety sebesar 52,08% (dalam rupiah Rp 638.652.406).

Kata kunci: break even point, perencanaan laba

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul "Perencanaan laba dengan pendekatan *Break Even Point* pada CV Ariftex" dapat terselesaikan dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Penyelesaian Program Diploma IV Jurusan Manajemen Bisnis Industri Sekolah Tinggi Manajemen Industri.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs.Mustofa, S.T,MT selaku Ketua STMI yang telah mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Drs. Mulyono,MM selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Industri yang telah memberikan petunjuk selama ini.
3. Bapak Drs. Achmad Zawawi, MA, MM. selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan dan berbagai solusi untuk terselesaikanya Tugas Akhir ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Bisnis Industri dan Sekolah Tinggi Manajemen Industri yang telah menyalurkan ilmu kepada seluruh mahasiswa khususnya penulis.
5. Seluruh staf karyawan Sekolah Tinggi Manajemen Industri yang telah membantu proses administrasi dalam penulisan Tugas Akhir.

6. Seluruh karyawan CV Ariftex Pekalongan selaku responden dalam penelitian ini.
7. Kepada Ibu dan Bapak, serta keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungannya kepada penulis baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
8. Teman-teman kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Indsutri dan teman-teman kerja yang telah memberikan dukungan, semangat serta sebuah persahabatan dan kerjasama yang baik selama kuliah.

Semoga semua pihak yang penulis sebutkan diatas diberikan balasan pahala oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 14 Oktober 2016

Ekta Nurochmah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN…… i

ABSTRAK……. ii

KATA PENGANTAR…… iii

DAFTAR ISI…….. v

DAFTAR TABEL……. ix

DAFTAR GAMBAR…… xi

DAFTAR LAMPIRAN……. xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah……. 1
1.2 Identifikasi Masalah…… 2
1.3 Rumusan Masalah…… 2
1.4 Batasan Masalah…….. 2
1.5 Tujuan Penelitian…… 3
1.6 Manfaat Penelitian..…… 3
1.7 Sistematika Penulisan……. 4

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori……...……. 5
2.1.1 Perencanaan sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen…… 5
2.1.2 Perencanaan Laba……..... 8
2.1.3 Analisis *Break Even Point* ..…….. 9

2.1.4 Analisis *Break Even Point* sebagai Alat Bantu dalam Perencanaan 10
2.1.5 Dasar Asumsi Analisis *Break Even Point* 11
2.1.6 Perhitungan *Break Even Point* (*BEP*)..... 12
2.1.7 Penggolongan Biaya 15
2.1.8 Margin Keamanan (*Margin of Safety*) 19
2.1.9 Analisis Biaya, Volume dan Laba.......... 20
2.1.10 Manfaat Analisis Hubungan Biaya,Volume&Laba bagi Manajemen 21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pengertian Metodologi Penelitian 23
3.2 Jenis dan Sumber Data 23
3.3 Metode Pengumpulan Data 24
3.4 Metode Analisis Data 24
3.5 Teknik Analisis Data 25
3.6 Metode Pengolahan dan Analisa Data 25
3.6.1 Menentukan besarnya tingkat penjualan dalam keadaan *BEP*..... 25
3.6.2 Analisis Marjin Pengaman (*Margin of Safety*) 26
3.6.3 Untuk membuat keputusan yang berhubungan dengan perubahan harga jual, biaya dan volume terhadap laba perusahaan 26
3.6.4 Untuk menentukan penjualan minimal 26

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.......... 27
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... 27
4.1.2 Klasifikasi Perusahaan..... 28
4.1.3 Lokasi Perusahaan..... 29
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan 30
4.1.5 Deskripsi Jabatan 30
4.1.6 Layout Perusahaan 32

4.2 Aspek Produksi…… 32
4.2.1 Perencanaan Proses Produksi .....…… 32
4.2.2 Jenis Produk .....……. 32
4.2.3 Peralatan dan Perlengkapan…….. 33
4.2.4 Alur Proses Produksi…….. 34
4.2.5 Biaya Produksi CV Ariftex…… 39
4.3 Aspek Keuangan…….. 43
4.3.1 Biaya Penyusutan…….…….....…… 44
4.3.2 Harga Pokok Penjualan…….....…… 44
4.3.3 Laporan Laba/Rugi…..…….....…… 48
4.3.4 Laporan Perubahan Modal…..…… 50
4.3.5 Neraca…….....…… 51
4.4 Aspek Personalia / SDM…….. 50
4.4.1 Perekrutan Karyawan…….. 52
4.4.2 Kesejahteraan Karyawan……. 53
4.4.3 Pemberhentian Kerja…….. 54
4.5 Aspek Pemasaran ……. 54
4.5.1 Cara Memasarkan Produk ke Konsumen……. 54
4.5.2 Cara Mendistribusikan Produk……. 55
4.5.3 Cara Mempromosikan Produk……. 56

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi Data ……. 56
5.1.1 Penggolongan Biaya… ...…… 56
5.1.2 Break Even Point (BEP) ...…… 65
5.1.3 Margin of Safety (MOS) ...…… 68
5.1.4 Perencanaan Laba Tahun 2016…….. 70

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan…… 75

6.2 Saran-saran…….. 76

Daftar Pustaka……. 77

Lampiran…….. 78

DAFTAR TABEL

2.1. Format Laporan Laba Rugi Kontribusi ....…….. 14

4.1. Daftar Mesin Produksi……..... 33

4.2. Daftar Peralatan dalam Proses Produksi.……..... 34

4.3. Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2011…..……. 40

4.4. Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2012…….. 40

4.5. Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2013…….. 41

4.6. Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2014..... 41

4.7. Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2015…..…..…….... 42

4.8. Biaya Penyusutan……..…..……... 44

4.9. Harga Pokok Penjualan 2011 s.d 2015…..…… 47

4.10. Laporan Laba Rugi Tahun 2011 s.d 2015……..... 49

4.11. Laporan Perubahan Modal Tahun 2011-2015…… 50

4.12. Neraca Tahun 2011 s.d 2015……..…….…….... 52

4.13. Upah Karyawan CV Ariftex Tahun 2015……...…….. 53

5.1. Biaya Tetap CV Ariftex Tahun 2013 s.d 2015…..…….....…….. 56

5.2. Biaya Variabel CV Ariftex Tahun 2013 s.d 2015..... 56

5.3. Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2013..... 57

5.4. Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2014..... 58

5.5. Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2015..... 59

5.6. Pemisahan Biaya Pemeliharaan Tahun 2013..... 60

5.7. Pemisahan Biaya Pemeliharaan Tahun 2014..... 61

5.8. Pemisahan Biaya Pemeliharaan Tahun 2015…… 62

5.9. Gabungan Biaya Tetap & Variabel…….. 63

5.10. Laporan Anggaran Laba Kontribusi Tahun 2013 s.d 2016....…… 63

5.11. Batik Cap Mengalami Kerugian Tahun 2013 s.d 2015……. 69

DAFTAR GAMBAR

2.1. Grafik Biaya Tetap…… 16

2.2. Grafik Biaya Variabel…… 16

4.1. Struktur Organisasi Perusahaan CV Ariftex…….. 30

4.2. Layout Pabrik CV Ariftex…….. 32

4.3. Kemeja Batik……. 33

4.4. Alur Produksi Batik Cap……. 35

4.5. Mempersiapkan Kain …….. 36

4.6. Pengecapan……. 36

4.7. Pelorotan…… 37

4.8. Penjemuran…… 38

4.9. Pembuatan Pola Pakaian…… 38

4.10.Pembungkusan…….. 39

5.1. Grafik BEP Tahun 2015…….. 67

5.2. Grafik BEP Tahun 2016…….. 73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu fungsi manajemen adalah *planning* atau perencanaan, dan perencanaan ini merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Untuk dapat merencanakan keuangan dengan baik, suatu perusahaan dapat memakai program budget, sebagian besar dari program budget berisi taksiran penghasilan yang akan diperoleh dan biaya-biaya yang akan terjadi untuk memperoleh penghasilan tersebut dan akhirnya menunjukkan laba yang akan dapat dicapai.

Dari tempat pelaksanaan praktik kerja lapangan dapat diperoleh beberapa masalah yang muncul, yaitu tidak adanya target laba yang direncanakan setiap tahunnya, produksi dan penjualan hanya mengalir secara kontinyu. Kemudian, perusahaan belum efektif dalam merencanakan laba melalui *Break Even Point*. Serta tingkat *Break Even Point* untuk merencanakan laba belum dihitung.

Dari masalah tersebut di atas, dapat diuraikan bahwa beberapa sebab terjadinya masalah-malah tersebut adalah pemilik perusahaan tidak mempunyai karyawan khusus akunting dan keuangan yang bertugas untuk merapikan, mencatat transaksi dan melakukan analisis bisnis berkaitan dengan target laba yang akan diperoleh. Kemudian pemilik kurang mengetahui apa itu *Break Even Point*, dikarenakan latar belakang usaha ini adalah secara turun temurun sehingga kebanyakan meneruskan system yang sudah ada. Dan pelaksanaan alur bisnis yang masih sederhana dan belum tersistem secara komputerisasi, menyebabkan adanya sesuatu yang terlewat dan tidak tercatat.

CV Ariftex adalah perusahaan yang memproduksi kain & pakaian batik untuk meningkatkan keuntungan. Bertolak dari latar belakang permasalahan

di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: ”Perencanaan laba dengan pendekatan *Break Even Point* pada CV Ariftex .”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah:

1. Perusahaan belum efektif dalam merencanakan laba melalui *Break Even Point*
2. Tingkat *Break Even Point* untuk merencanakan laba belum dihitung
3. Perusahaan belum dapat menghitung dengan tepat jumlah penjualan yang harus dicapai perusahaan untuk memenuhi *Break Even Point*.

1.3 Rumusan Masalah

Latar belakang masalah penulis menyiratkan pokok permasalahan yaitu merencanakan laba melalui *Break Even Point*. maka masalah yang dapat dirumuskan yaitu:

1. Pada tingkat volume penjualan berapakah usaha ini mencapai BEP ?
2. Berapa *Margin of Safety* pada usaha tersebut?
3. Berapa besarnya perencanaan laba yang diperoleh pada perusahaan dengan pendekatan BEP ?

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini mempunyai alur perhatian yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, maka dibulatkan beberapa pembatasan masalah, yaitu :

1. Penelitian dilakukan pada CV Ariftex.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data tahun 2011 sampai dengan 2015.
3. Mengutamakan untuk penggunaan data dari aspek keuangan.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat volume penjualan yang akan dicapai pada saat mencapai BEP.
2. Untuk mengetahui *Margin of Safety* pada usaha tersebut.
3. Untuk mengetahui besarnya perencanaan laba yang diperoleh dengan pendekatan BEP.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Sebagai referensi penelitian dalam penulisan skripsi mengenai analisis *Break Even Point* untuk merencanakan laba perusahaan.

2. Secara Praktis

   Analisis *Break Even Point* dapat digunakan sebagai informasi bagi manajemen CV Ariftex untuk menyusun perencanaan laba yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

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 : ANALISA DAN PEMBAHASAN

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

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

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

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perencanaan sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen

Perencanaan (planning) meliputi pemilihan serangkaian aktivitas dan spesifikasi bagaimana aktivitas tersebut akan dilaksanakan. Perencanaan merupakan suatu fungsi yang paling mendasar yang berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya. Dalam perencanaan manajemen harus mengidentifikasi berbagai alternatif yang tersedia, dan selanjutnya memilih alternatif yang terbaik untuk memenuhi tujuan perusahaan. Manajemen perlu menyeimbangkan antara kesempatan dan kebutuhan sumber daya dalam organisasi, untuk pemilihan serangkaian aktivitas yang akan dilaksanakan.

2.1.2. Perencanaan Laba

Tujuan dari sebuah perusahaan adalah mendapatkan laba semaksimal mungkin, sesuai dengan prinsip ekonomi. Menurut Horngren (1997), laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya. Laba disebut juga pendapatan bersih atau net earnings. Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2001), laba atau laba bersih merupakan laba operasi dikurangi pajak, biaya bunga, biaya riset, dan pengembangan. Laba bersih disajikan dalam laporan rugi-laba dengan menyandingkan antara pendapatan dengan biaya.

Perencanaan laba adalah perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan yaitu memperoleh laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba memiliki selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan

penjualan. perencanaan laba memiliki hubungan antara biaya, volume dan harga jual. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan mempengaruhi volume produksi (Munawir,2007:184).

Tujuan sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang dapat di pergunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Mendapatkan keuntungan atau laba dan besar kecilnya laba sering menjadi ukuran kesuksesan suatu manajemen. Hal tersebut didukung oleh kemampuan manajemen di dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang atau biasa disebut dengan analisa prospek bisnis.

Manajer perusahaan harus dapat membuat perencanaan secara terpadu atas semua aktivitas yang sedang maupun akan dilakukan dalam upaya mencapai laba yang diharapkan. Dalam perencanaan maupun realisasinya manajer dapat memperbesar laba melalui langkah – langkah sebagai berikut:

1. Menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan tingkat harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendak
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Ketiga langkah tersebut tidak dapat dilakukan secara terpisah atau sendiri-sendiri sebab ketiganya mempunyai hubungan yang erat bahkan saling berkaitan.

Salah satu perencanaan yang dibuat manajemen adalah perencanaan laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya. Dalam perencanaan laba hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang di kehendaki,

harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi laba.

Perencanaan laba memerlukan alat bantu berupa analisis biaya-volume-laba. Salah satu teknik analisis biaya-volume-laba adalah analisis *Break Even Point*. Impas sendiri di artikan keadaan suatu usaha yang yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain suatu usaha di katakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya. Dengan demikian analisis *Break Even Point* adalah suatu alat yang di gunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan (Bambang Riyanto, 2013;359). Dengan melakukan analisis *Break Even Point*, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimal yang harus dicapai, agar tidak mengalami kerugian. Dari analisis tersebut, juga dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Analisis *Break Even Point* menyajikan informasi hubungan biaya, volume dan laba kepada manajemen. Sehingga memudahkan dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi pencapaian laba perusahaan dimasa yang akan datang.

Pada umumnya sebuah perusahaan pasti menginginkan laba yang besar sehingga dapat mengembangkan bisnisnya lebih jauh. Untuk itu, manajemen perlu membuat rencana-rencana untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. Sehingga diperlukan kegiatan perencanaan laba yang sistematis untuk beberapa tahun ke depan.

Perencanaan laba adalah perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan yaitu memperoleh laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba memiliki selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan. perencanaan laba memiliki hubungan antara biaya, volume dan

harga jual. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan mempengaruhi volume produksi (Munawir,2007:184).

Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang. Perencanaan laba atau penganggaran mempunyai manfaat bagi perusahaan yaitu:

a. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan permasalahan
b. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil suatu keputusan.
c. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba.
d. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana saling berkaitan.
e. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematik setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaharui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala (Adolph Matz, 1992:6).

Perencanaan laba melibatkan kegiatan seperti penetapan tujuan dan target laba yang realistis serta cara untuk mencapainya, yang diupayakan manajemen untuk dicapai. Pada pokoknya tiga prosedur yang berbeda dapat digunakan dalam menetapkan sasaran laba:

a. Metode a priori: di mana sasaran laba yang diinginkan ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses perencanaan.
b. Metode a posteriori: di mana sasaran laba ditetapkan sesudah perencanaan, dan sasaran tersebut akan merupakan hasil perencanaan itu sendiri.

c. Metode pragmatis: di mana pihak manajemen menggunakan standar laba tertentu yang telah teruji secara empiris dan didukung oleh pengalaman. (Adolph Matz,1992:4)

2.1.3. Analisis *Break Even Point*

Analisa *Break Even Point* mempunyai hubungan yang sangat erat dengan program budget, walaupun anlisa *Break Even Point* dapat diterapkan dengan data historis, tetapi akan sangat berguna bagi manajemen kala diterapkan pada taksiran data periode yang akan datang.

Keadaaan impas perusahaan dapat terjadi apabila hasil penjualan hanya cukup untuk menutupi biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan ketika memproduksi suatu produk. Biaya dalam analisis *Break Even Point* terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk mengetahui titik impas perusahaan. Analisis *Break Even Point* juga dapat digunakan sebagai alat bantu bagi manajemen untuk melakukan perencanaan yakni dalam hal membuat perencanaan penjualan dan laba.

Analisis *Break Even Point* digunakan untuk mengetahui tingkat volume penjualan sebelum perusahaan mengalami untung dan mengalami rugi sehingga hal tersebut dapat digunakan manajer untuk menentukan perencanaan penjualan.

Break Even Point dapat diartikan sebagai suatu keadaan di mana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (penghasilan=total biaya) (Munawir, 2004:184). Tetapi analisa break even tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang break even saja, akan tetapi mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.

Analisa *Break Even Point* adalah suatu teknik analisa yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap , biaya variable, keuntungan, dan volume kegiatan (Bambang Riyanto, 2013:359). Oleh

karena analisa *Break Even Point* itu mempelajari perimbangan antara "reveneue-biaya variabel (=contribution to fixed cost) di satu pihak dengan biaya tetap di lain pihak, maka sering dikatakan bahwa analisa *Break Even Point* merupakan salah satu alat untuk mempelajari operating leverage di mana suatu perusahaan mempunyai biaya tetap yang harus ditutup berapapun besar volume kegiatannya.

Analisis *Break Even Point* merupakan salah satu bentuk analisis biaya, volume dan laba yang analisisnya menggunakan biaya variabel dan biaya tetap. Analisis *Break Even Point* digunakan untuk menentukan tingkat penjualan untuk menutup biaya yang telah dikeluarkan perusahaan. Analisis break even menurut Bambang Riyanto (2001:359) "Analisis *Break Even Point* adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan".

Dari beberapa uraian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa analisis *Break Even Point* adalah suatu cara atau alat atau teknik yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) dimana dari volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi. Tujuan analisis impas adalah untuk menentukan volume penjualan dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang ditargetkan atau laba sebesar nol.

Dengan mengetahui titik impasnya (*Break Even Point*), manajer suatu perusahaan dapat mengindikasikan tingkat penjualan yang disyaratkan agar terhindar dari kerugian, dan diharapkan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk masa yang akan datang. Dengan mengetahui titik impas ini, manajer juga dapat mengetahui sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan yang dipimpinnya.

2.1.4. Analisis *Break Even Point* sebagai Alat Bantu dalam Perencanaan

Menurut Handoyo Wibisono (1997:72) analisis *Break Even Point* dapat memberikan pedoman dalam pembuatan keputusan dan membantu manajemen dalam:

a. Pembuatan produk

   Analisis *Break Even Point* dapat membantu menentukan banyak sedikitnya penjualan produk baru yang harus diraih agar perusahaan memperoleh laba.

b. Mempelajari pengaruh ekspansi

   Ekspansi akan mengakibatkan peningkatan biaya-biaya tetap dan variabel, tetapi juga akan meningkatkan penjualan yang diharapkan.

c. Proyek modernisasi dan otomatisasi

   Apabila terjadi peningkatan investasi peralatan produksi yang mampu menekan biaya variabel khususnya biaya tenaga kerja langsung. Analisis *Break Even Point* dapat digunakan untuk menganalisis kosekuensi proyek tersebut.

Analisis *Break Even Point* merupakan salah satu bagian dari analisis biaya, volume dan laba. Informasi mengenai jumlah penjulan minimal dan besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan dalam analisis *Break Even Point* dibutuhkan manajemen agar perusahaan tidak menderita rugi. Manajemen membutuhkan informasi tersebut untuk mengambil keputusan dalam merencanakan laba perusahaan.

2.1.5. Dasar Asumsi Analisis Break Even

Dalam mengadakan analisa *Break Even Point* digunakan asumsi-asumsi dasar sebagai berikut :

a. Biaya di dalam perusahaan dibagi dalam golongan biaya variable dan biaya tetap.
b. Besarnya biaya variable secara totalitas berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi/penjualan. Ini berarti bahwa biaya variable per unit nya adalah sama.
c. Besarnya biaya tetap secara totalitas tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi/penjualan. Ini berarti bahwa biaya tetap per unitnya berubah-ubah karena adanya perubahan volume kegiatan.
d. Harga jual per unit tidak berubah selama periode yang di analisa.

e. Perusahaan hanya memproduksi satu macam produk. Apabila diproduksi lebi dari satu macam produk, perimbangan penghasilan penjualan antara masing-masing produk atau ‘sales mix’-nya adalah tetap konstan.
f. Analisis *Break Even Point* penting bagi manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba, terutama informasi mengenai jumlah penjualan minimum dan besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Oleh karena itu analisis *Break Even Point* didasarkan pada asumsi-asumsi di atas. Jika salah satu asumsi berubah, maka akan mempengaruhi posisi break even dan mempengaruhi laba perusahaan.

2.1.6. Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

***Break Even Point* (*BEP*)** dapat dihitung menggunakan metode persamaan dan metode marjin kontribusi. Kedua metode tersebut memberikan hasil yang sama .

a. Pendekatan Persamaan

Pendekatan persamaan memanfaatkan data-data dari laporan laba rugi yang disusun dengan format kontribusi. Penggunaan presentasi dalam persamaan tersebut dapat digunakan untuk menetukan titik impas berdasarkan nilai penjualan dan bukan dalam unit. Persamaannya adalah sebagai berikut.

Laba = Penjualan − (Biaya Variabel + Biaya Tetap)
Penjualan = Biaya Variabel + Biaya Tetap + Laba

(Garrison, 2006 : 334)

b. Pendekatan Marjin Kontribusi

Penelitian ini menggunakan pendekatan marjin kontribusi dengan alasan bahwa pendekatan marjin kontribusi memiliki kelebihan yaitu dapat menunjukan secara jelas bagaimana biaya berubah bersama dengan perubahan tingkat penjualan. Pendekatan ini jauh lebih sesuai digunakan pada perusahaan yang mempunyai jenis produk lebih dari satu macam

dan menghendaki menghitung *Break Even Point* tunggal sebagai keseluruhan. Hal ini sesuai dengan kondisi perusahaan yang akan diteliti.

Marjin kontribusi adalah selisih antara hasil penjualan setelah dikurangi biaya variabel. Jumlah marjin kontribusi dapat digunakan untuk menutup biaya tetap dan membentuk laba. *Break Even Point* yang dicari dengan metode marjin kontribusi dicapai ketika jumlah marjin kontribusi sama besarnya dengan biaya tetap.

$$\text{Impas rupiah} = \frac{Total\ Biaya\ Tetap}{\frac{Total\ BV}{Total\ harga\ Jual}}$$

Atau

$$\text{Impas rupiah} = \frac{Total\ Biaya\ Tetap}{Rasio\ Margin\ Kontribusi}$$

Atau

$$\text{Impas rupiah} = \frac{Biaya\ Tetap}{Harga\ Jual\ per\ Unit - Biaya\ Variabel\ per\ Unit}$$

$$\text{Impas rupiah} = \frac{Biaya\ Tetap}{CM\ per\ Unit}$$

(Abdul Halim dan Bambang S, 2005;5253)

Konsep Marjin Kontribusi dan Rasio Marjin Kontribusi adalah sebagai berikut:

1. Marjin Kontribusi/Contribution Margin (CM)

   Margin kontribusi adalah perbedaan harga jual per unit dan biaya variabel per unit atau juga disebut total contribution margin yang merupakan perbedaan antara jumlah penjualan dan jumlah biaya variabel. Margin contribution merupakan jumlah yang tersisa untuk menutup biaya tetap dan memberikan laba. Berikut ini contoh format Laporan Laba/Rugi Kontribusi PT. X.

Tabel 2.1. Format Laporan Laba/Rugi Kontribusi

PT. X

Laporan Laba/Rugi Kontribusi

Tahun 2005

Uraian	Jumlah (Rp)	Per unit (Rp)
Penjualan 60.000 kg	300.000.000	5.000
Biaya variable	240.000.000	4.000
Margin kontribusi	60.000.000	1.000
Biaya tetap	40.000.000	
Laba bersih	20.000.000	

Sumber: Henry Simamora, 1999:163

Dari laporan laba rugi tersebut tampak bahwa margin kontribusi sebesar Rp. 60.000.000,00 merupakan jumlah yang tersisa untuk menutup biaya tetap agar memperoleh laba bersih.

2. Rasio Marjin Kontribusi/Ratio Contribution Margin (RCM)

Rasio marjin kontribusi adalah perbandingan antara marjin kontribusi (total penghasilan dikurangi biaya variabel) dengan total penghasilan/penjualan. Rumus rasio margin kontribusi adalah sebagai berikut:

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

(Henry Simamora,1999:163)

Sebagai contoh berdasarkan perhitungan diatas maka rasio margin kontribusinya adalah:

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

$$= \frac{400.000.000}{200.000.000}$$

$$= 20\%$$

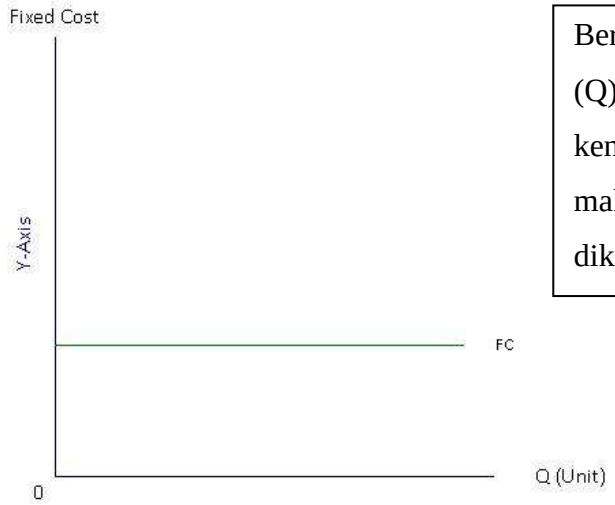
2.1.7. Penggolongan Biaya

a. Penggolongan Biaya berdasarkan Tingkah Laku

(1) Biaya Tetap

Semua biaya bersifat variabel dalam jangka panjang, meskipun jenis dari biaya tersebut terlihat sebagai biaya tetap. Menurut Carter dan Usry (2006:58) "Biaya tetap adalah sebagai biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun".

Jika dalam semua aktivitas bisnis menurun sampai ke titik nol, perusahaan akan melikuidasi dan menghindari semua biaya. Untuk meningkatkan di atas kapasitas, biaya tetap harus dinaikkan untuk meningkatkan volume. Biaya tetap dan biaya kapasitas merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu. Besar biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen.



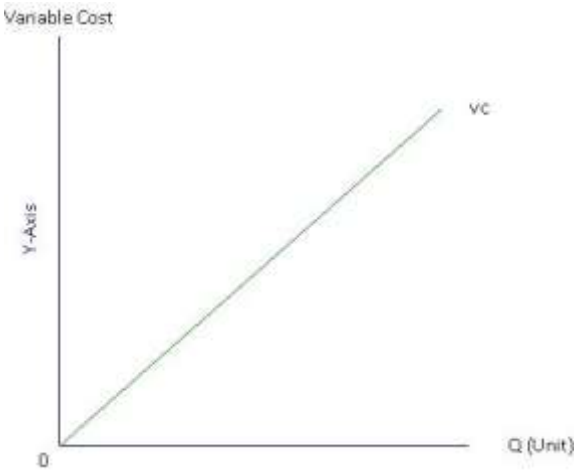
Berapapun jumlah produksi (Q) apakah mengalami kenaikan atau penurunan, maka jumlah biaya yang dikeluarkan adalah tetap.

Gambar 2.1 Grafik Biaya Tetap

1. Beban tetap diskresioner (discretionary fixed cost) adalah pengeluaran atau biaya yang bersifat tetap karena kebijakan manajemen.
2. Biaya tetap terikat (commited fixed cost) adalah pengeluaran atau biaya yang membutuhkan suatu seri pembayaran selama jangka waktu yang lama.

(2) Biaya Variabel

Menurut Carter dan Usry (2006:59) "Biaya variabel adalah sebagai biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proposional terhadap penurunan dalam aktivitas".



Gambar 2.2 Grafik Biaya Variabel

Jika jumlah produksi (Q) mengalami kenaikan, maka jumlah biaya yang dikeluarkan juga mengalami kenaikan, begitu sebaliknya jika mengalami penurunan produksi.

1. Engineered Variable Costs

   Engineered variable costs adalah biaya yang memiliki hubungan fisik tertentu dengan ukuran kegiatan tertentu. Contoh engineered variable costs adalah bahan baku.
2. Discretionary Variable Costs

   Hampir semua biaya variabel merupakan discretionary variable costs, hal tersebut disebabkan karena discretionary variable costs tersebut bersifat variabel (Mulyadi, 2007:468-469).

(3)Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel (Carter dan Usry, 2006: 60). Unsur biaya tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk penyediaan jasa, sedangkan unsur biaya variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

Metode yang digunakan dalam pemisahan biaya semi variabel menurut Mulyadi sebagai berikut:

1. Metode Titik Tertinggi dan Terendah

   Perkiraan fungsi biaya, dalam bentuk metode ini suatu biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dibandingkan dengan biaya tersebut pada tingkat kegiatan terendah di masa lalu. Selisih biaya yang dihitung merupakan unsur biaya variabel dalam biay tersebut.

2. Metode Biaya Berjaga

   Metode biaya berjaga menghitung beberapa biaya yang harus tetap dikeluarkan apabila perusahaan ditutup untuk sementara, sehingga produknya sama dengan nol. Biaya ini disebut biaya berjaga, dan biaya berjaga ini merupakan bagian yang tetap.

3. Metode Kuadrat Terkecil

   Metode kuadrat terkecil menganggap bahwa hubungan biaya dengan volume penjualan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan garis regresi.

   $\hat{y} = a + bx$

$$a = \frac{\Sigma y - b\Sigma x}{n}$$

$$b = \frac{n\Sigma xy - \Sigma x.\Sigma y}{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

Keterangan :

y : Variabel tidak bebas (biaya)

x : Variabel bebas (volume kegiatan)

a : Unsur biaya tetap

b : Unsur biaya variabel

(Abdul Halim dan Bambang Supomo, 2005:28)

b. Penggolongan Biaya menurut Objek Pengeluaran

Penggolongan ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berdasarkan penjelasan singkat mengenai suatu objek pengeluaran, misalnya pengeluaran yang berhubungan dengan telepon disebut "biaya telepon".

c. Penggolongan Biaya menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

(1) Biaya Produksi**,** yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

(2) Biaya Pemasaran**,** adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel, dll.

(3) Biaya Administrasi dan Umum**,** yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk, contohnya gaji bagian akuntansi, gaji personalia, dll.

d. Penggolongan Biaya menurut Hubungan Biaya dan Sesuatu yang dibiayai

(1) Biaya Langsung (*direct cost*)**,** merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

(2) Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*)**,** biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya overhead pabrik.

e. Penggolongan Biaya menurut Jangka Waktu Manfaatnya

(1). Pengeluaran Modal (*Capital Expenditure*)**,** yaitu pengeluaran yang akan memberikan manfaat/benefit pada periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang.

(2). Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditure*)**,** pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran itu terjadi.

2.1.8. Margin Keamanan (*Margin of Safety*)

Pegertian *Margin of Safety* menurut Bambang Riyanto (2013: 366) adalah sebagai berikut:

Margin of Safety merupakan angka yang menunjukan jarak antara penjualan yang direncanakan atau dibudgetkan (budgedted sales) dengan penjualan pada break even. Dengan demikian maka, *Margin of Safety* adalah juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut perusahaan akan menderita kerugian.

$$MS = \frac{SB - SBE}{SB} \text{ x } 100\%$$

MS

$$\%MS = \frac{}{SB} \times 100\%$$

Keterangan :

MS : *Margin of Safety* atau batas keamanan

SB : Sales Budgeted atau penjualan yang dianggarkan

SBE : Sales at Break Even atau penjualan pada saat break even

(Henry Simamora, 1999:169)

Perusahaan yang mempunyai margin of safety yang besar lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai *Margin of Safety* yang rendah, karena margin of safety memberikan gambaran kepada manajemen beberapa penurunan yang dapat ditolerir sehingga perusahaan tidak menderita rugi tetapi juga belum memperoleh laba.

2.1.9. Analisis Biaya, Volume dan Laba

Analisis biaya, volume dan laba berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Analisis tersebut menekankan keterkaitan antara biaya, volume penjualan, dan harga, maka semua informasi keuangan perusahaan terkandung di dalam analisis biaya, volume dan laba. Analisis biaya, volume dan laba bermanfaat untuk mengidentifikasi cakupan dan besarnya kesulitan ekonomi yang dihadapi suatu divisi dan membantu mencari pemecahannya.

Analisis hubungan biaya, volume dan laba terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi laba dapat dibuat dengan menggunakan persamaan biaya, volume dan laba sebagai berikut:

Total Penghasilan = Total Biaya Tetap + Total Biaya Variabel + Laba

Px = a + bx + c

(Abdul Halim dan Bambang Supomo, 2005:59)

Keterangan :

P : Harga jual per unit produk

x : Unit produk yang dijual/yang diproduksi

a : Biaya tetap total

b : Biaya variabel setiap unit produk

c : Laba

2.1.10. Manfaat analisis hubungan biaya, volume dan laba bagi manajemen

Analisis biaya, volume, laba mempunyai manfaat bagi manajemen. Analisis tersebut membantu kinerja manajemen dalam perusahaan. Beberapa manfaat penting yang dapat digunakan oleh manajemen perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Membantu pengendalian melalui anggaran. Membantu menunjukkan perubahan yang diperlukan untuk menjadikan beban selaras dengan pendapatan.
b. Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan. Membantu manajemen untuk memperkirakan terhadap kesulitan dalam program penjualan. Jika penjualan secara relatif tidak cukup tinggi dibandingkan dengan biaya yang semestinya, kenyataan ini akan diperlihatkan. Dengan demikian manajemen perusahaan harus mengevaluasi teknik penjualan, latihan staf penjualan, lini produk yang dijual dalam kaitannya dengan pelanggan.
c. Menganalisis dampak perubahan volume. Dapat memberikan jawaban bagi manajemen tentang, banyaknya volume penjualan sebelum perusahaan menderita rugi, kenaikan laba jika ada kenaikan volume.
d. Menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya. Menunjukkan pengaruh yang terjadi atas laba akibat perubahan harga jual yang disertai oleh perubahan lainnya.
e. Merundingkan upah. Membantu manajemen menunjukan dengan cepat kemungkinan pengaruh perubahan usulan upah terhadap laba. Memberikan bantuan dalam menentukan kemungkinan penghematan dan efisiensi yang melindungi laba perusahaan.
f. Menganalisis bauran produk. Analisis biaya, volume, laba untuk menentukan produk yang harus ditingkatkan dan produk yang harus dihilangkan.
g. Menilai keputusan kapitalisasi dan ekspansi lanjutan. Memberikan sarana untuk menilai lebih dahulu usulan belanja barang modal yang dapat mengubah struktur biaya perusahaan.

h. Menganalisis margin pengaman. Berperan sebagai cadangan margin pengaman dan cara untuk mempengaruhi perubahan (Adolph Matz,1992:224).

Analisis biaya, volume, laba banyak membantu kinerja manajemen perusahaan. Karena analisis biaya, volume, laba memberikan informasi yang dibutuhkan manajemen perusahaan untuk mengambil keputusan yang berguna bagi perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus pada perusahaan. Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan *expost facto* karena variabel yang diteliti tidak dikenai suatu tindakan, perlakuan atau manipulasi, melainkan hanya meneliti dan mengungkapkan faktor-faktor yang diteliti berdasarkan keadaan yang sudah ada.

3.1 Pengertian Metodologi Penelitian

Pengetahuan tentang berbagai metode yang dipergunakan dalam penelitian. Metodologi penelitian merupakan tahap-tahap penelitian yang harus ditetapkan lebih dahulu sebelum melakukan pemecahan masalah sehingga penelitian dapat dilakukan secara terarah, terencana, sistematis dan memudahkan dalam menganalisa masalah yang ada. Adapun tahapan-tahapan metodologi penelitian yang akan dilakukan dapat dilihat sebagi berikut :

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data adalah catatan atas kumpulan fakta. Data merupakan bentuk jamak dari datum, berasal dari bahasa Latin yang berarti "sesuatu yang diberikan". Dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Pernyataan ini adalah hasil pengukuran atau pengamatan suatu variabel yang bentuknya dapat berupa angka, kata-kata, atau citra.

Dalam keilmuan (ilmiah), fakta dikumpulkan untuk menjadi data. Data kemudian diolah sehingga dapat diutarakan secara jelas dan tepat sehingga dapat dimengerti oleh orang lain yang tidak langsung mengalaminya sendiri, hal ini dinamakan deskripsi.Pemilahan banyak data sesuai dengan persamaan atau perbedaan yang dikandungnya dinamakan klasifikasi.

Penelitian jenis data berdasarkan data kuantitatif yang diperoleh dari perusahaan.

1. Data mengenai biaya distribusi tahun 2011-2015
2. Data mengenai biaya promosi tahun 2011-2015
3. Data mengenai hasil penjualan tahun 2011-2015

Sumber Data

1. Data dari dalam perusahaan

   Agar penelitian mengenai usaha seragam pada CV Ariftex ini dapat dipertanggung jawabkan keakuratan dan kebenarannya maka dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk penelitian, penulis mengumpulkan data berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pemilik CV Ariftex dan observasi langsung ke lapangan.

2. Data dari luar perusahaan

   Yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber diantaranya adalah penelitian kepustakaan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

   Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengadakan pencatatan, pengumpulan bahan-bahan tertulis, yang mempunyai keterkaitan dengan permasalahan yang tengah peneliti amati. Data yang diperoleh dari perusahaan adalah

   a. Data realisasi penjualan tahun 2013, 2014, 2015
   b. Data realisasi biaya produksi tahun 2013, 2014, 2015
   c. Data realisasi harga jual tahun 2013, 2014, 2015
   d. Data anggaran biaya produksi tahun 2013, 2014, 2015
   e. Data anggaran harga jual tahun 2013, 2014, 2015
   f. Data anggaran penjualan tahun 2013, 2014, 2015

3.4 Analisis Data

a. Analisis Kualitatif

   Untuk memecahkan masalah yang ada pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan data, menyusun, mengidentifikasikan data serta

menginterprestasi data. Analisis ini digunakan untuk menerangkan tentang pendekatan analisa *Break Even Point* untuk merencanakan laba pada perusahaan CV Ariftex.

b. Analisis Kuantitatif

Yaitu metode yang didasarkan pada formulasi tertentu dan ditujukan dengan angka. Untuk mengetahui tentang pendekatan analisa *Break Even Point* untuk merencanakan laba pada perusahaan CV Ariftex. Alat analisis yang digunakan melalui perhitungan

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa suatu masalah, pendekatan secara kuantitatif akan sangat membantu. Pendekatan secara kuantitatif maksudnya ialah perhitungan titik impas.

3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data

3.6.1 Untuk menentukan besarnya tingkat penjualan dalam keadaan break even dengan rumus:

$$\text{Impas rupiah} = \frac{Total\ Biaya\ Tetap}{\frac{Total\ BV}{1 - Total\ harga\ Jual}}$$

Atau

$$\text{Impas rupiah} = \frac{Total\ Biaya\ Tetap}{Rasio\ Margin\ Kontribusi}$$

Atau

$$\text{Impas rupiah} = \frac{Biaya\ Tetap}{Harga\ Jual\ per\ Unit - Biaya\ Variabel\ per\ Unit}$$

$$\text{Impas rupiah} = \frac{Biaya\ Tetap}{CM\ per\ Unit}$$

(Abdul Halim dan Bambang S, 2005: 52-53)

3.6.2 Analisis Marjin Pengaman (*Margin of Safety)*

$$MS = \frac{SB - SBE}{SB} \times 100\%$$

$$\%MS = \frac{MS}{SB} \times 100\%$$

Keterangan :

MS : *Margin of Safety* atau batas keamanan

SB : *Sales Budgeted* atau penjualan yang dianggarkan

SBE : *Sales at Break Even* atau penjualan pada saat *break even*

(Henry Simamora, 1999:169)

3.6.3 Untuk membuat keputusan yang berhubungan dengan perubahan harga jual, biaya dan volume terhadap laba perusahaan

Contribution Margin = Penjualan − Biaya Variabel

Untuk mengetahui *contribution margin* sebagai akibat perubahan setiap rupiah penjualan

$$\text{Rasio CM} = \frac{\text{CM}}{\text{Penjualan}}$$

(Henry Simamora1999:163)

Keterangan :

Rasio CM : *Ratio Contribution Margin*

CM : *Contribution Mrgin*

3.6.4 Untuk menentukan penjualan minimal pada laba yang telah ditetapkan

$$\text{Impas unit} = \frac{\text{Biaya tetap + Laba yang di rencanakan}}{\text{Harga Jual per Unit − Biaya Variabel per Unit}}$$

(Bambang Riyanto, 2001:37)

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pekalongan adalah salah satu kota di Jawa Tengah yang terkenal akan batiknya, selain kota Solo. Berawal dari peperangan yang terjadi di kerajaan Mataram melawan kolonial Belanda, hal ini menyebabkan tak sedikit keluarga-keluarga Raja yang mengungsi ke daerah di antaranya Pekalongan. Keluarga Keraton yang memang mempunyai hobi membatik akhirnya menularkan keahlian tersebut kepada masyarakat sekitar. Akhirnya Batik bertumbuh pesat di daerah seperti Buaran, Pekajangan dan Wonopringgo.

CV Ariftex adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan kain dan pakaian batik yang dirintis dari kecil hingga berkembang sampai saat ini. Berawal dari usaha yang turun temurun dari keluarga, Ibu Atik beserta suaminya yaitu Bp Arifin Oesman mulai merintis sendiri usaha batiknya di tahun 1977. Berbekal dari keahlian yang diturunkan oleh keluarga yang berlatar belakang pengusaha Batik, Ibu Atik mulai merintis mulai dari kecil yaitu mempunyai workshop di belakang rumah sendiri tepatnya di Jalan Raya Jenggot No.448, Jenggot, Pekalongan Sel., Kota Pekalongan, Jawa Tengah 51133.

Semakin hari usaha Ibu Atik semakin berkembang, hingga mampu membeli mesin dan peralatan yang cukup banyak. Kemudian pada tahun 2002 Ibu Atik membeli lahan yang cukup luas di daerah Watusalam untuk dijadikan pabrik. Serta mendaftarkan usahanya secara hukum sebagai badan usaha yang bernama CV Ariftex, yang berlokasi di Jalan Watusalam I RT 013 RW 007 Buaran, Pekalongan 51171.

Dalam setiap usaha pasti ada kalanya mengalami penurunan, begitu juga CV Ariftex pernah mengalami penurunan orderan pembuatan seragam, tetapi Ibu Atik dapat mengatasi masalah tersebut dan memiliki visi " Kepuasan Pelanggan adalah Keberhasilan Kami", maka dari itu hingga saat ini CV Ariftex masih berdiri dan berkembang dengan baik.

Visi

Visi merupakan suatu harapan perusahaan akan keadaan yang ingin di wujudkan oleh pemilik dan perusahaan pada masa yang akan datang, dimana dengan visi ini dapat dijadikan sebagai landasan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Adapun visi perusahaan CV Ariftex adalah

"Kepuasan Pelanggan adalah Keberhasilan Kami"

Misi

Misi merupakan pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya. mewujudkan visi. Misi CV Ariftex adalah:

- Menyelesaikan order dengan tepat waktu.
- Pengirimin barang kepada pelanggan sesuai pesanan.
- Quality control yang terjamin.
- Memberikan kualitas yang prima sebanding dengan harga.
- Memberikan pelayanan yang ramah terhadap pelanggan.

4.1.2 Klasifikasi Perusahaan

- Nama Perusahaan : CV Ariftex
- Nama Pemilik : Atik Nurkhayati
- Alamat : Jalan Watusalam I RT 013 RW 007 Buaran, Pekalongan 51171

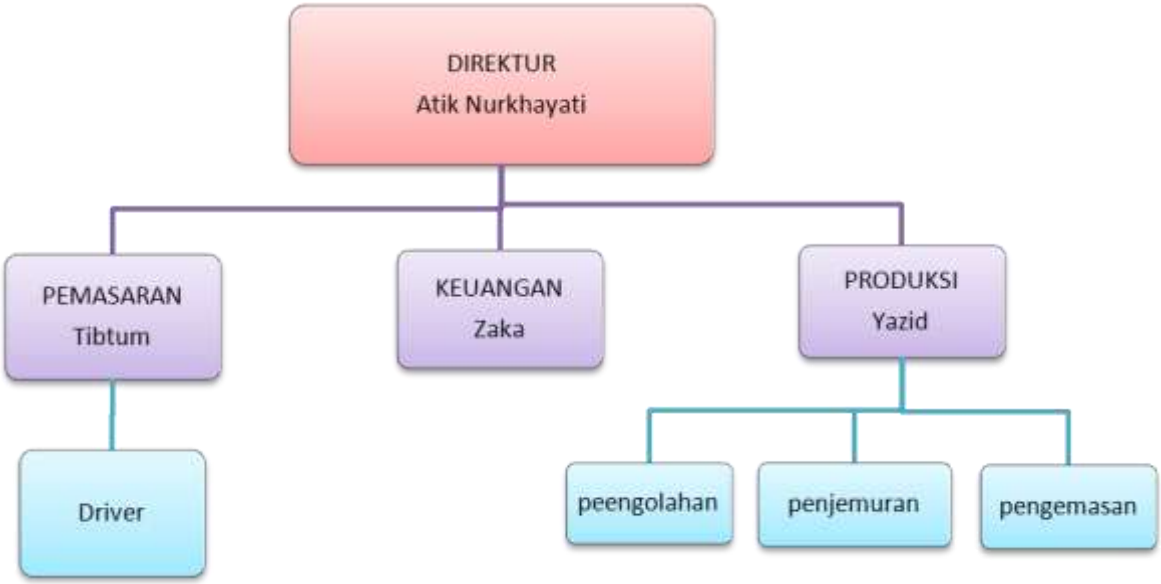
- Bidang usaha : Industri Kain Batik
- Tahun berdiri : 1977
- Jumlah karyawan : 20 Orang
- No telepon : (0285) - 431879
- Modal Awal : Rp. 70.000.000,-
- Perizinan : Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

4.1.3 Lokasi Perusahaan

CV Ariftex merupakan sebuah perusahaan produksi kain & pakaian batik yang berada di Jalan Watusalam I RT 013 RW 007 Buaran, Pekalongan 51171.

4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan CV Ariftex



4.1.5 Deskripsi Jabatan

Berikut adalah penjelasan atau gambaran mengenai tugas dan tanggung jawab masing – masing bagian di CV Ariftex :

1) Direktur
   - Mengontrol dan mengawasi jalannya seluruh aktivitas perusahaan.
   - Bertanggung jawab penuh atas semua apa yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan.
   - Memastikan ketersediaan sumber daya untuk melaksanakan kegiatan oprasional.
   - Menetapkan perencanaan pada masa yang akan datang atau pada jangka waktu yang telah di tentukan.
   - Menetapkan kebijakan yang berlaku di seluruh perusahaan.
   - Menyusun rencana kerja perusahaan.
   - Menandatangani kontrak dengan klien.
   - Mengangkat dan memutuskan hubungan kerja dengan pegawai.

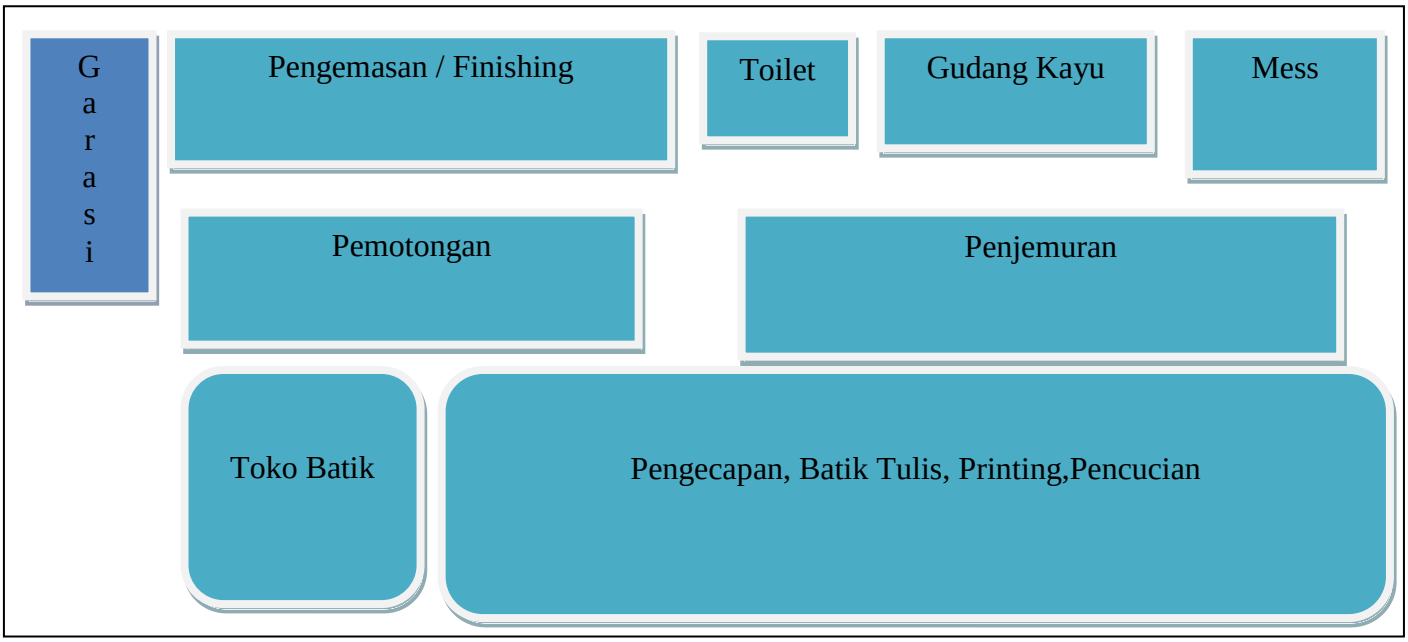
2) Bidang Administrasi

- Menandatangani surat yang bersifat administrasi kepada pihak eksternal.
- Mengeluarkan teguran dan membuat surat peringatan
- Menyiapkan dokumen kontrak termasuk dokumen pendukungnya
- Mencatat pemasukan yang diterima setiap harinya
- Mengelola hak gaji dan upah karyawan
- Mengumpulkan data - data keuangan.
- Mengevaluasi absensi karyawan
- Mengatur surat-surat, data produksi dan absen karyawan.
- Melaporkan kinerja sistem manajeman mutu dan kebutuhan untuk pengembangannya kepada direktur.

3) Bidang Produksi

- Melaksanakan kegiatan proses produksi sesuai bagian masing-masing.
- Menyiapkan kebutuhan sumber daya untuk pelaksanaan produksi
- Menetapkan kebutuhan material dan pendukung untuk keperluan proses produksi
- Mengawasi perawatan mesin.
- Bertanggung jawab atas jalannya proses produksi
- Memproduksi Seragam / Pakaian.
- Mengirim / mengantar pesanan kepada konsumen.

4.1.6 Layout Perusahaan



Gambar 4.2 Layout Pabrik CV ARIFTEX

4.2 Aspek Produksi

4.2.1 Perencanaan Proses Produksi

CV Ariftex bergerak dibidang industri kain & pakaian batik. Dalam memproduksi kain dan pakaian batik ada beberapa macam bahan yang digunakan yaitu kain mori, obat pewarna dan malam. Dalam memproduksi batik cap “KISNALA”, CV Ariftex membutuhkan 2 meter kain mori untuk menghasilkan 1 pcs batik cap. CV Ariftex dapat memproduksi 20 batik cap dalam sehari, bahkan lebih jika ada permintaan khusus.

4.2.2 Jenis Produk

CV Ariftex utamanya memproduksi kain batik yang digunakan sebagai material pembuatan berbagai macam jenis pakaian yang terbuat dari batik.

Gambar 3. produk pakaian yang dihasilkan :

Gambar 4.3. Kemeja Batik

4.2.3 Peralatan dan perlengkapan

Sarana dan prasarana merupakan variabel penting dalam menunjangkegiatan proses produksi. Sarana dan prasarana yang memadai dengan kapasitas yang cukup dan standar merupakan bagian penting untuk menghasilkan produk yang baik dari segi kualitas dan kuantitas.

Berikut adalah daftar mesin dan peralatan yang digunakan oleh CV Ariftex dalam membuat batik cap “KISNALA”.

Tabel 4.1 Daftar mesin produksi

Nama Mesin	Jumlah
Mesin Jahit	5

Sumber: CV ARIFTEX 2015

Tabel 4.2 Daftar peralatan dalam proses produksi

Nama Peralatan	Jumlah
Kompor Minyak Tanah	10
Ember	10
Alat Jemur	20
Canting	20
Wajan kecil	20
Sablon	1
Meja 25 meter	1
Cap	10

Sumber: CV ARIFTEX 2015

4.2.4 Alur Produksi

CV Ariftex menjaga kualitas produk dengan pengendalian mutu, arti dari pengendalian mutu tersebut adalah semua usaha menjamin agar hasil dari pelaksanaan sesuai dengan yang telah ditetapkan dan memuaskan konsumen. Tujuannya adalah agar tidak terjadi barang yang rusak sampai pada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan perusahaan tidak rugi. Tujuan perusahaan menjalankan quality control adalah untuk mendapatkan keuntungan dengan cara yang fleksibel dan untuk menjamin agar pelanggan merasa puas, serta perusahaan mendapatkan keuntungan untuk jangka panjang.

Disamping itu bila terjadi complain oleh pelanggan / konsumen, pimpinan perusahaan mengadakan cek ulang dan menyatakan kebenaran untuk bisa diterima lalu di laporkan kebagian yang berkaitan untuk proses perbaikan. Untuk itu diperlukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pengendalian produk

   Tujuannya adalah agar produk yang dihasilkan memberikan harga yang bersaing

2. Pengendalian produk

   Tujuannya adalah agar proses produksi bisa lancar, cepat dan jumlahnya sesuai dengan pencapaiannya target.

3. Pengendalian standar spesifikasi produk

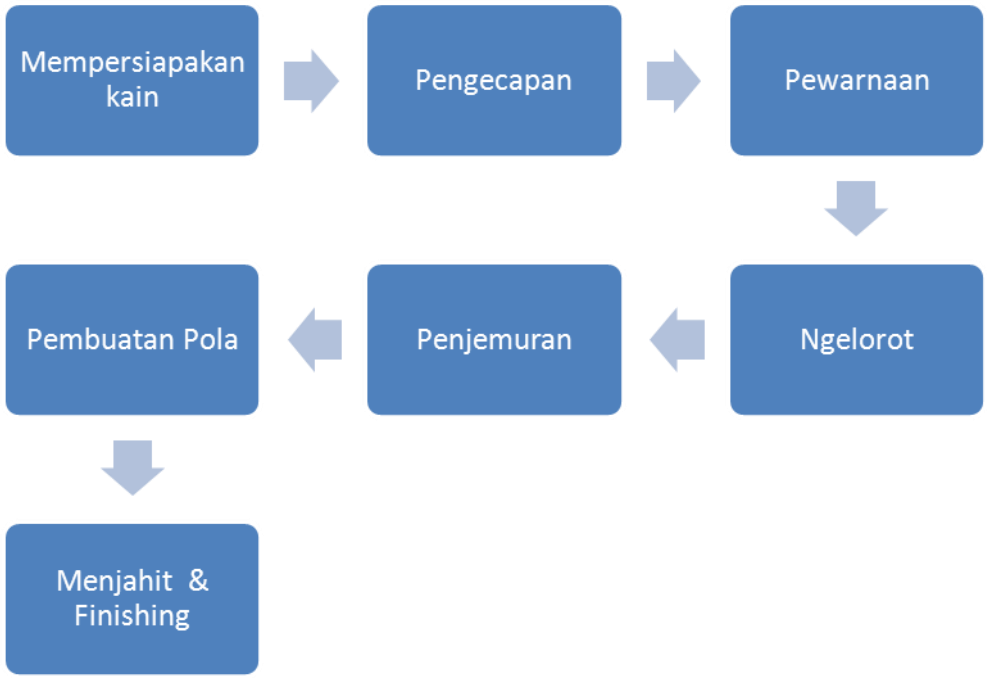
   Aspek kesesuaian yaitu aspek fisik dari produk.

4. Pengendalian waktu penyerahan produk

   Penyerahan barang terkait dengan pengaturan untuk

Proses pengolahan sendiri dilakukan para karyawan bagian produksi, proses pengolahan dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Gambar 4.4 Alur Proses Produksi Batik Cap



1. Mempersiapkan Kain

Gambar 4.5 Mempersiapkan Kain

Tahap awal produksi yaitu kain mori diletakan diatas meja dengan alas dibawahnya menggunakan bahan yang empuk.

2. Pengecapan

Sebelum melakukan pengecapan, Malam direbus hingga suhu 60-70 derajat Celcius, Cap dicelupkan ke malam yang telah mencair tadi tetapi hanya 2cm saja dari bagiamn bawah cap. Kemudian kain mori di cap dengan tekanan yang cukup supaya rapih

Gambar 4.6 Pengecapan

3. Pewarnaan

   Mencelupkan kain mori yang sudah di cap ke dalam tanki yang berisi cairan pewarna.

4. Ngelorod

   Proses melepaskan seluruh malam (lilin) dengan cara memasukkan kain yang sudah cukup tua warnanya ke dalam air mendidih. Setelah diangkat, kain dibilas dengan air bersih dan kemudian diangin-anginkan hingga kering.

Gambar 4.7 Pelorotan

5. Penjemuran

Batik yang telah selesai proses Ngelorod langsung di jemur

Gambar 4.8 Penjemuran

6. Pembuatan Pola Pakaian

Gambar 4.9 Pembuatan Pola Pakaian

Setelah proses penjemuran selesai, maka segera dibuat pola pakaian dengan ukuran S,M, L & XL setelah itu siap utnuk dijahit. Batik yang selsai dijahit siap untuk proses packaging

Gambar 4.10 Pembungkusan

4.2.5 Biaya produksi CV ARIFTEX

Berikut ini merupakan biaya produksi yang ditetapkan CV ARIFTE dan realisasi biaya produksi yang di keluarkandari tahun 2011-2015 sebagai berikut :

Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja Produksi +
Biaya Overhead Pabrik

- Biaya Overhead Pabrik merupakan biaya produksi selain bahan bakudan biaya tenaga kerja langsung.

Tabel 4.3 Budget dan Realisasi biaya produksi tahun 2011

Jenis Biaya	Budget	Realisasi (Rp)
a. Pemakaian Bahan Baku		
- Biaya Bahan Utama	100,000,000	89,550,000
b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	125,000,000	121,680,000
c. Biaya Overhead Pabrik		
Biaya bahan penolong	5,600,000	4,800,000
Biaya bahan bakar	17,000,000	14,400,000
Biaya Penyusutan Pabrik		
a. Biaya Penyusutan bangunan pabrik	6,000,000	5,866,667
b.Biaya Penyusutan mesin dan peralatan	9,000,000	8,680,000
c. Biaya Kendaraan	13,000,000	12,500,000
Biaya Pemeliharaan	4,200,000	3,600,000
Biaya Listrik, Air & Telepon Pabrik	22,500,000	21,660,000
Biaya Tenaga Kerja tidak Langsung	90,000,000	87,360,000
Total Biaya Overhead Pabrik		**158,866,667**
Total Biaya Produksi	**392,300,000**	**370,096,667**
Sumber : Hasil wawancara diolah		

Tabel 4.4 Budget dan Realisasi biaya produksi tahun 2012

Jenis Biaya	Budget	Realisasi (Rp)
a. Pemakaian Bahan Baku		
- Biaya Bahan Utama	115,000,000	105,100,000
b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	150,000,000	141,960,000
c. Biaya Overhead Pabrik		
Biaya bahan penolong	6,000,000	5,520,000
Biaya bahan bakar	16,000,000	15,120,000
Biaya Penyusutan Pabrik		
a. Biaya Penyusutan bangunan pabrik	6,000,000	5,866,667
b.Biaya Penyusutan mesin dan peralatan	9,000,000	8,680,000
c. Biaya Kendaraan	13,000,000	12,500,000
Biaya Pemeliharaan	4,200,000	3,600,000
Biaya Listrik, Air & Telepon Pabrik	25,000,000	23,040,000
Biaya Tenaga Kerja tidak Langsung	100,000,000	98,280,000
Total Biaya Overhead Pabrik		**172,606,667**
Total Biaya Produksi	**444,200,000**	**419,666,667**
Sumber : hasil wawancara diolah		

Tabel 4.5 Budget dan Realisasi biaya produksi tahun 2013

Jenis Biaya	Budget	Realisasi (Rp)
a. Pemakaian Bahan Baku		
- Biaya Bahan Utama	140,000,000	127,930,000
b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	170,000,000	162,240,000
c. Biaya Overhead Pabrik		
Biaya bahan penolong	7,000,000	6,240,000
Biaya bahan bakar	19,500,000	18,720,000
Biaya Penyusutan Pabrik		
a. Biaya Penyusutan bangunan pabrik	6,000,000	5,866,667
b.Biaya Penyusutan mesin dan peralatan	9,000,000	8,680,000
c. Biaya Kendaraan	13,000,000	12,500,000
Biaya Pemeliharaan	4,200,000	3,600,000
Biaya Listrik, Air & Telepon Pabrik	25,500,000	24,000,000
Biaya Tenaga Kerja tidak Langsung	115,000,000	109,200,000
Total Biaya Overhead Pabrik		**188,806,667**
Total Biaya Produksi	**509,200,000**	**478,976,667**
Sumber : Hasil wawancara diolah		

Tabel 4.6 Budget dan Realisasi biaya produksi tahun 2014

Jenis Biaya	Budget	Realisasi (Rp)
a. Pemakaian Bahan Baku		
- Biaya Bahan Utama	150,000,000	134,860,000
b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	210,000,000	202,800,000
c. Biaya Overhead Pabrik		
Biaya bahan penolong	7,500,000	6,480,000
Biaya bahan bakar	22,000,000	20,160,000
Biaya Penyusutan Pabrik		
a. Biaya Penyusutan bangunan pabrik	6,000,000	5,866,667
b.Biaya Penyusutan mesin dan peralatan	9,000,000	8,680,000
c. Biaya Kendaraan	13,000,000	12,500,000
Biaya Pemeliharaan	4,200,000	3,600,000
Biaya Listrik, Air & Telepon Pabrik	26,000,000	25,020,000
Biaya Tenaga Kerja tidak Langsung	135,000,000	131,040,000
Total Biaya Overhead Pabrik		**213,346,667**
Total Biaya Produksi	**582,700,000**	**551,006,667**
Sumber : Hasil wawancara diolah		

Tabel 4.7 Budget dan Realisasi biaya produksi tahun 2015

Jenis Biaya	Budget	Realisasi (Rp)
a. Pemakaian Bahan Baku		
- Biaya Bahan Utama	165,000,000	154,680,000
b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	250,000,000	243,360,000
c. Biaya Overhead Pabrik		
Biaya bahan penolong	7,500,000	6,960,000
Biaya bahan bakar	32,000,000	30,000,000
Biaya Penyusutan Pabrik		
a. Biaya Penyusutan bangunan pabrik	6,000,000	5,866,667
b.Biaya Penyusutan mesin dan peralatan	9,000,000	8,680,000
c. Biaya Kendaraan	13,000,000	12,500,000
Biaya Pemeliharaan	4,200,000	3,600,000
Biaya Listrik, Air & Telepon Pabrik	28,000,000	26,820,000
Biaya Tenaga Kerja tidak Langsung	160,000,000	152,880,000
Total Biaya Overhead Pabrik		**247,306,667**
Total Biaya Produksi	**674,700,000**	**645,346,667**
Sumber : Hasil wawancara diolah		

4.3 Bidang Keuangan

Keuangan adalah kegiatan yang berubungan dengan penentuan investasi jangka panjang sebuah perusahaan, mendapatkan dana untuk membayar, dan memimpin kegiatan keuangan harian sebuah perusahaan.

Aspek keuangan ini meliputi penjelasan tentang biaya investasi dan laporan keuanganoleh perusahaan. Pada dasarnya, perusahaan belum membuat pembukuan yang sesuai dengan standar akutansi. Data tertulis yang tersedia hanya sebatas data penjualan. Namun, dari hasil wawancara penyusun mencoba membuat laporan keuangan seperti berikut ini.

Laporan keuangan terdiri dari laporan laba/rugi, laporan perubahan modal, dan neraca.

1. Harga Pokok Penjualan

   Harga Pokok Penjualan merupakan laporan untuk menggambarkan biaya langsung yang timbul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan bisnis. HPP muncul pada laporan laba rugi sebagai komponen utama dari biaya oprasi. HPP disebut juga sebagai biaya penjualan.

2. Laporan Laba / Rugi

   Laporan laba/rugi adalah laporan keuangan yang terdiri dari penjualan, biaya produksi, biaya usaha, pajak usaha, biaya bunga dan laba bersih.

3. Neraca

   Neraca merupakan bagian juga dalam laporan keuangan yang paling penting karena neraca berisi mengenaiharta kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan pada suatu periode tertentu. Selain itu neraca juga berisikan tentang utang serta modal perusahaan pada saat yang bersamaan.

4. Laporan Perubahan Modal

   Laporan perubahan modal adalah salah satu bentuk laporan keuangan memberikan informasi tentang penyebab bertambah atau berkurangnya modal selama periode tertentu.

4.3.1 Penyusutan

Penyusutan per tahun = $\frac{\text{Nilai Perolehan}}{\text{Umur Ekonomis}}$

Table 4.8
CV ARIFTEX
Penyusutan dan Amortisasi

No	Aktiva	Nilai perolehan	Umur ekonomis	Penyusutan/th
	Nilai Buku			
1	Tanah	400,000,000		
2	Bangunan	220,000,000	30 th	7,333,333
3	Mesin & Peralatan	43,400,000	5 th	8,680,000
4	Kendaraan(mobil)	100,000,000	8 th	12,500,000
5	Surat Perizinan	4,000,000	5 th	800,000
TOTAL				29,313,333

Sumber : Hasil wawancara diolah

4.3.2 Harga Pokok Penjualan

Menurut Bustami dan Nurlela (2008 : 40) : Penentuan harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukkan unsur biaya produksi variabel saja."

Harga Pokok Penjualan merupakan laporan untuk menggambarkan biaya langsung yang timbul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan bisnis.HPP muncul pada laporan laba rugi sebagai komponen utama dari biaya oprasi.HPP disebut juga sebagai biaya penjualan.

Metode Penentuan Harga Pokok Penjualan

Ada dua cara yang digunakan untuk menentukan harga pokok yaitu metode harga pokok pesanan dan metode harga pokok proses.

1. Metode Harga Pokok Pesanan (Job Order Costing)

Harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya.

Metode harga pokok pesanan biasanya digunakan oleh perusahaan – perusahaan yang membuat produksinya berdasarkan pesanan, bentuk dan kualitas produk dibuat sesuai dengan keinginan pemesan seperti industri pesawat terbang, industri galang kapal, industri percetakan, industri mebel, dan industri mesin – mesin pesanan.

Karakteristik perusahaan yang menggunakan metode harga pokok pesanan adalah :

Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai spesifikasi pemesanan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual.

Untuk meringkas data dan biaya yang dikeluarkan, dibuatkan kartu harga pokok untuk setiap pesanan.

Biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung diperhitungkan secara langsung kepada pesanan yang bersangkutan berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya overhead pabrik diperhitungkan berdasarkan tarif yang ditentukan terlebih dahulu.

2. Metode Harga Pokok Proses (Process Costing)

Menurut Bustami (2008 : 99) : Dalam penentuan biaya proses, semua biaya yang dibebankan ke setiap departemen produksi dapat diiktisarkan dalam laporan biaya produksi untuk masing – masing departemen.”

Ada lima langkah yang perlu dilakukan untuk metode harga pokok proses, (process costing system) yaitu :

1. Mengidentifikasi masing pusat pengolahan
2. Mengakumulasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik untuk masing – masing pengolahan yang terpisah selama beberapa periode tertentu.
3. Mengukur keluaran masing – masing pusat pengolahan yang terpisah yang dinyatakan dalam satuan produksi ekuivalen.
4. Membagi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik dengan satuan ekuivalen untuk mendapatkan harga pokok produksi satuan masing – masing pusat pengolahan yang terpisah.

5. Menjumlahkan harga pokok satuan masing – masing pusat pengolahan yang terpisah untuk mendapatkan total harga pokok suatu produk yang sudah jadi sepenuhnya.

Dalam penerapan metode process costing system dalam penentuan harga pokok produksi harus diperhatikan faktor – faktor sebagai berikut :

1. Jenis dan jumlah produk yang dihasilkan
2. Jangka Waktu Proses Produksi
3. Jumlah tahap – tahap operasi atau departemen produksinya
4. Jumlah departemen dimana bahan harus ditambahkan serta akibat tambahan terhadap produk yang dihasilkan

Ada atau tidaknya produk yang hilang, rusak selama proses produksi berlangsung Ada atau tidaknya produk dalam proses awal periode Karakteristik perusahaan yang menggunakan metode harga pokok proses :

1. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar
2. Biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya bulan, tahun, dan sebagainya.
3. Kegiatan produksi dimulai dengan diterbitkannya perintah produksi berisi produksi standar untuk jangka waktu tertentu.

Tujuan produksi tidak dimaksudkan untuk memenuhi permintaan khusus dari pelanggan tertentu. Produksi dilaksanakan untuk mengisi persediaan yang selanjutnya dijual dengan mengingat permintaan pasar yang sudah diperkirakan terlebih dahulu untuk suatu jangka waktu tertentu.

Tabel 4.9

CV ARIFTEX

HARGA POKOK PENJUALAN 2011 s/d 2015

Keterangan	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015
1. Pesediaan bahan Bahan Baku 1 Januari	2,550,000	1,300,000	1,540,000	1,710,000	1,350,000
2. Pembelian bahan baku	89,550,000	105,100,000	127,930,000	134,860,000	154,680,000
3. persediaan bahan baku tersedia untuk produksi	92,100,000	106,400,000	129,470,000	136,570,000	156,030,000
4. persediaan bahan baku 31 Desember	1,300,000	1,540,000	1,710,000	1,350,000	1,655,000
Total pemakaian bahan baku (a)	**90,800,000**	**104,860,000**	**127,760,000**	**135,220,000**	**154,375,000**
Biaya tenaga kerja Langsung (b)	**121,680,000**	**141,960,000**	**162,240,000**	**202,800,000**	**243,360,000**
Biaya overhead Pabrik					
1. Biaya bahan penolong	4,800,000	5,520,000	6,240,000	6,480,000	6,960,000
2. Biaya bahan bakar	14,400,000	15,120,000	18,720,000	20,160,000	30,000,000
3. Biaya Penyusutan Pabrik					
a. Biaya Penyusutan bangunan pabrik	5,866,667	5,866,667	5,866,667	5,866,667	5,866,667
b.Biaya Penyusutan mesin dan peralatan	8,680,000	8,680,000	8,680,000	8,680,000	8,680,000
c. Biaya Kendaraan	12,500,000	12,500,000	12,500,000	12,500,000	12,500,000
4. Biaya Pemeliharaan	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000
5. Biaya Listrik, Air & Telepon Pabrik	21,660,000	23,040,000	24,000,000	25,020,000	26,820,000
6. Biaya tenaga kerja tidak langsung	87,360,000	98,280,000	109,200,000	131,040,000	152,880,000
Total Biaya Pabrikase (c)	**158,866,667**	**172,606,667**	**188,806,667**	**213,346,667**	**247,306,667**
Persediaan barang dalam proses, 1 Januari (d)	**2,050,000**	**1,560,000**	**2,550,000**	**950,000**	**2,600,000**
Persediaan barang dalam proses, 31 Desember (e)	**(1,560,000)**	**(2,550,000)**	**(950,000)**	**(2,600,000)**	**(1,200,000)**
Harga Pokok Produksi (a+b+c+d+e)	**371,836,667**	**418,436,667**	**480,406,667**	**549,716,667**	**646,441,667**
Persediaan barang jadi, 1 Januari	2,400,000	3,250,000	2,780,000	2,150,000	2,640,000
Harga pokok Barang yang tersedia untuk di jual	**374,236,667**	**421,686,667**	**483,186,667**	**551,866,667**	**649,081,667**
Persediaan barang jadi 31 Desember	(3,250,000)	(2,780,000)	(2,150,000)	(2,640,000)	(1,890,000)
Harga Pokok Penjualan	**370,986,667**	**418,906,667**	**481,036,667**	**549,226,667**	**647,191,667**

Sumber : Hasil wawancara diolah

4.3.2 Laporan Laba / Rugi

Laporan laba/rugi adalah laporan keuangan yang terdiri dari penjualan, biaya produksi, biaya usaha, pajak usaha, biaya bunga dan laba bersih.

Laporan Laba Rugi merupakan bagian dari suatu laporan keuangan perusahaan yang dihasilkan dalam suatu periode buku atau periode akutansi yang menyajikan seluruh unsur pendapatan serta beban perusahaan yang pada akhirnya akan menghasilkan kondisi laba bersih atau rugi bersih.

Laporan laba rugi (profit and lost statement) yang disusun oleh perusahaan memiliki struktur yang terdiri atas pendapatan pada periode berjalan dan seluruh beban perusahaan, baik itu beban usaha ataupun beban diluar usaha perusahaan pada periode berjalan.

Table 4.10
CV Ariftex
Laporan Laba Rugi Tahun 2011-2015

KETERANGAN	Produksi Komersial				
	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
A. Penjualan	493,350,000	571,550,000	686,875,000	733,725,000	839,300,000
B. Harga Pokok Penjualan	370,986,667	418,906,667	481,036,667	549,226,667	647,191,667
C. Laba Kotor (A-B)	**122,363,333**	**152,643,333**	**205,838,333**	**293,140,000**	**334,150,750**
D. Biaya Usaha :					
Gaji Pimpinan	20,000,000	21,500,000	23,000,000	24,500,000	26,000,000
Gaji Administrasi	12,480,000	14,040,000	15,600,000	14,040,000	15,600,000
Suplai kantor ATK	2,640,000	2,760,000	2,880,000	2,760,000	2,880,000
Biaya pemasaran	9,980,000	10,745,000	11,656,000	12,956,000	13,711,000
Total Biaya Usaha	**45,100,000**	**49,045,000**	**53,136,000**	**54,256,000**	**58,191,000**
E LABA OPERASI/EBIT (C-D)	**77,263,333**	**103,598,333**	**152,702,333**	**238,884,000**	**275,959,750**
F. BIAYA BUNGA PINJAMAN					
G. LABA SEBELUM PAJAK/EBT					
(E-F)	**77,263,333**	**103,598,333**	**152,702,333**	**238,884,000**	**275,959,750**
H. PAJAK (10%)	**7,726,333**	**10,359,833**	**15,270,233**	**23,888,400**	**27,595,975**
I. LABA BERSIH / EAT (G-H)	**69,537,000**	**93,238,500**	**137,432,100**	**214,995,600**	**248,363,775**
Sumber : Hasil wawancara diolah					

4.3.3 Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal adalah salah satu bentuk laporan keuangan memberikan informasi tentang penyebab bertambah atau berkurangnya modal selama periode tertentu.

Unsur-unsur laporan perubahan modal biasanya dari modal awal, laba/rugi bersih, prive, penambahan modal, dan hasil akhir (perubahan modal akhir per periode = modal awal + (laba bersih — prive)).

Modal awal adalah keseluruhan dana yang diinvestasikan untuk perkembangan atau kemajuan perusahaan mulai dari awal perusahaan tersebut berdiri sampai waktu tertentu di mana belum terjadi penambahan modal.

Laba/rugi bersih adalah selisih dari semua penghasilan dengan jumlah semua beban, sebagaimana yang tercatat di dalam laporan laba/rugi.

Prive adalah penarikan sejumlah modal oleh direktur (pemilik perusahaan) atau pihak-pihak yang menanam modal untuk keperluan pribadi atau keperluan lain di luar kegiatan usaha utama perusahaan.

Penambahan modal adalah selisih antara laba bersih dengan prive.

Tabel 4.11
CV. Ariftex
Laporan Perubahan Modal Tahun 2011-2015

KETERANGAN	Tahun				
	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015
Modal Awal	700,000,000	749,537,000	822,775,500	935,207,600	1,120,203,200
Penambahan :					
Laba Setelah Pajak	69,537,000	93,238,500	137,432,100	214,995,600	248,363,775
Modal Setelah Penambahan	**769,537,000**	**842,775,500**	**960,207,600**	**1,150,203,200**	**1,368,566,975**
Pengurangan :					
Prive	20,000,000	20,000,000	25,000,000	30,000,000	35,000,000
Modal Akhir	**749,537,000**	**822,775,500**	**935,207,600**	**1,120,203,200**	**1,333,566,975**
Sumber : Hasil wawancara diolah					

4.3.4 Neraca

Laporan Posisi Keuangan (*balance sheet* atau *statement of financial position*) atau yang biasa dikenal sebagai Neraca adalah suatu bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan atau entitas bisnis yang dihasilkan dalam suatu periode akuntansi dimana menunjukkan posisi atas keuangan perusahaan atau entitas bisnis tersebut pada akhir periode akuntansi tersebut yang bisa menjadi dasar dalam menghasilkan keputusan bisnis.

Posisi Neraca Keuangan terdiri atas dua (2) pos yaitu Aktiva (Aset) dan Pasiva. Dua pos tersebut terdiri atas 3 unsur yang terdiri atas aset (aktiva), dan pada pos Pasiva terdiri atas kewajiban atau hutang (*liability*), dan ekuitas atau modal (*equity*). Neraca merupakan bagian juga dalam laporan keuangan yang paling penting karena neraca berisi mengenai harta kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan pada suatu periode tertentu. Selain itu neraca juga berisikan tentang utang serta modal perusahaan pada saat yang bersamaan.

Tabel 4.12
CV ARIFTEX
Neraca Tahun 2011-2015

AKTIVA	2011	2012	2013	2014	2015
Kas	15,200,000	37,450,000	204,400,000	317,000,000	450,000,000
Piutang	45,270,000	80,540,000	109,306,000	194,986,000	299,137,275
Persediaan barang jadi	3,250,000	2,780,000	2,150,000	2,640,000	1,890,000
Persediaan bahan baku	1,300,000	1,540,000	1,710,000	1,350,000	1,655,000
Persediaan barang dalam proses	1,560,000	2,550,000	950,000	2,600,000	1,200,000
Total Aktiva Lancar	**66,580,000**	**124,860,000**	**318,516,000**	**518,576,000**	**753,882,275**
Tanah	400,000,000	400,000,000	400,000,000	400,000,000	400,000,000
Bangunan	220,000,000	220,000,000	220,000,000	220,000,000	220,000,000
Akum Penyusutan	(7,333,333)	(7,333,333)	(7,333,333)	(7,333,333)	(7,333,333)
	612,666,667	**627,333,333**	**627,333,333**	**627,333,333**	**627,333,333**
Mesin & peralatan	43,400,000	43,400,000	43,400,000	43,400,000	43,400,000
Akum Penyusutan	(8,680,000)	(8,680,000)	(8,680,000)	(8,680,000)	(8,680,000)
	34,720,000	**52,080,000**	**52,080,000**	**52,080,000**	**52,080,000**
Kendaraan	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000
Akum Penyusutan	(12,500,000)	(12,500,000)	(12,500,000)	(12,500,000)	(12,500,000)
	87,500,000	**112,500,000**	**112,500,000**	**112,500,000**	**112,500,000**
Surat Perizinan	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
Akum Penyusutan	(4,000,000)	(4,000,000)	(4,000,000)	(4,000,000)	(4,000,000)
TOTAL AKTIVA	**801,466,667**	**916,773,333**	**1,110,429,333**	**1,310,489,333**	**1,545,795,608**
PASSIVA					
Hutang usaha	48,281,667	87,943,833	167,625,733	183,538,400	208,010,067
Modal	753,185,000	828,829,500	942,803,600	1,126,950,933	1,337,785,542
TOTAL PASSIVA	**801,466,667**	**916,773,333**	**1,110,429,333**	**1,310,489,333**	**1,545,795,608**

Sumber : Hasil wawancara diolah

4.4 Bidang Personalia

4.4.1 Perekrutan Karyawan

Dalam merekrut pekerja atau karyawan dilakukan dengan pendaftran calon karyawan. Pada bagian produksi, CV ARIFTEX tidak mempunyai persyaratan khusus, seperti misalnya batasan usia atau jenjang pendidikan tertentu, yang terpenting adalah orang tersebut mau bekerja dan mempunyai pengalaman di bidang produksi boneka sebelumnya. Sedangkan untuk bagian administrasi minimal SMA atau sederajatnya.

Menurut pemilik perusahaan latar belakang pendidikan tidaklah begitu penting, yang terpenting karyawan tersebut memiliki tekat, keyakinan, tanggung jawab dan mau bekerja keras, karena kunci kesuksesan perusahaan tidak terlepas dari hasil kinerja karyawannya.

4.4.2 Kesejahteraan Karyawan

Berikut adalah cara perusahaan CV Ariftex dalam menyejahterakan karyawannya:

1. Sistem upah

Keterangan	Kisaran Upah (Rp)
Keuangan	Rp 60.000
Pemasaran	Rp 60.000
Kepala Produksi	Rp 60.000
Pekerja produksi	Rp 40.000 – Rp50.000
Driver	Rp 50.000

Tabel 4.13 Upah Karyawan CV ARIFTEX Tahun 2015

2. Insentif

   CV ARIFTEX dalam mensejahterakan karyawannya terdapat jenis-jenis insentif yang diberikan perusahaan kepada para karyawannya guna meningkatkan motivasi dalam bekerja, berikut ini adalah metode CV ARIFTEX dalam mensejahterakan karyawannya:

   1. Rutin setiap bulan ramadhan menjelang lebaran perusahaan memberikan sejumlah uang Rp.300.000 sampai dengan Rp.500.000 kepada setiap karyawannya sesuai dengan masa kerjanya
   2. Memberikan santunan berupa dana untuk biaya berobat bila karyawan ada yang sakit.
   3. Memberikan cash bon atau pinjaman uang kepada karyawannya dengan syarat pinjaman uang tersebut tidak lebih besar dari gajinya per bulan.

4.4.3 Pemberhentian Kerja

CV ARIFTEX dalam pemberhentian kerja tidak mengatur atau menggunakan sistem pemberhentian kerja yang berlaku pada perusahaan pada umumnya. Pemberhentian kerja biasanya terjadi karena permintaan dari karyawannya sendiri (dengan alasan yang lebih sering yaitu ingin kembali ke kampung halaman) ataupun karyawan yang pulang ke kampung halamannya dan tidak kembali lagi ke CV ARIFTEX (maka setelah kurang lebih 2 minggu tidak ada kabar, karyawan tersebut dianggap telah keluar).

4.5 Aspek Pemasaran

4.5.1 Cara Memasarkan Produk ke Konsumen

Banyak hal yang dilakukan oleh CV Ariftex dalam memasarkan produknya agar tetap bisa bersaing dengan kompetitor lainnya yang sejenis, antara lain memperkenalkan produknya yang menggunakan bahan pendukung yang membuat produknya lebih berkualitas, menawarkan produk kepada pelanggan atau konsumen dengan harga yang bersaing dengan kompetitor lainnya, serta memberikan potongan harga kepada pelanggan atau konsumen yang memesan dalam partai besar. Agar para pelanggan atau konsumen tertarik dan puas terhadap produk ini, pemilik CV Ariftex menghimbau kepada karyawan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan dan memproduksi produknya sesuai yang diinginkan oleh pelanggan atau konsumen.

Tidak jarang CV Ariftex mendapatkan proyek besar dari suatu perusahaan untuk membuat seragam yang banyak dalam waktu yang telah ditentukan, karena pada hari Jumat beberapa perusahaan BUMN ataupun swasta mengharuskan karyawannya untuk memakai batik. Pada saat itulah pemilik mendapatkan peluang besar dan mendapatkan omset yang lebih besar daripada biasanya.

Selain itu perusahaan juga memasarkan produk kepada pelanggan atau konsumen melalui media brosur, spanduk, kartu nama, dan melalui sarana internet seperti Facebook, Blackberry Messanger (BBM), instagram dll,

sehingga konsumen dapat secara mudah menghubungi pihak penjualan dari CV Ariftex.

Berikut adalah data penjualan Batik pada CV Ariftex dari tahun 2011 s.d 2015

Tabel 4.14
Penjualan CV ARIFTEX 2011 s.d 2015

Tahun	QTY	Harga/pcs	Total
2011	4485	Rp110,000	Rp 493,350,000
2012	4970	Rp115,000	Rp 571,550,000
2013	5495	Rp125,000	Rp 686,875,000
2014	5435	Rp135,000	Rp 733,725,000
2015	5995	Rp140,000	Rp 839,300,000

Sumber : Hasil wawancara diolah

4.5.2 Cara Mendistribusikan Produk

Produk yang telah selesai dalam proses produksi di perusahaan dan telah lolos dari proses Quality Control akan langsung didistribusikan ke beberapa cabang toko di Pekalongan dengan menggunakan mobil box yang dimiliki oleh CV Ariftex sebagai aset. Untuk barang pesanan yang dikirim keluar kota biasanya dikirim dengan menggunakan ekspedisi seperti Kobra Express (KE). Pada ekspedisi tersebut dihitung secara kargo sehingga dalam menghemat biaya distribusi.

4.5.3 Cara Mempromosikan Produk

Promosi adalah salah satu kegiatan penting dalam memperkenalkan produk yang dihasilkan perusahaan, agar para konsumen tertarik membelinya maka diberlakukan beberapa strategi promosi yang di antaranya adalah memberikan diskon untuk penjualan partai besar, menjelaskan secara rinci keunggulan batik Kisnala disbanding produk batik lain, menyebarkan brosur dan kartu nama.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi Data

5.1.1 Penggolongan Biaya

a. Biaya Tetap

Tabel 5.1 Biaya Tetap CV Ariftex 2013-2015

Keterangan	Biaya tetap		
	2013	2014	2015
Biaya penyusutan	Rp 29,313,333	Rp 29,313,333	Rp 29,313,333
Biaya listrik	Rp 4,872,600	Rp 10,510,775	Rp 14,115,700
Biaya ATK	Rp 2,880,000	Rp 2,760,000	Rp 2,880,000
Biaya pemeliharaan	Rp 2,531,305	Rp 2,531,305	Rp 2,531,305
Gaji pimpinan	Rp 23,000,000	Rp 24,500,000	Rp 26,000,000
Gaji tenaga kerja tak langsung	Rp 109,200,000	Rp 131,040,000	Rp 152,880,000
Total	**Rp 171,797,238**	**Rp 200,655,413**	**Rp 227,720,338**

b. Biaya Variabel

Tabel 5.2 Biaya Variabel CV Ariftex 2013-2015

Keterangan	Biaya variabel		
	2013	2014	2015
Biaya bahan baku	Rp 127.930.000	Rp 134.860.000	Rp 154.680.000
Biaya bahan penolong	Rp 6.240.000	Rp 6.480.000	Rp 6.960.000
Biaya bahan bakar	Rp 18.720.000	Rp 20.160.000	Rp 30.000.000
Biaya listrik	Rp 10.667.400	Rp 5.725.225	Rp 3.464.300
Biaya telpon	Rp 4.320.000	Rp 4.524.000	Rp 4.680.000
By air	Rp 4.140.000	Rp 4.260.000	Rp 4.560.000
Biaya pemeliharaan	Rp 1.068.695	Rp 1.068.695	Rp 1.068.695
Biaya pemasaran	Rp 11.656.000	Rp 12.956.000	Rp 13.711.000
Gaji kary. Produksi (BTKL)	Rp 162.240.000	Rp 202.800.000	Rp 243.360.000
Total	**Rp 346.982.095**	**Rp 392.833.920**	**Rp 462.483.995**

c. Pemisahan Biaya Semi Variabel

Tabel 5.3 Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2013

Bulan	Jam Mesin (x)	Biaya Listrik (y)	xy	x2
1	350	1,350,000	472,500,000	122,500
2	360	1,240,000	446,400,000	129,600
3	450	1,250,000	562,500,000	202,500
4	400	1,205,000	482,000,000	160,000
5	370	1,285,000	475,450,000	136,900
6	380	1,260,000	478,800,000	144,400
7	300	1,240,000	372,000,000	90,000
8	350	1,310,000	458,500,000	122,500
9	350	1,280,000	448,000,000	122,500
10	410	1,350,000	553,500,000	168,100
11	430	1,370,000	589,100,000	184,900
12	450	1,400,000	630,000,000	202,500
Total	4,600	15,540,000	5,968,750,000	1,786,400

$$b = \frac{n\Sigma(xy) - \Sigma x \Sigma y}{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$= \frac{12 \times 5.968.750.000 - 4600 \times 15.540.000}{12 \times 1.768.400 - (4.600)^2}$$

$$= \frac{71.625.000.000 - 71.484.000.000}{21.220.800 - 21.160.000}$$

$$= \frac{141,000,000}{60,800}$$

$$= 2319$$

Biaya Variabel = 2319 x 4600

= 10,667,400

$$b = \frac{\Sigma y - b(\Sigma x)}{n}$$

$$= \frac{15.540.000 - 2.319\ (4600)}{12}$$

Biaya tetap per thn = 4,872,600

Biaya tetap per bln = 406,050

Tabel 5.4 Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2014

Bulan	Jam Mesin (x)	Biaya Listrik (y)	xy	x2
1	350	1,254,000	438,900,000	122,500
2	350	1,290,000	451,500,000	122,500
3	340	1,260,000	428,400,000	115,600
4	370	1,375,000	508,750,000	136,900
5	350	1,300,000	455,000,000	122,500
6	300	1,250,000	375,000,000	90,000
7	400	1,350,000	540,000,000	160,000
8	400	1,350,000	540,000,000	160,000
9	450	1,410,000	634,500,000	202,500
10	475	1,520,000	722,000,000	225,625
11	500	1,457,000	728,500,000	250,000
12	490	1,420,000	695,800,000	240,100
Total	4,775	16,236,000	6,518,350,000	1,948,225

$$b = \frac{n\Sigma(xy) - \Sigma x \Sigma y}{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$= \frac{12 \times 6.518.350.000 - 4.775 \times 16.236.000}{12 \times 1.948.225 - (4.775)^2}$$

$$= \frac{78.220.200.000 - 77.526.900.000}{23.378.700 - 22.800.625}$$

$$= \frac{693,300,000}{578,075}$$

$$= 1,199$$

Biaya Variabel = 1.199 x 4.775

= 5,725,225

$$b = \frac{\Sigma y - b(\Sigma x)}{n}$$

$$= \frac{16.236.000 - 1.199\ (4.775)}{12}$$

Biaya tetap per thn = 10,510,775

Biaya tetap per bln = 875,898

Tabel 5.5 Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2015

Bulan	Jam Mesin (x)	Biaya Listrik (y)	xy	x2
1	300	1,360,000	408,000,000	90,000
2	300	1,380,000	414,000,000	90,000
3	300	1,380,000	414,000,000	90,000
4	310	1,420,000	440,200,000	96,100
5	350	1,430,000	500,500,000	122,500
6	350	1,460,000	511,000,000	122,500
7	450	1,500,000	675,000,000	202,500
8	450	1,480,000	666,000,000	202,500
9	510	1,520,000	775,200,000	260,100
10	500	1,500,000	750,000,000	250,000
11	530	1,550,000	821,500,000	280,900
12	550	1,600,000	880,000,000	302,500
Total	4,900	17,580,000	7,255,400,000	2,109,600

$$b = \frac{n\Sigma(xy) - \Sigma x \Sigma y}{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$= \frac{12 \times 7.255.400.000 - 4.900 \times 17.580.000}{12 \times 2.109.600 - (4.900)^2}$$

$$= \frac{87.064.800.000 - 86.142.000.000}{25.315.200 - 24.010.000}$$

$$= \frac{922,800,000}{1,305,200}$$

$$= 707$$

Biaya Variabel = 707 x 4.900

= 3,464,300

$$b = \frac{\Sigma y - b(\Sigma x)}{n}$$

$$= \frac{17.580.000 - 707\ (4.900)}{12}$$

Biaya tetap per thn = 14,115,700

Biaya tetap per bln = 1,176,308

Tabel 5.6 Pemisahan Biaya Pemeliharaan Tahun 2013

Bulan	Jam Mesin (x)	Biaya (y)	xy	x2
1	469	200,000	93,800,000	219,961
2	512	350,000	179,315,535	262,482
3	518	250,000	129,375,000	267,806
4	463	350,000	161,875,000	213,906
5	200	200,000	40,000,000	40,000
6	400	400,000	160,000,000	160,000
7	469	300,000	140,700,000	219,961
8	494	350,000	172,725,000	243,542
9	469	350,000	164,150,000	219,961
10	518	200,000	103,500,000	267,806
11	494	350,000	172,725,000	243,542
12	532	300,000	159,450,000	282,492
Total	5,535	3,600,000	1,677,615,535	2,641,461

$$b = \frac{n\Sigma(xy) - \Sigma x \Sigma y}{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$= \frac{12 \times 1.677.615.535 - 5.535 \times 3.600.000}{12 \times 2.641.461 - (5.535)^2}$$

$$= \frac{20.131.386.420 - 19.927.188.360}{31.697.528 - 30.639.879}$$

$$= \frac{204,198,060}{1,057,648}$$

$$= 193$$

Biaya Variabel = 193 x 5.535

= 1,068,695

$$b = \frac{\Sigma y - b(\Sigma x)}{n}$$

$$= \frac{3.600 - 193\ (5.535)}{12}$$

Biaya tetap per thn = 2,531,305

Biaya tetap per bln = 210,942

Tabel 5.7 Pemisahan Biaya Pemeliharaan Tahun 2014

Bulan	Jam Mesin (x)	Biaya (y)	xy	x2
1	469	200,000	93,800,000	219,961
2	512	350,000	179,315,535	262,482
3	518	250,000	129,375,000	267,806
4	463	350,000	161,875,000	213,906
5	200	200,000	40,000,000	40,000
6	400	400,000	160,000,000	160,000
7	469	300,000	140,700,000	219,961
8	494	350,000	172,725,000	243,542
9	469	350,000	164,150,000	219,961
10	518	200,000	103,500,000	267,806
11	494	350,000	172,725,000	243,542
12	532	300,000	159,450,000	282,492
Total	5,535	3,600,000	1,677,615,535	2,641,461

$$b = \frac{n\Sigma(xy) - \Sigma x \Sigma y}{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$= \frac{12 \times 1.677.615.535 - 5.535 \times 3.600.000}{12 \times 2.641.461 - (5.535)^2}$$

$$= \frac{20.131.386.420 - 19.927.188.360}{31.697.528 - 30.639.879}$$

$$= \frac{204,198,060}{1,057,648}$$

$$= 193$$

Biaya Variabel = 193 x 5.535

= 1,068,695

$$b = \frac{\Sigma y - b(\Sigma x)}{n}$$

$$= \frac{3.600 - 193\ (5.535)}{12}$$

Biaya tetap per thn = 2,531,305

Biaya tetap per bln = 210,942

Tabel 5.8 Pemisahan Biaya Pemeliharaan Tahun 2015

Bulan	Jam Mesin (x)	Biaya (y)	xy	x2
1	469	200,000	93,800,000	219,961
2	512	350,000	179,315,535	262,482
3	518	250,000	129,375,000	267,806
4	463	350,000	161,875,000	213,906
5	200	200,000	40,000,000	40,000
6	400	400,000	160,000,000	160,000
7	469	300,000	140,700,000	219,961
8	494	350,000	172,725,000	243,542
9	469	350,000	164,150,000	219,961
10	518	200,000	103,500,000	267,806
11	494	350,000	172,725,000	243,542
12	532	300,000	159,450,000	282,492
Total	5,535	3,600,000	1,677,615,535	2,641,461

$$b = \frac{n\Sigma(xy) - \Sigma x \Sigma y}{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$= \frac{12 \times 1.677.615.535 - 5.535 \times 3.600.000}{12 \times 2.641.461 - (5.535)^2}$$

$$= \frac{20.131.386.420 - 19.927.188.360}{31.697.528 - 30.639.879}$$

$$= \frac{204,198,060}{1,057,648}$$

$$= 193$$

Biaya Variabel = 193 x 5.535

= 1,068,695

$$b = \frac{\Sigma y - b(\Sigma x)}{n}$$

$$= \frac{3.600 - 193\ (5.535)}{12}$$

Biaya tetap per thn = 2,531,305

Biaya tetap per bln = 210,942

Tabel 5.9 Gabungan Biaya Tetap dan Variabel

Keterangan	Biaya tetap			Biaya variabel		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Biaya bahan baku				Rp 127,930,000	134,860,000	154,680,000
Biaya bahan penolong				Rp 6,240,000	Rp 6,480,000	Rp 6,960,000
Biaya bahan bakar				Rp 18,720,000	20,160,000	30,000,000
Biaya penyusutan	Rp 29,313,333	Rp 29,313,333	Rp 29,313,333			
Biaya listrik	Rp 4,872,600	Rp 10,510,775	Rp 14,115,700	Rp 10,667,400	5,725,225	3,464,300
Biaya telpon				Rp 4,320,000	4,524,000	4,680,000
By air				Rp 4,140,000	4,260,000	4,560,000
Biaya ATK	Rp 2,880,000	2,760,000	2,880,000			
Biaya pemeliharaan	Rp 2,531,305	Rp 2,531,305	Rp 2,531,305	Rp 1,068,695	1,068,695	1,068,695
Biaya pemasaran				Rp 11,656,000	12,956,000	13,711,000
Gaji pimpinan	Rp 23,000,000	Rp 24,500,000	Rp 26,000,000			
Gaji tenaga kerja tak langsung	Rp 109,200,000	Rp 131,040,000	Rp 152,880,000			
Gaji kary. Produksi (BTKL)				Rp 162,240,000	Rp 202,800,000	Rp 243,360,000
Total	**Rp 171,797,238**	**Rp 200,655,413**	**Rp 227,720,338**	**Rp 346,982,095**	**392,833,920**	**462,483,995**

Berdasarkan data-data realisasi tahun 2013, 2014, 2015 perusahaan dapat melakukan proyeksi perencanaan biaya, perencanaan laba dan menyusun anggaran lain. Dengan mengetahui anggaran penjualan tahun 2013, 2014 dan 2015, manajemen dapat merencanakan laba yang diinginkan perusahaan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki perusahaan. Setelah data anggaran penjualan diketahui maka dapat dihitung rencana laporan laba dengan metode kontribusi seperti tertera dalam tabel berikut:

Tabel 5.10 Laporan Anggaran Laba Kontribusi Tahun 2013, 2014 & 2015

Keterangan	**2013**		**2014**		**2015**	
Unit yang terjual	Rp	5,495	Rp	5,435	Rp	5,995
Harga jual	Rp	125,000	Rp	135,000	Rp	140,000
Penjualan	Rp	686,875,000	Rp	733,725,000	Rp	839,300,000
Biaya variabel	Rp	346,982,095	Rp	392,833,920	Rp	462,483,995
CM	Rp	339,892,905	Rp	340,891,080	Rp	376,816,005
Biaya tetap	Rp	171,797,238	Rp	200,655,413	Rp	227,720,338
Laba bersih	Rp	168,095,667	Rp	140,235,667	Rp	149,095,667

Ratio contribution margin (RCM) tahun 2013 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{RCM} = \frac{\text{CM}}{\text{PENJUALAN}}$$

$$\frac{\text{Rp } 339{,}892{,}905}{\text{Rp } 686{,}875{,}000} \text{ X } 100\% = 49.48\%$$

Ratio contribution margin (RCM) tahun 2014 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{RCM} = \frac{\text{CM}}{\text{PENJUALAN}}$$

$$\frac{\text{Rp } 340{,}891{,}080}{\text{Rp } 733{,}725{,}000} \text{ X } 100\% = 46.46\%$$

Ratio contribution margin (RCM) tahun 2015 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{RCM} = \frac{\text{CM}}{\text{PENJUALAN}}$$

$$\frac{\text{Rp } 376{,}816{,}005}{\text{Rp } 839{,}300{,}000} \text{ X } 100\% = 44.90\%$$

Ratio contribution margin (RCM) sangat penting dalam menentukan kebijakan bisnis, karena menunjukan bagaimana *contribution margin* akan dipengaruhi oleh total penjualan. Tahun 2013 CV Ariftex memiliki *ratio contribution margin* (RCM) 49,48%. Hal ini berarti bahwa CV Ariftex merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp.686.875.000 untuk tahun 2013, manajemen dapat menentukan *contribution margin* sebesar Rp.339.892.905 dan memperoleh laba sebesar Rp 168.095.667.

Tahun 2014 CV Ariftex memiliki *ratio contribution margin* (RCM) 46,46%. Hal ini berarti bahwa CV Ariftex merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 733.725.000, manajemen dapat menentukan *contibution margin* sebesar Rp 340.891.080 dan memperoleh laba sebesar Rp 140.235.667.

Tahun 2015 CV Ariftex memiliki *ratio contribution margin* (RCM) 44,90%. Hal ini berarti bahwa CV Ariftex merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 839.300.000, manajemen dapat menentukan *contribution margin* sebesar Rp 376.816.005 dan memperoleh laba sebesar Rp 149.095.667.

5.1.2 *Break Even P*oint (BEP)

a. Break Even Point dalam Rupiah

- *Break even point* (BEP) total tahun 2013 adalah:

$$BEP = \frac{\text{BIAYA TETAP}}{\text{RCM}}$$

$$BEP = \frac{171{,}797{,}238}{49.48\%} = \text{Rp} \quad 347{,}177{,}673$$

- *Break even point* (BEP) total tahun 2014 adalah:

$$BEP = \frac{\text{BIAYA TETAP}}{\text{RCM}}$$

$$BEP = \frac{200{,}655{,}413}{46.46\%} = \text{Rp} \quad 431{,}885{,}437$$

- *Break even point* (BEP) total tahun 2015 adalah:

$$BEP = \frac{\text{BIAYA TETAP}}{\text{RCM}}$$

$$BEP = \frac{227{,}720{,}338}{44.90\%} = \text{Rp} \quad 507{,}212{,}213$$

b. Break Even Point dalam Unit

- *Break even point* (BEP) total tahun 2013 adalah:

$$BEP = \frac{\text{BIAYA TETAP}}{\text{HARGA JUAL PER UNIT-BIAYA VARIABEL}}$$

$$= \frac{171{,}797{,}238}{125{,}000 - 63{,}145}$$

$$= \frac{171{,}797{,}238}{61{,}855}$$

$$= 2{,}777 \text{ UNIT}$$

- *Break even point* (BEP) total tahun 2014 adalah:

$$BEP = \frac{\text{BIAYA TETAP}}{\text{HARGA JUAL PER UNIT-BIAYA VARIABEL}}$$

$$= \frac{200{,}655{,}413}{135{,}000 - 72{,}279}$$

$$= \frac{200{,}655{,}413}{62{,}721}$$

$$= 3{,}199 \text{ UNIT}$$

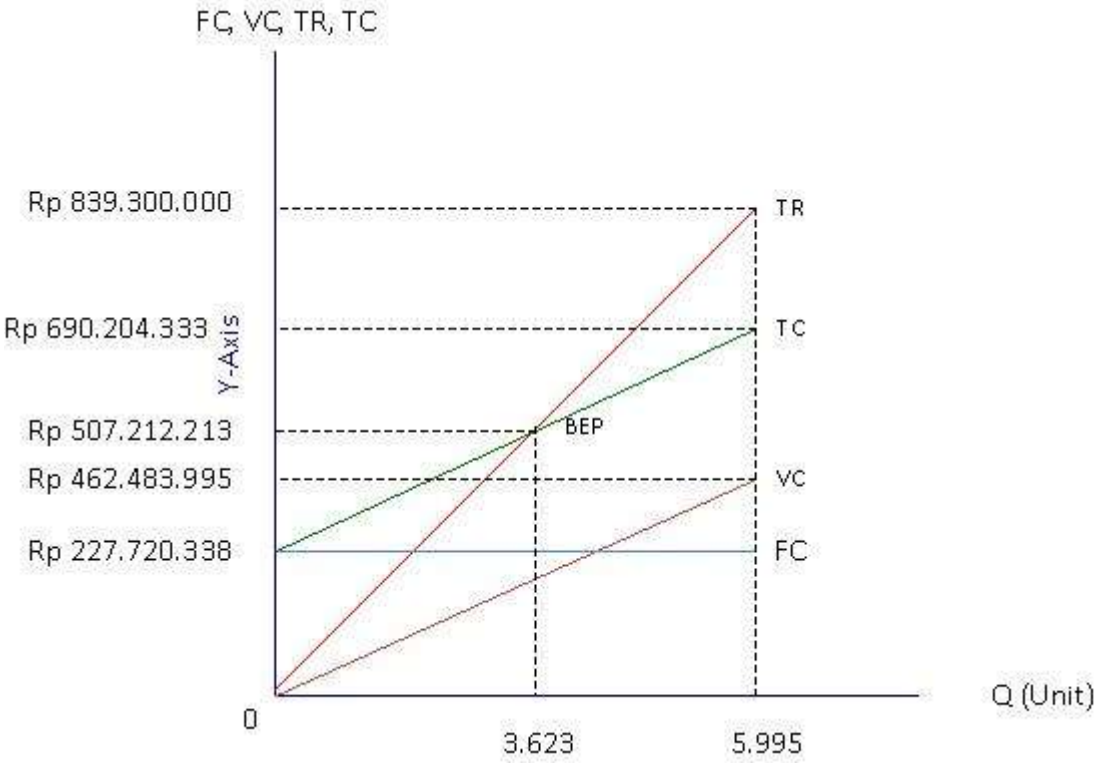
- *Break even point* (BEP) total tahun 2015 adalah:

$$BEP = \frac{\text{BIAYA TETAP}}{\text{HARGA JUAL PER UNIT-BIAYA VARIABEL}}$$

$$= \frac{227{,}720{,}338}{140{,}000 - 77{,}145}$$

$$= \frac{227{,}720{,}338}{62{,}855}$$

$$= 3{,}623 \text{ UNIT}$$



Gambar 5.1. Grafik BEP Tahun 2015

Break even point (BEP) menunjukan penjualan perusahaan tidak mendapatkan laba dan tidak mendapatkan rugi. Pada tahun 2013 BEP total perusahaan sebesar Rp 347.177.673 pada saat terjual 2.777 unit Batik cap. Hal ini berarti bahwa bila penjualan di atas 2.777 unit , maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.

Break even point (BEP) menunjukan penjualan perusahaan tidak mendapatkan laba dan tidak mendapatkan rugi. Pada tahun 2014 BEP total perusahaan sebesar Rp 431.885.437 pada saat terjual 3.199 unit Batik Cap. Hal ini berarti bahwa bila penjualan di atas 3.199 unit, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.

Break even point (BEP) menunjukan penjualan perusahaan tidak mendapatkan laba dan tidak mendapatkan rugi. Pada tahun 2015 BEP total perusahaan sebesar Rp 507.212.213 pada saat terjual 3.623 unit Batik Cap. Hal ini berarti bahwa bila penjualan di atas 3.623 unit, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.

5.1.3 Margin of Safety (MOS)

a. *Margin of Safety* (MOS) total tahun 2013 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{MOS} = \frac{\text{ANGGARAN PENJUALAN - BEP}}{\text{ANGGARAN PENJUALAN}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp 686.875.000 - Rp347.177.673}}{\text{Rp686,875,000}} \times 100\%$$

$$= 49.46\%$$

dalam rupiah 49,46 % x Rp 686.875.000 = Rp339,697,327

b. *Margin of Safety* (MOS) total tahun 2014 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{MOS} = \frac{\text{ANGGARAN PENJUALAN - BEP}}{\text{ANGGARAN PENJUALAN}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp 733.725.000 - Rp431.885.437}}{\text{Rp733,725,000}} \times 100\%$$

$$= 41.14\%$$

dalam rupiah 41,14 % x Rp 733.725.000 = Rp301,839,563

c. *Margin of Safety* (MOS) total tahun 2015 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{MOS} = \frac{\text{ANGGARAN PENJUALAN - BEP}}{\text{ANGGARAN PENJUALAN}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp 839.300.000 - Rp507.212.213}}{\text{Rp839,300,000}} \times 100\%$$

$$= 39.57\%$$

dalam rupiah 39,57 % x Rp 839.300.000 = Rp332,087,787

Margin of Safety menunjukan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada *break even point*. Melalui perhitungan *margin of safety* masing-masing produk dari tahun 2013, 2014 dan 2015, Batik Cap yang memiliki *margin of safety* lebih kecil menunjukan hasil penjualan Batik Cap tersebut lebih rawan mengalami kerugian. Berikut ini adalah Batik Cap yang lebih rawan mengalami kerugian dalam produksinya pada tahun 2013, 2014 dan 2015 yang disajikan dalam tabel:

Tabel 5.11. Batik Cap Mengalami Kerugian tahun 2013, 2014 dan 2015

Tahun	Produksi	MOS	MOS dalam rupiah
2013	Batik cap	49,46%	Rp339.697.327
2014	Batik cap	41,14%	Rp301.839.563
2015	Batik cap	39,57%	Rp332.087.787

Margin of Safety menunjukan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada *break even point*. Dengan demikian *margin of safety* juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut perusahaan akan menderita kerugian. *Margin of safety* tahun 2013 sebesar 49,46% menunjukan bahwa tingkat penjualan untuk usaha tersebut tidak boleh turun lebih dari 49,46 % agar usaha tersebut tidak menderita kerugian.

Margin of safety tahun 2014 sebesar 41,14% menunjukan bahwa tingkat penjualan untuk usaha tersebut tidak boleh turun dari 41,14% agar usaha tersebut tidak menderita kerugian.

Margin of safety tahun 2015 sebesar 39,57% menunjukan bahwa tingkat penjualan untuk usaha tersebut tidak boleh turun dari 39,57% agar usaha tersebut tidak menderita kerugian.

5.1.4 Perencanaan Laba Tahun 2016

Perencanaan Penjualan ini menggunakan metode Least Square. Metode ini paling sering digunakan untuk meramalkan Y, karena perhitungannya lebih teliti.

Persamaan garis trend yang akan dicari ialah

$Y' = a + bx$ $\quad a = (\sum Y) / n$ $\quad b = (\sum XY) / \sum x^2$

dengan :

Y ' = data berkala (time series) = taksiran nilai trend.

a = nilai trend pada tahun dasar.

b = rata-rata pertumbuhan nilai trend tiap tahun.

x = variabel waktu (hari, minggu, bulan atau tahun).

Untuk melakukan penghitungan, maka diperlukan nilai tertentu pada variabel waktu (x) sehingga jumlah nilai variabel waktu adalah nol atau $\sum x=0$.

Untuk n ganjil maka :

- Jarak antara dua waktu diberi nilai satu satuan.
- Di atas 0 diberi tanda negative
- Dibawahnya diberi tanda positif.

a. Perencanaan Penjualan CV Ariftex Tahun 2016

Perencanaan penjualan pada tahun 2016 dapat dihitung dengan menggunakan data-data yang ada ada periode 2015, yaitu:

Tahun	Volume Penjualan (y)	X	X^2	XY
2011	493,350,000	-2	4	(986,700,000)
2012	571,550,000	-1	1	(571,550,000)
2013	686,875,000	0	0	-
2014	733,725,000	1	1	733,725,000
2015	839,300,000	2	4	1,678,600,000
TOTAL	3,324,800,000	-	10	854,075,000

$$a = \frac{\Sigma y}{n}$$

$$= \frac{\text{Rp } 3{,}324{,}800{,}000}{5}$$

$$= \text{Rp } 664{,}960{,}000$$

$$b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$$

$$= \frac{\text{Rp } 854{,}075{,}000}{10}$$

$$= \text{Rp } 85{,}407{,}500$$

Kemudian di hitung dalam persamaan y = a + bx maka di peroleh hasil:

$$y = \text{Rp } 664{,}960{,}000 + \text{Rp } 85{,}407{,}500 \ (\ 5 \ )$$

$$= \text{Rp } 664{,}960{,}000 + \text{Rp } 427{,}037{,}500$$

$$= \text{Rp } 1{,}091{,}997{,}500$$

b. Menentukan penjualan minimal

Besarnya keuntungan yang diinginkan telah ditetapkan, maka perlu ditentukan besarnya penjualan minimal untuk memperoleh keuntungan yang diinginkan. Laba yang diinginkan yaitu sebesar 29%. Berikut perhitungan yang dilakukan:

Laba operasi tahun 2015	=	248,363,775		
Kenaikan laba yang diinginkan	=	(1 + 0.30)	x	248,363,775
	=	1.3	x	248,363,775
	=	322,872,908		

Setelah mengetahui laba yang diinginkan kemudian dapat digunkan untuk menentukan penjualan minimum yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Penjualan	=	Biaya tetap + Laba yang diinginkan		
		1	-	Biaya Variabel
				Total Penjualan
	=	227,720,338	+	322,872,908
		1	-	462,483,995
				839,300,000
	=			550,593,246
		1	-	0.551035381
	=	550,593,246		
		0.448964619		
	=	1,226,362,216		

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa apabila ingin memperoleh laba sebesar Rp 317.126.645 maka perusahaan harus mampu menjual produknya sebesar 1.213.563.295 pada tahun 2016.

c. Menentukan BEP Tahun 2016

Asumsi pada Tahun 2016	
JUMLAH PENJUALAN	8,176
BIAYA TETAP	297,120,645
BIAYA VARIABEL	606,368,664
PENJUALAN	1,226,362,216
HARGA/UNIT	150,000
BIAYA VARIABEL/UNIT	74,167
BIAYA TOTAL	903,489,309
Kenaikan laba	322,872,908

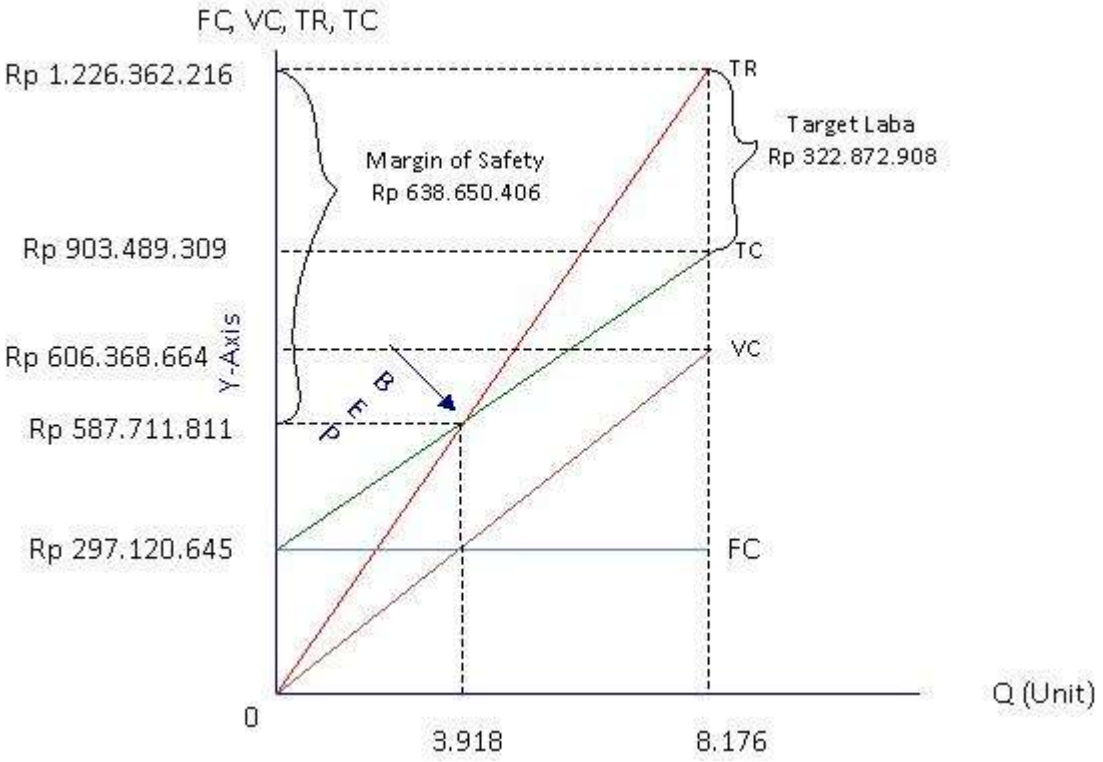
- *Break even point* (BEP) total tahun 2016 adalah:

BEP	=	BIAYA TETAP											
		1 - BIAYA VARIABEL/HARGA JUAL PER UNIT											
	=	297,120,645											
		1	-	(	74,167	/	150,000	)					
	=	297,120,645											
		1	-		0.49								
	=	297,120,645											
		0.51											
	=	587,711,811											

BEP	=	BIAYA TETAP		
		HARGA JUAL PER UNIT-BIAYA VARIABEL		
	=	297,120,645		
		150,000	-	74,167
	=	297,120,645		
		75,833		
	=	3,918	UNIT	

d. Menentukan MOS pada Tahun 2016

MOS	=	ANGGARAN PENJUALAN - BEP / ANGGARAN PENJUALAN	x	100%
	=	Rp 1.226.362.216 - Rp 587.711.810 / Rp1,226,362,216	x	100%
	=	52.08%		
dalam rupiah		52,08 % x Rp 1.226.362.216	=	Rp638,650,406



Gambar 5.2 Grafik BEP Tahun 2016

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada CV Ariftex, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Titik Break Even Point pada Tahun 2013 terjadi pada saat penjualan mencapai Rp 347.177.673,- dengan jumlah unit terjual sebanyak 2.777 unit. Sedangkan pada Tahun 2014 terjadi pada saat penjualan mencapai Rp 437.885.437,- dengan jumlah unit terjual sebanyak 3.199 unit. Dan pada Tahun 2015 terjadi pada saat penjualan mencapai Rp 507.212.213,- dengan jumlah unit terjual sebanyak 3.623 unit.
2. *Margin of Safety* pada usaha ini adalah 49.46% pada tahun 2013, 41.14 % pada tahun 2014 dan 39.57% pada tahun 2015. *Margin of Safety* menunjukan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada *break even*. Dengan demikian *margin of safety* juga menggambarkan batas jarak, dimana jika penjualan berkurang melampaui batas jarak tersebut maka perusahaan akan menderita kerugian. Semakin kecil *margin of safety* berarti semakin cepat perusahaan menderita kerugian, dalam hal ini terdapat penurunan jumlah penjualan yang nyata.
3. Perencanaan penjualan dan laba yang dihitung pada tahun 2016 adalah sebagai berikut; dengan menggunakan *Least Square Method* maka perusahaan merencanakan penjualan sebesar Rp 1.091.997.500,-. Serta perusahaan telah menetapkan kenaikan laba sebesar 30%, berarti bahwa kenaikan laba yang diinginkan adalah sebesar Rp 322.872.908,- sehingga perusahaan harus mampu menjual produknya sebesar Rp 1.226.362.216 pada Tahun 2016. Pada Tahun 2016 BEP yang direncanakan terjadi pada saat penjualan mencapai Rp 587.711.811,- dengan jumlah unit terjual sebanyak 3.918 unit. Serta Margin of Safety sebesar 52,08% (dalam rupiah Rp 638.650.406).

6.2 Saran

1. Untuk merencanakan laba dengan analisis *Break Even Point*, perusahaan hendaknya memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
2. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk cukup tinggi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengadakan perluasan produksi atau meningkatkan volume produksi sesuai dengan kapasitas perusahaan. Sehingga biaya tetap dapat dimanfaatkan sebaik baiknya dan akan berpengaruh positif terhadap kenaikan laba.
3. Untuk memaksimalkan laba yang diperoleh, pendekatan BEP dapat menjadi salah satu alternatif cara untuk dapat merencakan laba yang ditargetkan di tahun ke depan. Karena manajemen dapat secara sistematis menentukan target produksi dan penjualan tiap bulannya dengan peramalan titik BEP sebagai acuannya.

DAFTAR PUSTAKA

Munawir. 2004. Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty

Riyanto, Bambang. 2013. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta

Adolph Matz , Milton F.Usry dan Lawrebce H.Hammer.1990. Akuntansi Biaya. Jakarta : Erlangga Media

Haryono Jusup. 2005. Dasar dasar akuntansi, Edisi 6 . Yogyakarta : STIE YPKN

Mulyadi. 2001. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta : STIE YKPN

Mulyadi. 2005. Akuntansi Biaya, edisi5. Yogyakarta: UPP AMP YKPN

Philip Kotler. 2004. Manajemen Pemasaran, Edisi 1, Jakarta: PT Prenhallinda

Soemarso S.R. 2004. Akuntansi Suatu Pengantar. Buku 2,Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta : Alfabeta