

**ANALISA *BREAK EVEN POINT* UNTUK MENCAPAI LABA YANG TELAH
DIRENCANAKAN PADA CV KURNIA WIJAYA NUR**

TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Penyelesaian Program Studi D-IV
Manajemen Bisnis Industri Pada Sekolah Tinggi Manajemen Industri



Disusun Oleh :

Nama : Hanifah Chairana

NIM : 1711030

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**

JAKARTA

2015

ABSTRAK

Perencanaan penjualan merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan, oleh karena itu manajemen memerlukan suatu alat baru didalam menyusun perencanaan penjualan. Salah satu alat bantu yang dapat digunakan adalah analisis *break even point*. Atas dasar inilah penulis mengadakan penelitian dan menyajikan dalam suatu Tugas Akhir dengan judul “Analisa *Break Even Point* untuk Mencapai Laba Yang Telah Direncanakan”. Metode yang digunakan *break even point*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan, sedangkan CV Kurnia Wijaya Nur sebagai objek penelitian. Data yang diperlukan berupa data keuangan tahun 2010 sampai tahun 2014. Dari perhitungan diatas dapat diketahui *break even point* dicapai penjualan pada tahun 2014 sebesar Rp1.328.961.904 atau pada penjualan 13.290 unit. Dan pada tahun 2015 perusahaan ingin menargetkan keuntungan naik 10% maka akan diperoleh *break even point* penjualan pada tahun 2015 sebesar Rp1.474.611.531 atau pada penjualan 14.746 unit. Disamping itu diketahui penurunan penjualan yang masih dapat diterima atau dengan kata lain perusahaan belum merugi karena volume penjualan perusahaan pada CV Kurnia Wijaya Nur tidak boleh menurun atau lebih rendah dari *margin of safety* pada tahun 2014 sebesar 24,0% dan pada tahun 2015 sebesar 25,8%.

Kata Kunci: *Break Even Point* (titik impas), *Margin Of Safety* (batas pengaman)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul: “ANALISA PERENCANAAN LABA SEBAGAI DASAR DALAM PENETAPAN PENJUALAN PADA CV KURNIA WIJAYA NUR DENGAN METODE *BREAK EVEN POINT*” guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Industri pada Sekolah Tinggi Manajemen Industri untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S. ST).

Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan berupa pengarahan, bimbingan, bantuan, dan kerja sama semua pihak yang telah turut membantu dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak, diantaranya:

- Bapak Drs. Achmad Zawawi, MA, MM. selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Industri(STMI), kementerian perindustrian RI.
- Bapak Drs. Pasti Immanuel Bangun, MM. selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Industri.
- Bapak Drs. Atang Sugiyono, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan dan nasihat dalam penulisan laporan ini.
- Bapak Kaamil Ismadi, S.Pd. dan Ibu Nursyamsi Nursin, BA. Selaku orang tua kandung penulis, yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasehat, serta pengertiannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- Satria Yudha Kesuma, ST dan Sofia Mardika Kusuma Wardani, S.Pd. selaku abang dan kakak kandung dari penulis.

- Seluruh dosen Sekolah Tinggi Manajemen Industri yang telah memberikan ilmunya guna menambah pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat.
- Bapak H.Eddy Zahar selaku pemilik CV Kurnia Wijaya Nur yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan praktek kerja lapangan.
- Kepada semua karyawan di CV Kurnia Wijaya Nur yang telah membantu selama Praktek Kerja Lapangan berlangsung.
- Jusup Randi, Eka Pratiwi, Gilang Surya, Steven Indra Cahya, Jonathan Rhyan Alberto yang selalu memberikan semangat.
- Mochamad Reva selaku rekan saya dalam praktek kerja lapangan, dan untuk sahabat seperjuangan saya Bagus Nandang Prasoj, Ayu Wulandari, Kartiningsih, Mardiana Ulfa, Shinta Soniya.
- Kelas Manajemen Bisnis Industri BA01 dan teman-teman angkatan 2011 selaku rekan rekan seperjuangan yang ikut memberikan semangat.

Penulis menyadari bahawa dalam penulisaan Tugas Akhir ini masih ada kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis. Semoga dalam laporan ini dapat berguna untuk kita semua.

Jakarta, Agustus 2015

Hormat Saya

Penulis

Hanifah Chairana

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	2
KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR TABEL.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	9
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	4

1.4.2 Manfaat Penulisan.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Pengertian Manajemen Keuangan	8
2.2 Pengertian Perencanaan	8
2.3 Pengertian Perencanaan Laba	9
2.4 Klasifikasi Biaya.....	9
2.5 Pengertian Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP)	13
2.5.1 Metode Perhitungan <i>Break Even Point</i> (BEP).....	14
2.5.2 <i>Margin Of Safety</i> (Margin Pengaman).....	17
2.5.3 Penentuan Penjualan Minimal	18
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Data Dan Sumber Data	20
3.1.1 Jenis Data.....	20
3.1.2 Sumber Data.....	21
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.3 Teknik Pengolahan & Metode Analisis Data.....	23
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	27
4.1 Pengumpulan Data.....	27
4.1.1 Profil Perusahaan	27
4.1.2 SejarahPerusahaan	27
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	30
4.1.4 Deskripsi Jabatan	32
4.1.5 Layout Perusahaan	35
4.2 Pengolahan Data	37
4.2.1 Aspek Produksi	37
4.2.1.1 Produk Yang dihasilkan	38
4.2.1.2 Alur Proses Produksi.....	38
4.2.1.3 Mesin dan Peralatan	43
4.2.1.4 Bahan Baku Penolong	45
4.2.1.5 Biaya Produksi	45
4.2.2 Aspek Pemasaran	46
4.2.3 Aspek Personalia.....	54

4.2.4 Aspek Keuangan	58
4.2.4.1 Kebutuhan Investasi Awal CV Kurnia Wijaya Nur	59
4.2.4.2 Hasil Penjualan CV Kurnia Wijaya Nur	65
4.2.4.3 Laporan Harga Pokok Penjualan.....	65
4.2.4.4 Laporan Laba/Rugi	66
4.2.4.5 Penggolongan Biaya	67
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	69
5.1 Analisis Data.....	69
5.1.1 <i>Break Even Point</i> (BEP)	69
5.1.2 Margin Of Safety (MOS) Tahun 2014.....	70
5.1.3 Penjualan Minimal Tahun 2014.....	70
5.1.4 Proyeksi Tahun 2015	71
5.2 Pembahasan.....	73
5.2.1 Penggolongan Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....	73
5.2.2 <i>Break Even Point</i> (BEP)	73
5.2.3 <i>Margin Of Safety</i> (Margin Of Safety)	76
5.2.4 Bagaimana membuat perencanaan laba Tahun 2015?	76
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	80
6.1 Kesimpulan	80
6.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4-1 Data Mesin Proses Produksi	44
Tabel 4-2 Biaya Produksi CV Kurnia Wijaya Nur	45
Tabel 4-3 Segmentasi Pasar	49
Tabel 4-4 Biaya Pemasaran	54
Tabel 4-5 Data Tenaga Kerja Tahun 2014.....	55
Tabel 4-6 Data Berdasarkan Usia	55
Tabel 4-7 Data Berdasarkan Tingkat Pendidikan	55
Tabel 4-8 Data Jam Kerja	56
Tabel 4-9 Tabel Upah Karyawan.....	57
Tabel 4-10 Kebutuhan Investasi Awal.....	59
Tabel 4-11 Penjualan CV Kurnia Wijaya Nur Tahun 2010 – Tahun 2014.....	65
Tabel 4-12 Laporan Harga Pokok Penjualan Tahun 2014	65
Tabel 4-13 Laporan Laba/Rugi CV Kurnia Wijaya Nur Tahun 2014.....	66
Tabel 4-14 Penggolongan Biaya Tahun 2014.....	67
Tabel 5-15 Laporan Laba Kontribusi Tahun 2014.....	69
TABEL 5-16 TOTAL MARGIN KONTRIBUSI.....	71
Tabel 5-17 Data Penjualan 2014.....	74
Tabel 5-18 Pembuktian Break Even Point Tahun 2014.....	75
Tabel 5-19 Pembuktian Break Even Point Tahun 2015.....	78
Tabel 5-20 Data Penjualan Pada Tahun 2015.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2-1 Grafik Biaya Tetap.....	11
Gambar 4-2 Struktur Organisasi Perusahaan	30
Gambar 4-3 Lantai 1 Toko CVKurnia Wijaya Nur	35
Gambar 4-4 Lantai 2 Toko CVKurnia Wijaya Nur	36
Gambar 4-5 Lantai 1 Pabrik CVKurnia Wijaya Nur	36
Gambar 4-6 Lantai 2 Pabrik CV Kurnia Wijaya Nur	37
Gambar 4-7 Proses Produksi.....	40
Gambar 4-8 Mesin Potong.....	41
Gambar 4-9 Proses Penjahitan	41
Gambar 4-10 Mesin lubang dan Pasang kancing.....	42
Gambar 4-11 Proses Finishing.....	43
Gambar 4-12 Pakaian Dinas Harian Satpam.....	47
Gambar 5-13 Grafik BEP Tahun 2014	75
Gambar 5-14 Grafik BEP Tahun 2015	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan perlu membuat perencanaan dan pengelolaan yang baik agar mampu bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis, hal ini merupakan tanggung jawab manajemen, karena salah satu fungsi manajemen yang paling penting adalah membuat perencanaan dalam perusahaan yang akan memengaruhi kelancaran dan keberhasilan dalam sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan secara langsung. Oleh karena itu dalam mencapai keberhasilan, perusahaan membutuhkan kemampuan manajemen yang baik dalam perumusan kebijakan dan pemilihan berbagai alternatif serta perencanaan kegiatan, baik rencana jangka pendek maupun rencana jangka panjang.

Perencanaan yang dibuat manajemen perusahaan salah satunya adalah perencanaan laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama bagi perusahaan dimana laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima (hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan.

Pemimpin/pemilik perusahaan harus mampu merencanakan laba dan mengatur perencanaan laba pada perusahaan, namun penulis melihat pada CV Kurnia Wijaya Nur perusahaan belum memiliki perencanaan laba yang diinginkan dan target dalam penjualan produk. Berhubung tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan, maka penulis menemukan permasalahan yang ada didalam perusahaan yaitu perusahaan memerlukan suatu perencanaan penjualan yang dapat dipergunakan

untuk mengetahui besarnya volume penjualan minimum yang harus dicapai oleh perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Untuk itu perusahaan perlu membuat analisis *Break event*(BE) dan *Break event point*(BEP) yang biasa disebut titik pulang pokok/titik impas yang berguna untuk memberikan informasi mengenai perencanaan penjualan.

Analisa Break Event Point (BEP) atau Titik Pulang Pokok merupakan salah satu metode analisis yang sederhana, untuk menghitung waktu pembelian modal yang digunakan akan kembali namun dapat juga digunakan untuk merencanakan laba dan target volume penjualan produk yang dapat dijadikan dasar strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan dalam bidang Bidang Produksi, Bidang Pemasaran, Bidang Keuangan, dan Bidang Personalia.

Analisis *Break Event Point* (BEP) digunakan untuk mengetahui tingkah laku biaya dan keuntungan, dimana biaya menentukan harga jual, harga jual mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Oleh karena itu dalam perencanaan, hubungan antara biaya, volume, dan laba sangat penting hubungannya. Dengan melakukan analisis BEP, manajemen dapat memperoleh informasi mengenai tingkat penjualan minimal yang harus dicapai, agar perusahaan tidak merugi.

Pada Analisa *Break Even Point* (BEP) ada dua metode penghitungan yaitu saat jumlah produksi mencapai berapa unit dalam hal ini disingkat dengan (Q) (BEP-Unit) atau saat total penjualan mencapai berapa harga berapa rupiah atau disingkat dengan (P) (BEP-Rupiah).

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berapa *Break Even Point* pada tahun 2014 dan 2015?
2. Berapa jumlah penjualan minimal yang harus dicapai pada tahun berikutnya jika perusahaan merencanakan kenaikan laba bersih dari tahun 2014 sebesar 10%?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penelitian dilakukan pada CV Kurnia Wijaya Nur.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data dari tahun 2010-2014.
3. Penelitian menggunakan data dari aspek keuangan, dalam hal ini biaya tetap, biaya variabel, dan harga produk per unit, serta data-data yang bersangkutan lainnya dari aspek pemasaran, aspek produksi, dan aspek personalia.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Break Even Point* pada tahun 2014 dan 2015.
2. Untuk mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dicapai pada tahun 2015 jika perusahaan merencanakan kenaikan laba bersih dari tahun 2014 sebesar 10%.

1.4.2 Manfaat Penulisan

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui kapan modal yang digunakan akan kembali, mengetahui jumlah penjualan unit produk yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan dan sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik perusahaan ketika merencanakan tingkat keuntungan perusahaan pertahun.

2. Bagi Penulis

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi penulis adalah sebagai tambahan pengalaman, dan dapat memperluas wawasan dan menambah ilmu pengetahuan

3. Bagi Mahasiswa/Pembaca

Penelitian ini bertujuan agar penulis memahami dan mampu menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan dengan permasalahan yang terjadi di lapangan kerja, sehingga mendapat gambaran yang jelas sejauh mana tercapainya keselarasan antara pengetahuan secara teoritis dengan praktiknya.

4. Bagi STMI

Dapat menambah buku referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai metode *Break Even Point*, terutama untuk jurusan Manajemen Bisnis Industri

1.5 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan 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

Bab ini berisi tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode dan analisis data.

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.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Menurut James C. Van Horne, manajemen keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan pengelolaan aktiva dengan beberapa tujuan menyeluruh (Kasmir 2010:5).

2.2 Pengertian Perencanaan

Perencanaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu kelancaran atau keberhasilan suatu perusahaan akan sangat tergantung pada kemampuan manajemen didalam membuat rencana kegiatan di masa yang akan datang, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Agar dapat membuat perencanaan yang baik seorang manajemen harus mampu melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang dan merencanakan berbagai cara yang harus ditempuh untuk menghadapi kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang tersebut mulai sekarang.

Dengan adanya perencanaan yang baik maka akan memudahkan tugas manajemen itu sendiri, karena semua kegiatan perusahaan dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan perencanaan itu sendiri dapat digunakan sebagai dasar melakukan pengawasan terhadap kegiatan perusahaan,

sehingga dengan perencanaan yang baik maka akan memungkinkan manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien (Munawir, 2014:183).

2.3 Pengertian Perencanaan Laba

Salah satu fungsi manajemen adalah planning atau perencanaan, dan perencanaan ini merupakan salah satu faktor penting dalam mencapai tujuan. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba dan besar kecilnya laba yang didapat dicapai merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Perencanaan perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan 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 dicapai (Munawir, 204:183).

2.4 Klasifikasi Biaya

Untuk dapat menyajikan informasi yang bermanfaat pada berbagai tingkatan manajemen, akuntansi manajemen harus dapat menggolongkan biaya sesuai dengan informasi yang diperlukan, kebutuhan informasi ini mendorong berbagai cara penggolongan biaya.

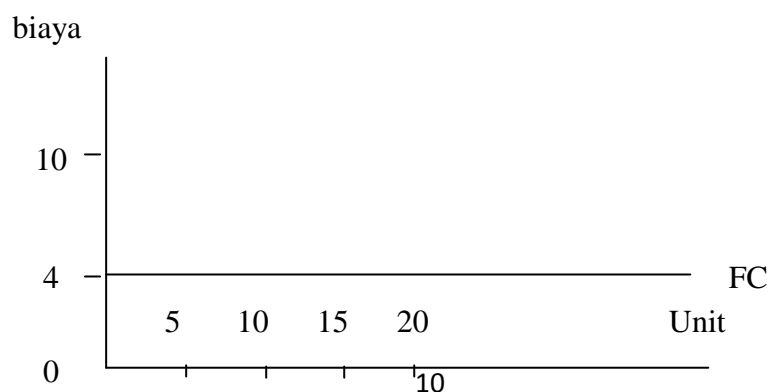
A. Penggolongan biaya menurut perilaku

1. Biaya tetap

Menurut Jumingan (2011:186), biaya tetap adalah jenis biaya yang selama kisaran waktu operasi tertentu atau tingkat kapasitas produksi tertentu atau tingkat kapasitas produksi tertentu selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume produksi berubah. Yang termasuk kelompok biaya tetap misalnya biaya penyusutan atau depleksi atau amortisasi, biaya gaji, biaya asuransi, biaya sewa, biaya bunga, biaya pemeliharaan, dan biaya-biaya tidak langsung lainnya. Biaya tidak langsung adalah biaya-biaya yang tidak langsung membentuk hasil produksi.

Menurut Supriyono (1983:28), biaya tetap memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.
2. Pada biaya tetap, biaya satuan unit (*unit cost*) akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan, semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.



Gambar 2-1 Grafik Biaya tetap

2. Biaya variabel

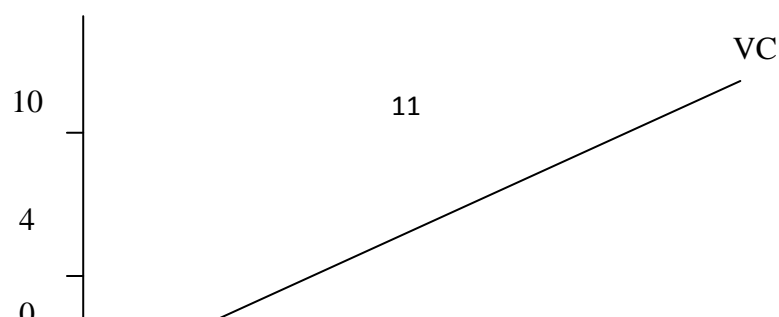
Menurut Jumingan (2011:186), biaya variabel adalah jenis-jenis biaya yang besar kecilnya tergantung pada banyak sedikitnya volume produksi. Apabila volume produksi bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya bila volume produksi berkurang maka biaya variabel menurun.

Dalam analisis titik impas diisyaratkan bahwa perubahan biaya variabel ini sebanding (proporsional) dengan perubahan volume sehingga biaya variabel per unit barang yang diproduksi bersifat tetap. Yang termasuk dalam kelompok biaya variabel adalah biaya-biaya langsung seperti biaya pemakaian bahan dasar, biaya tenaga kerja langsung, dan beberapa biaya tidak langsung seperti pemeliharaan, biaya penerangan, dan lain-lain sejenis. Biaya langsung ialah biaya yang secara langsung membentuk hasil produksi.

Biaya variabel memiliki karekteristik sebagai berikut :

1. Biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel.
2. Pada biaya variabel, biaya satuan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan, jadi biaya satuan konstan.

biaya



5 10 15 20 unit

Gambar 2-2 Grafik biaya variabel

3. Biaya semi variable (*semi variabel cost*)

Biaya semi variabel memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin besar jumlah biaya total, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah biaya, tetapi perubahannya tidak sebanding.
2. Pada biaya semi variabel, biaya satuan akan berubah terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifatnya tidak sebanding. Sampai dengan tingkatan kegiatan tertentu semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

B. Penggolongan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya yang dibiayai:

Menurut Supriyono (1983:31), penggolongan biaya atas dasar obyek atau pusat biaya, biaya dibagi menjadi:

- a. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada obyek atau pusat biaya tertentu.

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada obyek atau pusat biaya tertentu, atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa obyek atau pusat biaya.

2.5 Pengertian Analisis *Break Even Point* (BEP)

Menurut Munawir (2014:184), break event dapat diartikan suatu keadaan di mana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya).

Menurut Jumingan (2011:183), analisis titik impas adalah suatu cara yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian.

Menurut Kasmir (2010:166), analisis titik impas adalah suatu keadaan di mana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Dalam rangka penetapan titik impas, perlu diketahui beberapa hal penting, tujuannya adalah agar titik impas dapat ditentukan dengan tepat, yaitu :

- a. Tingkat keuntungan (laba) yang ingin dicapai dalam suatu periode;
- b. Besarnya kapasitas produksi yang tersedia atau yang mungkin dapat ditingkatkan;
- c. atkan;

d. Jumlah biaya yang dikeluarkan, baik biaya tetap maupun biaya variabel.

Analisis titik impas atau analisis pulang pokok atau dikenal dengan analisis break event point (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis titik impas sering disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*). Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya (Kasmir, 2010:166).

Volume penjualan di mana penghasilannya (*revenue*) tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian dinamakan Break Even Point.

2.5.1 Metode Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Menurut Ahmad Kamarrudin (2013, 59) *Break even point* (BEP) dapat dihitung menggunakan metode persamaan dan metode margin kontribusi. Kedua metode tersebut memberikan hasil yang sama .

a. Pendekatan Persamaan

Pendekatan persamaan memanfaatkan data-data dari laporan laba rugi. Teknik aljabar untuk menyelesaikan masalah BEP ini bisa digambarkan menggunakan hubungan biaya dengan pendapatan yang ditunjukkan dalam persamaannya berikut:

$$P * Q = TFC + AVC * Q$$

$$(P - AVC)Q = TFC$$

$$Q = \frac{TFC}{P - AVC}$$

Keterangan:

P = Harga Jual per unit

Q = Kuantitas yang diproduksi dan yang dijual

TFC = Total Fixed Cost (Total Biaya Tetap)

AVC = Average Variable Cost (Biaya Variabel Rata-rata)

b. Pendekatan Margin Kontribusi

Dalam menggunakan analisis Margin Kontribusi sangat diperlukan sekali, karena dengan cepat pula kita dapat membuat suatu keputusan dan sebagai titik awal dari keputusan-keputusan berikutnya, atau didalam pembahasan soal-soal manajemen akuntansi.

Dalam analisis BEP ada dua jenis kontribusi yaitu :

1. Margin Kontribusi dalam unit,

Harga Jual per Unit – Biaya Variabel per Unit
--

2. Margin Kontribusi dalam persen (%),

Harga Jual (persen) – Biaya Variabel (persen)
--

Atau, $1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan Bersih}}$

Dengan *Contribution Margin* (CM) Ratio dan CM Unit dapat ditentukan *Break Even Point* (BEP) :

- a. BEP dalam Rupiah

Biaya Tetap
CM dalam Persen

- b. BEP dalam Unit (kuantitas)

$$\frac{\mathbf{Biaya\ Tetap}}{\mathbf{CM\ dalam\ Rupiah\ per\ unit}}$$

Jika ingin merencanakan laba tertentu, maka rumusnya (laba tanpa pajak) :

$$\mathbf{Penjualan} = \frac{\mathbf{Biaya\ Tetap} + \mathbf{Laba}}{\mathbf{Margin\ Kontribusi}}$$

Untuk laba setelah dipotong pajak rumusnya adalah :

$$\mathbf{Penjualan} = \frac{\mathbf{Biaya\ Tetap} + \frac{\mathbf{Laba}}{\mathbf{1-tarif\ pajak}}}{\mathbf{Margin\ Kontribusi}}$$

Konsep Marjin Kontribusi dan Rasio Marjin Kontribusi adalah sebagai berikut:

- 1) Marjin Kontribusi (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.

- 2) Rasio Marjin Kontribusi (RCM)

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

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

2.5.2 *Margin Of Safety* (Margin Pengaman)

Margin Of Safety (Tingkat Keamanan) adalah hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas. Batas aman yang digunakan untuk mengetahui berapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian (Kasmir, 2010 : 178).

Margin of safety adalah hubungan antara volume penjualan yang dibudjetkan dengan volume penjualan pada titik impas. Apabila volume penjualan pada titik impas telah diketahui, dan kemudian dihubungkan dengan penjualan yang dibudjetkan, akan dapat diketahui batas keamanan, yaitu berapa besar volume penjualan boleh turun asal perusahaan tidak menderita kerugian. Selisish antara volume penjualan pada titik impas merupakan *margin of safety* (batas keamanan) bagi perusahaan yang bersangkutan (Jumingan, 2011 : 212).

Hubungan atau selisih antara penjualan yang dibudget atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat *break even point* merupakan tingkat keamanan (*Margin Of Safety*) bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan (Munawir,2014:198).

Margin of safety merupakan angka yang menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan atau dibudjetkan (*budgeted sales*) dengan penjualan pada break even. Dengan demikian maka *margin of safety* adalah juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampui

batas jarak tersebut, perusahaan akan menderita kerugian. Besarnya *margin of safety* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Bambang Riyanto, 1995 : 366):

$$\text{Margin Of Safety} = \frac{\text{Penjualan yang direncanakan} - \text{Penjualan pada BEP}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\%$$

Keterangan :

Margin Of Safety = Hubungan antara volume penjualan yang direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas.

Penjualan yang direncanakan = Besarnya Penjualan Minimal yang harus dicapai pada satuan rupiah.

Penjualan Tingkat BEP = Titik impas dalam satuan Rupiah.

2.5.3 Penentuan Penjualan Minimal

Apabila telah menetapkan besarnya keuntungan atau profit margin yang diinginkan, maka perlulah ditentukan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan tersebut (Bambang Riyanto, 1995:372)

Rumus :

$$\text{Penjualan minimal rupiah} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - (\text{VC}/\text{S})}$$

$$\text{Penjualan minimal unit} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{\text{P} - \text{V}}$$

Keterangan :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

V = Biaya Variabel Perunit

P = Harga Produk Perunit

Keuntungan = Keuntungan yang diinginkan

S = Penjualan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Data Dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian adalah data primer (Anwar Sanusi, 2011:104). Data primer yaitu data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Jenis data yang digunakan berupa :

1. Data Subyek

Merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh Pemilik dan Karyawan pada CV Kurnia Wijaya Nur, data subyek ini berupa opini, sikap, dan pengalaman yang diperoleh dengan cara wawancara.

2. Data Fisik

Merupakan jenis data penelitian yang berupa obyek atau benda-benda fisik, antara lain dalam bentuk bangunan atau bagian bangunan, mesin, dan peralatan lainnya. Data fisik merupakan data berwujud yang dapat dijadikan sebagai bukti keberadaan atau keterjadian masa lalu. Data ini dapat dikumpulkan melalui observasi.

3. Data Dokumenter

Data dokumenter ini dapat berupa faktur, jurnal, surat-surat, atau dalam bentuk laporan program seperti laporan keuangan. Data ini memuat apa dan kapan suatu kejadian atau transaksi serta siapa saja yang terlibat dalam suatu kejadian itu.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumentasi dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan oleh peneliti diperoleh dari sumber data internal, yaitu:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambil data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh lewat pihak lain secara tidak langsung diperoleh dari subjek penelitian yang berwujud data dokumentasi atau laporan yang telah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data kuantitatif, yaitu:
 - a. Penggunaan Bahan Baku,
 - b. Biaya Tetap
 - c. Biaya Variabel
 - d. Total Produksi dan Total Penjualan
 - e. Harga Jual Produk

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data dan keterangan guna pemecahan masalah dalam penelitian ini, penulis mengadakan penelitian secara langsung terhadap

obyek penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara:

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, agenda dan lain sebagainya. Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan seperti anggaran pendapatan dan biaya operasional, realisasi pendapatan dan biaya operasional, maka peneliti menggunakan arsip-arsip yang ada di perusahaan untuk dipergunakan dalam penelitian.

2. Observasi

Dalam metode ini, peneliti mengadakan pendekatan langsung guna mengetahui kondisi lokasi penelitian, sehingga dapat diketahui gambaran tentang penggunaan operasional. Adapun objek observasi peneliti adalah kondisi dan situasi kerja serta data kuantitatif (laporan anggaran dan realisasi biaya dan pendapatan).

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam hal ini peneliti mengadakan percakapan (tanya jawab) dengan pihak perusahaan yang mempunyai wewenang terhadap pemberian informasi tentang perusahaan tersebut, misalnya pemilik secara langsung, untuk memperoleh informasi

terkait dengan hal yang diteliti oleh penulis, maupun informasi tambahan yang masih mempunyai hubungan pembahasan dengan penelitian ini. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan Bapak H.Eddy Zahar selaku pemilik perusahaan, dan Ibu Yanti selaku sekretaris dan penanggung jawab keuangan perusahaan.

3.3 Teknik Pengolahan & Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dengan menggunakan metode analisis kuantitatif yaitu menyajikan rangkuman data atau nilai yang dihitung berdasarkan data yang tersedia atau data yang dikumpulkan kemudian disajikan dalam bentuk tabel, yang selanjutnya akan dilakukan Perhitungan Break Even Point, Metode Penentuan Penjualan Minimal, dan Margin of Safety yang kemudian akan dianalisa dan disimpulkan.

Tahap-tahap analisis data yang akan dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan data.
2. Penggolongan biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel.
3. Penggolongan biaya semi variabel menggunakan Metode *least square* yang menganggap bahwa hubungan biaya dengan volume penjualan berbentuk garis lurus.

$$Y = a + bx$$

keterangan :

Y = biaya semi variabel

a = biaya tetap

b = biaya variabel

x = volume penjualan

Rumus a dan b adalah:

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

4. Menghitung *Break Even Point*

Untuk menghitung *break even point* unsur-unsur yang diperlukan adalah :

1. Penggunaan Bahan Baku
2. Volume Penjualan
3. Harga Jual
4. Biaya Variabel
5. Biaya Tetap

Sedangkan rumus yang digunakan untuk *Break Even Point* adalah:

a. Atas dasar rupiah

$$BEP \text{ rupiah} = \frac{\text{Total FC}}{\left(1 - \frac{VC}{S}\right)}$$

Atau

$$BEP = BEP \text{ unit} \times \text{Harga Jual/unit}$$

b. Atas dasar unit

$$BEP \text{ unit } (i) = \frac{\text{Total FC}}{P_i - VC_i}$$

Keterangan :

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga per unit

FC = Biaya tetap

i = Masing-masing Produk

BEP *rupiah* = Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

BEP *unit* = Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam unit

S = Jumlah Penjualan

5. Menentukan Penjualan Minimal

Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa banyak penjualan minimal dalam unit maupun rupiah untuk mendapatkan keuntungan yang telah di tetapkan.

Rumus :

$$\text{Penjualan minimal rupiah} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{\text{RCM}}$$

$$\text{Penjualan minimal unit} = \frac{\text{Penjualan Minimal Rupiah}}{\text{P}}$$

Keterangan :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

V = Biaya Variabel Perunit

Keuntungan = Keuntungan yang diinginkan

6. Menentukan *Margin Of Safety*

Merupakan batasan aman penurunan volume penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.

Rumus :

Margin Of Safety

$$= \frac{\text{Penjualan yang direncanakan} - \text{Penjualan Tingkat BEP}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\%$$

Keterangan :

Margin Of Safety = Hubungan antara volume penjualan yang direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas.

Penjualan yang direncanakan = Besarnya Penjualan Minimal yang harus dicapai pada satuan rupiah.

Penjualan Tingkat BEP = Titik impas dalam satuan Rupiah

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	: CV Kurnia Wijaya Nur
Nama Pemilik IKM	: H. Eddy Zahar
Jabatan	: Pimpinan (Pemilik)
Jenis Produk	: Baju Satpam (Pakaian Dinas Harian)
Alamat Usaha	: Jalan Kramat Bunder No.33,Kramat Senen Jakarta Pusat, DKI Jakarta
Telepon	: 021-98203825 / 021-84309736
Mulai Berdiri	: Tahun 1979
Jumlah Tenaga Kerja	: 20 orang
No.SIUP	: 0982/1.824.51
No.TDP	: 09.05.3.51.09509
No.NPWP	: 02.458.780.0-023.000
Email	: kwnstore@ymail.com / kwnstore@gmail.com
Akta Notaris	: Tanggal 21 Juni 2006 No. 46

4.1.2 Sejarah Perusahaan

CV Kurnia Wijaya Nur merupakan perusahaan yang bergerak dibidang garmen, khususnya dibidang produksi pakaian dinas harian (PDH) satpam dengan

merek dagang KING. Pakaian dinas harian dan pakaian dinas lapangan merupakan produk utama dari CV Kurnia Wijaya Nur yang diproduksi dengan bahan kain pilihan yang berkualitas baik dan nyaman untuk digunakan dalam segala aktifitas pekerjaan yang mengharuskan memakai PDH.

Pakaian dinas harian dan pakaian dinas lapangan bukanlah usaha yang pertama dilakukan oleh CV Kurnia Wijaya Nur. Sebelumnya pada tahun 1974 CV Kurnia Wijaya Nur hanyalah perusahaan dagang yang memasarkan produk ATK langsung kepada konsumen. Namun usaha ini tidak bertahan lama dikarenakan Bapak H.Eddy Zahar sempat tertipu oleh konsumennya karena mengalami kerugian yang cukup besar maka usahanya pun gulung tikar.

Keadaan tersebut sempat membuat putus asa Bapak H.Eddy Zahar selaku pemilik, dan sempat berhenti melakukan usaha selama dua tahun. Namun seiring berjalannya waktu Bapak H.Eddy Zahar mendapat tawaran untuk bekerja sama dengan rekannya untuk menjalankan usaha garment. Usaha yang didirikan pada tahun 1979 ini berjalan mulus hingga pada akhirnya CV Kurnia Wjiaya Nur berdiri dengan satu direktur atau dengan kata lain Bapak H.Eddy Zahar memutuskan untuk membuka usaha *garment* sendiri .

Awal mulanya usaha ini dilakukan dengan memproduksi pakaian dinas harian yang dimulai dengan pemesanan oleh bank BNI, untuk pakaian dinas harian keamanan perusahaan tersebut. Memproduksi pakaian dinas harian untuk Bank BNI tersebut berlangsung cukup lama hingga tahun 2006 dan akhirnya pada tahun 2007 H. Eddy Zahar memutuskan untuk memproduksi PDH tersebut secara *make to stock* dan menghentikan produksi *make to order* kepada Bank BNI

sebesar 50%. Dikarenakan Bank BNI saat ini menggunakan sistem kebijakan baru yaitu *densentralisasi* mengenai anggaran pembelanjaan.

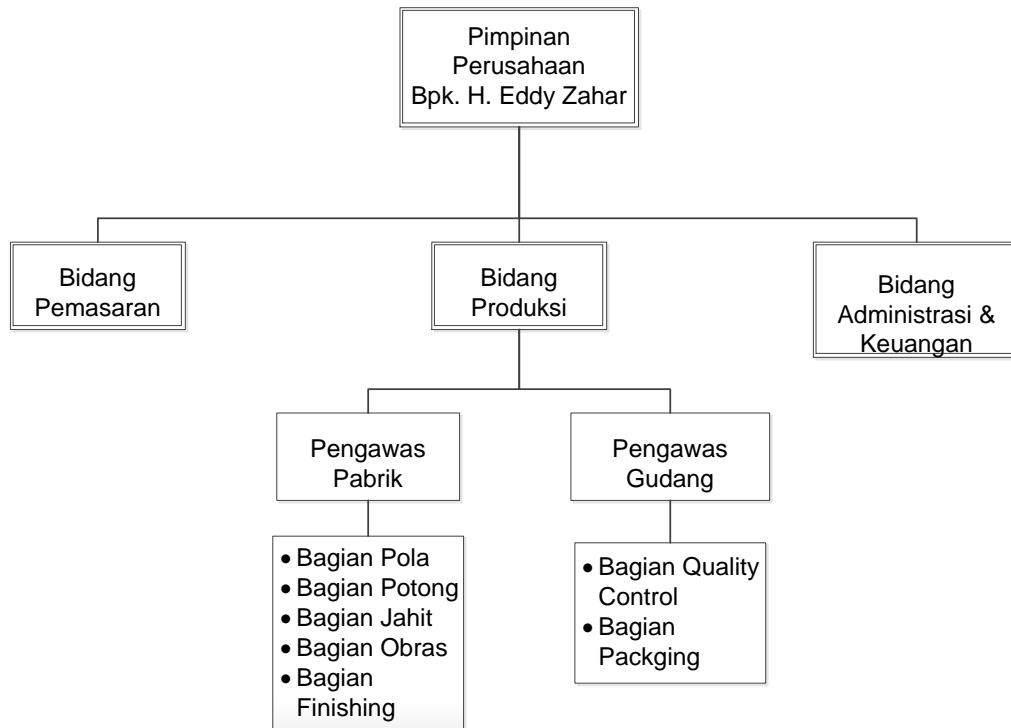
Pada awal tahun 2007 barulah Kurnia Wijaya Nur berubah bentuk yang awalnya Perusahaan Dagang menjadi CV dengan nama CV Kurnia Wijaya Nur bergerak dibidang produksi pakaian dinas kemiliteran khusus pakaian dinas harian dengan merek KING. Sejak tahun 2007 pakaian dinas harian menjadi produk utama dari CV Kurnia Wijaya Nur.

CV Kurnia Wijaya Nur terletak di Jl.Kramat Bunder No.33 Kel.Kramat, Kec.Senen, Kota Administrasi Jakarta Pusat. Lokasi itu sendiri merupakan kantor sekaligus pabrik untuk memproduksi pakaian dinas harian.

Melihat peluang yang ada, pada tahun 2007 beliau terus berusaha mengembangkan perusahaannya tersebut. Keseriusan beliau dalam mengembangkan usaha produksi pakaian dinas harian ini adalah dengan mengurus surat-surat penting seperti SIUP, TDP, NPWP, serta mendaftarkan merek yang di punya perusahaan itu. Mengawali usahanya beliau memiliki 12 karyawan produksi dan 8 karyawan pemasaran.

Harapan perusahaanyang ingin di wujudkan oleh bapak H.Eddy Zaharuntuk masa yang akan datang, dimana harapan ini dijadikan sebagai landasan untuk mencapai tujuan perusahaanCV Kurnia Wijaya Nur adalah ”Menciptakan produk yang berkualitas yang terbaikdan memberikan pelayanan yang terbaik demi kepuasan pelanggan”.

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4-2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: H.Eddy Zahar

Struktur Organisasi dapat didefinisikan sebagai suatu sistem atau jaringan kerja terhadap tugas-tugas, sistem pelaporan, dan komunikasi yang menghubungkan secara bersama pekerjaan individual kelompok.

Berikut ini adalah bentuk-bentuk struktur organisasi :

1. Struktur Organisasi Garis

Biasanya digunakan pada lembaga atau perusahaan sederhana atau kecil.

Garis dalam hal ini diartikan sebagai garis atau jalur ke atas dan kebawah, bukan kesamping. Ke atas sebagai jalur pelaporan tanggung

jawab, sedangkan kebawah adalah sebagai jalur pendelegasian tugas dan wewenang. Jadi fungsi yang dibawah adalah fungsi pertanggung jawaban langsung kepada atasan setingkat lebih tinggi.

2. Struktur organisasi Fungsional

Adalah suatu bentuk susunan organisasi yang memberikan gambaran bahwa pembagian tugas dan kewenangan disusun menurut fungsi-fungsi pekerjaan tertentu yang dibutuhkan.

3. Struktur organisasi Garis dan Staff

Struktur organisasi ini hampir sama dengan struktur organisasi garis. Hanya di dalamnya terdapat staff ahli, yang berfungsi penasehat yang memberikan konsultasi mengenai kebijaksanaan dan langkah tertentu atau staff ahli yang berfungsi sebagai pembantu pimpinan perusahaan dalam manajemen.

4. Struktur organisasi proyek

Struktur Organisasi ini disusun atas dasar pembentukan tim-tim khusus biasanya masing-masing adalah para spesialis yang diperlukan untuk menyelesaikan dan mencapai tujuan-tujuan khusus pula.

5. Struktur Organisasi Matriks

Struktur organisasi matriks adalah organisasi yang susunannya ditandai dengan adanya dua klasifikasi. Pertama, berlaku pada pihak pertama dan kedua, yang pelimpahan wewenang bersifat fungsional dan devisional.

Struktur organisasi yang digunakan oleh CV Kurnia Wijaya Nur adalah ORGANISASI LINI/GARIS adalah suatu bentuk organisasi yang menghubungkan langsung secara vertikal antara atasan dengan bawahan, dimulai dari pimpinan tertinggi sampai dengan jabatan-jabatan yang terendah, antara peran yang satu dengan peran yang lain masing-masing dihubungkan dengan garis wewenang atau komando.

4.1.4 Deskripsi Jabatan

1. Pimpinan Perusahaan / Pemilik Usaha

Tugas dan wewenang pemilik usaha adalah:

- Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
- Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian.
- Menyetujui anggaran perbelanjaan perusahaan.
- Bertanggung jawab atas semua proses bisnis perusahaan.

2. Bagian Pemasaran

Tugas dan wewenang bagian pemasaran adalah:

- Bertugas menangani penjualan atau pemasaran produk
- mencatat data-data penjualan dan membuat laporan penjualan.
- Bertanggung jawab terhadap manajemen bagian pasar.
- Bertanggung jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan penggunaan dana promosi.

3. Bagian Administrasi/Keuangan

Tugas dan wewenang bagian administrasi/keuangan adalah:

- Mencatat pemasukan perusahaan setiap harinya dan membuat pembukuan setiap tahunnya.
- Membuat catatan mengenai pembelanjaan perusahaan.
- Mengatur struktur aktiva (struktur kekayaan perusahaan).
- Mengatur struktur financial.
- Mengatur struktur modal.
- Membuat bukti pembayaran pelanggan

4. Bagian Produksi

Tugas dan wewenang bagian produksi adalah:

- Bertugas menangani masalah-masalah yang terjadi dalam proses produksi,
- Menerima saran/usulan/masukan-masukan dari bagian produksi seperti pembelian mesin-mesin baru ataupun perbaikan alat-alat produksi yang rusak, dan lain sebagainya.
- Mengatur waktu pekerjaan agar sesuai dengan waktu pengiriman.
- Mengatur posisi pengawas kualitas dimasing-masing titik pekerjaan.
- Memberikan harga produksi untuk kepentingan marketing dalam membuat harga jual.
- Melakukan pencatatan aktifitas produksi.

Penjelasan Proses Produksi:

a. Bagian pembuat pola

Bagian ini memiliki tanggung jawab pada pola baju yang akan dibuatnya. Bagian ini merupakan proses awal dalam membuat produk.

b. Bagian Pemotongan Kain (cutting)

Bagian ini memiliki tanggung jawab dalam proses pemotongan bahan (kain) menjadi sebuah pakaian sesuai dengan jenis pola dan setelah kain membentuk pola tahan selanjutnya dilakukan penjahitan.

c. Bagian Jahit

Bagian ini memiliki tanggung jawab dalam proses penjahitan bahan yang telah berbentuk sesuai pola untuk digabungkan seluruh bagiannya sehingga berbentuk PDH (Pakaian Dinas Harian).

b. Bagian Obras

Bagian ini memiliki tanggung jawab dalam proses pengobrasan yang berguna untuk merapikan dan menguatkan bagian pinggir kain yang sudah dijahit.

c. Bagian Lubang Kancing

Bagian ini memiliki tugas dalam membuat lubang kancing pada bagian-bagian tertentu disemua pakaian.

d. Bagian Pemasangan Kancing

Bagian ini memiliki peran dan tanggung jawab dalam proses pemasangan kancing dan memastikan bahwa kancing telah terpasang sempurna.

e. Bagian Penyortiran

Bagian ini memiliki peran untuk merapikan benang-benang jahit yang tersisa pada pakaian.

f. Bagian Pengemasan (Packaging)

Bagian ini mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam memastikan semua pakaian telah dalam kemasan yang baik dan rapih didalam plastik.

4.1.5 Layout Perusahaan



Gambar 4-3 Lantai 1 Toko CVKurnia Wijaya Nur



Gambar 4-4 Lantai 2 Toko CVKurnia Wijaya Nur



Gambar 4-5 Lantai 1 Pabrik CVKurnia Wijaya Nur



Gambar 4-6 Lantai 2 Pabrik CV Kurnia Wijaya Nur

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Aspek Produksi

Produksi merupakan salah satu kegiatan yang berhubungan erat dengan kegiatan ekonomi. Melalui proses produksi bisa dihasilkan berbagai macam barang yang dibutuhkan oleh manusia. Produksi sebagai sistem yang berarti bahwa terdapat hubungan yang saling memberikan pengaruh dan mempengaruhi antara faktor produksi yang satu dengan yang lainnya. Produksi sebagai proses produksi yang dilakukan melalui tahap demi tahap secara berurutan.

4.2.1.1 Produk Yang dihasilkan

Produk yang dihasilkan oleh CV Kurnia Wijaya Nur adalah produk pakaian dinas harian satpam dengan bahan dasar *American drill*. Pakaian dinas harian satpam ini digunakan untuk menunjang penampilan seseorang pada saat melakukan pekerjaannya. Pakaian dinas harian ini dikhususkan untuk satpam, dikarenakan tingkat keamanan yang semakin minim dan tingkat kriminal yang semakin meningkat. Dengan demikian banyak permintaan untuk keamanan hampir disemua wilayah. Hal ini ikut membuat permintaan akan pakaian dinas harian ikut meningkat. Mengingat pekerjaan satpam tidak berdiam diri disuatu tempat maka CV Kurnia Wijaya Nur membuat produk pakaian yakni pakaian dinas harian satpam dengan bahan yang berkualitas terbaik atau *grade A*.

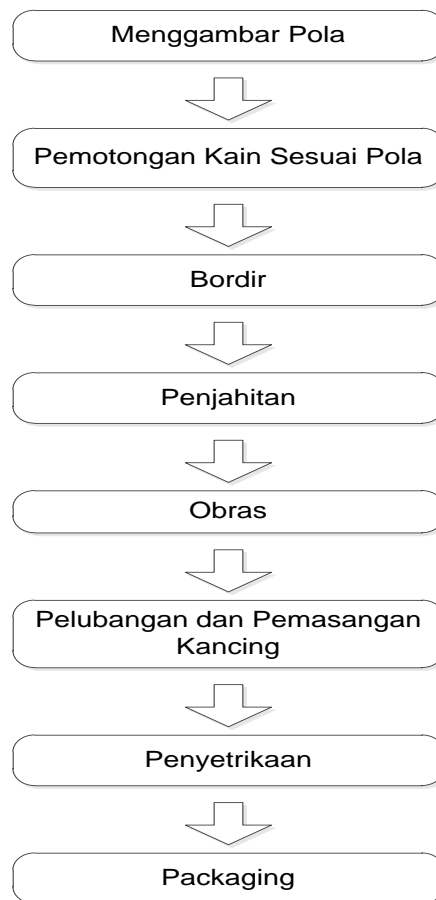
Produk yang dibuat dengan segala macam ukuran dan disesuaikan dengan ukuran size Indonesia. Pakaian dinas harian satpam ini memberikan kesan nyaman bagi sipemakai dan juga bahan yang digunakan dapat menyerap keringat sehingga sipemakai tidak perlu risih atau merasa tidak nyaman. Selain kualitas dan manfaat yang baik, mesin dan peralatan yang digunakan guna memproses bahan baku menjadi barang jadi pun menggunakan mesin dan peralatan yang baik dan modern hal ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik dari segi kerapihan jaitan hingga proses *packaging*.

4.2.1.2 Alur Proses Produksi

Proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti

tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Proses produksi adalah kegiatan mengolah masukan (input, sumber daya produksi) dalam proses dengan menggunakan metode tertentu untuk menghasilkan keluaran (output, barang maupun jasa) yang sesuai dengan ketentuan.

Berikut adalah proses produksi madu super pada CV Kurnia Wijaya Nur:



Gambar 4-7 Proses Produksi

Berdasarkan gambar proses produksi CV Kurnia Wijaya Nur diatas, dapat dijelaskan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Menggambar Pola

Pekerja menggambar pola sesuai dengan model baju yang akan dibuat diatas karton. Setelah pola yang digambar diatas karton selesai, kemudian digunting sesuai dengan pola yang terbentuk.

2. Pemotongan Kain sesuai dengan pola

Pola yang sudah terbentuk pada karton tadi, dipakai untuk dijadikan jiplakan diatas bahan kain. Kemudian diberikan tanda pada kain yang berfungsi untuk tanda jahitan atau bagian yang akan ditumpangi. Setelah pola sudah terjiplak pada bahan kain, kemudian kain itu dipotong sesuai dengan pola yang sudah terbentuk.



Gambar 4-8 Mesin Potong

3. Penjahitan

Dilakukan untuk menjahit dan menggabungkan semua bagian yang telah dipotong seperti bagian depan, belakang , lengan, dan lain-lain.



Gambar 4-9 Proses Penjahitan

4. Obras

Pengobrasan dilakukan gunanya adalah untuk merapihkan jahitan-jahitan yang masih kasar agar disetiap sisi baju terlihat lebih rapih dan tidak ada benang jahitan yang berantakan.

5. Pelubangan dan Pemasangan Kancing

Setelah semua bahan sudah dijahit dan diobras, maka selanjutnya adalah membuat lubang kancing dan memasangkan kancing pada bagian depan baju.



Gambar 4-10 Mesin lubang dan Pasang kancing

6. Penyetrikaan

Penyetrikaan ini dilakukan agar baju PDH dan PDL terlihat rapih dan mudah dalam proses pembungkusan. Untuk penyetrikaan baju, perusahaan hanya menggunakan 1 sertika listrik biasa.

7. Packaging

setelah semua proses selesai, semua baju PDH dan PDL yang telah rapih kemudian siap dikemas.



Gambar 4-11 Proses Finishing

4.2.1.3 Mesin dan Peralatan

Mesin yang digunakan didalam proses produksi, merupakan sarana utama keberhasilan produk. Kekurangan dari salah satu mesin atau peralatan, menjadi hambatan pelaksanaan kerja. Dan kedua sifatnya saling mendukung sehingga proses produksi menjadi lancar.

Berikut mesin yang digunakan CV Kurnia Wijaya Nur dalam memproduksi baju PDH:

- **Mesin Potong**

Mesin Potong digunakan untuk memotong bahan yang telah dibentangkan diatas meja yang kemudian dipotong dengan membentuk pola yang telah ditentukan.

- **Mesin Bordir**

Mesin bordir digunakan untuk penambahan ornament pada baju yang juga sekaligus menunjukkan identitas dari sipemakai.

- **Mesin Jahit**

Mesin ini digunakan untuk menggabungkan antara bagian-bagian depan dengan belakang dan dengan lengan.

- Mesin Obras

Mesin obras berfungsi untuk merapikan dan menguatkan pinggiran kain yang sudah dijahit.

- Mesin Lubang Kancing

Mesin lubang kancing berfungsi untuk membuat lubang kancing pada baju.

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi adalah:

- Gunting besar dan kecil
- Mistar
- Meteran jahit
- Kapur pola
- Karton (digunakan untuk mencetak pola)

Tabel 4-1 Data Mesin Proses Produksi

No.	Nama Mesin	Jumlah Mesin	Jumlah Karyawan
1	Mesin Potong	1	1 orang
2	Mesin Jahut	5	5 orang
3	Mesin Obras	2	2 orang
4	Mesin Bordir	2	2 orang
5	Mesin Lubang Kancing	1	1 orang
6	Mesin Pasang Kancing	1	1 orang

Sumber: CV Kurnia Wijaya Nur

4.2.1.4 Bahan Baku Penolong

Bahan baku sangatlah penting dalam menunjang keberhasilan kegiatan proses produksi. Hal ini disebabkan karena bahan baku sangat mempengaruhi bentuk atau komposisi produk jadi, baik secara kuantitas maupun kualitas, serta harga jual produk. Berikut adalah bahan baku dan bahan penolong yang digunakan CV Kurnia Wijaya Nur:

- Jenis Kain yang digunakan
 - *American Drill*
- Kain Keras yang digunakan untuk lapisan dalam kerah baju
- Benang Jahit dan Benang Obras
- Kapur Pola
- Kancing dan Resleting

4.2.1.5 Biaya Produksi

Tabel 4-2 Biaya Produksi CV Kurnia Wijaya Nur

Biaya Produksi	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Bahan Baku	186,287,179	201,103,462	217,080,000	250,361,128	267,258,462
Bahan penolong	96,452,067	128,477,491	145,822,629	178,990,843	224,294,905
Gaji pekerja langsung	180,880,000	230,569,000	250,418,750	298,581,750	347,275,750
BOP	363,437,067	485,286,291	510,700,829	540,670,243	587,044,305
Jumlah	827,056,313	1,045,436,243	1,124,022,207	1,268,603,965	1,425,873,421

Sumber : CV Kurnia Wijaya Nur

4.2.2 Aspek Pemasaran

1. Gambaran Umum Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Perencanaan dalam pemasaran mencakup penentuan strategi yang akan dipakai agar produk dapat dijual ketangan konsumen. Hal ini berarti bahwa tugas manajemen pemasaran adalah bagaimana mengkomunikasikan keberadaan produk kepada pasar sehingga dalam pikiran konsumen muncul perhatian akan produk tersebut, merasa tertarik dan kemudian konsumen memutuskan untuk membelinya. Dalam pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran yang artinya bahwa manajer pemasaran sudah selayaknya memperhatikan dan mengkombinasikan 4P dalam bauran pemasaran yaitu ;

1. Product / Produk
2. Place / Distribusi
3. Promotion / Promosi
4. Price / Harga

1. *Produk CV Kurnia Wijaya Nur (Product)*

Adapun ruang lingkup data tentang produk yang diperoleh dari perusahaan ini adalah sebagai berikut :

- a. Produk yang dihasilkan CV Kurnia Wijaya Nur



Gambar 4-12 Pakaian Dinas Harian Satpam

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi pakaian, dalam kegiatan sehari-harinya CV Kurnia Wijaya Nur memproduksi Pakaian Dinas Harian Satpam (PDH). Pakaian ini merupakan produk yang tergolong laris dipasaran, karena pekerjaan satpam kini banyak diminati oleh perusahaan-perusahaan baik besar maupun kecil guna untuk meningkatkan tingkat keamanan baik didalam dan diluar perusahaan. Pakaian Dinas Harian Satpam (PDH) yang dihasilkan CV Kurnia Wijaya Nur merupakan produk yang memiliki kualitas yang terbaik karena menggunakan mesin-mesin yang berstandar SNI sehingga dapat membantu dalam proses produksi. Selain itu produk yang dihasilkan perusahaan ini juga terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas, sehingga tidak kalah saing dengan produk-produk sejenis yang beredar di pasaran.

b. Pemasaran Produk

Pemasaran produk CV Kurnia Wijaya Nur dilakukan dengan beberapa cara antara lain:

- Melalui Penawaran Harga.

CV Kurnia Wijaya Nur melakukan penawaran harga dengan cara memberikan informasi harga setiap harinya yang dapat diakses melalui website kwnstore@ymail.com / kwnstore@gmail.com. Dan mengirimkan informasi kepada pelanggan melalui email jika ada permintaan dari customer.

- Jasa *Delivery Order*

Untuk mempermudah produk sampai pada konsumen serta ingin memanjakan konsumen, maka perusahaan melakukan jasa *delivery order*.

Pemesanan dapat melalui On-Line di Website kwnstore@ymail.com / kwnstore@gmail.com untuk customer yang berada di luar jabodetabek.

Cara pemesanan yaitu dengan menghubungi no tlp yang dicantumkan didalam website lalu pesanan akan diproses setelah konsumen mengirimkan uang dengan cara transfer ke rekening perusahaan.

c. Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran untuk produk pakaian dinas harian (PDH) yang telah dijangkau hingga saat ini oleh CV KURNIA WIJAYA NUR sudah mencapai pasar seperti Proyek Senen, Bekasi, Manado (Jl. Datu Lolong Lasut), Bogor, Bandung (Kosambi, Cibaduyut), Surabaya (Pasar Turi), Medan (Jl. Kumango), Aceh, Tanjung Pinang, dan hampir seluruh wilayah Indonesia.

d. Segmentasi Pasar

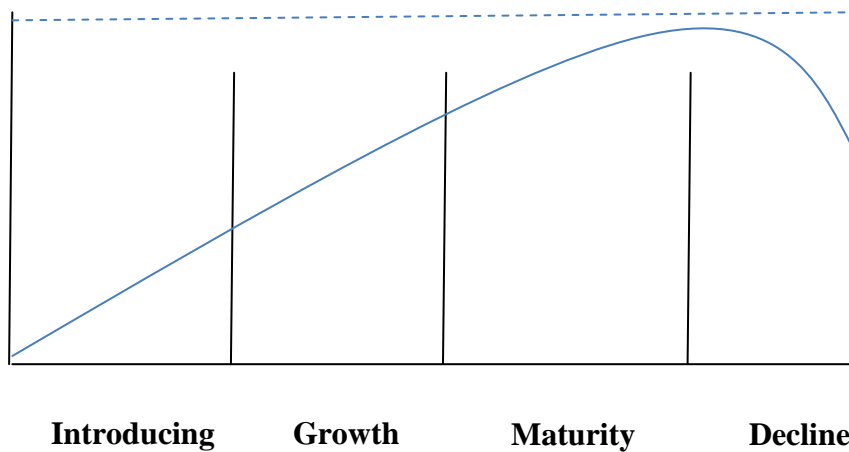
Segmentasi pasar adalah suatu proses pengelompokkan pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang homogen, dimana tiap kelompok (bagian) dapat dipilih sebagai pasar yang dituju (ditargetkan) untuk pemasaran suatu produk. Dalam hal ini segmentasi pasar yang dituju oleh CV Kurnia Wijaya Nur dalam menjual produknya adalah sebagai berikut :

Tabel 4-3 Segmentasi Pasar

Variabel	Keterangan
Jenis Kelamin	Laki – laki
Usia	18 – 55 Tahun
Pendidikan	SMA
Agama	Tidak ditentukan
Kelas Sosial	Tidak ditentukan

Sumber: CV Kurnia Wijaya Nur

e. Siklus Kehidupan Produk



Posisi CV Kurnia Wijaya Nur berada pada tahap Growth (tumbuh). Karena perusahaan tersebut sudah dikenal oleh masyarakat sebagai produsen pakaian satpam yang berkualitas dan memiliki kualitas bahan grade A. Posisi growth tersebut harus lebih ditingkatkan lagi untuk mencapai posisi Maturity (kedewasaan) agar produk pakaian satpam CV Kurnia Wijaya Nur semakin dikenal masyarakat luas. Hal yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan posisi tersebut antara lain melakukan diversifikasi pasar yang luas serta promosi secara terus menerus. Dengan begitu perusahaan dapat lebih meningkatkan posisinya di masa yang akan datang.

2. *Distribusi Produk (Place)*

Berikut adalah tiga jenis saluran distribusi yang digunakan CV Kurnia Wijaya Nur dalam memasarkan produknya:

1. **Produsen → Konsumen**

Saluran distribusi CV Kurnia Wijaya Nur yang pertama merupakan saluran distribusi yang paling pendek dan sederhana karena proses penjualan barang yang diproduksi dilakukan langsung dari Produsen kepada Konsumen tanpa perantara.

2. **Produsen → Pengecer → Konsumen**

Pada saluran distribusi yang kedua adalah produsen melakukan penjualan barang produksinya kepada pengecer yang kemudian

pengecer menjual kembali barang tersebut kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi.

3. **Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen**

Dan saluran distribusi yang terakhir adalah saluran distribusi tradisional, pada saluran distribusi ini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar yaitu kepada pedagang besar saja. Yang kemudian pedagang besar menjual kembali barang tersebut kepada pengecer dan kemudian pengecer menjual kembali barang tersebut kepada konsumen terakhir.

3. Promosi Produk (Promotion)

Promosi sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan akan produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh. Berikut adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh CV Kurnia Wijaya Nur :

1. Promosi dari mulut ke mulut

Promosi ini merupakan promosi yang paling sering dilakukan oleh perusahaan dan paling sederhana. Promosi ini biasa dilakukan oleh pemilik usaha atau karyawan bagian pemasaran kepada rekan atau kerabat, dan konsumen yang memiliki usaha penjualan pakaian dinas satpam baik berskala besar ataupun kecil.

2. Promosi melalui internet

Promosi produk dengan melalui website ini merupakan salah satu cara yang paling mudah, dan efektif dan menghemat waktu. Dimana pada era teknologi yang canggih ini hampir semua orang mencari segala sesuatu termasuk produk yang mereka butuhkan melalui internet, cukup dengan mensearch apa saja yang dibutuhkan dengan otomatis google akan mencarikan apa yang dibutuhkan. Promosi dengan cara ini memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. kwnstore@ymail.com
[/ kwnstore@gmail.com](mailto:kwnstore@gmail.com).

3. Baliho

Promosi dengan baliho merupakan cara promosi yang umum dimana pemilik perusahaan mempromosikan produknya cukup dengan membuat tulisan besar dan dipasang diatas toko atau dipinggir jalan raya sehingga memudahkan siapapun yang melewati jalan tersebut untuk membaca iklan tersebut.

4. *Yellow page* dan Kartu Nama

CV Kurnia Wijaya Nur memasarkan produknya juga dengan menggunakan kartu nama dan mencantumkan alamat lengkap beserta no. HP, Tlp, Fax, dan Email perusahaan yang selalu diberikan kepada semua konsumen yang membeli maupun yang hanya mampir hal ini dilakukan perusahaan untuk memudahkan konsumen untuk melakukan komunikasi kepada pemilik atau karyawan pemasaran.

4. *Penetapan harga (Price)*

Harga adalah suatu nilai yang harus di keluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang memiliki nilai guna beserta pelayanannya. Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang.

Dalam menentukan harga jual produknya, perusahaan mempertimbangkan beberapa hal, antara lain kualitas pakaian yang dihasilkan dan besarnya biaya produksi, seperti penggunaan bahan dan/atau waktu penggunaan mesin yang membutuhkan biaya listrik tertentu yang menyebabkan biaya produksi meningkat.

b. Biaya Pemasaran

Tabel 4-4 Biaya Pemasaran

Keterangan	Tahun	
	2014	
	Budget	Realisasi
A. Biaya Transportasi		
Bahan Bakar Minyak	Rp 11,000,000	Rp 10,010,000
Biaya Perawatan Kendaraan	Rp 3,700,000	Rp 1,758,000
Total Biaya Transportasi	Rp 14,700,000	Rp 11,768,000
A. Biaya Kemasan Produk :		
1. hantag	Rp 17,000,000	Rp 10,497,000
2. Plastik Kemasan	Rp 3,500,000	Rp 2,280,000
Total Biaya Kemasan Produk	Rp 20,500,000	Rp 12,777,000
B. Biaya Periklanan dan Promosi :		
1. Website	Rp 1,500,000	Rp 850,000
2. Baliho	Rp 1,500,000	Rp -
3. Kartu Nama	Rp 450,000	Rp 113,000
4. Yellow Page	Rp 500,000	Rp 206,500
Total Biaya Periklanan dan Promosi	Rp 3,950,000	Rp 1,169,500
Total Biaya Pemasaran	Rp 39,150,000	Rp 25,714,500

Sumber: CV Kurnia Wijaya Nur

4.2.3 Aspek Personalia

Bidang Personalia menjelaskan tentang suatu sistem dalam perusahaan yang mengusahakan pencapaian tujuan perusahaan. Dibutuhkan suatu organisasi yang baik untuk mengelola perusahaan dengan bidang dan wewenang yang berbeda membentuk suatu hubungan kerjasama yang terpadu. Aspek ini akan membahas mengenai struktur organisasi, deskripsi jabatan, spesifikasi jabatan, dan proyeksi kebutuhan tenaga kerja.

Tabel 4-5 Data Tenaga Kerja Tahun 2014

Keterangan	Laki-laki	Perempuan	Total
Karyawan	12 orang	8 orang	20 orang

Sumber : CV Kurnia Wijaya Nur

Total keseluruhan tenaga kerja adalah 20 orang, dengan jumlah laki-laki sebanyak 12 orang dan perempuan sebanyak 8 orang tenaga kerja. Tenaga kerja perempuan itu dibagikan tugas pada bagian keuangan dan sekretaris, sedangkan tenaga kerja laki-laki dibagikan tugas pada produksi, bagian pengadaan barang, pengadaan bahan baku, dan pemasaran.

Tabel 4-6 Data Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
17-25	5
26-35	10
36-50	5

Sumber : CV Kurnia Wijaya Nur

Dengan berdasarkan pada tingkat usia, tenaga kerja di CV Kurnia Wijaya Nur banyak dari usia-usia yang produktif. Yaitu orang-orang yang mempunyai tekad dan semangat kerja yang tinggi.

Tabel 4-7 Data Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah
---------------------------	---------------

S1	-
SMA	5 orang
SMP	8 orang
SD	7 orang

Sumber: CV Kurnia Wijaya Nur

Tingkat pendidikan tenaga kerja di CV Kurnia Wijaya Nur tidaklah harus berasal dari tingkat pendidikan tertentu, yang terpenting adalah orang tersebut mau bekerja dan memiliki daya tangkap yang baik. Sedangkan untuk bagian produksi, yang terpenting adalah orang tersebut memiliki keahlian/keterampilan dan semangat kerja yang tinggi.

Tabel 4-8 Data Jam Kerja

Keterangan	Mulai	Istirahat	Selesai
Normal	08.00	12.00-13.00	16.00
Lembur	Disesuaikan	-	Disesuaikan

Sumber: CV Kurnia Wijaya Nur

Jam kerja/waktu kerja pada CV Kurnia Wijaya Nur tetap berdasarkan aturan ketenagakerjaan. Dimana waktu kerja efektif adalah 8 jam kerja, yang dimulai dari pukul 08.00 sampai dengan pukul 16.00, dimana waktu istirahat adalah dari pukul 12.00 – 13.00. Jika ada permintaan yang mendadak karyawan produksi melakukan lembur, dan untuk bagian pemasaran jika ada pengiriman barang dalam jarak yang cukup jauh dan melebihi jam kerja dianggap lembur.

Untuk hari Minggu, perusahaan ini memberlakukan libur bagi karyawannya. Jadi hari kerja aktif adalah dari hari Senin sampai dengan hari Sabtu.

A. Kesejahteraan Karyawan/Sistem Gaji

Berikut adalah cara perusahaan CV Kurnia Wijaya Nur dalam mensejahterakan karyawannya:

1. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja terdiri dari biaya upah, tarif ditetapkan harian namun pembayaran dilakukan satu kali dalam seminggu yakni setiap hari Sabtu. Pendapatan masing-masing karyawan ditentukan dari hari kerjanya dan berapa potong produk PDH yang dapat diselesaikan. Ketentuan upah yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4-9 Tabel Upah Karyawan

Keterangan	Kisaran Upah (Rp)
Tukang Potong Kain	2000
Tukang Jahit	7500

Sumber: CV Kurnia Wijaya Nur

2. Insentif

Dalam pemberian kompensasi yang akan diberikan CV Kurnia Wijaya Nur yang akan diberikan kepada karyawannya berbentuk finansial dan nonfinansial. Dalam bentuk finansial berupa upah kerja yang diberikan pada setiap hari Sabtu. Sedangkan kompensasi dalam bentuk non finansial yang diberikan CV Kurnia Wijaya Nur adalah dengan memberikan cuti bersama pada waktu-waktu tertentu seperti

pada libur hari raya berdasarkan keyakinan masing-masing karyawan. Dan setiap pada hari raya Idul Fitri perusahaan memberikan kompensasi uang berupa tunjangan hari raya (THR) dan sembako kepada karyawan tetap

3. Produktifitas Karyawan

$$\text{Produktifitas} = \frac{\text{Output}}{\text{Input}} = \frac{\text{Total Output yang dihasilkan}}{\text{Total input yang digunakan}}$$

$$\text{Tahun 2010} = \frac{9520}{12} = 793 \text{ pcs/orang}$$

$$\text{Tahun 2011} = \frac{11885}{12} = 990 \text{ pcs/orang}$$

$$\text{Tahun 2012} = \frac{12875}{12} = 1.073 \text{ pcs/orang}$$

$$\text{Tahun 2013} = \frac{15195}{12} = 1.266 \text{ pcs/orang}$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{17495}{12} = 1.458 \text{ pcs/orang}$$

4.2.4 Aspek Keuangan

Pada bidang keuangan akan membahas mengenai biaya investasi dan modal kerja yang dibutuhkan serta sumber pendanaan untuk pembiayaan operasional CV Kurnia Wijaya Nur. Secara rinci akan diulas setiap bagian biaya-biaya yang dibutuhkan.

Dari analisis bidang keuangan akan tergambar kemampuan perusahaan menghasilkan uang, selama lima tahun terakhir. Kondisi keuangan perusahaan

dapat dilihat pada laporan neraca, laba/rugi, arus kas, serta data lain pada pembahasan aspek keuangan.

4.2.4.1 Kebutuhan Investasi Awal CV Kurnia Wijaya Nur

Kebutuhan investasi untuk pendirian pabrik madu ini sebesar Rp542.635.000 dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 4-10 Kebutuhan Investasi Awal

Rincian	Jumlah	Harga Satuan	Jumlah	Total
1. Aktiva Berwujud				
Tanah Pabrik			Rp 125,000,000	
Tanah Toko			Rp 50,000,000	
Bangunan Pabrik			Rp 100,000,000	
Bangunan Toko			Rp 50,000,000	
Total Tanah & Bangunan				Rp 325,000,000
Mesin:				
Mesin Potong	1	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000	
Mesin Jahit	5	Rp 2,100,000	Rp 10,500,000	
Mesin Bordir	2	Rp 2,775,000	Rp 5,550,000	
Mesin Obras	2	Rp 2,900,000	Rp 5,800,000	
Mesin Lubang Kancing	1	Rp 4,000,000	Rp 4,000,000	
Setrika Listrik	1	Rp 160,000	Rp 160,000	
Total Mesin				Rp 28,510,000
Peralatan:				

Gunting	15	Rp 8,000	Rp 120,000	
Mistar	2	Rp 45,000	Rp 90,000	
Meteran Jahit	1	Rp 40,000	Rp 40,000	
Kapur Pola	50	Rp 3,500	Rp 175,000	
Karton	50	Rp 2,500	Rp 125,000	
Total Peralatan				Rp 550,000
Inventaris Toko dan Pabrik:				
AC	1	Rp 3,000,000	Rp 3,000,000	
Meja Kerja	7	Rp 2,500,000	Rp 17,500,000	
Kipas Angin	10	Rp 300,000	Rp 3,000,000	
Bangku	8	Rp 1,000,000	Rp 8,000,000	
Bangku Direktur	1	Rp 1,500,000	Rp 1,500,000	
Dispenser	2	Rp 200,000	Rp 400,000	
Mesin Ketik	1	Rp 1,250,000	Rp 1,250,000	
Telepon	5	Rp 275,000	Rp 1,375,000	
Fax	2	Rp 1,500,000	Rp 3,000,000	
Kulkas	2	Rp 1,250,000	Rp 2,500,000	
TV	3	Rp 4,500,000	Rp 13,500,000	
DVD	3	Rp 2,150,000	Rp 6,450,000	
Speaker	8	Rp 500,000	Rp 4,000,000	
Alat Kebersihan	2	Rp 50,000	Rp 100,000	
Total Inventarisasi Kantor				Rp 65,575,000
Kendaraan:				
Mobil Pick up	1	Rp 120,000,000	Rp	

			120,000,000	
Total Kendaraan				Rp 120,000,000
Total Aktiva Berwujud				Rp 539,635,000
2. Aktiva Tidak Berwujud				
biaya perizinan				Rp 3,000,000
Total Aktiva Tidak Berwujud				Rp 3,000,000
Total Modal Investasi				Rp 542,635,000

Sumber : CV Kurnia Wijaya Nur

4.2.4.2 Hasil Penjualan CV Kurnia Wijaya Nur

Tabel 4-11 Penjualan CV Kurnia Wijaya Nur Tahun 2010 – Tahun 2014

Tahun	Harga Per Unit	Jumlah Penjualan (Unitl)				Total Penjualan (Unitl)	Pendapatan/ Tahun	Kenaikan Penjualan
		Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV			
2010	Rp95,000	1,905	2,125	2,420	3,070	9,520	Rp904,400,000	
2011	Rp97,500	2,626	2,779	2,949	3,531	11,885	Rp1,158,787,500	25%
2012	Rp97,500	2,872	3,008	3,305	3,690	12,875	Rp1,255,312,500	8%
2013	Rp100,000	3,200	3,555	4,088	4,352	15,195	Rp1,519,500,000	18%
2014	Rp100,000	3,270	3,490	3,820	6,915	17,495	Rp1,749,500,000	15%

Sumber : CV Kurnia Wijaya Nur

4.2.4.3 Laporan Harga Pokok Penjualan

Tabel 4-12 Laporan Harga Pokok Penjualan Tahun 2014

Rincian	Total (Rp)	
A. Pemakaian Bahan Baku:		
1. Persediaan Awal Bahan Baku	Rp	26,500,000
2. Pembelian Bahan Baku	Rp	267,258,462
3. Persediaan Bahan Baku Siap Pakai	Rp	293,758,462
4. Persediaan Akhir Bahan Baku	Rp	40,500,000
Total Pemakaian Bahan Baku		Rp 253,258,462
B. Biaya Upah Pekerja Langsung		Rp 347,275,750
C.BOP:		
Biaya Upah pekerja tidak langsung	Rp	343,199,400
Biaya bahan baku penolong	Rp	224,294,905

Biaya Listrik Pabrik	Rp 9,000,000	
Biaya Telpon Pabrik	Rp 950,000	
Biaya Perawatan Mesin	Rp 3,250,000	
Penyusutan Pabrik	Rp 2,500,000	
Penyusutan Mesin dan Peralatan	Rp 4,800,000	
Total BOP		Rp 587,994,305
D. Harga Pokok Produksi (A+B+C)		Rp 1,188,528,516
1. Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 18,000,000	
2. Barang Jadi Siap dijual	Rp 1,206,528,516	
3. Persediaan Akhir Barang jadi	Rp 8,500,000	
HARGA POKOK PENJUALAN	Rp	1,198,028,516

Sumber : Pengolahan Data

4.2.4.4 Laporan Laba/Rugi

Tabel 4-13 Laporan Laba/Rugi CV Kurnia Wijaya Nur Tahun 2014

Keterangan	Tahun 2014	
	Total (Rp)	
A. HASIL PENJUALAN		Rp 1,749,500,000
B. HARGA POKOK PENJUALAN		Rp 1,198,028,516
C. LABA KOTOR		Rp 551,471,484
D. BEBAN USAHA:		
1. Biaya Gaji Karyawan	Rp 287,318,400	
2. Biaya Pemasaran	Rp 25,714,500	
Penyusutan Kendaraan	Rp 10,000,000	
3. Biaya Administrasi Umum		
Biaya Listrik Kantor	Rp 1,200,000	
Biaya Telpon Kantor	Rp 800,000	
Penyusutan Bangunan Toko	Rp 1,750,000	
Penyusutan Inventaris	Rp 8,020,000	
Biaya Amortisasi	Rp 600,000	
Total Beban Usaha		Rp

		335,402,900
E. LABA SEBELUM PAJAK (EBT) (C-D)		Rp 216,068,584
F. PAJAK (10%)		Rp 21,606,858
G. LABA BERSIH (EAT) (E-F)		Rp 194,461,725

Sumber : Pengolahan Data

4.2.4.5 Penggolongan Biaya

Dalam pembahasan sebelumnya, diperlihatkan Laporan Laba/Rugi yang memaparkan biaya-biaya yang dikeluarkan CV Kurnia Wijaya Nur.

Berikut merupakan tabel penggolongan biaya berdasarkan sifatnya, sehingga dengan penggolongan ini dapat diketahui biaya yang termasuk biaya variabel, biaya tetap, maupun biaya semi variabel.

Tabel 4-14 Penggolongan Biaya Tahun 2014

Keterangan	Total Biaya pada tahun 2014	
	Biaya Tetap	Biaya Variabel
A. Biaya Produksi		
Biaya Gaji Tenaga Kerja Langsung		Rp 347,275,750
Biaya Gaji Tenaga Kerja Tak Langsung	Rp 343,199,400	
Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp 897,240	Rp 2,352,760
Biaya Penyusutan Mesin	Rp 4,800,000	
Biaya penyusutan Pabrik	Rp 2,500,000	
Biaya Bahan Penolong		Rp 224,294,905
Biaya Bahan Baku		Rp 267,258,462
Biaya Telpon Pabrik	Rp 950,000	
Biaya Listrik Pabrik	Rp 5,383,136	Rp 3,616,864
B. Biaya Pemasaran		
Biaya Gaji Pemasaran	Rp 287,318,400	
Biaya Promosi	Rp 1,169,500	
Biaya Pengemasan		Rp 12,777,000

C. Biaya Adminitrasi dan Umum		
Biaya Peny. Inventaris Kantor	Rp	8,020,000
Biaya Listrik Kantor	Rp	1,200,000
Biaya Telpon Kantor	Rp	800,000
Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp	10,000,000
Biaya Penyusutan Bangunan Toko	Rp	1,750,000
Biaya Operasional Kendaraan		Rp 11,768,000
Biaya Amortisasi	Rp	600,000
Total Biaya	Rp	668,587,676
	Rp	869,343,740

Sumber : Pengolahan Data

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data

5.1.1 Break Even Point (BEP)

Berdasarkan data-data realisasi tahun 2014 perusahaan dapat merencanakan laba yang diinginkan perusahaan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki perusahaan. Setelah data penjualan diketahui maka dapat dihitung laporan laba dengan metode kontribusi seperti tertera dalam tabel berikut:

Tabel 5-15 Laporan Laba Kontribusi Tahun 2014

Keterangan	2014
Unit yang Terjual	17,495
Harga Jual (P)	Rp 100,000
Total Penjualan (S)	Rp 1,749,500,000
Biaya Variabel (VC)	Rp 869,343,740
Contribution Margin (CM)	Rp 880,156,260
Biaya Tetap (FC)	Rp 668,587,676
Laba	Rp 211,568,584
VCi	Rp 49,691

Sumber : Pengolahan Data

a. BEP Tahun 2014

$$BEP \text{ Rupiah} = \frac{\text{Total FC}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$BEP \text{ Rupiah} = \frac{Rp668.587.676}{1 - \frac{Rp869.343.740}{Rp1.749.500.000}} = \mathbf{Rp1.328.961.904}$$

$$BEP \text{ Unit} = \frac{FC}{Pi - VCi}$$

$$BEP \text{ Unit} = \frac{Rp668.587.676}{Rp100.000 - Rp49.691} = \mathbf{13.290 \text{ unit}} \text{ (dibulatkan)}$$

5.1.2 Margin Of Safety (MOS) Tahun 2014

Margin Of Safety (MOS) Tahun 2014 dapat dihitung sebagai berikut :

$$MOS = \frac{\text{Penjualan yang dianggarkan} - BEP}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$MOS = \frac{Rp1.749.500.000 - Rp1.328.961.904}{Rp1.749.500.000} \times 100\% = 24,04\%$$

$$MOS \text{ Rupiah} = 24,04\% \times Rp1.749.500.000 = Rp420.538.096$$

5.1.3 Penjualan Minimal Tahun 2014

$$\text{Penjualan minimal rupiah} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{1 - (VC/S)}$$

$$\text{Penjualan minimal rupiah} = \frac{Rp668.587.676 + Rp211.568.584}{1 - \frac{Rp869.343.740}{Rp1.749.500.000}} =$$

Rp1.749.500.000

$$\text{Penjualan minimal unit} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{P - VC}$$

$$\text{Penjualan minimal rupiah} = \frac{\text{Rp}668.587.676 + \text{Rp}211.568.584}{\text{Rp}100.000 - \text{Rp}49.691} = 17.495 \text{ unit}$$

5.1.4 Proyeksi Tahun 2015

Untuk Tahun 2015 perusahaan merencanakan kenaikan volume penjualan sebesar 10% dari tahun sebelumnya dengan anggapan bahwa besarnya biaya tetap, biaya variabel per unit, dan harga jual per unit tidak berubah. Berdasarkan anggapan tersebut maka tingkat penjualan tahun 2015 adalah 110% x 17.495 Unit = 19.245 Unit atau Rp100.000 x 19.245 Unit = Rp1.924.450.000. Maka Total Margin Kontribusi pada tahun 2014 dan 2015 adalah sebagai berikut :

TABEL 5-16 TOTAL MARGIN KONTRIBUSI

KETERANGAN	2014	2015
Penjualan	1,749,500,000	1,924,450,000
Biaya Variabel	869,343,740	999,745,302
Margin Kontribusi	880,156,260	924,704,698
Biaya Tetap	668,587,676	668,587,676
Laba Operasi	211,568,584	256,117,023

Maka, BEP Tahun 2015 dapat dihitung sebagai berikut:

b. BEP Tahun 2015

$$\text{BEP Rupiah} = \frac{\text{Total FC}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$\text{BEP Rupiah} = \frac{\text{Rp}668.587.676}{1 - \frac{\text{Rp}999.745.302}{\text{Rp}1.924.450.000}} = \text{Rp}1.391.431.832$$

$$BEP \text{ Unit} = \frac{FC}{Pi - VCi}$$

$$BEP \text{ Unit} = \frac{Rp668.587.676}{Rp100.000 - Rp51.950} = 13.914 \text{ Unit (dibulatkan)}$$

c. Margin Of Safety (MOS) Tahun 2015

Margin Of Safety (MOS) Tahun 2015 dapat dihitung sebagai berikut :

$$MOS = \frac{\text{Penjualan Yang Dianggarkan} - BEP}{\text{Penjualan Yang Dianggarkan}} \times 100\%$$

$$MOS = \frac{Rp1.924.450.000 - Rp1.391.431.832}{Rp1.924.450.000} \times 100\% = 27,70\%$$

$$MOS \text{ Rupiah} = 27,70\% \times Rp1.924.450.000 = Rp533.018.168$$

d. Target Penjualan Tahun 2015 Untuk Mencapai Laba Yang Direncanakan

$$\text{Penjualan minimal rupiah} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{1 - (VC/S)}$$

$$\text{Penjualan minimal rupiah} = \frac{Rp668.587.676 + Rp256.117.023}{1 - \frac{Rp999.745.302}{Rp1.924.450.000}} = Rp1.924.450.000$$

$$\text{Penjualan minimal unit} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{P - VCi}$$

$$\text{Penjualan minimal unit} = \frac{Rp668.587.676 + Rp256.117.023}{Rp100.000 - Rp51.950} = 19.245 \text{ unit}$$

5.2 Pembahasan

5.2.1 Penggolongan Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Berdasarkan data realisasi laporan keuangan CV Kurnia Wijaya Nur dapat diketahui data biaya tahun 2014. Selanjutnya data biaya tersebut digolongkan ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel. Total Biaya Variabel 2014 adalah Rp869.343.740, sedangkan untuk biaya tetap sebesar Rp668.587.676. Selain Biaya Tetap dan Biaya Variabel ada biaya Semi variabel pada CV Kurnia Wijaya Nur yang telah dipisahkan ke biaya tetap dan biaya variabel dengan metode *Least Square*.

5.2.2 Break Even Point (BEP)

Ratio contribution margin (RCM) sangat penting dalam menentukan kebijakan bisnis, karena menunjukkan bagaimana *contribution margin* akan dipengaruhi oleh total penjualan. Tahun 2014 CV Kurnia Wijaya Nur memperoleh penjualan sebesar Rp1.749.500.000, manajemen dapat menentukan *contribution margin* sebesar Rp880.156.260 dan memperoleh laba sebesar Rp211.568.584.

Break even point (BEP) menunjukkan penjualan perusahaan tidak mendapatkan laba dan tidak mendapatkan rugi. Pada tahun 2014 BEP total perusahaan sebesar Rp1.328.961.904 dengan total unit sebesar 13.290 Unit.

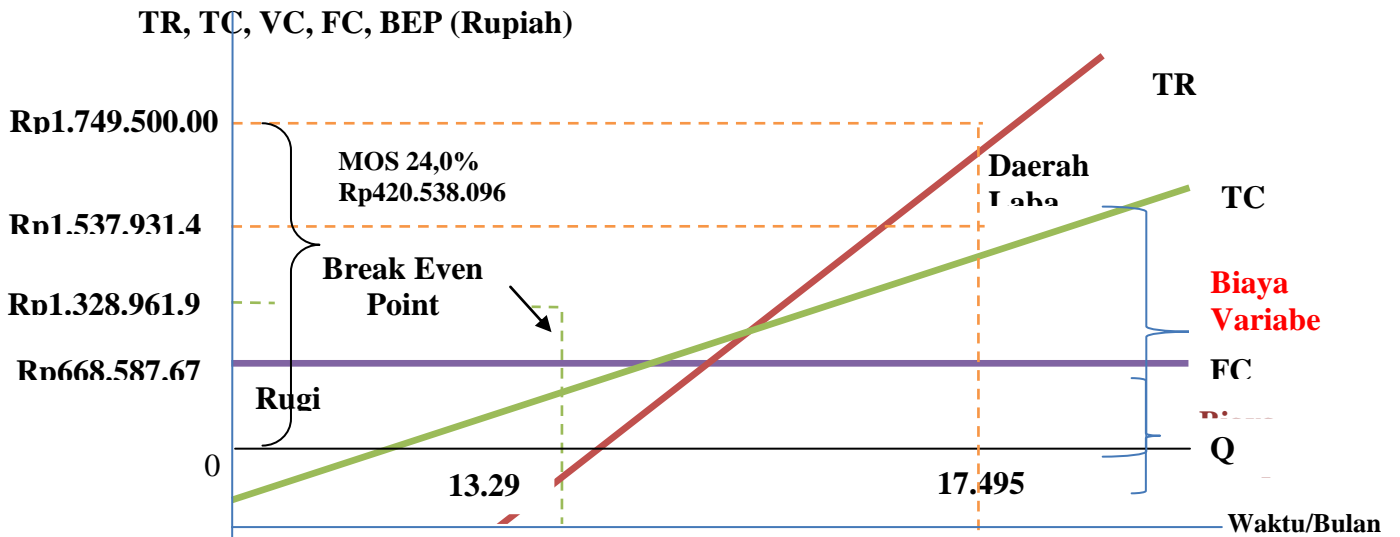
Tabel 5-17 Data Penjualan 2014

Tahun	Harga Per Botol	Jumlah Penjualan/Bulan												Total Penjualan	Pendapatan/ Tahun
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov	Des		
2014	Rp100,000	1,100	1,070	1,100	1,120	1,150	1,220	1,250	1,270	1,300	1,320	1,390	4,205	17,495	Rp1,749,500,000

Sumber: CV Kurnia Wijaya Nur

Dari tabel diatas diketahui Break Even Point terjadi pada bulan November dengan jumlah produksi 13.290 unit dan total penjualan sebesar Rp1.328.961.904. Pada bulan desember merupakan produksi laba untuk perusahaan sebesar Rp211.568.584. Total penjualan pada tahun 2014 Rp1.749.500.000 dan jumlah produksi 17.495 unit. Dengan batas aman (*Margin Of Safety*) 24,0% dengan jumlah Rp420.538.096.

Berikut adalah Grafik Break Even Point pada tahun 2014:



Gambar 5-15 Grafik BEP Tahun 2014

Keterangan:

- P = Harga dan Biaya
- Q = Unit Produk
- FC = Biaya Tetap
- TC = Biaya Total (Biaya Tetap + Biaya Variabel)
- TR = Pendapatan Total
- Break Even Point = Titik Impas/ Titik Pulang Pokok

Tabel 5-18 Pembuktian Break Even Point Tahun 2014

LAPORAN		
A. PENJUALAN		
PRODUK	13.290x Rp100.000 =	
	Rp 1.328.961.904	

Total Penjualan		Rp.1.328.961.904
B. BIAYA		
BIAYA TETAP	Rp668.587.676	
BIAYA VARIABEL :	13.290 x Rp49.691 = Rp660.374.229	
Total Biaya		(Rp.1.328.961.904)
C. RUGI/LABA		Rp 0

5.2.3 Margin Of Safety (Margin Of Safety)

Margin of Safety menunjukkan jarak antara hasil total penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada *Break Even Point*. Melalui perhitungan *margin of safety* dari tahun 2014, semakin kecil *margin of safety* menunjukkan hasil penjualan produk tersebut lebih rawan mengalami kerugian. 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 2014 sebesar 24,04% atau sebesar Rp420.538.096. Perusahaan tidak boleh menjual lebih rendah dari 24,04% karena akan menderita kerugian.

5.2.4 Bagaimana membuat perencanaan laba Tahun 2015?

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, telah diketahui bahwa manajemen perusahaan merencanakan adanya kenaikan total penjualan sebesar 10% dari tahun sebelumnya.

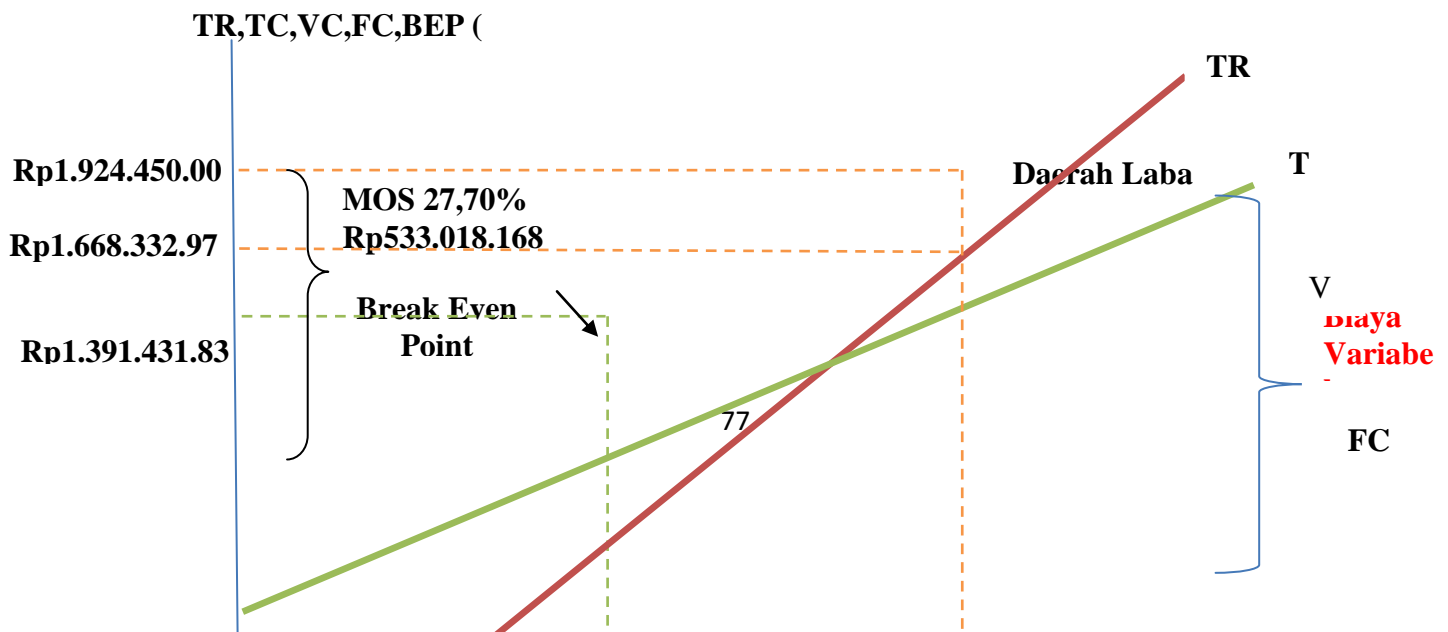
Maka, untuk proyeksi tahun 2015 diperoleh hasil yaitu volume penjualan meningkat 10% menjadi 19.245Unit, dengan biaya variabel sebesar

Rp999.745.302. Total hasil penjualan yang diperoleh pada tahun 2015 adalah Rp1.924.450.000. Dengan demikian Contribution Margin pada Tahun 2015 adalah Rp924.704.698.

Ratio Contribution Margin (RCM) diketahui sebesar 48,05%, maka Proyeksi BEP 2015 dapat dihitung. BEP adalah titik dimana perusahaan tidak mendapatkan keuntungan maupun rugi, atau pendapatan = beban. BEP Tahun 2015 adalah 13.914 Unit, dengan BEP Rupiah total adalah sebesar Rp1.924.450.000.

Tingkat keamanan penjualan Tahun 2015 agar perusahaan tidak mengalami kerugian adalah sebesar 27,70% atau sebesar Rp533.018.168. Artinya perusahaan tidak boleh melakukan penurunan penjualan lebih dari 27,70% karena akan mengalami kerugian.

Berikut adalah Grafik break Even Point pada tahun 2015:



Rp668.587.67

Rugi

Riava

Q

Waktu/Bula

0

13.91

19.24

Oktober

Grafik BEP Tahun 2015

Keterangan:

P = Harga dan Biaya

Q = Unit Produk

FC = Biaya Tetap

TC = Biaya Total (Biaya Tetap + Biaya Variabel)

TR = Pendapatan Total

Break Even Point = Titik Impas/ Titik Pulang Pokok

Tabel 5-19 Pembuktian Break Even Point Tahun 2015

LAPORAN		
A. PENJUALAN		
PRODUK	13.912 x Rp100.000 = Rp 1.391.431.832	
Total Penjualan		Rp.1.391.431.832
B. BIAYA		
BIAYA TETAP	Rp668.587.676	
BIAYA VARIABEL :	13.912 x Rp51.950 = Rp722.844.156	
Total Biaya		(Rp.1.391.431.832)
C. RUGI/LABA		Rp 0

Tabel 5-20 Data Penjualan Pada Tahun 2015

Tahun	Harga Per Botol	Jumlah Penjualan/Bulan												Total Penjualan	Pendapatan/Tahun
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov	Des		
2015	Rp100,000	1,280	1,300	1,321	1,340	1,395	1,400	1,410	1,420	1,520	1,528	2,500	2,831	19,245	Rp1,924,500,000

Sumber: CV Kurnia Wijaya Nur

Dari tabel diatas *Break Even Point* pada tahun 2015 terjadi dibulan Oktober menurun satu bulan dibanding tahun sebelumnya dengan jumlah produksi 13.914 unit dan total penjualan sebesar Rp1.391.431.832, ini membuat dua bulan setelah bulan Oktober perusahaan mendapatkan laba Rp256.117.023. Total penjualan pada tahun 2015 Rp1.924.450.000 dan jumlah produksi 19.245 unit. Dengan batas aman (*Margin Of Safety*) 27,70% dengan jumlah Rp533.018.168.

BAB VI

KESIMPULAN & SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada CV Kurnia Wijaya Nur, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari perhitungan *Break Even Point* (BEP) CV Kurnia Wijaya Nur, tahun 2014 dapat diketahui BEP terjadi pada tingkat produksi 13.290 unit dengan nilai penjualan Rp1.328.961.904. Dan *Break Even Point* pada tahun 2015 sebesar 13.914 unit dengan nilai penjualan Rp1.391.431.832.
2. Jika keuntungan tahun 2015 ditetapkan 10% lebih besar dari tahun 2014 maka keuntungan tahun 2015 akan menjadi dan untuk mencapai keuntungan tersebut maka penjualan perusahaan harus mencapai Rp1.924.450.000 atau 19.245 Unit.

6.2 Saran

1. CV Kurnia Wijaya Nur diharapkan dapat menerapkan analisis *Break Even Point*. Karena jika terjadi perubahan biaya dan harga jual produk untuk setiap periode, perusahaan dapat mengetahui perubahan tingkat BEP untuk setiap periodenya. Dengan menggunakan analisis *Break Even Point* diharapkan perusahaan dapat memperoleh informasi-informasi yang akurat mengenai berbagai tingkat penjualan dan tingkat biaya yang dapat mempengaruhi perolehan laba yang direncanakan oleh perusahaan.
2. Perusahaan sebaiknya melakukan efisiensi terutama dalam hal biaya untuk lebih meningkatkan laba dari tahun sebelumnya

DAFTAR PUSTAKA

Jumingan. 2011. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara

Kamarudin, Ahmad. 2013. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Rajawali Pers

Kasmir. 2010. Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Kencana

Munawir. 2014. Analisis Laporan Keuangan . Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Riyanto, Bambang. 1995. Dasar-dasar Pembelian Perusahaan. Yogyakarta: BPFE

Sanusi, Anwar. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat

Supriyono. 1982. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta