

PENDEKATAN ANALISA BREAK EVEN POINT UNTUK
MERENCANAKAN LABA DAN MENENTUKAN PENJUALAN PADA CV.
MITRA USAHA TEKNIK

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Penyelesaian
Program Studi D-IV Administrasi Bisnis Otomotif
d.h Manajemen Bisnis Industri



DISUSUN OLEH :

NAMA : ZULFIKRI MUBAROK

NIM : 1713128

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

2017

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

POLITEKNIK STMI JAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

PENDEKATAN ANALISA BREAK EVEN POINT UNTUK MERENCANAKAN LABA DAN MENENTUKAN PENJUALAN PADA CV. MITRA USAHA TEKNIK.

DISUSUN OLEH :

NAMA : ZULFIKRI MUBAROK

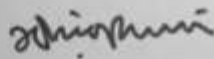
NIM : 1713128

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF d.h MANAJEMEN
BISNIS INDUSTRI

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif d.h Manajemen Bisnis Industri Politeknik STMI Jakarta pada hari Selasa 28 November 2017.

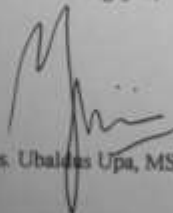
Jakarta, 28 November 2017

Penguji 1,



(Drs. Parlindungan Pardosi, MM)

Penguji 2,




(Drs. Ubaldus Upa, MS)

Penguji 3,



(Sonny Taufan, SH, MH)

Penguji 4,



(Pasti Immanuel Bangun, SE, MM)

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA
POLITEKNIK STMI JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

"PENDEKATAN ANALISA BREAK EVEN POINT UNTUK
MERENCANAKAN LABA DAN MENENTUKAN PENJUALAN
PADA CV. MITRA USAHA TEKNIK"

DISUSUN OLEH

NAMA : ZULFIKRI MUBAROK

NIM : 1713128

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam seminar Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri.

Jakarta, 7 November 2017

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Drs. P. Immanuel Hangun, MM

NIP. 195806111987031002

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ZULFIKRI MUBAROK

NIM : 1713128

Berstatus sebagai mahasiswa jurusan Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif POLITEKNIK STMI Kementerian Perindustrian RI, dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul "PENDEKATAN ANALISA BREAK EVEN POINT UNTUK MERENCANAKAN LABA DAN MENENTUKAN PENJUALAN PADA CV. MITRA USAHA TEKNIK".

- Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan literature hasil kuliah, survei lapangan, assistensi dengan dosen pembimbing, serta buku-buku maupun jurnal-jurnal ilmiah yang menjadi bahan acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan hasil duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai sebelumnya untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali yang telah disebutkan sumbernya dan dicantumkan pada referensi karya tulis Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan karya tulis hasil terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir ini.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan di atas, maka saya bersedia menerima sanksi atas apa yang telah saya lakukan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Jakarta, 07 November 2017

Yang Membuat Pernyataan


MUTSIKRI
MUBAROK
NIM. 1713128
6008
(Zulfikri Mubarak)



LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN TUGAS AKHIR

Nama : Zulfikri Mubgrok
 NIM : 1713128
 Judul TA : Pendekatan Analisa Break Even Point Untuk Memecahkan laba dan Menentukan Perjualan pada CV. Mitra Usaha Teknik

Pembimbing : Drs. P. Immanuel Bangun, MM
 Asisten Pembimbing : _____

Tanggal	BAH	Keterangan	Paraf
8/8/17		Pengajuan Judul Tugas Akhir	
21/8/17		ACC Judul Tugas Akhir	
30/8/17	I	ACC, konsultasi Bab I	
5/9/17	II	ACC Bab II, konsultasi Bab II	
12/9/17	III	ACC Bab III, konsultasi Bab IV	
20/10/17	IV	ACC BAB IV, konsultasi Bab V	
7/11/17	V & VI	ACC Bab V & VI	

Mengetahui,
Ka Prodi

Drs. Mulyono, MM

NIP. 195309011983031001

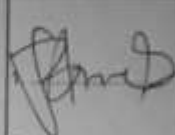
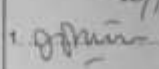
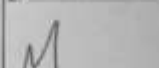


Pembimbing

Drs. P. Immanuel Bangun, MM

NIP. 195806111987031

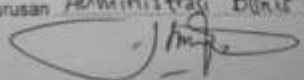
LEMBAR PERSETUJUAN
PERBAIKAN HASIL UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

NAMA Zulfikri Mubarak
 NIM 1713128
 JUDUL SKRIPSI Pendekatan Analisa Break Even Point untuk merencanakan laba dan menentukan pengujian pada CV Mitra Usaha Teknik

NO	PENGUJI / PEMBIMBING	SARAN PERBAIKAN	TANDA-TANGAN
1	PEMBIMBING / ASSISTEN : <u>Pati Immanuel Bangun, SE, MM</u>	1 ABSTRAK 2 TUJUAN PENELITIAN 3 TEORI 4 Merencanakan laba dg BEP 5 Tujuan penelitian	
2			2
1	PENGUJI : <u>Drs. Fortendyngan Pardosi, MM</u>	ABSTRAK Merupakan biaya : - Biaya Tetap -> K ? - Biaya variabel - Biaya Tetap - Biaya Listrik & Air Kesimpulan ke-2 -> bukan mencari tp saman Hal 80 -> biaya semestiah Hal 87 -> Tulisan ada landscape Hal 87 - Jarak Rumus - rumus pada hal- 72 sudah ditampilkan kesimpulan agar disingkat (terlalu panjang) Font disesuaikan pada abstrak BAB II - diperbaiki DAFTAR PUSTAKA : diperbaiki	20/11/17 1.  2.  3.  4. 
2			2
3	<u>Drs. Walidus Lipo, MS</u>		3
4	<u>Sonny Taufan, SH, MM</u>		4

Menyatakan materi tersebut telah diperbaiki dan memenuhi syarat untuk yudisium dan wisuda

Jakarta, 29 November 2017

Mengetahui
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Otomotif

Drs Mulyono, MM

ABSTRAK

CV. Mitra Usaha Teknik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri yang menghasilkan berupa komponen sasis truk serta komponen pelengkap khusus otomotif di ranah pertambangan yang berlokasi di Cikarang Jawa Barat. Permasalahan keuangan yang dihadapi perusahaan adalah tidak diketahuinya secara pasti penggolongan biaya-biaya baik biaya tetap maupun biaya variabel perusahaan. Maka Total biaya tetap keseluruhan produk A Frame Assy tahun 2018 Rp. 441.740.661,8 dan total biaya variabel keseluruhan Rp. 933.052.635,6. Perusahaan juga tidak mengetahui secara pasti jumlah volume produksi / penjualan yang harus dicapai dan berapa besarnya penjualan agar dapat memperoleh keuntungan yang diinginkan perusahaan selama ini. CV. Mitra Usaha Teknik hanya mengetahui bahwa tiap tahunnya perusahaan mengalami keuntungan dan pengeluaran melalui catatan sederhana. Break Even Point atau BEP merupakan suatu analisis untuk menentukan dan mencapai jumlah barang yang harus terjual kepada konsumen dengan harga tertentu agar perusahaan dapat menutupi biaya-biaya produksi dan mendapatkan laba. Dengan menggunakan analisis break even point didapatkan hasil sebagai berikut, break even point (BEP) produk A Frame Assy pada CV. Mitra Usaha Teknik tahun 2018 dapat diketahui BEP terjadi sebesar Rp. 747.005.503 atau dalam tingkat produksi/penjualan 72 unit dan perhitungan Margin Of Safety diketahui bahwa impas dihitung sebesar Rp 747.005.50, maka jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan perusahaan mengalami kerugian adalah Rp 1.536.342.497 (Rp 2.283.348.000 – Rp 747.005.503) atau 67,3 % (Rp 1.536.342.497 : Rp 2.283.348.000). Semakin besar margin of safety semakin besar kesempatan perusahaan untuk memperoleh laba, sebaliknya semakin kecil margin of safety, semakin rawan perusahaan tersebut terhadap penurunan target pendapatan penjualan. Jika margin of safety ratio, yang merupakan ratio antara margin of safety dengan pendapatan penjualan sebesar 67,3 % berarti penurunan target pendapatan penjualan sedikit di atas 67,3 % saja telah menyebabkan perusahaan menderita kerugian. Penjualan yang direncanakan sebesar Rp 1.294.104.453,127 dari laba yang direncanakan sebesar 25 %.

Kata Kunci : *analisis break even point, margin of safety, Penjualan, Laba*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, serta shalawat dan salam senantiasa penulis curahkan kepada Nabi kita, Rasulullah Muhammad Shallallahu 'alaihi Wa Sallam beserta keluarga dan para sahabatnya. Berkat bantuan dan dorongan dari semua pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "*PENDEKATAN ANALISA BREAK EVEN POINT UNTUK MERENCANAKAN LABA DAN MENENTUKAN PENJUALAN PADA CV. MITRA USAHA TEKNIK*".

Dengan tersusunnya Tugas Akhir ini maka diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan yang lebih luas bagi penyusun, pembaca, maupun mahasiswa lain pada umumnya serta pemenuhan salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan tugas akhir pada D-IV Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif di Politeknik STMI Kementerian Perindustrian RI.

Tugas akhir ini tidak dapat terwujud tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

- Bapak Dr. Mustofa, ST, MT. selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri.
- Bapak Dr. Ridzky Kramanandita, S.Kom, MT. selaku pembantu direktur 1.
- Bapak Deddy Trisanto, S.Kom, MMSI. selaku pembantu direktur 2.
- Bapak Drs. Pasti Immanuel Bangun, SE, MM. selaku pembantu direktur 3. dan selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
- Bapak Drs. Mulyono, MM. selaku Kepala Prodi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri. Terima kasih untuk dorongan, dan memberikan arahan untuk penulisan Tugas Akhir saya.

- Seluruh dosen pengajar dan staff Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri yang telah berjasa kepada Penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.
- Orangtua tercinta Ibu Tini serta seluruh keluarga, terima kasih atas do'a, dukungan, motivasi, nasihat, kasih sayang yang tiada tara sepanjang masa serta penyemangat hidup untuk kesuksesan, yang selalu memberikan bantuan moril, material, arahan, semangat, dan pengertian, serta selalu mendoakan keberhasilan dan keselamatan selama menempuh pendidikan. Ridho seorang ibu membukakan ridho Allah SWT.
- Bapak Sutarmadji, bagian Manager Produksi selaku pembimbing di CV. Mitra Usaha Teknik, serta pimpinan dan seluruh staf yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
- Teman teman Bike One Grups : Renaldy Alfarizi, Eggi Dawam H, Hanif Fadilah, Dicky Alamsyah, Pohan Simanjuntak, Rosihul Fikri, Alvin Andriansyah, Serta semua mahasiswa MBI angkatan 2013.
- Semua pihak yang telah berjasa kepada penulis dalam menyusun laporan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis telah berusaha sebaik mungkin dalam penyusunan Tugas Akhir ini baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu segala saran yang sangat membangun sangat diharapkan penulis dari para pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 07 November 2017

Penulis

Zulfikri Mubarak

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Aspek Keuangan.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan.....	7
2.1.2 Tujuan Manajemen Keuangan	8
2.1.3 Fungsi Manajemen Keuangan.....	8
2.1.4 Laporan Keuangan	8
2.1.5 Pihak – Pihak Yang Membutuhkan Laporan Keuangan	9
2.1.6 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan.....	10
2.2 Definisi Informasi Akuntansi Deferenisial.....	12
2.2.1 Penggunaan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek.....	12
2.2.2 Perencanaan Laba Jangka Pendek.....	13
2.3 Definisi Akuntansi Biaya	14
2.3.1 Pengertian Biaya	15

2.3.2	Klasifikasi Biaya	15
2.3.3	Metode Pengumpulan Biaya Produksi	17
2.3.4	Biaya Tetap	18
2.3.5	Biaya Variabel.....	20
2.4	Titik Impas (<i>Break Even Point</i>).....	21
2.4.1	Perhitungan Impas dengan Pendekatan Teknik Persamaan	22
2.4.2	Perhitungan Impas dengan Pendekatan Grafis.....	24
2.4.3	Tujuan Analisis Break Even Point	25
2.4.4	Kelemahan Analisa Break Even Point	26
2.5	<i>Margin Of Safety</i>	27
2.6	Aspek Pemasaran	27
2.6.1	Pengertian Manajemen Pemasaran	27
2.6.2	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	28
2.7	Aspek Produksi.....	29
2.7.1	Jenis-Jenis Produk	30
2.7.2	Perencanaan Produksi	31
2.8	Aspek Sumber Daya Manusia	31
2.8.1	Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia	31
2.9	Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		35
3.1	Jenis dan Sumber Data	35
3.1.1	Jenis Data	35
3.1.2	Sumber Data.....	36
3.2	Metode Pengumpulan Data	36
3.3	Metode Pengolahan Data.....	37
3.4	Teknik Analisis.....	37

3.4.1	Pendekatan BEP Unit dan Rupiah	37
3.4.2	BEP Dengan Perubahan	39
3.4.3	<i>Margin Of Safety</i>	40
3.4.4	Penentuan Penjualan Minimal	40
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		42
4.1	Pengumpulan Data	42
4.1.1	Profil Perusahaan	42
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4.1.3	Sejarah dan Perkembangan CV. Mitra Usaha Teknik	43
4.1.4	Struktur Organisasi	47
4.1.5	Deskripsi Pekerjaan.....	48
4.2	Modal Investasi Awal Perusahaan CV. Mitra Usaha Teknik.....	51
4.3	Gambaran Umum Produksi	58
4.3.1	Proses Produksi	60
4.3.2	Layout Perusahaan	63
4.3.3	Budget Produksi dan Realisasi.....	65
4.3.4	Gambaran Umum Pasar	68
4.3.5	Fungsi Pemasaran	70
4.3.6	Budget Pemasaran dan Realisasi.....	74
4.3.7	Perekrutan dan Penempatan Karyawan.....	77
4.3.8	Penggajian Karyawan.....	79
4.3.9	Hak dan Kewajiban	79
4.3.10	Pemutusan Hubungan Kerja.....	79
4.4	Pengolahan Data.....	80
4.4.1	Pemisahan biaya semivariabel menggunakan metode kuadrat terkecil (least square method).....	80

4.4.2	Ramalan Biaya Tetap Tahun 2018.....	86
4.4.3	Ramalan Biaya Variabel	86
4.4.4	Ramalan Harga Produk Tahun 2018	87
4.4.5	Ramalan Penjualan Produk Tahun 2018	88
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN		89
5.1	Pengantar Analisa.....	89
5.2	Perhitungan <i>Break Even Point</i> Tahun 2018	90
5.3	Grafik <i>Break Even Point</i> dan Rencana Penjualan	92
5.4	<i>Margin Of Safety</i>	93
5.5	Perencanaan laba sebesar 25 % dari Penjualan Tahun 2018.....	94
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		95
6.1	Kesimpulan.....	95
6.2	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		97

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 : BIAYA TETAP	19
GAMBAR 2.2 : BIAYA VARIABEL	21
GAMBAR 4.1 : STRUKTUR ORGANISASI	48
GAMBAR 4.2 : DESAIN PRODUK	60
GAMBAR 4.3 : PROSES SETTING	61
GAMBAR 4.4 : PROSES PACKAGING & DELIVERY	62
GAMBAR 4.5 : ALUR PROSES PRODUKSI	62
GAMBAR 4.6 : DENAH PLAN 1	63
GAMBAR 4.7 : DENAH PLANT 2	64
GAMBAR 4.8 : ALUR PENANGANAN PESANAN KONSUMEN	72
GAMBAR 4.9 : ALUR PENANGANAN KELUHAN KONSUMEN	73
GAMBAR 5.1 : GRAFIK BREAK EVEN POINT TAHUN 2018	92

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1 :BIAYA INVESTASI CV. MITRA USAHA TEKNIK	51
TABEL 4.2 :BIAYA PENYUSUTAN PERIODE TAHUN 2012-2016	52
TABEL 4.3 : BIAYA GAJI KARYAWAN TAHUN 2012-2016.....	54
TABEL 4.4 : BIAYA PEMASARAN TAHUN 2012 - 2016	54
TABEL 4.5 : PENJUALAN A FRAME ASSY TAHUN 2012 - 2016.....	55
TABEL 4.6 : DATA PERSEDIAAN BAHAN BAKU PERIODE TAHUN 2012-2016	55
TABEL 4.7 : DATA PERSEDIAAN BARANG JADI PERIODE TAHUN 2012-2016	55
TABEL 4.8 :DATA PERSEDIAAN PERIODE TAHUN 2012-2016	55
TABEL 4.9 : HARGA POKOK PENJUALAN PERIODE TAHUN 2012-2016.....	56
TABEL 4.10 : LAPORAN LABA RUGI PERIODE TAHUN 2012-2016.....	57
TABEL 4.11 : BUDGET DAN REALISASI BIAYA PRODUKSI TAHUN 2012 (Rp)	65
TABEL 4.12 : BUDGET DAN REALISASI BIAYA PRODUKSI TAHUN 2013 (Rp)	66
TABEL 4.13 : BUDGET DAN REALISASI BIAYA PRODUKSI TAHUN 2014 (Rp)	66
TABEL 4.14 : BUDGET DAN REALISASI BIAYA PRODUKSI TAHUN 2015 (Rp)	67
TABEL 4.15 : BUDGET DAN REALISASI BIAYA PRODUKSI TAHUN 2016 (Rp)	67
TABEL 4.16 : URAIAN PRODUK	68
TABEL 4.17 : VARIABEL DEMOGRAFIS	69
TABEL 4.18 : BUDGET DAN REALISASI PEMASARAN TAHUN 2012 (Rp)	74
TABEL 4.19 : BUDGET DAN REALISASI PEMASARAN TAHUN 2013 (Rp)	75
TABEL 4.20 : BUDGET DAN REALISASI PEMASARAN TAHUN 2014 (Rp)	75
TABEL 4.21 : BUDGET DAN REALISASI PEMASARAN TAHUN 2015 (Rp)	76
TABEL 4.22 : BUDGET DAN REALISASI PEMASARAN TAHUN 2016 (Rp)	76
TABEL 4.23 : KEBUTUHAN TENAGA KERJA PRODUKSI.....	77
TABEL 4.24 : NAMA MESIN, JUMLAH MESIN, JUMLAH KARYAWAN PRODUKSI	78
TABEL 4.25 : JADWAL JAM KERJA BAGIAN ADMINISTRASI	78
TABEL 4.26 : JADWAL JAM KERJA BAGIAN PRODUKSI.....	78
TABEL 4.27 : PEMISAHAN BIAYA SEMI VARIABEL PERIODE TAHUN 2012-2016	80
TABEL 4.28 : BIAYA TETAP PERIODE TAHUN 2012-2016.....	82
TABEL 4.29 : BIAYA VARIABEL PERIODE TAHUN 2012-2016	84
TABEL 4.30 : PERHITUNGAN BIAYA TETAP TAHUN 2018.....	86
TABEL 4.31 : PERHITUNGAN BIAYA VARIABEL TAHUN 2018.....	86
TABEL 4.32 : RAMALAN HARGA PRODUK A FRAME ASSY TAHUN 2018.....	87
TABEL 4.33 : RAMALAN PENJUALAN PRODUK DALAM UNIT TAHUN 2018	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan nasional negara, dengan kata lain sektor industri pengolahan ada sebagai pelengkap yang memberikan nilai tambah terhadap laju pertumbuhan sektor agraris. Selain itu, industri pengolahan juga menjadi salah satu penyedia lapangan pekerjaan yang cukup penting. Pengembangan industri kecil adalah cara yang dinilai besar peranannya dalam pengembangan industri manufaktur.

Tujuan mendirikan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh keuntungan sebesar besarnya yang dapat digunakan untuk kelangsungan hidup. Besar kecilnya laba yang dicapai menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaannya.

Suatu perusahaan pada hakikatnya mempunyai harapan dimasa yang akan datang baik jangka panjang maupun jangka pendek. Pada dasarnya perkembangan yang diinginkan yaitu, memperoleh laba dan menjaga agar kegiatan perusahaan terus berjalan. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, maka perusahaan harus memiliki suatu perencanaan yang sistematis, terpadu, serta mengkoordinasi seluruh aspek dalam perusahaan.

Perkembangan dan kemajuan dunia usaha telah membawa kearah persaingan yang semakin ketat, sedangkan usaha untuk mencapai laba secara maksimal tidak dapat dipisahkan dari masalah penjualan. Peningkatan penjualan dan laba menjadi faktor utama yang diimpikan oleh perusahaan. Kemajuan dan perkembangan usaha akan membawa akibat bagi pembangunan itu sendiri baik positif maupun negatif.

Secara operasional laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu, biaya, harga jual produk, dan volume penjualan, sedangkan penjualan sendiri langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya.

Analisis impas atau analisis biaya, volume, dan laba merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasi, dan menafsirkan data produksi dan distribusi untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan. Impas secara umum dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana usaha yang dijalankan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Dapat pula dikatakan impas jika pendapatan suatu usaha seimbang dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

Dengan demikian analisis impas (*break even*) adalah suatu alat yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan, dan volume penjualan. Secara umum analisa ini juga memberikan informasi mengenai *margin of safety* yang mempunyai kegunaan sebagai indikasi kepada manajemen berapakah penurunan penjualan dapat ditaksir sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian.

Untuk dapat menentukan analisa *break even point* (BEP) dilakukan pengelompokan unsur biaya menurut perilakunya terhadap volume kegiatan yang terdiri dari, biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tidak berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan dalam kisar (*range*) perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah – ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Rencana manajemen mengenai kegiatan industri dimasa yang akan datang pada umumnya dilihat melalui anggaran, yang berisi tentang taksiran pendapatan yang akan diperoleh dan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan tersebut. Dalam implementasinya analisis *break even* mencakup bagan *break even* (*Break Even Chart*) yaitu, berbagai grafik dari *Total Revenue* (TR), *Total Cost* (TC), *Variable Cost* (VC), dan *Fix Cost* (FC). Analisis ini berfungsi untuk memudahkan manajemen dalam menganalisis faktor -faktor yang dapat berguna untuk meningkatkan keuntungan usaha di masa yang akan datang.

CV. Mitra Usaha Teknik berdiri sejak tahun 2001 dengan pemilik bernama Bapak Munarno. Produk yang dihasilkan berupa komponen sasis truk serta komponen pelengkap khusus otomotif di ranah pertambangan. Salah satu permasalahan yang timbul adalah selama ini perusahaan tidak membuat perhitungan pada tingkat penjualan berapa yang harus dicapai oleh perusahaan agar dapat mengetahui tingkat keuntungan, rugi, maupun impas. Dan pada penjualan minimal berapa yang harus dicapai oleh perusahaan sehingga memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk memberi judul "PENDEKATAN ANALISA *BREAK EVEN POINT* UNTUK MERENCANAKAN LABA DAN MENENTUKAN PENJUALAN PADA CV. MITRA USAHA TEKNIK".

1.2 Pokok Permasalahan

Perusahaan hanya berfokus pada kegiatan produksi yang secara terus menerus tanpa mengetahui pada penjualan berapa unit mereka mencapai titik impas dan pada titik berapa perusahaan memperoleh keuntungan. Oleh karena itu perlu adanya analisa *Break Even Point* untuk mengetahui berapa tingkat penjualan agar mencapai titik impas, dan mencapai tingkat keuntungan yang direncanakan oleh perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pada tugas akhir ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Pada titik berapa terjadinya titik impas (*Break Even Point*) untuk penjualan A Frame Assy pada Tahun 2018 ?
2. Berapa besarnya penjualan minimal A Frame Assy untuk mencapai tingkat keuntungan yang direncanakan pada Tahun 2018 ?
3. Berapa Persentase *Margin Of Safety* Tahun 2018 pada tingkat penjualan *Break Even Point* A Frame Assy terhadap tingkat penjualan A Frame Assy yang direncanakan ?

4. Bagaimana merencanakan laba menggunakan metode *Break Even Point* sebesar 25% dari penjualan Tahun 2018

1.4 Batasan Masalah

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

1. Penelitian dilakukan di CV. Mitra Usaha Teknik yang berlokasi Jl. Rengas Bandung Kampung Ceger No. 33 RT 06/03 Desa Tanjung Baru Lemah Abang – Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data dari Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2016.
3. Tahun yang direncanakan adalah Tahun 2018.
4. Mengutamakan 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.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pada titik berapa terjadinya titik impas (*Break Even Point*) pada penjualan A Frame Assy di Tahun 2018.
2. Untuk mengetahui berapa tingkat penjualan A Frame Assy untuk mencapai tingkat keuntungan yang direncanakan di Tahun 2018.
3. Untuk mengetahui berapa presentase *Margin Of Safety* pada tingkat penjualan BEP produk A Frame Assy terhadap tingkat penjualan yang direncanakan di Tahun 2018.
4. Untuk mengetahui perencanaan laba sebesar 25 % dari penjualan Tahun 2018.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui perolehan laba jangka pendek, tingkat harga dan penjualan pada titik impas dan sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik perusahaan ketika merencanakan tingkat keuntungan perusahaan per tahun.

2. Bagi Politeknik STMI

Dapat menambah referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai metode *Break Even Point*, terutama untuk mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Otomotif.

3. Bagi Mahasiswa

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.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan tugas akhir dengan judul “Pendekatan Analisa *Break Even Point* Untuk Merencanakan Laba dan Menentukan Penjualan Pada CV. Mitra Usaha Teknik” adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, pokok permasalahan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini bertujuan memberikan gambaran mengenai analisa *Break Even Point* untuk merencanakan laba dan menentukan penjualan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan teori berupa pengertian dan definisi terkait dengan aspek keuangan, unsur-unsur biaya produksi, metode *break even point*, *margin of safety*.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, alat pengumpulan data, dan teknik pengolahan data.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi hasil pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk proses pengolahan data-data yang dibutuhkan sesuai dengan metode yang dipilih.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai pendekatan analisa *break even point* untuk merencanakan laba dan menentukan penjualan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran terkait pendekatan analisa *break even point* untuk merencanakan laba dan menentukan penjualan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Aspek Keuangan

2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Pada dasarnya manajemen keuangan mempunyai dua unsur kata yaitu “Manajemen” dan “Keuangan”. Manajemen keuangan merupakan salah satu fungsi operasional perusahaan yang sangat penting diantara fungsi-fungsi operasional perusahaan lainnya seperti Manajemen Pemasaran, Manajemen Produksi, Manajemen Sumber Daya Manusia dan lain sebagainya.

Menurut Bambang Riyanto dalam bukunya *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* menerangkan bahwa :

“Manajemen keuangan adalah manajemen untuk fungsi-fungsi pembelanjaan”(Bambang Riyanto, 2001 : hal 4).

Menurut Lawrence J. Gitman dalam bukunya *Principles of Managerial Finance* menyatakan bahwa :

“Finance can be defined as the art and science of managing money. Virtually all individuals and organizations earn or raise money and spend or invest money. Finance is concerned with the process, institutions, markets, and instrument involved in the transfer of money among and between individuals, businesses, governments.” (Lawrence J. Gitman, 2003 : Hal 4)

Apabila diartikan :

Keuangan dapat didefinisikan sebagai suatu seni dan ilmu pengetahuan dari pengelolaan uang. Sesungguhnya setiap individu dan organisasi menghasilkan uang dan membelanjakan atau menginvestasikan uang. Keuangan berhubungan dengan proses, institusi, pasar, dan instrument yang terlibat dalam perpindahan atau transfer uang antar individu, bisnis, dan pemerintah.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian dari Manajemen Keuangan adalah usaha-usaha untuk menyediakan uang, dimana

dengan uang tersebut perusahaan berusaha untuk memperoleh atau mendapatkan aktiva.

2.1.2 Tujuan Manajemen Keuangan

Menurut Lontoh, Frederich & Lindrawati, Jurnal Widia Manajemen & Akuntansi. (2004), Tujuan manajemen keuangan ialah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Tujuan perusahaan ialah maksimalisasi kesejahteraan pemilik perusahaan.

2.1.3 Fungsi Manajemen Keuangan

Menurut Harahap (1998) fungsi manajemen keuangan adalah sebagai berikut :

1. Keputusan Investasi

Investasi ialah sebagai penanaman modal suatu perusahaan pada aktiva riil maupun aktiva finansial. Keputusan finansial adalah keputusan terhadap aktiva apa yang akan dikelola oleh perusahaan. Keputusan investasi akan berpengaruh langsung terhadap besarnya rentabilitas investasi serta aliran kas perusahaan pada masa yang akan datang.

2. Fungsi Pendanaan

Keputusan pendanaan ialah mempelajari sumber-sumber dana yang berada di sisi passiva. Untuk itu diperlukan perhatian sumber dana yang biayanya paling minimal serta syarat-syarat yang menguntungkan.

3. Keputusan Dividen

Dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu dividen ini merupakan bagian dari penghasilan yang diharapkan oleh pemegang saham.

2.1.4 Laporan Keuangan

Laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Didalam

manajemen keuangan akan selalu berikatan dengan adanya laporan keuangan yang wajib dipakai untuk dapat melihat informasi - informasi biaya yang dikeluarkan atau dimasukkan, perlunya pembahasan singkat mengenai laporan keuangan menjadi landasan yang penting bagi manajemen dalam mengambil keputusan. Berikut pendapat singkat para pakar ekonomi tentang laporan keuangan.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2009) paragraf 09 menyatakan bahwa laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan merupakan *output* dari seluruh transaksi yang terjadi selama periode tertentu yang berisikan seluruh informasi keuangan perusahaan dalam periode tertentu.

Menurut Kasmir (analisis laporan keuangan, 2008 : 7) dalam pengertian sederhana, laporan keuangan adalah : laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi terkini.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah serangkaian proses yang terstruktur untuk dicatat, diolah, dan merupakan hasil akhir proses akuntansi untuk digunakan sebagai analisis data manajemen dalam mengambil keputusan.

2.1.5 Pihak – Pihak Yang Membutuhkan Laporan Keuangan

Menurut Harahap,(1998) pihak - pihak yang berkepentingan terhadap laporan keuangan maupun perkembangan suatu perusahaan adalah :

1. Pemilik Perusahaan

Pemilik perusahaan sangat berkepentingan terhadap laporan keuangan perusahaannya, karena dengan laporan keuangan pemilik perusahaan akan dapat menilai sukses tidaknya manager dalam memimpin perusahaannya dan

kesuksesan seorang manager biasanya diukur dengan laba yang diperoleh perusahaan.

2. *Manager*

Dengan mengetahui laporan keuangan perusahaan manager dapat mengukur tingkat biaya dari kegiatan perusahaan. mengukur efisiensi tiap tiap bagian produksi dan proses mengukur kinerja tiap individu dalam perusahaan dan menentukan perlu tidaknya menetapkan kebijaksanaan atau prosedur yang baru.

3. *Investor*

Para *investor* berkepentingan untuk melihat laporan keuangan perusahaan dimana mereka akan menanamkan modalnya. Laporan keuangan memberikan jaminan untuk mengetahui investasi jangka pendek perusahaan tersebut, sehingga para investor dapat menentukan langkah - langkah yang harus ditempuhnya.

4. Kreditur dan Bankers

Sebelum mengambil keputusan untuk memberi atau menolak permintaan kredit dari suatu perusahaan, kreditur dan bankers perlu mengetahui laporan keuangan perusahaan. Hal ini diperlukan guna mengetahui kemampuan membayar, asas manfaat, dan jaminan yang cukup dengan pinjaman yang diberikan.

5. Pemerintah

Laporan keuangan bisa menjadi tolak ukur pemerintah dalam menentukan besarnya pajak yang ditanggung oleh perusahaan, upah tenaga kerja, badan Biro Pusat Statistik, Departemen Perindustrian, dan Departemen Perdagangan.

2.1.6 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam Standar Akuntansi Keuangan (2009:2). Bentuk laporan keuangan yang utama di antaranya adalah Neraca, laporan laba-rugi dan laporan Arus Kas.

1. Neraca

Neraca adalah laporan yang sistematis tentang aktiva, hutang, serta modal dari suatu perusahaan pada saat tertentu. Jadi, tujuan Neraca adalah untuk

menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan pada suatu akhir tahun fiskal pada kalender. Pada dasarnya Neraca memiliki beberapa bagian diantaranya yaitu aktiva lancar, aktiva tetap, hutang jangka panjang, hutang jangka pendek, dan modal.

2. Laporan Laba Rugi

Laporan laba Rugi merupakan suatu laporan yang sistematis tentang penghasilan perusahaan dan biaya -biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba atau rugi dalam periode tertentu. Komponen laporan laba rugi biasanya terdiri dari :

1. Bagian Pertama, penghasilan perusahaan dikurangi beban pokok penjualan menghasilkan laba rugi kotor.
2. Bagian kedua, laba rugi kotor dikurangi beban usaha.
3. Bagian ketiga, laba rugi usaha ditambah atau dikurangi beban lain.
4. Bagian keempat, laba rugi sebelum pajak.
5. Bagian kelima, laba rugi bersih setelah dipotong pajak.

3. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas adalah laporan keuangan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan aliran masuk dan keluar utang perusahaan. Laporan arus kas terdiri dari :

1. Arus kas Masuk

Arus kas masuk merupakan pendapatan kas yang diterima perusahaan atas penjualan produk.

2. Arus kas keluar

Arus kas keluar adalah pengeluaran perusahaan untuk kegiatan operasional perusahaan atas penjualan produk .

3. Saldo Kas Awal

Saldo kas awal adalah kas minimum yang dicadangkan untuk kegiatan usaha.

4. Saldo Kas Akhir

Saldo kas akhir adalah kesimpulan dari arus kas operasional Dimana kas yang bernilai negatif adalah angsuran pinjaman.

5. Angsuran Pinjaman

Angsuran pinjaman merupakan pengeluaran kas untuk pengembalian pinjaman atas hutang - hutang perusahaan.

2.2 Definisi Informasi Akuntansi Deferensial

Salah satu fungsi penting manajemen adalah perencanaan. Dalam perencanaan, mereka dihadapkan pada pengambilan keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai macam alternatif yang harus dipilih, mereka menghadapi ketidakpastian. Oleh karena itu, manajemen memerlukan informasi yang dapat mengurangi ketidakpastian yang mereka hadapi, sehingga memungkinkan mereka menentukan pilihan dengan baik. Salah satu informasi penting yang biasanya diperlukan sebagai dasar perencanaan dan pengambilan keputusan adalah informasi akuntansi diferensial (Mulyadi, 2001:107).

2.2.1 Penggunaan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Perencanaan Laba Jangka Pendek

Menurut Mulyadi (2001:225), berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, adalah tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaannya, agar sedapat mungkin semua kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang telah disadari dan telah direncanakan cara menghadapinya sejak sekarang. Perencanaan pada dasarnya merupakan kegiatan membentuk masa depan sekarang. Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah memutuskan sekarang berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang.

Ukuran yang seringkali dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor : volume produk yang dijual, harga jual

produk, dan biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki; harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain. Oleh karena itu, dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting, sehingga dalam pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang, manajemen memerlukan informasi untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat terhadap laba yang akan datang.

2.2.2 Perencanaan Laba Jangka Pendek

Dalam penyusunan anggaran, manajemen memerlukan informasi akuntansi untuk mempertimbangkan berbagai dampak terhadap laba akibat dipilihnya suatu alternatif. Laba perusahaan dalam jangka pendek dipengaruhi oleh pendapatan (hasil kali volume penjualan dengan harga jual), biaya variabel, dan biaya tetap. Analisis impas dan analisis biaya-volume-laba merupakan teknik yang menggunakan informasi akuntansi diferensial untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek (Mulyadi, 2001: 226).

Manajemen akan dihadapkan pada pemilihan alternatif apakah harga jual produk dalam tahun anggaran yang akan datang perlu diturunkan untuk mengungguli posisi pesaingnya di pasar. Jika harga jual produk diturunkan kemungkinan yang akan terjadi adalah volume penjualan naik. Jika volume penjualan naik, anggaran biaya di masa yang akan datang akan naik pula. Untuk dapat memilih alternatif penurunan harga jual produk tersebut, manajemen memerlukan informasi dampak perubahan harga jual produk, volume penjualan, dan biaya terhadap laba perusahaan dalam tahun anggaran yang akan datang. Dengan mengetahui dampak terhadap laba, setiap alternatif tindakan yang dipertimbangkan sekarang, manajemen akan memiliki dasar yang kuat untuk memilih, sehingga ia akan mampu mengambil keputusan secara ekonomis rasional (Mulyadi, 2001: 227).

Laporan laba-rugi yang disusun dengan metode *variable costing* sangat membantu manajemen puncak dalam mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan yang diajukan oleh manajemen menengah. Karena pengambilan keputusan jangka pendek umumnya menyangkut atau mengakibatkan penambahan atau pengurangan volume kegiatan, maka manajemen dapat memperoleh berbagai gambaran sesuatu dalam bentuk angka berikut ini :

1. Impas (*break even*)

Jika perusahaan mampu memperoleh pendapatan penjualan di atas impas, perusahaan tersebut baru dapat menghasilkan laba. Kegiatan yang mengakibatkan turunnya impas akan lebih menarik manajemen jika dibandingkan dengan yang mengakibatkan kenaikan impas, karena semakin rendah impas berarti semakin besar kemungkinan perusahaan untuk mendapatkan laba (Mulyadi, 2001: 228).

2. *Margin Of Safety*

Dari target pendapatan penjualan tersebut, manajemen memerlukan pula informasi berapa jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan boleh terjadi, agar penurunan tersebut tidak mengakibatkan perusahaan menderita kerugian (Mulyadi, 2001: 229).

2.3 Definisi Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Dalam hal ini proses akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi keuangan. Dengan demikian akuntansi biaya dapat merupakan bagian dari akuntansi keuangan. (Mulyadi, 2014: 7).

2.3.1 Pengertian Biaya

Menurut (Mulyadi, 2014: 8). Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan yang akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Biaya adalah satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual. Jadi biaya merupakan hal penting bagi industri, sebab dengan berbagai macam biaya dapat diketahui atau dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan mengenai harga jual dan produk tersebut. Biaya diukur dengan satuan uang, sehingga biaya merupakan modal berdirinya suatu industri atau organisasi. Adanya sistem pembiayaan yang terarah maka perolehan laba akan berjalan dengan lancar.

penyajian dan analisa dari data-data biaya akan memberikan kegunaan atau maksud berikut:

1. Perencanaan laba dengan menggunakan budget-budget sebagai alat.
2. Pengendalian biaya-biaya melalui akuntansi tanggung jawab.
3. Pengukuran laba tahunan atau laba berkala termasuk persediaan.
4. Memberi bantuan dalam menetapkan harga jual dan suatu kebijaksanaan harga.

2.3.2 Klasifikasi Biaya

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep : "*different costs for different purposes*". Biaya digolongkan menurut :

1. Penggolongan Biaya Menurut Obyek Pengeluaran

Penggolongan biaya ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berdasarkan penjelasan singkat mengenai suatu objek pengeluaran. Misalnya semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut "biaya bahan bakar". Biasanya penggolongan biaya berdasarkan obyek pengeluaran bermanfaat untuk perencanaan perusahaan secara menyeluruh dan pada umumnya untuk kepentingan penyajian laporan kepada pihak luar.

2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan.

Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan, biaya dapat digolongkan menjadi 3 kelompok, yaitu:

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, yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel, dan lain-lain.
3. Biaya Administrasi dan Umum, yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk, contohnya gaji bagian akuntansi, gaji personalia, dan lain - lain.

3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai.

Jika perusahaan mengolah bahan baku menjadi produk jadi maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa produk. Sedangkan jika perusahaan menghasilkan jasa, maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa penyerahan jasa tersebut. Ada dua golongan dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, yaitu:

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. Biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.
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. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.

4. Penggolongan Biaya Menurut Perilaku dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan. Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat digolongkan menjadi:

1. Biaya Tetap (*fixed cost*), yaitu biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu. Contohnya gaji direktur produksi.
2. Biaya Variabel (*variable cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas. Contohnya biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
3. Biaya Semi Variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel. Contohnya biaya listrik yang digunakan.
4. Biaya Semi *Fixed*, yaitu biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
5. Penggolongan Biaya Menurut Jangka Waktu Berdasarkan jangka waktu manfaatnya, biaya dibagi menjadi dua yaitu :
 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.

2.3.3 Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Menurut Mulyadi dalam bukunya berjudul “akuntansi biaya” : dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya : biaya produksi dan biaya nonproduksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya nonproduksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan nonproduksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi dan umum. Biaya produksi membentuk kos produksi, yang digunakan untuk menghitung kos produk jadi dan kos produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya nonproduksi ditambahkan pada kos produksi untuk menghitung total kos produk.

Pengumpulan kos produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Secara garis besar, cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam : produksi atas dasar pesanan dan produksi massa. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan melaksanakan pengolahan produknya atas dasar pesanan yang di terima dari pihak luar. Contoh perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan antara lain adalah perusahaan percetakan, perusahaan mebel, perusahaan dok kapal. Perusahaan yang memproduksi berdasar produksi massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi persediaan di gudang. Umumnya produknya berupa produk satandar. Contoh perusahaan yang memproduksi massa antara lain adalah perusahaan semen, pupuk, makanan ternak, bumbu masak, dan tekstil.

Perusahaan yang memproduksi berdasar pesanan, mengumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode kos pesanan (*job order cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

Perusahaan yang memproduksi massa, mengumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode kos proses (*proses cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan (Mulyadi 2014:17).

2.3.4 Biaya Tetap

Menurut Mursyidi (2008) biaya tetap mempunyai karakteristik antara lain :

1. Secara total biaya ini tetap pada tingkatan volume produksi (*range*) tertentu.
2. Biaya per unit (satuan) selalu berubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau jumlah produk yang dihasilkan.
3. Pengakuan biaya didasarkan pada kebijaksanaan manajemen atau metode alokasi biaya.

4. Tanggung jawab pengendalian terletak pada tingkat manajemen tertentu.

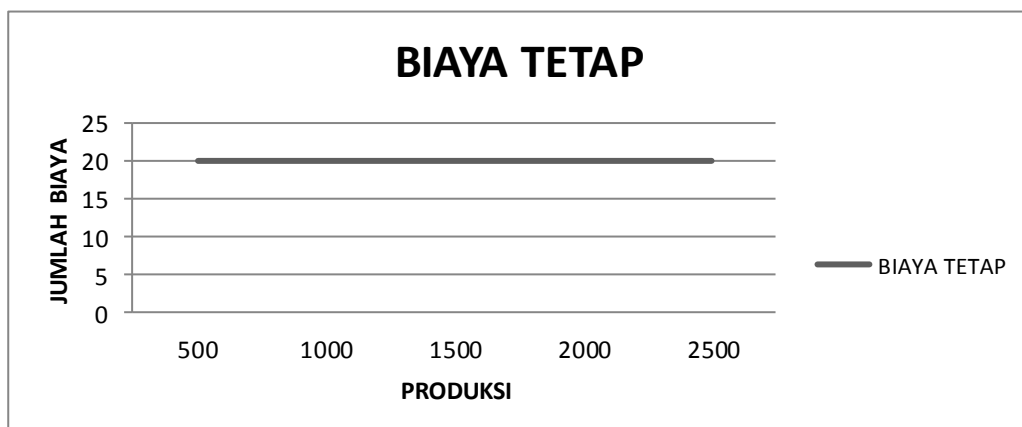
Dalam biaya produksi, biaya tetap ada pada biaya overhead pabrik, misalnya antara lain:

1. Gaji manajer produksi
2. Penyusutan aktiva tetap
3. Pajak bumi dan bangunan
4. Asuransi pabrik
5. Gaji mandor dan gaji tenaga administrasi pabrik
6. Sewa
7. Pemeliharaan dan perbaikan gedung

Jenis pengeluaran tertentu harus digolongkan sebagai biaya tetap hanya dalam tentang kegiatan yang terbatas. Rentang kegiatan yang terbatas ini disebut dengan rentang yang relevan. Total biaya tetap akan berubah di luar kegiatan yang relevan.

Dari pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap selama periode waktu tertentu meskipun terjadi perubahan besar dalam total kegiatan atau volume yang berkaitan dengan biaya tetap tersebut, singkatnya biaya tetap adalah biaya yang secara total tidak berubah jumlahnya meskipun jumlah produksi berubah. Maka semakin besar volume produksi maka semakin kecil pula biaya tetap per unitnya begitupun sebaliknya.

Gambar 2.1 Biaya Tetap



2.3.5 Biaya Variabel

Menurut Mursyidi (2008 : 18) biaya variabel mempunyai karakteristik antara lain :

1. Secara total biaya variabel berubah sesuai dengan perubahan volume produksi.
2. Biaya per unit (satuan) relatif tetap.
3. Dapat ditelusuri ke setiap produk yang dihasilkan.
4. Dapat dikendalikan oleh tingkat manajemen yang paling bawah, bahkan oleh tingkat operasional.

Semua bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung adalah biaya variabel sedangkan biaya overhead yang variabel antara lain :

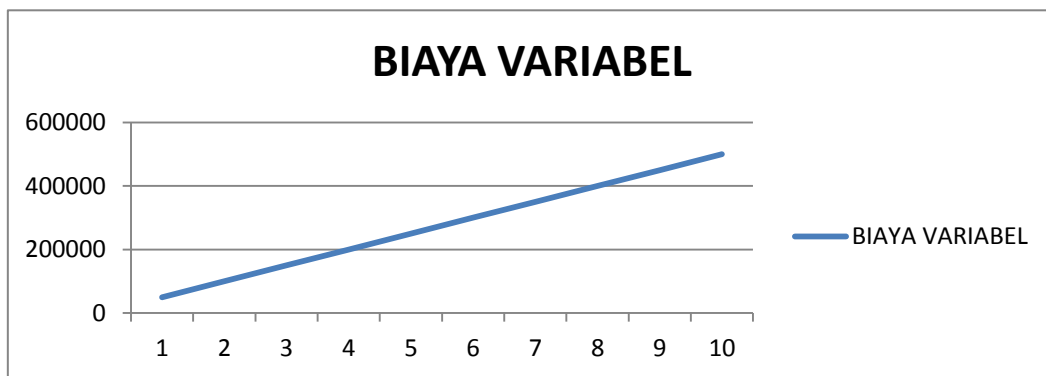
1. Supplies (perlengkapan)
2. Bahan bakar
3. Biaya penerimaan barang
4. *Royalty* (pada umumnya)
5. Biaya lembur
6. Biaya telepon (mayoritas)

Hubungan antara kegiatan produksi dan biaya variabel yang ditimbulkannya biasanya dianggap seakan-akan bersifat linear. Total biaya variabel dianggap meningkat dalam jumlah yang konstan untuk peningkatan setiap unit kegiatan.

Namun, hubungan yang sebenarnya sangat jarang bersifat linear secara sempurna pada seluruh rentang relevan yang mungkin. Misalnya, pada saat volume kegiatan meningkat sampai ke tingkat tertentu, barang kali manajemen akan menambah mesin produksi yang baru. Akibatnya, biaya kegiatan per unit akan berbeda-beda pada berbagai tingkat kegiatan. Meskipun demikian, dalam rentang relevan tertentu, hubungan antara kegiatan dan biaya variabelnya kurang lebih bersifat linear.

Dari pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, biaya variabel merupakan biaya yang secara total berubah - ubah sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Artinya asumsi kita biaya variabel berubah - ubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume produksi atau penjualan.

Gambar 2.2 Biaya Variabel



2.4 Titik Impas (*Break Even Point*)

Titik Impas (*Break Even Point*) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenues*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja. Analisis impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol) (Mulyadi, 2001: 232).

Ada dua cara untuk menentukan impas : pendekatan teknik persamaan dan pendekatan grafis. Penentuan impas dengan teknik persamaan dilakukan dengan mendasarkan pada persamaan pendapatan sama dengan biaya ditambah laba, sedangkan penentuan impas dengan pendekatan grafis dilakukan dengan cara mencari titik potong antara garis pendapatan penjualan dan garis biaya dalam suatu grafik yang disebut grafik impas (Mulyadi, 2001: .233).

2.4.1 Perhitungan Impas dengan Pendekatan Teknik Persamaan

Penentuan impas dengan teknik persamaan dilakukan dengan mendasarkan pada persamaan pendapatan sama dengan biaya ditambah laba.

Laba adalah sama dengan pendapatan penjualan dikurangi dengan biaya, atau dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut :

$$y = cx - bx - a$$

Keterangan :

$$y = \text{laba}$$

$$c = \text{harga jual per unit/ satuan}$$

$$x = \text{jumlah produk yang di jual}$$

$$b = \text{biaya variabel per unit/ satuan}$$

$$a = \text{biaya tetap}$$

Jika persamaan tersebut dinyatakan dalam bentuk laporan laba-rugi metode variable costing, persamaan tersebut sebagai berikut :

Pendapatan penjualan	cx	
Biaya variabel	<u>bx</u>	—
Laba Kontribusi	cx – bx	
Biaya tetap	<u>a</u>	—
Laba bersih	y	

Menurut definisi, suatu perusahaan akan mencapai keadaan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya (laba = nol, $y = 0$) atau kalau dinyatakan dalam persamaan adalah sebagai berikut :

$$0 = cx - bx - a$$

$$cx = bx + a$$

Persamaan tersebut diselesaikan sebagai berikut :

$$cx = bx + a$$

$$cx - bx = a$$

$$x(c-b) = a$$

$$x' = \frac{a}{c - b}$$

Keterangan :

$$cx = bx + a \quad \text{pendapatan penjualan} = \text{biaya}$$

$$cx - bx = a \quad \text{laba kontribusi} = \text{biaya tetap}$$

$$x' = \frac{a}{c - b}$$

impas (dalam satuan produk) = biaya tetap dibagi dengan selisih antara harga jual per unit dengan

biaya variabel per unit.

Rumus perhitungan impas dalam satuan produk yang dijual adalah :

<p>Biaya Tetap</p> <p>Impas (dalam satuan produk = _____ yang dijual) Harga jual per satuan – Biaya variabel per satuan</p>	
--	--

Impas dalam rupiah penjualan dapat dicari rumusnya dengan cara mengalikan rumus impas tersebut di atas dengan c, yaitu harga jual per unit produk.

Rumus perhitungan impas dalam rupiah penjualan adalah sebagai berikut :

Biaya Tetap

$$\text{Impas (dalam rupiah penjualan)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}}$$

Atau,

$$\text{BEP(unit)} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$$

$$\text{BEP(Rp)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

Keterangan:

BEP : Break Even Point

FC : Fixed Cost

VC : Variable Cost

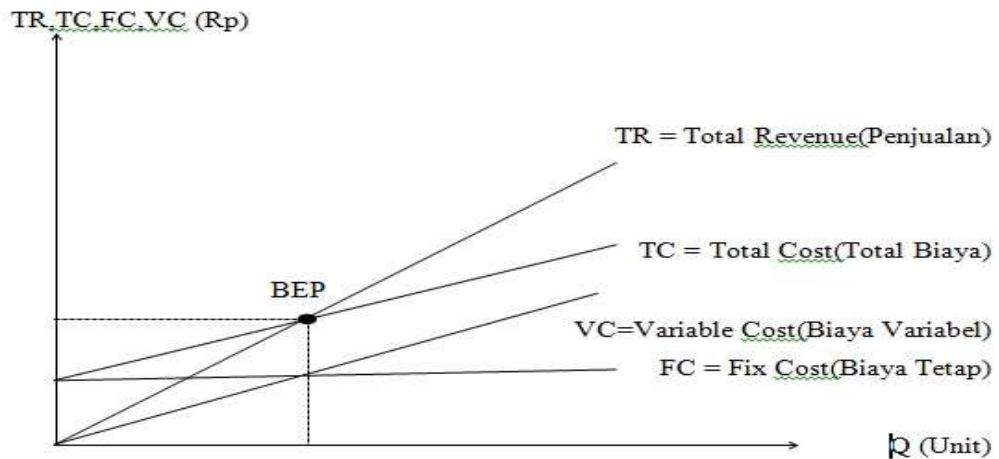
P : Price Per Unit

S : Sales Volume

2.4.2 Perhitungan Impas dengan Pendekatan Grafis

Perhitungan impas dapat dilakukan juga dengan menentukan titik pertemuan antara garis pendapatan penjualan dengan garis biaya dalam suatu grafik. Titik pertemuan antara garis pendapatan penjualan dengan garis biaya merupakan titik impas. Untuk dapat menentukan titik impas, harus dibuat grafik

dengan sumbu datar menunjukkan volume penjualan, sedangkan sumbu tegak menunjukkan biaya dan pendapatan.



2.4.3 Tujuan Analisis Break Even Point

Tujuan dari analisis break even point yaitu, untuk mengetahui pada volume penjualan atau produksi berapakah suatu perusahaan akan mencapai laba tertentu.

Menurut Susan Irawati dalam bukunya “Manajemen Keuangan” tujuan analisis break even point adalah sebagai berikut :

1. Untuk menunjukkan berapa tingkat penjualan yang harus dicapai, jika perusahaan ingin mendapatkan laba.
2. Untuk membantu menganalisis rencana untuk modernisasi atau otomatisasi untuk mengganti biaya variabel menjadi biaya tetap.
3. Untuk membantu menganalisis pengaruh-pengaruh dari ekspansi terhadap tingkat operasi atau kegiatan.

Artinya secara umum analisa *break even point* dapat memberikan informasi kepada pimpinan, bagaimana pola hubungan antara volume penjualan, biaya, dan tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada level penjualan tertentu.

2.4.4 Kelemahan Analisa Break Even Point

Kelemahan analisa *break even point* walaupun analisa *break even point* memiliki manfaat dan tujuan yang cukup banyak bagi manajemen dan pimpinan perusahaan. Analisis *break even point* juga memiliki kelemahan. Berikut beberapa kelemahan dari analisis *break even point* menurut Sofyan Syafri Harahap dalam buku *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan*. Sebagai berikut :

1. Perlu Asumsi

Artinya analisis titik impas membutuhkan banyak asumsi, terutama mengenai hubungan antara biaya dengan pendapatan. Padahal terkadang asumsi yang digunakan sudah tidak sesuai dengan realita yang terjadi kedepan.

2. Bersifat Statis

Artinya analisis ini hanya digunakan pada titik tertentu bukan pada suatu periode tertentu.

3. Tidak digunakan untuk mengambil keputusan akhir.

Artinya analisis titik impas hanya baik digunakan jika ada penentuan kegiatan lanjutan yang dapat dilakukan.

4. Tidak menyediakan pengujian aliran kas yang baik.

Artinya jika aliran kas telah ditentukan melebihi aliran kas yang harus dikeluarkan, proyek dapat diterima dan hal-hal lainnya dianggap sama.

5. Hubungan penjualan dan biaya

Hubungan penjualan dan biaya adalah dalam hal biaya, jika penjualan dilakukan dalam kapasitas penuh, tetapi memerlukan tambahan penjualan, akan ada tambahan biaya tenaga kerja atau upah yang mengakibatkan naiknya biaya variabel dan jika diperlukan tambahan peralatan atau pabrik. Maka, biaya tetap juga akan meningkat.

6. Kurang mempertimbangkan risiko-risiko yang terjadi selama masa penjualan.

Artinya selama masa penjualan begitu banyak risiko yang mungkin dihadapi, misalnya kenaikan harga bahan baku, yang akan berpengaruh terhadap harga jual dan pada akhirnya akan berpengaruh kepada jumlah penjualan secara keseluruhan, baik unit maupun rupiah.

7. Pengukuran kemungkinan penjualan

Artinya jika hendak membuat grafik ulang pokok yang didasarkan kepada harga penjualan yang konstan, untuk melihat kemungkinan laba pada berbagai tingkat harga harus dibuatkan semua seri grafik untuk tiap tingkat harga.

Namun, meskipun analisis titik impas memiliki banyak kelemahan, manajemen masih dapat menggunakannya sebagai salah satu alat perencanaan keuangan, terutama perencanaan laba, produksi, maupun perencanaan penjualan ke depan. Hanya saja bagaimana perusahaan dapat melihat kelemahan diatas sebagai bahan koreksi atau pertimbangan lain dalam menentukan kebijakannya.

2.5 Margin Of Safety

Dalam analisis impas memberikan informasi mengenai berapa jumlah volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita rugi. Jika angka impas dihubungkan dengan angka pendapatan penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu, akan diperoleh informasi berapa volume penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi. Selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan impas merupakan angka *margin of safety*.

Angka *margin of safety* ini memberikan informasi berapa maksimum volume penjualan yang direncanakan tersebut boleh turun, agar perusahaan tidak menderita rugi atau dengan kata lain angka *margin of safety* memberikan petunjuk jumlah maksimum penurunan volume penjualan yang direncanakan, yang tidak mengakibatkan kerugian (Mulyadi 2001 : 254).

Margin of safety

$$= \frac{\text{Penjualan yang direncanakan} - \text{Penjualan pada Break Even}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100 \%$$

2.6 Aspek Pemasaran

2.6.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Pemasaran atau marketing memang menjadi kegiatan dalam proses bisnis yang penting. Pemasaran sangat berpengaruh penting terhadap kelangsungan bisnis, seperti menentukan target pasar yang tepat, menentukan harga produk yang

sesuai dan dapat dijangkau oleh target pasar, hingga menentukan cara mengemas produk atau jasa agar lebih mudah dimengerti oleh masyarakat.

Pemasaran secara umum adalah sebuah proses atau aktivitas dalam bisnis untuk mengenalkan produk atau jasa kepada masyarakat. Menurut Kotler (2004:7), “ Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Menurut Swastha dan Irawan (2008:50), “Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba”.

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditunjukkan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang ditinjau dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

2.6.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan peranan penting dalam pemasaran yang dapat menghubungi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Marketing mix juga menentukan keberhasilan perusahaan dalam mengejar profit.:

Berdasarkan pengertian di atas, maka penulis dapat menjelaskan bahwa bauran pemasaran adalah suatu perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran bagi perusahaan, dan semua ini ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada segmen pasar atau konsumen yang di pilih. Menurut Philip Kotler (2011:181) bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4P (*product, Price, Place dan Promotion*) yaitu :

1. Produk (*Product*)

Produk merupakan sekumpulan nilai kepuasan yang kompleks. Nilai sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima. Mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk.

2. Harga (*Price*)

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha. Manajemen harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut, dan berbagai variabel yang bersangkutan.

3. Tempat (*Place*)

Place diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju. Tempat juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan, sebagian dari nilai dan manfaat jasa.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah menginformasikan, menghubungi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

2.7 Aspek Produksi

Pada berbagai organisasi bisnis yang ada di seluruh penjuru bumi, setiap harinya selalu menghasilkan bermacam-macam produk dan jasa dengan beragam bentuk dan jenis. Didalam proses produksi barang dan jasa pastinya membutuhkan teknik dan metode tertentu supaya berjalan efektif dan efisien.

Menurut Heizer dan Render (2011:4) di dalam bukunya menyatakan bahwa manajemen produksi adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output.

Menurut Handoko (1999:3) di dalam bukunya mengatakan bahwa manajemen produksi dan operasional adalah usaha-usaha pengelolaan secara

optimal penggunaan sumberdaya-sumberdaya (disebut juga dengan faktor-faktor produksi), tenaga kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah dan lain sebagainya di dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa.

Menurut Assauri di dalam bukunya menyatakan bahwa faktor-faktor produksi di dalam ilmu ekonomi itu adalah tanah, modal, tenaga kerja dan keterampilan. Terdapat empat macam produksi yang utama menurut Sofyan Assauri (2004:23) yaitu antara lain sebagai berikut :

1. Proses

Proses diartikan sebagai metode dan teknik yang digunakan untuk mengolah bahan.

2. Jasa-jasa

Jasa-jasa yang berupa badan pengorganisasian untuk menetapkan teknik-teknik, sehingga proses dapat dipergunakan secara efektif.

3. Perencanaan

Perencanaan adalah hubungan atau korelasi dan organisasi dari kegiatan produksi untuk suatu dasar waktu tertentu

4. Pengawasan

Pengawasan untuk menjamin bahwa maksud dan tujuan mengenai penggunaan bahan pada kenyataan yang dilaksanakan

2.7.1 Jenis-Jenis Produski

Jenis proses produksi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

1. Proses produksi yang terus-menerus (*continuous processes*) Perencanaan produksi dalam perusahaan pabrik yang mempunyai proses produksi yang terputus-putus, dilakukan berdasarkan jumlah pesanan (*order*) yang diterima. Oleh karena kegiatan produksi yang dilakukan berdasarkan

pesanan (*order*), maka jumlah produknya biasanya sedikit atau relatif kecil, sehingga perencanaan produksi yang dibuat semata-mata tidak berdasarkan ramalan penjualan (*sales forecasting*), tetapi terutama didasarkan atas pesanan yang masuk.

2. Proses produksi yang terputus-putus (*intermittent processes*) Perencanaan produksi pada perusahaan yang mempunyai proses produksi yang terus-menerus, dilakukan berdasarkan ramalan penjualan. Hal ini karena kegiatan produksi tidak dilakukan berdasarkan pesanan akan tetapi untuk memenuhi pasar dan jumlah yang besar serta berulang-ulang dan tetap mempunyai *continuitas* produksi selama jangka waktu yang tertentu.

2.7.2 Perencanaan Produksi

Perencanaan produksi dapat dikatakan sebagai penentuan tingkat jumlah produk yang diinginkan pada waktu yang tepat dengan biaya minimum & berkualitas serta menjadi dasar pembuatan anggaran operasi, keperluan SDM. menetapkan peralatan dan tingkat persediaan. Tujuan perencanaan produksi adalah :

1. Mencapai tingkat keuntungan pada level tertentu.
2. Mengusahakan agar perusahaan dapat mencapai tingkat efisiensi tertentu.
3. Penggunaan semaksimal mungkin fasilitas yang ada dalam perusahaan.
4. Mempertahankan perusahaan agar dapat bekerja sesuai dengan tingkatnya dan diharapkan berkembang.

2.8 Aspek Sumber Daya Manusia

2.8.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian. Proses ini terdapat dalam fungsi/bidang produksi, pemasaran, keuangan, maupun kepegawaian. Karena sumber daya manusia dianggap semakin penting perannya dalam pencapaian tujuan perusahaan, maka berbagai pengalaman dan hasil penelitian dalam bidang sumber daya manusia dikumpulkan secara sistematis dalam apa yang disebut manajemen sumber daya

manusia. Istilah “manajemen” mempunyai arti sebagai kumpulan pengetahuan tentang bagaimana seharusnya *manage* (mengelola) sumber daya manusia.

Tujuan manajemen sumber daya manusia ialah meningkatkan kontribusi produktif orang-orang yang ada dalam perusahaan melalui sejumlah cara yang bertanggung jawab secara strategis, etis dan sosial. Adapun fungsi-fungsi dari manajemen SDM sama halnya dengan fungsi manajemen umum yaitu, fungsi manajerial dan fungsi operasional.

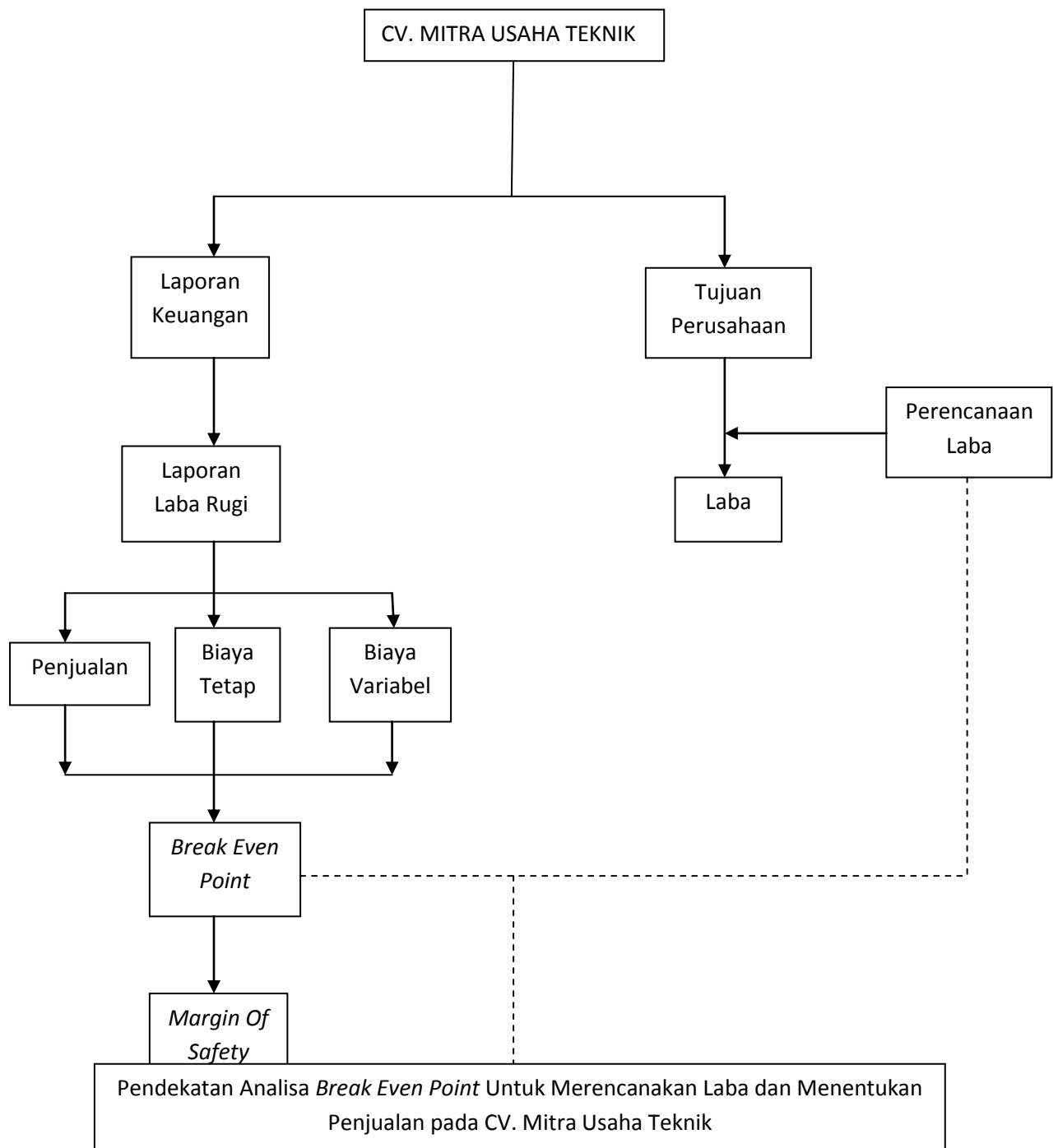
Manajemen personalia adalah cabang dari manajemen yang memiliki tujuan terhadap sumber daya manusia dalam organisasi agar dapat bekerja sama dalam mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu. Menurut beberapa ahli manajemen personalia dapat diartikan sebagai berikut :

1. Manajemen personalia sering disama artikan dengan *man power*, manajemen personalia yaitu pengawasan terhadap fungsi-fungsi pengadaan, penarikan, pengembangan, dan pemberian kompensasi, pengintegrasian, dan pemeliharaan dengan terbantu tercapainya tujuan organisasi perusahaan menurut John soeprihanto (1984 : 34).
2. Manajemen personalia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dari pengadaan pemberian kompensasi, pengintegrasian dan pemeliharaan tenaga kerja dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan menurut Heidjrachman Ranupandojo dan Suad Hasnan, MBA (1980 : 5).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian manajemen personalia merupakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemberi kompensasi, pengintegrasian, memajukan, dan pemeliharaan tenaga kerja secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.9 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian di atas, maka disusun suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Berdasarkan data historis penjualan masa lalu, data-data tersebut diolah dengan trend kuadratik untuk memperoleh estimasi volume penjualan yang akan datang. Hasil peramalan / trend dibandingkan dengan volume penjualan riil selama periode yang dianalisa agar didapatkan range volume penjualan/ besarnya

penyimpangan penjualan yang diramalkan dengan penjualan riil, baik batas penyimpangan tertinggi maupun terendah. Hal ini dimaksud untuk mengurangi ketidakakuratan peramalan penjualan mengingat volume penjualan bisa berubah sangat fluktuatif.

Berdasarkan ramalan volume penjualan, ditentukan besarnya rencana produksi dan metode yang digunakan adalah stabilitas produksi yaitu jumlah barang yang diproduksi pada kisaran yang relatif stabil untuk tiap periode, besarnya jumlah barang yang diproduksi adalah rencana penjualan + persediaan akhir yang diinginkan – persediaan awal periode lalu. Berdasarkan rencana produksi ditentukan perencanaan biaya, yaitu biaya variabel diperoleh dari pengalihan tarif biaya variabel/unit dengan volume produksi, biaya tetap diperoleh dari ramalan biaya tetap berdasarkan data historis biaya dan biaya semivariabel dipisahkan ke dalam biaya tetap dan variabel. Setelah itu data rencana penjualan dan biaya digunakan dalam analisa BEP untuk dapat diketahui volume penjualan pada titik impas, margin of safety dan volume penjualan minimum. Berdasarkan laba yang direncanakan bisa diketahui volume penjualan yang harus dicapai sehingga perusahaan bisa merencanakan penjualan untuk periode yang akan datang

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai penulis dalam tugas akhir ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka-angka dan data kualitatif yaitu data berbentuk keterangan yang pada umumnya bersifat logika dan dapat diperoleh dari pandangan seseorang mengenai fenomena (keadaan, proses, kejadian) tertentu. Data yang ingin diteliti adalah data laporan laba rugi terakhir pada tahun 2016.

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka - angka dan data kualitatif yaitu data berbentuk keterangan yang pada umumnya bersifat logika dan dapat diperoleh dari pandangan seseorang mengenai fenomena (keadaan, proses, kejadian) tertentu. Data yang ingin diteliti adalah data laporan laba rugi terakhir pada tahun 2016.

1. Data Fisik

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

2. Data Dokumenter

Data dokumenter ini dapat berupa faktor, jurnal, surat surat, notulen hasil rapat, memo 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 tersebut. Data penelitian ini, data dokumenter yang digunakan adalah berupa faktur penjualan.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer ini ada dua yaitu :

a. Data umum perusahaan

Data umum perusahaan ini berupa data mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, kedudukan tugas, dan fungsi serta fasilitas yang dimiliki perusahaan.

b. Data khusus perusahaan

Data khusus perusahaan ini berupa data penjualan, data yang berkaitan dengan biaya - biaya dan data laporan pendapatan perusahaan.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Secara keseluruhan data yang dimaksud adalah :

a. Penggunaan bahan baku

b. Volume Penjualan

c. Biaya Tetap

d. Biaya Variabel

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk analisis penulisan ini dilakukan melalui studi pustaka dan studi lapangan.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan menggunakan literature - literature dan buku - buku kuliah maupun artikel baik dari majalah, jurnal maupun surat kabar. Dari penulisan ini penulis memperolehnya melalui media elektronik (internet) maupun media cetak.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung mengamati secara langsung obyek yang diteliti :

a. Wawancara (*Interview*)

Penulis mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan terkait dengan data yang dibutuhkan. Wawancara dilakukan dengan cara menanyakan dan mengkonfirmasi ulang kepada pihak perusahaan tentang data keuangan yang diperlukan sebagai bahan penelitian.

b. Observasi (*Observation*)

Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan langsung di perusahaan untuk mempermudah dalam pengumpulan data yang dibutuhkan untuk bahan penelitian.

3.3 Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah data keuangan yang diperoleh kedalam bentuk laporan keuangan melalui Microsoft Excel kemudian dihitung BEP per unit serta BEP dalam rupiahnya secara manual untuk menemukan titik impasnya yang disajikan secara grafik.

3.4 Teknik Analisis

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan oleh penulis yaitu :

3.4.1 Pendekatan BEP Unit dan Rupiah

BEP per unit :

$$\text{BEP unit} = \frac{FC}{P-VC}$$

BEP per rupiah :

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

Keterangan :

FC : Fix Cost (Biaya Tetap)
VC : Variable Cost (Biaya Variabel)
P : Harga Penjualan Per Unit
S : Total Penjualan
BEP unit : Jumlah yang dihasilkan impas dalam unit
BEP rupiah : Jumlah yang dihasilkan impas dalam rupiah

Penerapan sederhana sebagai contoh suatu bisnis untuk suatu produk memiliki data sebagai berikut :

1. Penjualan 100.000 unit @ Rp.10,-	Rp.1.000.000
2. Fixed Cost	Rp. 360.000,-
3. Variable Cost (Rp. 4,- / unit)	<u>Rp. 400.000,-</u>
Total cost	<u>Rp. 760.000</u>
Profit	Rp. 240.000

Dari perhitungan diatas dapat dikatakan bahwa BEP tercapai pada penjualan Rp. 600.000,- atau penjualan sebesar 60.000 unit. Dengan demikian apabila perusahaan hanya mampu menjual sebesar Rp. 600.000,- maka perusahaan tidak akan memperoleh keuntungan.

Hal ini dapat diuji dengan perhitungan sebagai berikut :

1. Penjualan 60.000 @ Rp10,-	Rp. 600.000,-
2. Fixed Cost	Rp. 360.000,-
3. Variable Cost (Rp. 4,-/unit)	<u>Rp. 240.000,-</u>
Total Cost	<u>Rp. 600.000,-</u>
Profit	Rp. 0

Gambar 3.1 Grafik BEP

3.4.2 BEP Dengan Perubahan

Dalam praktiknya perolehan titik impas akan berubah – ubah seiring dengan terjadinya berbagai perubahan kondisi lingkungan atau kebijakan. Artinya pihak manajemen harus selalu mengantisipasi apabila terjadi perubahan – perubahan yang akan menyebabkan perubahan perolehan titik impas. Berikut ini adalah berbagai sebab yang mengakibatkan perubahan *break even point* :

1. Perubahan Jumlah Biaya Variabel

Apabila jumlah biaya variabel berubah mengalami kenaikan sebesar 20 % dari Rp. 400.000,- menjadi Rp. 480.000,- maka BEP yang baru adalah sebagai berikut :

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Rp. 360.000}}{1 - \frac{\text{Rp. 400.000} + 80.000}{\text{Rp. 1.000.000}}} = \text{Rp. 692.307}$$

$$\text{BEP dalam unit} = \frac{\text{Rp. 692.307}}{\text{Rp. 10}} = 69.230 \text{ Unit}$$

Dari BEP rupiah dan unit tampak terjadi kenaikan Rp. 92.307,- yaitu dari Rp. 600.000,- menjadi Rp. 692.307,- dan dari 60.000 unit menjadi 69.230 unit atau naik 9.230 unit.

3.4.3 *Margin Of Safety*

Batas keamanan atau keselamatan adalah persentase yang menunjukkan batas sampai seberapa jauh penjualan yang dibudgetkan boleh turun tetapi perusahaan tidak menderita rugi, atau penurunan maksimum dari penjualan dibudgetkan tetapi perusahaan tidak menderita rugi (dalam keadaan break even). Dalam menentukan batas keamanan (*margin of safety*) digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{MOS} = \text{Penjualan} - \text{Penjualan BEP} =$$

$$\text{MOS (ratio)} = \frac{\text{MOS}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

3.4.4 **Penentuan Penjualan Minimal**

Apabila besarnya keuntungan yang diinginkan telah ditetapkan atau besarnya risiko kerugian telah ditetapkan, maka perlu ditentukan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan atau kerugian tersebut.

Apabila dikehendaki keuntungan tertentu, penjualan minimalnya dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Penjualan Minimal (Rp)} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} =$$

$$\text{Penjualan Minimal (Unit)} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{\text{P} - \text{V}} =$$

Untuk memberi gambaran kita ambil contoh sebelumnya. Misalnya bila dikehendaki adanya keuntungan sebesar Rp. 30 juta, maka penjualan minimal yang harus dicapai adalah :

$$\text{Penjualan Minimal (Rp)} = \frac{\text{Rp. 360.000} + \text{Rp. 500.000}}{1 - \frac{\text{Rp. 400.000}}{\text{Rp. 1.000.000}}} = \text{Rp. 516.000}$$

$$\text{Penjualan Minimal (Rp)} = \frac{\text{Rp. 360.000} + \text{Rp. 500.00}}{\text{Rp. 10} + \text{Rp. 4}} = 144.000 \text{ Unit}$$

Hal ini dapat di uji dengan pembuktian sebagai berikut :

1) Penjualan 144.000 x Rp. 10		Rp. 1.440.000
2) Biaya Tetap	Rp. 360.000	
3) Biaya Variable :		
Rp. 4 x Rp. 144.000 =	<u>Rp. 576.000</u> +	
Total Cost		<u>Rp. 936.000</u> -
Profit		Rp. 500.000

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Profil Perusahaan

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang memproduksi komponen dari sasis truk serta komponen pelengkap khususnya otomotif di pertambangan hingga komponen lainnya yang terbuat dari baja. Perusahaan yang lahir pada tahun 2001 ini, didirikan oleh Bapak Munarno dan 3 orang lainnya yang membangun perusahaan ini dari awal hingga terbentuklah susunan organisasi yang terstruktur dan mampu bertahan dalam menghadapi persaingan usaha di bidangnya. Adapun profil usaha yang lebih rinci sebagai berikut:

Nama perusahaan	: CV. Mitra Usaha Teknik
Nama Produk	: A FRAME ASSY
Nama pemilik	: Munarno
Tahun berdiri	: 2001
Klasifikasi kelas	: Menengah
Jenis Usaha	: Komponen Manufaktur Otomotif
Daerah kerja	: Cikarang dan Perkampungan Industri Kecil Pulo Gadung.
Alamat / tempat usaha	
Workshop I	: Jl. Rengas Bandung Kampung Ceger No. 33 RT 06/03 Desa Tanjung Baru Lemah Abang – Cikarang Kecamatan Cikarang Timur Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat.
Workshop II	: Perkampungan Industri Kecil Pulogadung Blok G 47 – 52 Penggilingan Cakung Jakarta Timur
Telepon	: 021-88353414
Fax	: 021-28511921
Nomor SIUP	: 503.09/1-0371/BPMPPT/PK.00 /III/2016

Nomor TDP : 100734614452
Nomor NPWP : 02.027.858.6-435.000

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi produsen komponen terbaik di bidang mill steel di kancah domestik sampai global.

Misi

Memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggan dengan menghasilkan produk yang sesuai pelayanan pasca jual yang sangat responsif, artinya setiap solusi yang kami berikan menjadi investasi yang menguntungkan dan peningkatan produktivitas.

4.1.3 Sejarah dan Perkembangan CV. Mitra Usaha Teknik

Berawal dari mengikuti lembaga pelatihan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) di Duren Sawit Jakarta Timur oleh Bapak Munarno sebagai mentor tenaga pelatihan untuk mengembangkan keterampilan pengelasan dan keterampilan pengoperasian mesin-mesin seperti mesin bubut dan mesin bor, walaupun pada saat itu beliau masih menjabat kariernya di PT. Reka Baja Prima Anugerah. Namun, akta pendirian CV. Mitra Usaha Teknik sendiri sudah didirikan sejak tahun 2001. Dengan berjalannya waktu, rekan kerja beliau bekerjasama mengembangkan dan mengoperasikan organisasi di dalamnya. Awal mula bidang yang dikerjakan perusahaan ini yaitu mengerjakan jasa pengadaan pemasok komponen industri seperti penyediaan mesin *bending* dll, atas kerjasama dari rekan kerjanya yaitu, Bapak Agung Sukmadi. Kerjasama ini pun berjalan hingga 2 tahun lamanya. Tepat pada pertengahan tahun 2003, Bapak Munarno akhirnya memutuskan untuk berhenti dari tempat kerjanya di PT. Reka Baja Prima Anugerah.

Beliau yang pada akhirnya mengumpulkan rekan kerjanya dari tempat dahulu bekerja di PT. Reka Baja Prima Anugerah, termasuk untuk bidang

permesinan dan pabrikasi di pimpin oleh Bapak Supri dan Bapak Ngatiran. Pada tahun selanjutnya, yakni tahun 2004 perusahaan sudah mulai melakukan kinerjanya dengan mendelegasikan pekerjaan yang sangat sedikit jumlah tenaga kerjanya. Dengan jumlah empat orang pencetus tadi, atas proses manajemen sudah mulai dilakukan. Sehubungan dari tempat balai pelatihan memiliki peralatan mesin dan tempat yang memadai, dan tempat itulah awal cikal bakal CV. Mitra Usaha Teknik memproduksi barang-barang untuk dikomersialkan, konsumen pun sedikit demi sedikit mulai melakukan pemesanan dan mulailah penghidupan baru serta menghidupkan balai pelatihan tersebut menjadi rapi dan terawat dari sebelumnya.

Pada tahun 2007 di saat era reformasi, pemerintah dalam keputusannya melarang menggunakan aset atau fasilitas negara untuk dikomersialkan, akhirnya atas peraturan pemerintah tersebut perusahaan memutuskan untuk pindah lokasi dari balai pelatihan Duren Sawit, Jakarta Timur ke Kranji, Bekasi untuk menyewa tempat di sana, untuk peralatan mesin pun perusahaan sedikit demi sedikit melakukan pinjaman kepada toko yang menjual mesin, dan pada akhirnya semua mesin serta sewa berjalan lancar atas kerja sama yang baik dari sekumpulan empat pencetus di CV. Mitra Usaha Teknik hingga pada akhirnya sampai memiliki pesanan yang lancar seperti dari PT United Tractors Pandu Engineering dan Komatsu.

Pada tahun 2009 perusahaan ini melalui bagian keuangan pada saat itu dengan Bapak Agung Sukmadi ingin melakukan ekspansi pabrik, dan akhirnya mendapatkan peluang untuk membeli tanah di daerah Cikarang Lemahabang, kabupaten Bekasi. Kemudian, perusahaan mendapat pendanaan atas agunan tanah yang dibelinya, dan mulailah pembangunan pabrik baru di tanah yang baru dibeli. Namun, pada tahun tersebut sempat terjadi penurunan produksi selama tiga bulan, hingga akhirnya pesanan dari konsumen lain pun masuk, sehingga dapat menopang penurunan produksi sebelumnya.

Awal tahun 2010 pada saat itu perusahaan menggunakan jasa *outsourcing* untuk ketenagakerjaan di Kranji dan Lemahabang kurang lebih sebesar 200 orang, hingga pesanan pun lancar baik dari salah satu BUMN seperti PT Pertamina Gas untuk pembuatan pipa gas hingga penambahan salah satu pemain swasta asing seperti PT. Hitachi Indonesia. Untuk memenuhi pesanan salah satu dari BUMN tersebut perusahaan harus menggunakan legalitas yang lebih sah diatas Persekutuan Komanditer yaitu Perseroan Terbatas, akhirnya CV. Mitra Usaha Teknik membentuk PT Mitra Usaha Prima Mandiri untuk melayani pesanan dari konsumen potensial tersebut yang dioperasikan oleh bapak Wid.

Berjalannya waktu, karena proses pembayaran dari konsumen yang cukup lama jangka waktunya meskipun, nilai profit tinggi yang diterima perusahaan, hal ini membuat proses produksi sempat berhenti hingga akhirnya penagihan dilakukan untuk melanjutkan proses produksi berjalan. Dan pada akhirnya nama PT Mitra Usaha Prima Mandiri tidak sedikit perusahaan ingin mengambil alih kepemilikan saham untuk mengoperasikannya.

Akhirnya, berkat kerja sama yang baik dari empat perintis tersebut dapat mempertahankan komitmen usaha bersama. Pada tahun 2011 melalui bagian keuangan Bapak Agung kembali ingin ekspansi pabriknya dengan melakukan pembelian bangunan di kawasan PIK Pulogadung dengan harga 1 Miliar rupiah selama 15 tahun masanya. Sewa tempat pengerjaan produksi pernah dilakukan beberapa kali dari bertempat di Narogong Bekasi, Tanjung Priok Jakarta Utara.

Masuk tahun berikutnya yakni tahun 2011 terdapat peraturan pemerintah yang membuat iklim usaha sektor pertambangan mengalami penurunan dan memiliki dampak yang buruk ke sektor lainnya seperti industri karya dan penjualan automotifnya, hingga akhirnya menjadi dampak buruk bagi perusahaan dalam kinerja operasionalnya pun menurun, proses produksi yang berdasarkan pesanan pun semakin lama semakin menyusut karena dampak lesunya sektor pertambangan pada tahun tersebut.

Hingga akhirnya proses pembayaran pajak pun tidak dapat diteruskan untuk PT Mitra Usaha Prima Mandiri dan CV. Mitra Usaha Teknik tetap menjalankan produksinya dengan mengandalkan dari sektor lain seperti pembuatan tanki pabrik, karena masih terdapat sektor lain yang membuat bidang usaha karya ini tetap berjalan hingga masa *outsourcing* pun diberhentikan, dan tetap berjalan dengan segala kemungkinan dalam menjaga aset perusahaannya.

Berjalan 5 tahun sudah hingga tahun 2016, karena menghadapi banyak tantangan dari segi pembayaran dan peraturan pemerintah yang membuat keadaan melemah, CV. Mitra Usaha Teknik bertahan dengan dua *workshop* yang berlokasi di PIK Pulogadung dan lokasi di Lemahabang, Cikarang dan dengan kantor pusatnya yang berada di Pondok Makmur Jati Mulya, serta merapikan rumah pribadinya Bapak Munarno untuk dijadikan kantor hingga saat ini yang berada di Tambun.

Sampai tahun ini pun dengan memiliki 3 aset perusahaan (Lemahabang – Cikarang / *Plant 1*, Kawasan PIK – Pulogadung / *Plant 2* dan Perumahan Papan Mas Tambun / kantor Pusat) yang berjalan dan hampir tidak memiliki kewajiban, CV. Mitra Usaha Teknik tetap melakukan kinerjanya dengan memiliki konsumen yang tetap bertahan dan melakukan pesanan ulang seperti PT Tetrapak Stainless Equipment dan PT United Tractors Pandu Engineering dimana pada era Pemerintahan yang baru membuat sektor pertambangan kembali cerah dan juga sektor lainnya seperti jasa sub kontrak ikut mengalami peningkatan pesanan hingga perusahaan tidak dapat mengendalikan dan menolak pesanan jika memang sudah mencapai di luar kapasitas ruang produksinya.

Dengan komitmen CV. Mitra Usaha Teknik yang sudah beranggotakan 38 orang yang bekerja di dalamnya, dari sekian 16 tahun lamanya pengalaman perusahaan berawal dunia usaha teknik, banyak pengalaman yang dapat dipetik untuk menjalankan sebuah usaha yang akan dikerjakan untuk mendapatkan Citra yang baik dari pelanggan atau konsumen.

Banyak dari perusahaan diluar sana menerapkan filosofi pembeli adalah raja, tetapi CV. Mitra Usaha Teknik mengartikan sedikit penggeseran makna menjadi mitra atau rekan usaha, karena tidak semua raja memiliki kebijaksanaan yang sama, oleh karena itu pembeli diasumsikan sebagai mitra usaha untuk saling memberikan kontribusi yang sama sesuai porsinya. Dengan menerapkan makna dari mitra kerja tersebut, dengan senang hati CV. Mitra Usaha Teknik melayani konsumennya hingga terus melakukan pemesanan dengan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan dari sang pembeli.

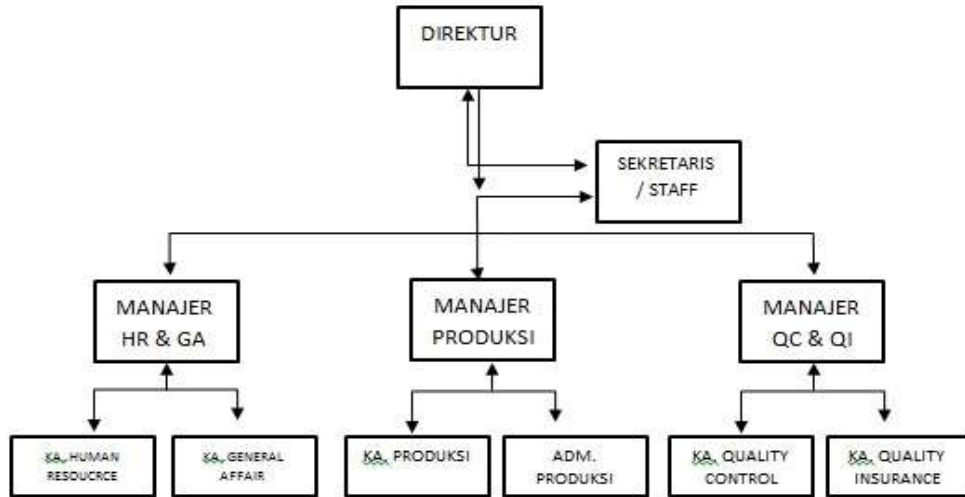
4.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan susunan ataupun hubungan antara bagian-bagian dan posisinya dalam suatu perusahaan. Dalam suatu perusahaan dibuat dan disusun struktur organisasi agar setiap anggota atau karyawan dapat bekerjasama secara efektif dan efisien melalui adanya pembagian kerja, tugas dan tanggung jawab yang jelas.

Karena struktur pada perusahaan CV. Mitra Usaha Teknik memiliki garis dan arah komando yang jelas dan pimpinan perusahaan memerlukan masukan informasi dari staf nya untuk diambil keputusan yang akurat, seperti alur komando di gambar struktur organisasi CV. Mitra usaha Teknik Direktur memiliki komunikasi dua arah antara Direktur dan Sekretaris / Staf nya. Dan satu arah untuk memerintahkan ke bagian penanggung jawabnya, juga pada bagian yang ditanggung jawabkan seperti divisi manajer memiliki komunikasi dua arah terhadap informasi yang didapatkan untuk dikomunikasikan dengan sekretaris / staf nya.

Oleh karena itu, struktur organisasi CV. Mitra Usaha Teknik memiliki bentuk Organisasi Lini dan Staff. Skema gambar bentuk organisasi CV. Mitra Usaha Teknik sebagai berikut :

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



4.1.5 Deskripsi Pekerjaan

Dari struktur organisasi diatas, maka *job description* dari masing-masing jabatan pada CV. Mitra Usaha Teknik adalah sebagai berikut :

1. Direktur

Sebagai pemilik sekaligus direktur CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas dan wewenang sebagai berikut:

- Melakukan pengawasan secara menyeluruh atas semua kegiatan
- produksi dan non produksi yang terjadi di perusahaan.
- Memeriksa keuangan perusahaan dan membuat keputusan untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang.
- Bertanggung jawab secara sepenuhnya terhadap jalannya operasional perusahaan dan memperhatikan kondisi baik bahan baku maupun tenaga kerja.
- Merumuskan rencana tujuan, sasaran dan kebijakan umum perusahaan secara keseluruhan.

2. Sekretaris

Sebagai sekretaris CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas dan wewenang sebagai berikut:

- Menyiapkan dokumen untuk disetujui, meliputi masalah pembayaran order dan laporan keuangan, dan sebagainya.

- b. Menyaring informasi dan sebagai sumber informasi bagi pimpinan.
- c. Mengatur aktivitas perusahaan.
- d. Menjadi mediator pimpinan dengan bawahan.
- e. Memberikan ide-ide sebagai alternatif pemikiran pimpinan.
- f. Pemegang rahasia penting pimpinan yang berkaitan dengan perusahaan.

3. Manager Human Resource & General Affair

Sebagai Manager Human Resource & General Affair CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas dan wewenang sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia.
- b. Membuat sistem Human Resource yang efektif dan efisien (membuat SOP, Job description, training and development system dll).
- c. Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar peraturan perusahaan.

4. Manager Produksi

Sebagai Manager Produksi CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas dan wewenang sebagai berikut :

- a. Melakukan perencanaan dan pengorganisasian jadwal produksi.
- b. Melakukan pemilihan, pemesanan dan bahan baku pembelian.
- c. Memantau proses produksi dan menyesuaikan jadwal yang diperlukan.
- d. Menentukan standar kontrol kualitas.
- e. memberikan tugas untuk memenuhi jadwal dan target produksi dari PPC (*Product, Planning, Control*) baik dari mulai bahan baku, produksi, kualitas, sampai barang jadi.

5. Manager Quality & Quality Assurance

Sebagai Manager Quality & Quality Assurance CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas sebagai berikut :

- a. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi produksi.
- b. Mengevaluasi hasil kerja bagian produksi, melakukan perbaikan.
- c. Menganalisa kegagalan produksi, mendiskusikan dengan bagian-bagian terkait serta mencari sebab-sebab dan jalan keluarnya.

6. *Lead Human Resource Development*

Sebagai *Lead Human Resource Development* CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a. memberikan dan menerima masukan atasan maupun bawahan mengenai ketenagakerjaan untuk disampaikan ke atasan untuk menyiapkan kebutuhan karyawan.

7. *Lead General Affair*

Sebagai *Lead General Affair* CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas dan wewenang sebagai berikut :

- a. Secara umum menyiapkan kebutuhan perusahaan baik lingkungan perusahaan dan sumber daya manusianya.

8. *Lead Production*

Sebagai *Lead Production* CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas sebagai berikut :

- a. Menginstruksikan ke bawahan untuk mengawasi kerja produksi dari barang mentah sampai barang.
- b. Mereport laporan kinerja produksi ke atasan, baik ke manajer produksi sampai ke direktur.

9. *Administrasi Produksi*

Sebagai *Administrasi Produksi* CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas sebagai berikut :

- a. Membuat laporan perencanaan permintaan proses produksi untuk kebutuhan proses produksi.

10. *Lead Quality Control & Lead Quality Assurance*

Sebagai *Lead Quality Control & Lead Quality Assurance* CV. Mitra Usaha Teknik mengemban tugas sebagai berikut :

- a. Untuk memenuhi kebutuhan mutu.
- b. Untuk memberikan jaminan yang dipenuhi seperti sertifikasi karyawan dan dokumen pendukung.

4.2 Modal Investasi Awal Perusahaan CV. Mitra Usaha Teknik

Pada awal mendirikan perusahaan CV. Mitra Usaha Teknik, modal awal (investasi) yang digunakan serta dikeluarkan berasal dari modal pribadi (modal sendiri) yang besarnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Biaya Investasi CV. Mitra Usaha Teknik

Jenis Investasi	Jumlah	Satuan	Subtotal (Rp)	Total (Rp)
Aktiva Berwujud				
1. Tanah Workshop Cikarang	715	m ²		300,000,000
2. Bangunan Workshop Cikarang	650	m ²		550,000,000
3. Kendaraan Truk	1	Unit		294,000,000
Mesin				
a. Mesin Welding	6	Unit	84,000,000	
b. Mesin Bending	2	Unit	600,000,000	
c. Mesin Sheering	3	Unit	45,000,000	
d. Mesin Cutting Api S/A	6	Unit	26,400,000	
e. Mesin Driling	4	Unit	3,960,000	
f. Mesin CNC Milling	3	Unit	83,100,000	
g. Mesin Roll	1	Unit	7,800,000	
h. Crane	2	Unit	32,000,000	
i. Gerinda	6	Unit	9,600,000	
Subtotal (Rp)				891,860,000
Peralatan				
a. Penggaris	12	Unit	180,000	
b. Kacamata las	24	Unit	1,200,000	
c. Roll meter	6	Unit	180,000	
d. Penggaris siku	6	Unit	240,000	
e. Jangka sorong	6	Unit	450,000	
f. Micrometer sekrup	6	Unit	510,000	
g. Pensil besi	48	Unit	120,000	
Subtotal (Rp)				2,880,000
Inventaris Kantor				
a. Komputer	8	Unit	24,000,000	
b. Printer	4	Unit	7,800,000	
c. AC	6	Unit	15,300,000	
d. Meja	15	Unit	15,000,000	
e. Meja Meeting	5	Unit	7,000,000	
f. Kursi Kantor	15	Unit	10,500,000	
g. Kursi Lipat	5	Unit	1,250,000	
h. Rak/Etalase	5	Unit	12,500,000	

i. ATK	30	Unit	2,500,000	
j. Dispenser	3	Unit	600,000	
k. Telepon	6	Unit	2,100,000	
l. Kulkas	1	Unit	1,200,000	
Subtotal (Rp)				99,750,000
Total Aktiva Berwujud (Rp)				2,138,490,000
Aktiva Tak Berwujud				
1. SIUP	1	Berkas	1,500,000	
2. TDP	1	Berkas	1,500,000	
3. NPWP	1	Berkas	1,000,000	
4. Keterangan Domisili Perusahaan	1	Berkas	700,000	
Total Aktiva Tak Berwujud (Rp)				4,700,000
Total Aktiva (Rp)				2,143,190,000

Sumber : Data Sekunder diolah

Setiap aktiva baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang digunakan dalam proses produksi ini mengalami penyusutan.

Tabel 4.2 Biaya Penyusutan periode tahun 2012-2016

Aktiva	Nilai Investasi (Rp)	Umur Ekonomis	Jumlah (Rp)
Bangunan	550,000,000	20 tahun	12,375,000
Mesin dan Peralatan	894,740,000	8 tahun	50,329,125
Inventaris Kantor & Pabrik	99,750,000	5 tahun	8,977,500
Kendaraan	294,000,000	5 tahun	26,460,000
Perizinan (Amortisasi)	4,700,000	5 tahun	423,000
Total Penyusutan			98,564,625

Sumber : Data Sekunder diolah

1). Biaya Penyusutan

a) Bangunan Pabrik

- Capital Cost = Rp 550,000,000
- Umur Ekonomis = 20 Tahun
- Nilai Sisa = Rp 302,500,000
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Capital Cost} - \text{Nilai Residu atau Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$
= $\frac{\text{Rp}550,000,000 - \text{Rp}302,500,000}{20}$

$$= \text{Rp } 12,375,000$$

2). Mesin dan Peralatan

- Capital Cost = Rp 894,740,000
- Umur Ekonomis = 8 Tahun
- Nilai Sisa = Rp 492,107,000
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Capital Cost} - \text{Nilai Residu atau Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$

$$= \frac{\text{Rp}894,740,000 - \text{Rp}492,107,000}{8}$$

$$= \text{Rp } 50,329,125$$

3) Inventaris Kantor dan Pabrik

- Capital Cost = Rp 99,750,000
- Umur Ekonomis = 5 Tahun
- Nilai Sisa = Rp 54,862,500
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Capital Cost} - \text{Nilai Residu atau Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$

$$= \frac{\text{Rp}99,750,000 - \text{Rp}54,862,500}{5}$$

$$= \text{Rp } 8,977,500$$

4). Kendaraan

- Capital Cost = Rp 294,000,000
- Umur Ekonomis = 5 Tahun
- Nilai Sisa = Rp 161,700,000
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Capital Cost} - \text{Nilai Residu atau Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$

$$= \frac{\text{Rp}294,000,000 - \text{Rp}161,700,000}{5}$$

$$= \text{Rp } 26,460,000$$

5). Perizinan

- Capital Cost = Rp 4,700,000
- Umur Ekonomis = 5 Tahun
- Nilai Sisa = Rp 2,585,000
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Capital Cost} - \text{Nilai Residu atau Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$
 $= \frac{\text{Rp}4,700,000 - \text{Rp}2,585,000}{5}$
 = Rp 423,000

Tabel 4.3 : Biaya Gaji karyawan Tahun 2012-2016

Keterangan	Jumlah	2012(Rp)	2013(Rp)	2014(Rp)	2015(Rp)	2016(Rp)
1. Koordinator Produksi	2	61,248,000	61,248,000	70,296,000	76,848,000	80,760,000
2. Buruh Langsung	13	288,912,000	292,656,000	348,192,000	390,312,000	415,740,000
Subtotal		350,160,000	353,904,000	418,488,000	467,160,000	496,500,000
1. Manager	1	34,224,000	34,224,000	34,224,000	34,224,000	34,224,000
2. Staf Keuangan	2	50,448,000	50,448,000	50,448,000	50,448,000	50,448,000
3. Staf Personalia	1	24,624,000	24,624,000	24,624,000	24,624,000	24,624,000
4. Staf Pemasaran	2	52,848,000	52,848,000	52,848,000	52,848,000	52,848,000
5. Staf Keamanan	2	46,800,000	46,800,000	46,800,000	46,800,000	46,800,000
Subtotal		208,944,000	208,944,000	208,944,000	208,944,000	208,944,000

Sumber : Data Sekunder diolah

Tabel 4.4 : Biaya Pemasaran Tahun 2012 - 2016

Keterangan	2012(Rp)	2013(Rp)	2014(Rp)	2015(Rp)	2016(Rp)
1. Biaya Promosi	39,800,000	43,900,000	50,000,000	55,600,000	62,200,000
2. Biaya Distribusi	64,850,000	69,160,000	108,230,000	96,480,000	99,620,000

Sumber : Data Sekunder diolah

Tabel 4.5 : Penjualan A frame Assy Tahun 2012 - 2016

Periode	Jumlah Produksi	Harga	Jumlah
31 Desember 2012	166	7,550,000	1,253,300,000
31 Desember 2013	187	7,950,000	1,486,650,000
32 Desember 2014	200	8,254,000	1,650,800,000
33 Desember 2015	203	9,125,000	1,852,375,000
34 Desember 2016	195	9,373,000	1,827,735,000

Sumber : Data Sekunder diolah

Tabel 4 6 : Data Persediaan Bahan Baku periode tahun 2012-2016

Periode	Persediaan Awal	Pembelian	Pemakaian	Persediaan Akhir
31 Desember 2012	10,655,000	41,295,000	38,185,000	13,765,000
31 Desember 2013	13,765,000	97,140,000	73,937,000	36,968,000
31 Desember 2014	36,968,000	125,891,000	108,573,000	54,286,000
31 Desember 2015	54,286,000	85,612,000	93,266,000	46,632,000
31 Desember 2016	46,632,000	113,732,000	106,909,000	53,455,000

Sumber : Data Sekunder diolah

Tabel 4.7 : Data Persediaan Barang Jadi periode tahun 2012-2016

Periode	Persediaan Awal	Produksi	Terjual	Persediaan Akhir
31 Desember 2012	105,700,000	497,047,625	232,797,625	369,950,000
31 Desember 2013	333,900,000	540,398,125	572,198,125	302,100,000
31 Desember 2014	305,398,000	655,493,625	672,001,625	288,890,000
31 Desember 2015	282,875,000	695,993,625	577,368,625	401,500,000
31 Desember 2016	399,945,000	729,663,125	801,448,125	328,160,000

Sumber : Data Sekunder diolah

Tabel 4.8 Data Persediaan Per 31 Desember periode tahun 2012-2016

Periode	Persediaan Bahan Baku	Persediaan Barang Jadi	Jumlah
31 Desember 2012	13,765,000	369,950,000	383,715,000
31 Desember 2013	36,968,000	302,100,000	339,068,000
31 Desember 2014	54,286,000	288,890,000	343,176,000
31 Desember 2015	46,632,000	401,500,000	448,132,000
31 Desember 2016	53,455,000	328,160,000	381,615,000

Sumber : Data Sekunder diolah

Tabel 4.9 : Harga Pokok Penjualan periode tahun 2012-2016

Rincian	2012(Rp)	2013(Rp)	2014(Rp)	2015(Rp)	2016(Rp)
A. Pemakaian Bahan Baku :					
1. Persediaan Bahan Baku Awal Tahun	10,655,000	13,765,000	36,968,000	54,286,000	46,632,000
2. Pembelian Bahan Baku	41,295,000	97,140,000	125,891,000	85,612,000	113,732,000
3. Persediaan Bahan Baku Tersedia untuk Produksi (1+2)	51,950,000	110,905,000	162,859,000	139,898,000	160,364,000
4. Persediaan Bahan Baku Akhir Tahun	13,765,000	36,968,000	54,286,000	46,632,000	53,455,000
Total Pemakaian Bahan Baku (3-4) (a)	38,185,000	73,937,000	108,573,000	93,266,000	106,909,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung (b)	350,160,000	353,904,000	418,488,000	467,160,000	496,500,000
Biaya Overhead Pabrik :					
1. Biaya Bahan Penolong	965,000	2,645,000	7,845,000	4,489,000	1,242,000
2. Biaya Penyusutan Pabrik					
a. Biaya Penyusutan Bangunan	12,375,000	12,375,000	12,375,000	12,375,000	12,375,000
b. Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	50,329,125	50,329,125	50,329,125	50,329,125	50,329,125
3. Biaya Pemeliharaan Mesin	4,500,000	4,250,000	4,450,000	4,350,000	4,450,000
4. Biaya Listrik Pabrik	25,291,010	28,490,476	30,471,097	30,928,163	29,709,320
5. Biaya Telepon	3,436,500	3,151,500	2,966,500	2,952,500	2,827,500
6. Biaya Gas CO2	21,167,000	22,876,000	29,562,000	36,342,000	30,125,000
Total Biaya Overhead Pabrik (1+2+3+4+5+6) (c)	118,063,635	124,117,101	137,998,722	141,765,788	131,057,945
Harga Pokok Produksi (a+b+c) (D)	506,408,635	551,958,101	665,059,722	702,191,788	734,466,945
B. Persediaan Barang :					
1. Persediaan Barang Jadi Awal Tahun, 1 Januari (E)	105,700,000	333,900,000	305,398,000	282,875,000	399,945,000
2. Harga Pokok Barang Tersedia Untuk Dijual (D+E)	612,108,635	885,858,101	970,457,722	985,066,788	1,134,411,945
3. Dikurangi Persediaan Barang 31 Desember	369,950,000	302,100,000	288,890,000	401,500,000	328,160,000
4. Harga Pokok Penjualan	242,158,635	583,758,101	681,567,722	583,566,788	806,251,945

Tabel 4.10 : Laporan Laba Rugi periode tahun 2012-2016

Keterangan	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016
A. Penjualan	1,253,300,000	1,486,650,000	1,650,800,000	1,852,375,000	1,827,735,000
B. Harga Pokok Penjualan	242,367,556	583,993,451	681,819,434	583,822,276	806,497,363
C. Laba Kotor (A+B)	1,010,932,444	902,656,549	968,980,566	1,268,552,724	1,021,237,637
D. Biaya usaha					
1. Biaya Promosi	39,800,000	43,900,000	50,000,000	55,600,000	62,200,000
2. Biaya Distribusi	64,850,000	69,160,000	108,230,000	96,480,000	99,620,000
3. Biaya Listrik Kantor	5,400,000	5,500,000	5,600,000	5,700,000	6,000,000
4. Biaya Listrik Produksi	14,000,000	14,000,000	14,000,000	14,000,000	14,000,000
5. Listrik & Air Pabrik	36,731,987	36,731,987	36,731,987	36,731,987	36,731,987
6. Biaya Penyusutan Kendaraan	26,460,000	26,460,000	26,460,000	26,460,000	26,460,000
7. Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	8,977,500	8,977,500	8,977,500	8,977,500	8,977,500
8. Amortisasi Dokumen	423,000	423,000	423,000	423,000	423,000
9. Biaya gaji :					
a. Manager	34,224,000	34,224,000	34,224,000	34,224,000	34,224,000
b. Staf Keuangan	50,448,000	50,448,000	50,448,000	50,448,000	50,448,000
c. Staf Personalia	24,624,000	24,624,000	24,624,000	24,624,000	24,624,000
d. Staf Pemasaran	52,848,000	52,848,000	52,848,000	52,848,000	52,848,000
e. Staf Keamanan	46,800,000	46,800,000	46,800,000	46,800,000	46,800,000
E. Total Biaya Usaha	405,586,487	414,096,487	459,366,487	453,316,487	463,356,487
Laba Usaha	605,345,957	488,560,062	509,614,079	815,236,237	557,881,150
G. Beban Bunga Pinjaman	15,750,000	15,750,000	15,750,000	15,750,000	15,750,000
F. Laba Sebelum Pajak/ EBIT (C-D)	589,595,957	472,810,062	493,864,079	799,486,237	542,131,150
H. Pajak Penghasilan (10%)	58,959,596	47,281,006	49,386,408	79,948,624	54,213,115
I. Pajak Bangunan (0,5%)	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000
J. Pajak Kendaraan (1%)	2,940,000	2,940,000	2,940,000	2,940,000	2,940,000
K. Laba Bersih Setelah Pajak (E-F-G)	509,196,361	404,089,056	423,037,671	698,097,613	466,478,035

Sumber : Data sekunder diolah

4.3 Gambaran Umum Produksi

Produksi merupakan kegiatan membuat atau menciptakan atau menghasilkan suatu produk (barang atau jasa) yang mempunyai nilai tambah dan memiliki hubungan timbal balik dengan teknologi. Produksi dapat juga diartikan sebagai cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan dana) yang ada.

CV. Mitra Usaha Teknik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan komponen otomotif seperti *A frame Assy*, *Frame Assy Dolly*, *Frame Assy Scania*, *End Frame* dan lain-lain. Komponen Otomotif ini di produksi dengan bahan-bahan yang berkualitas dan tahan beban berat, gesekan dan banting. Untuk membuat produk komponen otomotif, CV Mitra usaha Teknik menggunakan baja kontruksi (*Structural Steel*) yang mempunyai *grade* masing-masing dengan tingkat ketebalan tertentu.

1. Bahan Baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor utama dalam penentuan harga jual produk dan kualitas produk yang dihasilkan. Penggunaan bahan baku yang digunakan perusahaan ini dalam pembuatan komponen rangka tersebut berupa baja. Baja yang digunakan adalah baja kontruksi jenis :

1. SS 400 : Berupa lembaran baja dengan ketebalan 3-6 mm. Harga bahan dihitung per meter.
 2. *BORDES* : Plat baja dengan ketebalan yang bervariasi dengan ukuran 120 cm x 240 cm yang mempunyai kontur bergelombang.
 3. *ROUND BAR* : Berupa besi batangan yang berbentuk silinder.
 4. S45C : Baja karbon medium ini diklasifikasikan sebagai *machinery steel* (baja yang dipakai dalam komponen / *sparepart* mesin)
 5. *SQ TUBE* : Plat baja yang membentuk kotak seperti kubus.
2. Bahan penolong yang digunakan sebagai bahan pembantu saat proses pengelasan antar kerangka baja adalah :
1. Kawat Las

3. Peralatan yang digunakan dalam produksi yaitu :

- a. *Roll Meter*
- b. Penggaris *Stainless/Mistar*
- c. Penggaris Jangka
- d. Gerinda
- e. Mikrometer Sekrup
- f. Jangka Sorong
- g. Pensil Besi (Batu Granit)
- h. Sarung Tangan
- i. *Welding Helmet*

4. Mesin yang digunakan dalam proses produksi, yaitu :

1. Mesin Potong (*Cutting*)/*Sheering/AGC (Automatic Gas Cutting)*

Mesin potong baja ini digunakan untuk memotong dan mendesain bahan baku dari lembaran baja ke bentuk yang sesuai dipesan, ketebalan dan kekuatan besi dihitung berdasarkan kekuatan dari mesin potong itu sendiri. Karena dalam mesin pemotong terdapat 2 jenis yang digunakan, jenis pertama dari mesin sheering sendiri yang ukurannya besar namun hanya mampu memotong dengan tingkat ketebalan tertentu, maksimal memotong ketebalan plat 6-8 mm. Jenis kedua mesin pemotong yang bersumber dari gas dan CO₂ atau memotong plat baja dengan titik panas api, sehingga daya potong yang dihasilkan dapat menembus hingga ketebalan baja melebihi mesin pemotong jenis pertama.

2. Mesin Tekuk (*Bending*)

Mesin tekuk ini digunakan untuk membengkokkan bahan baku seperti round bar / batang baja dibentuk sesuai teknik kerangka yang pas agar cocok dengan susunan kerangka yang akan dibuat.

3. Mesin Bor (*Drilling*)

Mesin bor ini digunakan untuk mengebor rangka yang akan dipasangkan dengan tambahan baut / komponen penunjang (seperti *roller*) agar sesuai dengan fungsi penguatan kerangka tersebut.

4. Mesin Bubut (*Milling*)

Mesin bubut ini digunakan untuk membuat drat dan roller yang akan dipasangkan pada penyambung antara frame dan biasa digunakan untuk membuat drat tiap ulir-ulir baut dan komponen tambahannya.

5. Mesin Las (*Welding*)

Mesin welding biasa disebut mesin las, dimana mesin ini digunakan untuk menyambungkan kerangka bahan yang sudah didesain dengan teknik keterampilan pengelasan.

6. *Hoist Crane*

Alat pengangkat yang diletakkan pada langit-langit serta jalan di atas rel spesial yang dipasang pada langit-langit itu. Rel-rel tadi dapat juga bergerak dengan cara maju-mundur pada satu arah.

4.3.1 Proses Produksi

Proses produksi pembuatan A Frame Assy adalah sebagai berikut :

1. Pada proses sampel ini dilakukan saat pemesanan perdana dan terjadi kontak antar pembuat design dari pihak konsumen dengan ahli teknik CV. Mitra Usaha Teknik sendiri agar saling berinteraksi dan terjadi kesepakatan produk yang diminta untuk segera diproduksi. Kemudian akan dilakukan record nomor seri.

Gambar 4.2 : Desain Produk



Sumber : CV. Mitra Usaha Teknik

2. Bahan baku yang telah dipesan dan sampai di tempat pengerjaan kemudian, Pekerja menyiapkan bahan-bahan lembaran Plat Baja menggunakan alat bantu *crane*.

3. Tahap pengerjaan ini yaitu pemotongan bahan baku profil dan plat baja sesuai dengan tanda potong yang telah ditetapkan pada proses penandaan.
4. Hasil dari proses pemotongan, mulai dipisahkan yang berawal dari lembaran baja / bahan baku sesuai bagian-bagiannya. Dan mulai masuk tahap proses pabrikan lainnya setelah dipisahkan.
5. Untuk proses ini adalah pembengkokan / penekukan bahan baku seperti *round bar* / batang baja dibentuk sesuai teknik kerangka yang pas agar cocok dengan susunan kerangka yang akan dibuat.
6. Pada proses ini yaitu pengeboran dan pembuatan lubang sesuai ukuran menggunakan *tool* yang berputar selain itu meluaskan / memperbesar lubang, proses ini juga dilakukan untuk satu pahat saja atau dengan banyak pahat.
7. Proses ini adalah proses permesinan untuk menghasilkan bagian-bagian mesin berbentuk silindris yang dikerjakan menggunakan mesin bubut. Prinsip kerjanya dapat didefinisikan sebagai proses permesinan permukaan luar benda silindris atau bubut rata. Dengan benda kerja yang berputar, dengan satu pahat bermata potong putar atau dengan gerakan pahat sejajar terhadap sumbu kerja.
8. Dalam tahap proses ini hasil plat pemotongan serta hasil plat bendingan, hasil plat yang di bubut dan di proses *drilling* / pengeboran, disatukan sesuai desain gambar , penyatuan elemen tersebut akan dibahas dengan proses *welding* / pengelasan.

Gambar 4.3 : Proses *Setting*



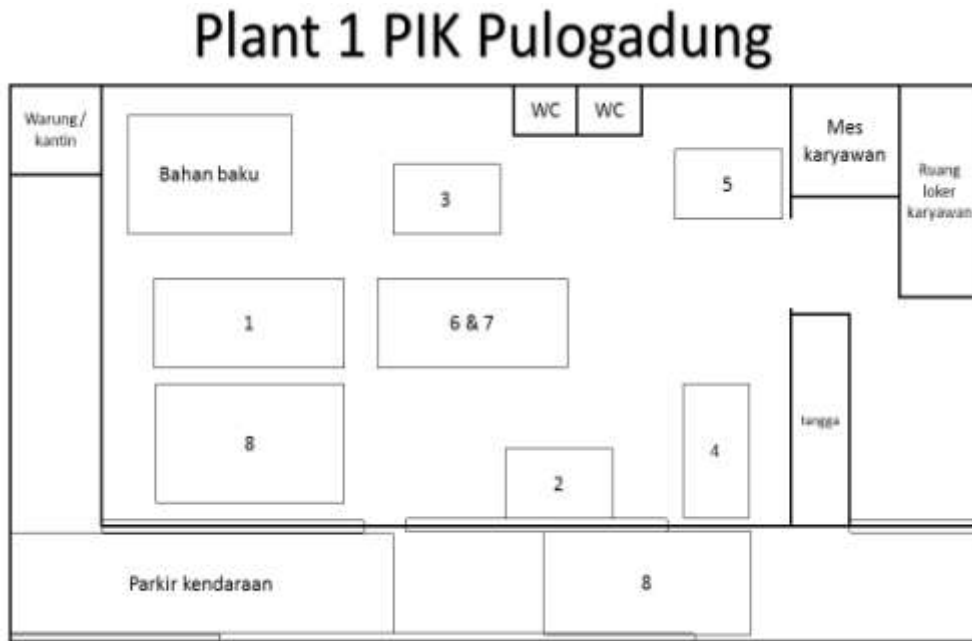
Sumber : CV. Mitra Usaha Teknik

9. Yaitu proses akhir dari kegiatan produksinya, tahap finishing ini bertujuan untuk merapihkan hasil produksi yang masih kasar dan dapat dilanjutkan ke

Sumber : CV. Mitra Usaha Teknik

4.3.2 Layout Perusahaan

Gambar 4.6 : Denah Plan 1

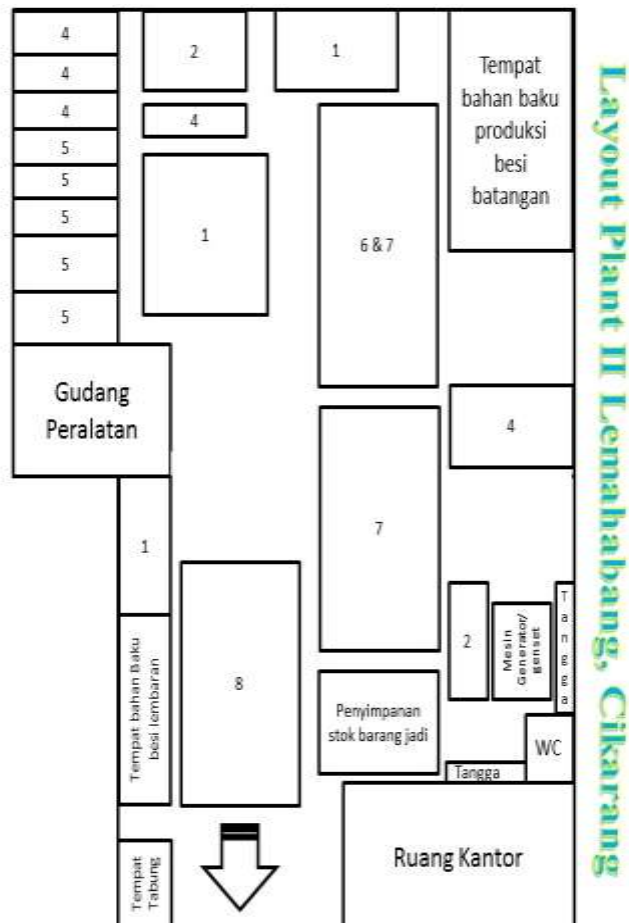


Sumber : CV. Mitra Usaha Teknik

Keterangan :

- 1) Proses *Cutting*
- 2) Proses *Bending*
- 3) Proses *Roll*
- 4) Proses *Drilling*
- 5) Proses *Milling*
- 6) Proses *Setting*
- 7) Proses *Welding*
- 8) Proses *Finishing / Painting*

Gambar 4.7 : Denah Plant 2



Sumber : CV. Mitra Usaha Teknik

Keterangan :

1. Proses *Cutting*
2. Proses *Bending*
3. Proses *Roll*
4. Proses *Drilling*
5. Proses *Milling*
6. Proses *Setting*
7. Proses *Welding*
8. Proses *Finishing / Painting*

4.3.3 Budget Produksi dan Realisasi

Biaya produksi adalah jumlah yang dibayarkan perusahaan untuk membeli berbagai input untuk keperluan produksinya. Biaya Overhead Pabrik merupakan biaya produksi selain bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Berikut ini merupakan biaya produksi dari CV. Mitra Usaha Teknik dari tahun 2012-2016:

Tabel 4.11 : Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2012 (dalam Rp)

No	Keterangan	2012			Selisih Budget & Realisasi	
		Budget	Realisasi	(%)	Rp	(%)
1	Biaya Bahan Baku :					
	Bahan Baku	42,000,000	41,295,000	98%	705,000	2%
	Total Biaya Bahan Baku	42,000,000	41,295,000	98%	705,000	2%
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung :					
	Biaya Tenaga Kerja Produksi	352,000,000	350,160,000	99%	1,840,000	1%
	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	352,000,000	350,160,000	99%	1,840,000	1%
3	Biaya Overhead Pabrik :					
	Biaya Bahan Baku Penolong	980,000	965,000	98%	15,000	2%
	Biaya Listrik Pabrik	16,100,000	15,930,000	99%	170,000	1%
	Biaya Pemeliharaan Mesin	4,600,000	4,500,000	98%	100,000	2%
	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	51,000,000	50,329,125	99%	670,875	1%
	Biaya Penyusutan Bangunan	12,500,000	12,375,000	99%	125,000	1%
	Biaya Telepon	3,500,000	3,436,500	98%	63,500	2%
	Biaya Gas CO2	21,500,000	21,167,000	98%	333,000	2%
	Total Biaya Overhead Pabrik	110,180,000	108,702,625	99%	1,477,375	1%
	Total Biaya Produksi	504,180,000	500,157,625	99%	4,022,375	1%

Tabel 4.12 : Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2013 (dalam Rp)

No	Keterangan	2013			Selisih Budget & Realisasi	
		Budget	Realisasi	(%)	Rp	(%)
1	Biaya Bahan Baku :					
	Bahan Baku	98,000,000	97,140,000	99%	860,000	1%
	Total Biaya Bahan Baku	98,000,000	97,140,000	99%	860,000	1%
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung :					
	Biaya Tenaga Kerja Produksi	355,800,000	353,904,000	99%	1,896,000	1%
	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	355,800,000	353,904,000	99%	1,896,000	1%
3	Biaya Overhead Pabrik :					
	Bahan Baku Penolong	2,700,000	2,645,000	98%	55,000	2%
	Biaya Listrik Pabrik	17,300,000	16,930,500	98%	369,500	2%
	Biaya Pemeliharaan Mesin	4,350,000	4,250,000	98%	100,000	2%
	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	51,000,000	50,329,125	99%	670,875	1%
	Biaya Penyusutan Bangunan	12,500,000	12,375,000	99%	125,000	1%
	Biaya Telepon	3,200,000	3,151,500	98%	48,500	2%
	Biaya Gas CO2	23,400,000	22,876,000	98%	524,000	2%
	Total Biaya Overhead Pabrik	114,450,000	112,557,125	98%	1,892,875	2%
	Total Biaya Produksi	568,250,000	563,601,125	99%	4,648,875	1%

Tabel 4.13 : Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2014 (dalam Rp)

No	Keterangan	2014			Selisih Budget & Realisasi	
		Budget	Realisasi	(%)	Rp	(%)
1	Biaya Bahan Baku :					
	Bahan Baku	126,800,000	125,891,000	99%	909,000	1%
	Total Biaya Bahan Baku	126,800,000	125,891,000	99%	909,000	1%
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung :					
	Biaya Tenaga Kerja Produksi	420,800,000	418,488,000	99%	2,312,000	1%
	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	420,800,000	418,488,000	99%	2,312,000	1%
3	Biaya Overhead Pabrik :					
	Bahan Baku Penolong	7,900,000	7,845,000	99%	55,000	1%
	Biaya Listrik Pabrik	21,200,000	20,905,000	99%	295,000	1%
	Biaya Pemeliharaan Mesin	4,500,000	4,450,000	99%	50,000	1%
	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	51,000,000	50,329,125	99%	670,875	1%
	Biaya Penyusutan Bangunan	12,500,000	12,375,000	99%	125,000	1%
	Biaya Telepon	3,000,000	2,966,500	99%	33,500	1%
	Biaya Gas CO2	30,000,000	29,562,000	99%	438,000	1%
	Total Biaya Overhead Pabrik	130,100,000	128,432,625	99%	1,667,375	1%
	Total Biaya Produksi	677,700,000	672,811,625	99%	4,888,375	1%

Tabel 4.14 : Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2015 (dalam Rp)

No	Keterangan	2015			Selisih Budget & Realisasi	
		Budget	Realisasi	(%)	Rp	(%)
1	Biaya Bahan Baku :					
	Bahan Baku	86,600,000	85,612,000	99%	988,000	1%
	Total Biaya Bahan Baku	86,600,000	85,612,000	99%	988,000	1%
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung :					
	Biaya Tenaga Kerja Produksi	469,600,000	467,160,000	99%	2,440,000	1%
	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	469,600,000	467,160,000	99%	2,440,000	1%
3	Biaya Overhead Pabrik :					
	Bahan Baku Penolong	4,550,000	4,489,000	99%	61,000	1%
	Biaya Listrik Pabrik	25,000,000	24,730,000	99%	270,000	1%
	Biaya Pemeliharaan Mesin	4,400,000	4,350,000	99%	50,000	1%
	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	51,000,000	50,329,125	99%	670,875	1%
	Biaya Penyusutan Bangunan	12,500,000	12,375,000	99%	125,000	1%
	Biaya Telepon	3,000,000	2,952,500	98%	47,500	2%
	Biaya Gas CO2	37,000,000	36,342,000	98%	658,000	2%
	Total Biaya Overhead Pabrik	137,450,000	135,567,625	99%	1,882,375	1%
	Total Biaya Produksi	693,650,000	688,339,625	99%	5,310,375	1%

Tabel 4.15 : Budget dan Realisasi Biaya Produksi Tahun 2016 (dalam Rp)

No	Keterangan	2016			Selisih Budget & Realisasi	
		Budget	Realisasi	(%)	Rp	(%)
1	Biaya Bahan Baku :					
	Bahan Baku	114,700,000	113,732,000	99%	968,000	1%
	Total Biaya Bahan Baku	114,700,000	113,732,000	99%	968,000	1%
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung :					
	Biaya Tenaga Kerja Produksi	499,000,000	496,500,000	99%	2,500,000	1%
	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	499,000,000	496,500,000	99%	2,500,000	1%
3	Biaya Overhead Pabrik :					
	Bahan Baku Penolong	1,270,000	1,242,000	98%	28,000	2%
	Biaya Listrik Pabrik	25,120,000	24,905,500	99%	214,500	1%
	Biaya Pemeliharaan Mesin	4,500,000	4,450,000	99%	50,000	1%
	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	51,000,000	50,329,125	99%	670,875	1%
	Biaya Penyusutan Bangunan	12,500,000	12,375,000	99%	125,000	1%
	Biaya Telepon	2,900,000	2,827,500	98%	72,500	3%
	Biaya Gas CO2	30,500,000	30,125,000	99%	375,000	1%
	Total Biaya Overhead Pabrik	127,790,000	126,254,125	99%	1,535,875	1%
	Total Biaya Produksi	741,490,000	736,486,125	99%	5,003,875	1%

4.3.4 Gambaran Umum Pasar

Produk yang dihasilkan oleh CV. Mitra Usaha Teknik adalah yang berfokus pada pembuatan komponen otomotif seperti End Frame, Frame Assy Scania, Frame Assy Dolly, A Frame Assy, Hook, Tower Lamp Mobile dan masih banyak produk lainnya yang di produksi di workshop lemah abang, cikarang. Berikut adalah produk yang dihasilkan oleh CV. Mitra Usaha Teknik yaitu :

Tabel 4.16 : Uraian Produk

No.	Jenis produk	Keterangan
1	End Frame	Komponen otomotif pendukung bak truk yang di rancang untuk memperkuat Bak Truk itu sendiri.
2	Frame Assy	Sebuah rangka pada kendaraan yang berfungsi menopang seluruh komponen kendaraan, dan menjadi dasar bagi sebuah kendaraan.
3	A Frame Assy	Komponen pendukung Mobil Truk Pertambangan yang berwujud kerangka berbentuk A yang berguna untuk menghubungkan Bak Truk kedua dengan Bak Truk yang pertama.
4	Frame Assy Scania	Sebuah rangka pada kendaraan yang berfungsi menopang seluruh komponen kendaraan, dan menjadi dasar bagi sebuah kendaraan.

1. Segmentasi Pasar

Adapun segmentasi pasar dari CV. Mitra Usaha Teknik adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi atas dasar demografis

Segmentasi pasar dilakukan CV Mitra Usaha Teknik yaitu dengan cara memisahkan pasar kedalam kelompok-kelompok yang didasarkan pada variabel-variabel demografis, yaitu: Jenis Perusahaan yang bergerak dibidangnya dan sektor khusus perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Karena CV. Mitra Usaha Teknik melayani sebagai Sub Kontrak dengan mitra kerjanya/*vendor*, dari kedua faktor tersebut diperkirakan dapat memperkirakan faktor demografi yang akan mempengaruhi segmen-segmen

pasarnya. Untuk lebih jelasnya, variabel-variabel demografis disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.17 : Variabel Demografis

Variabel Demografis	Keterangan
Jenis Perusahaan	Konstruksi Transportasi, pabrikasi dan alat berat.
Sektor Perusahaan	Karoseri, Alat pendukung pertambangan.

2. Segmentasi atas dasar Perilaku

Dari lansiran buku Pemasaran Strategik, variabel segmentasi dari komponen perilaku yang berlaku pada CV Mitra Usaha Teknik yaitu pada tingkat pasar industrial terdapat Situasi Pemakaian / musiman, tingkat permintaan pada tingkat pasar tertentu, serta ukuran pesanan yang dapat menarik perhatian pasar dalam kemudahan didalamnya.

3. Segmentasi atas dasar Pengambilan Keputusan

Dengan sumber yang sama, untuk komponen pengambilan keputusan terdapat beberapa faktor berdasarkan pasar industrial, diantaranya formalisasi prosedur pembelian, kriteria pembelian, sensitivitas harga dan biaya beralih pemasok dalam faktor pengambil keputusan yang terbaik CV. Mitra Usaha Teknik.

2. Saluran Distribusi

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik. Suatu barang tidak bergerak secara otomatis dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, setelah barang selesai dibuat dan siap dipasarkan, tahap berikutnya adalah menentukan metode dan cara yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar, namun kita selaku produsen tidak dapat mengontrol alur distribusi ini karena pembeli yang datang bukan hanya konsumen, selain itu ada juga beberapa pedagang besar dan pengecer yang datang untuk membeli barang hasil produksi.

Berikut adalah dua jenis saluran distribusi yang digunakan CV. Mitra Usaha Teknik dalam memasarkan produknya:

1. Produsen → Konsumen

Saluran distribusi dari produsen ke konsumen merupakan saluran distribusi paling sederhana, dimana produsen menyalurkan barangnya langsung ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung. Saluran distribusi sederhana inilah yang digunakan CV. Mitra Usaha Teknik dalam mendistribusikan Produk yang telah selesai dibuat.

2. Kompetitor CV Mitra Usaha Teknik

Kompetitor adalah pesaing dalam pasar. Bila produk yang dihasilkan sama dengan milik orang lain maka hal itu disebut kompetitor. Untuk mengatasi pesaing, salah satu alternatifnya adalah dengan cara mempromosikan dan menginovasi produk agar produk memiliki keunggulan untuk menjadi pilihan pertama bagi konsumen. Kompetitor PT Baja Tunggal Perkasa, CV Usaha Mandiri dll.

4.3.5 Fungsi Pemasaran

1. Pembelian

Untuk menjalankan fungsi pembelian dalam hal pembelian bahan baku, CV. Mitra Usaha Teknik melakukan pembelian dengan memilih bahan baku yang berkualitas baik dan sesuai standar mutu agar setiap produk yang dihasilkan dapat diterima baik oleh konsumen dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Pemesanan dari konsumen ke produsen (CV. Mitra Usaha Teknik) yaitu dengan melakukan satu jenis saluran distribusi langsung yang disalurkan langsung ke konsumen.

2. Penjualan

CV. Mitra Usaha Teknik dalam melakukan penjualannya yaitu dengan menjadi mitra kerja perusahaan dibidang pabrikasi konstruksi yang melalui jasa pemesanan produk berdasarkan sistem pabrikasi umumnya dalam hal terjadi pesanan barang baru / *new order* dan barang pesanan ulang / *repeat order*.

3. Promosi

Pada umumnya, tujuan utama perusahaan adalah mencari laba. Tujuan periklanan bagi suatu produk atau barang akan tergantung pada tahap yang ada didalam siklus kehidupan produk (*product life cycle*). Semua itu ditujukan untuk mempertahankan posisi pasar produk atau barang tersebut. Promosi/periklanan merupakan proses komunikasi antara penjual dan pembeli yang merupakan usaha untuk mempengaruhi agar pembeli mau membeli barang dan jasa yang ditawarkan serta menyampaikan informasi tentang barang dan jasa dengan jalan mengadakan komunikasi yang bersifat membujuk. Kegiatan periklanan juga merupakan salah satu 71 unsur yang penting bagi perusahaan. Berikut adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh CV. Mitra Usaha Teknik:

1. Promosi dari mulut ke mulut

Promosi dengan cara ini merupakan cara promosi yang paling sederhana dan efisien. Biasa dilakukan pemilik perusahaan atau karyawan bagian pemasaran kepada rekan atau kerabat . Lingkup pada bidang pemasaran CV. Mitra Usaha Teknik tidak terdapat promosi yang ada melainkan mempertahankan kepuasan pelanggan berdasarkan dari kolega atau kenalan mitra usahanya. Dengan melayani *customer* yang ada CV. Mitra Usaha Teknik memiliki prosedur yang semakin kompleks dalam penanganan bidang kualitasnya, dimana yang administrasi-administrasi pemasaran yang diterapkan sebagai berikut:

2. Penanganan pesanan *customer*

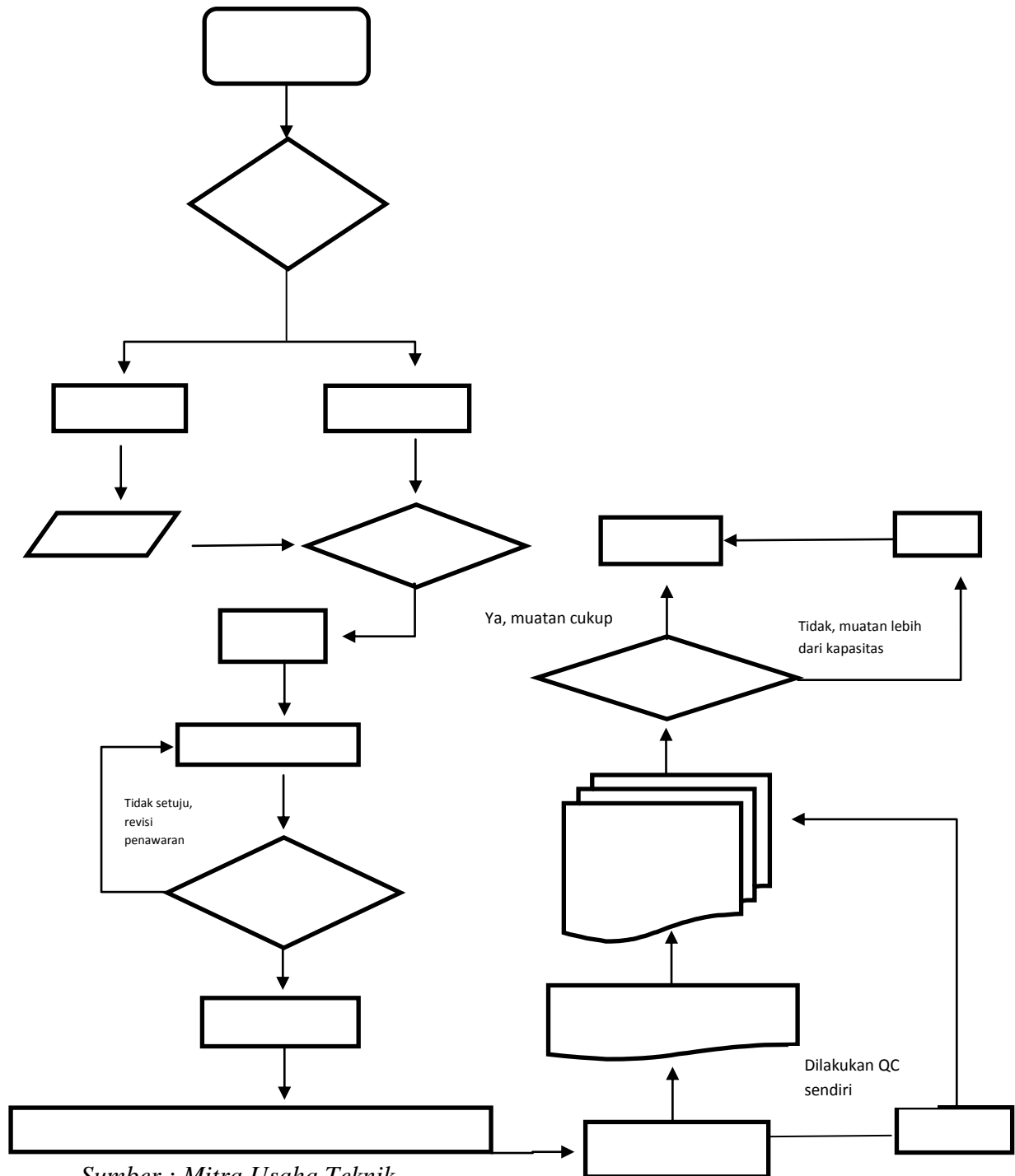
Pada tahap pemesanan produk, alur informasi memiliki dua distribusi dari kedua mitra yang sedang bekerja sama, pertama berawal dari pemesanan produk baru atau *new order* dan kedua pemesanan produk ulang atau *repeat order*.

Dengan pelanggan yang sama alur administrasi yang berbeda jika dilihat dari pesanan produk yang sudah ada atau pesanan produk baru setelah disepakati desain produk yang akurat berdasarkan pengajuan surat penawaran pesanan dari CV. Mitra Usaha Teknik untuk disepakati kesesuaian dari harga bahan bakunya

(material). Dimana *customer* akan membandingkan harga dengan mitra / *subcontract* lainnya.

Untuk alur pemesanan produk baru dan pesanan ulang memiliki skema sebagai berikut :

Gambar 4.8 : Alur Penanganan Pesanan Konsumen CV. Mitra Usaha Teknik

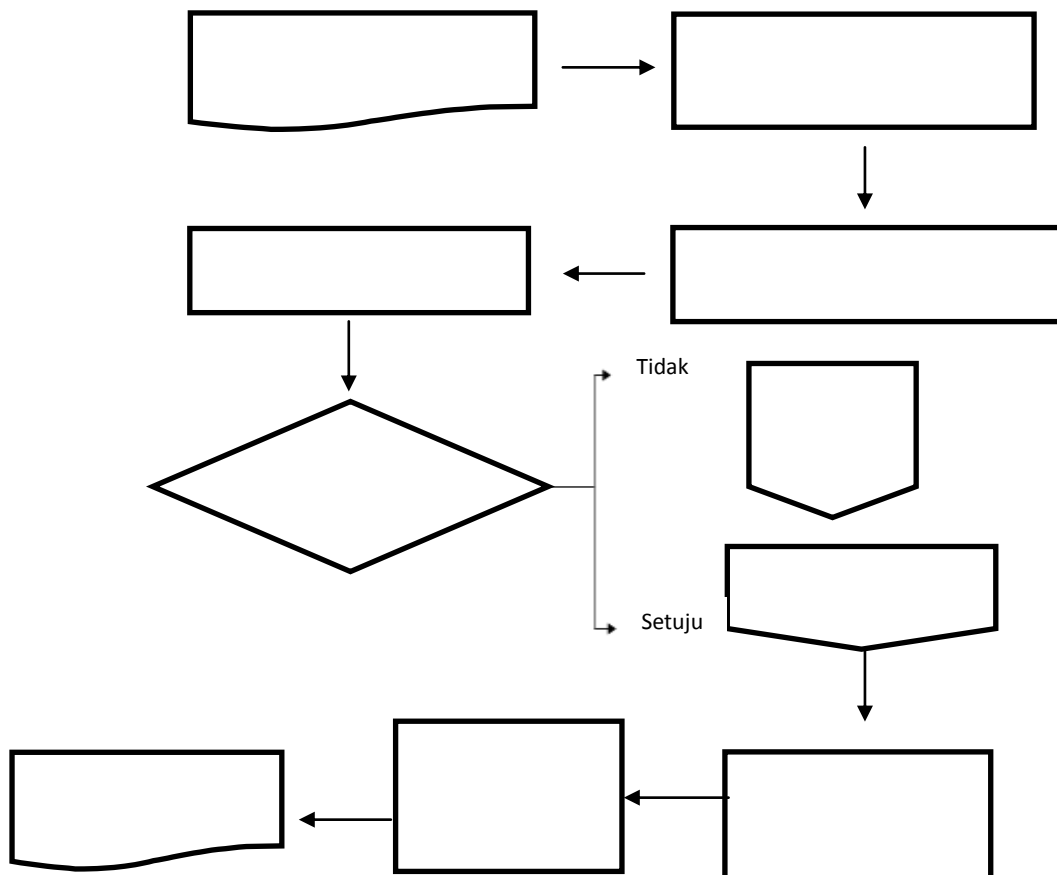


Sumber : Mitra Usaha Teknik

3. Penanganan keluhan *customer*

Dalam menanganin setiap kritikan pelanggan, CV. Mitra Usaha Teknik mengelola setiap permasalahan menjadi suatu bahan untuk pengembangan usaha dalam hal kualitas dimasa mendatang. Karena pesanan dan kapasitas ruang produksi hingga SDM yang terbatas maka sulit diraihnya dalam hal kecepatan permintaan yang diharapkan customer, sehingga setiap keluhan yang dialami customer perlu di evaluasi dalam penanganan yang maksimal. Berikut prosedur dalam penanganan keluhan pelanggan CV. Mitra Usaha Teknik :

Gambar 4.9 : Alur Penanganan Keluhan konsumen CV. Mitra Usaha Teknik



Sumber : Mitra Usaha Teknik

4. Pengiriman Produk

Dalam melayani permintaan pelanggan, CV. Mitra Usaha Teknik mempunyai pilihan yang terbaik dalam mendistribusikan produknya ke tangan konsumen, dengan pertimbangan manajemen yang sudah baik, untuk

melakukan pengiriman produk di CV. Mitra Usaha Teknik dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan fasilitas pengiriman dari CV. Mitra Usaha Teknik sendiri yang cepat dan tepat hingga tempat pelanggan. Karena tidak semua produk dapat dilayani khususnya dengan tingkat beban suatu barang yang dipesan melebihi kapasitas transportasi, maka dari CV. Mitra Usaha Teknik menyediakan jasa ekspedisi dari pihak lain yang sudah lama berkontribusi dengan CV. Mitra Usaha Teknik dalam hal pengiriman / *delivery* barang yang di produksinya. Ketepatan dan tidak memberatkan pelanggan adalah loyalitas CV. Mitra Usaha Teknik dalam hal pengiriman produk.

4.3.6 Budget Pemasaran dan Realisasi

Dalam tabel di bawah ini dapat terlihat budget pemasaran dan realisasi pada CV. Mitra Usaha Teknik, meliputi :

Tabel 4.18 : Budget dan Realisasi Pemasaran Tahun 2012 (dalam Rp)

No	Keterangan	2012			Selisih & Budget Realisasi
		Budget Pemasaran	Realisasi Budget	(%)	Rp
I	Biaya Transportasi :				
	Bahan Bakar	50,000,000	49,348,000	99%	652,000
	Service Kendaraan	7,800,000	7,685,000	99%	115,000
	Retribusi Tol	4,350,000	4,282,000	98%	68,000
	Inspeksi	3,600,000	3,535,000	98%	65,000
	Total Biaya Distribusi	65,750,000	64,850,000	99%	900,000
II	Biaya Periklanan & Promosi				
	Pameran	3,550,000	3,500,000	99%	50,000
	Sampel	6,100,000	6,000,000	98%	100,000
	Pemeliharaan Website	202,000	202,000	100%	0
	Kartu Nama	100,000	98,000	98%	2,000
	Komisi	30,200,000	30,000,000	99%	200,000
	Total Biaya Pemasaran	40,152,000	39,800,000	99%	352,000
	Subtotal	105,902,000	104,650,000	99%	1,252,000

Tabel 4.19 : Budget dan Realisasi Pemasaran Teknik Tahun 2013 (dalam Rp)

No	Keterangan	2013			Selisih & Budget Realisasi Rp
		Budget Pemasaran	Realisasi Budget	(%)	
I	Biaya Transportasi :				
	Bahan Bakar	52,000,000	51,218,000	98%	782,000
	Service Kendaraan	8,400,000	8,215,000	98%	185,000
	Retribusi Tol	6,000,000	5,927,000	99%	73,000
	Inspeksi	3,850,000	3,800,000	99%	50,000
	Total Biaya Distribusi	70,250,000	69,160,000	98%	1,090,000
II	Biaya Periklanan & Promosi				
	Pameran	4,550,000	4,500,000	99%	50,000
	Sampel	7,150,000	7,000,000	98%	150,000
	Pemeliharaan Website	250,000	242,000	97%	8,000
	Kartu Nama	160,000	158,000	99%	2,000
	Komisi	32,500,000	32,000,000	98%	500,000
	Total Biaya Pemasaran	44,610,000	43,900,000	98%	710,000
	Subtotal	114,860,000	113,060,000	98%	1,800,000

Tabel 4.20 : Budget dan Realisasi Pemasaran Tahun 2014 (dalam Rp)

No	Keterangan	2014			Selisih & Budget Realisasi Rp
		Budget Pemasaran	Realisasi Budget	(%)	
I	Biaya Transportasi :				
	Bahan Bakar	84,000,000	83,680,000	100%	320,000
	Service Kendaraan	13,000,000	12,739,300	98%	260,700
	Retribusi Tol	7,000,000	6,856,700	98%	143,300
	Inspeksi	5,000,000	4,954,000	99%	46,000
	Total Biaya Distribusi	109,000,000	108,230,000	99%	770,000
II	Biaya Periklanan & Promosi				
	Pameran	5,700,000	5,600,000	98%	100,000
	Sampel	9,200,000	9,000,000	98%	200,000
	Pemeliharaan Website	250,000	242,000	97%	8,000
	Kartu Nama	160,000	158,000	99%	2,000
	Komisi	35,600,000	35,000,000	98%	600,000
	Total Biaya Pemasaran	50,910,000	50,000,000	98%	910,000
	Subtotal	159,910,000	158,230,000	99%	1,680,000

Tabel 4.21 : Budget dan Realisasi Pemasaran Tahun 2015 (dalam Rp)

No	Keterangan	2015			Selisih & Budget Realisasi Rp
		Budget Pemasaran	Realisasi Budget	(%)	
I	Biaya Transportasi :				
	Bahan Bakar	78,000,000	77,830,000	100%	170,000
	Service Kendaraan	10,000,000	9,820,000	98%	180,000
	Retribusi Tol	5,000,000	4,876,000	98%	124,000
	Inspeksi	4,000,000	3,954,000	99%	46,000
	Total Biaya Distribusi	97,000,000	96,480,000	99%	520,000
II	Biaya Periklanan & Promosi				
	Pameran	6,700,000	6,600,000	99%	100,000
	Sampel	10,600,000	10,458,000	99%	142,000
	Pemeliharaan Website	290,000	284,000	98%	6,000
	Kartu Nama	265,000	258,000	97%	7,000
	Komisi	38,500,000	38,000,000	99%	500,000
	Total Biaya Pemasaran	56,355,000	55,600,000	99%	755,000
	Subtotal	153,355,000	152,080,000	99%	1,275,000

Tabel 4.22 : Budget dan Realisasi Pemasaran Tahun 2016 (dalam Rp)

No	Keterangan	2016			Selisih & Budget Realisasi Rp
		Budget Pemasaran	Realisasi Budget	(%)	
I	Biaya Transportasi :				
	Bahan Bakar	81,500,000	81,340,000	100%	160,000
	Service Kendaraan	9,000,000	8,770,000	97%	230,000
	Retribusi Tol	4,900,000	4,860,000	99%	40,000
	Inspeksi	4,800,000	4,650,000	97%	150,000
	Total Biaya Distribusi	100,200,000	99,620,000	99%	580,000
II	Biaya Periklanan & Promosi				
	Pameran	10,000,000	9,900,000	99%	100,000
	Sampel	12,000,000	11,865,000	99%	135,000
	Pemeliharaan Website	350,000	340,000	97%	10,000
	Kartu Nama	335,000	320,000	96%	15,000
	Komisi	40,000,000	39,775,000	99%	225,000
	Total Biaya Pemasaran	62,685,000	62,200,000	99%	485,000
	Subtotal	162,885,000	161,820,000	99%	1,065,000

4.3.7 Perekrutan dan Penempatan Karyawan

Sistem pembagian tenaga kerja di CV Mitra Usaha Teknik dibagi menjadi dua bagian menurut jenis pekerjaannya, yaitu:

1. Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung yaitu tenaga kerja yang turun langsung dalam penanganan proses produksi, misalnya operator.

2. Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja tidak langsung yaitu tenaga kerja yang tidak turun langsung dalam proses produksi, misalnya karyawan bagian personalia, keuangan dan lain-lain.

Didalam sistem kepegawaian CV Mitra Usaha Teknik tidak memiliki karyawan kontrak atau tahap percobaan, pegawai yang sudah bekerja pada perusahaan tersebut telah diangkat menjadi karyawan tetap. Kesempatan kerja yang diberikan kepada calon karyawan tidak memiliki kriteria khusus. Pembagian jam kerja untuk karyawan perusahaan ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.23 : Kebutuhan Tenaga Kerja Produksi

Tenaga Kerja Langsung	Jumlah
Bagian Produksi memotong pola lembaran baja	4 Orang
Bagian Produksi menekuk bahan lembaran baja	1 Orang
Bagian Produksi mengeroll lembaran baja	1 Orang
Bagian Produksi membuat drat bubut	1 Orang
Bagian Produksi membuat lubang dengan bor	1 Orang
Bagian Produksi menyambungkan pola lembaran baja	2 Orang
Bagian Produksi mengelas pola lembaran baja	2 Orang
Bagian Produksi merapihkan produk jadi	1 Orang

Sumber : CV. Mitra Usaha Teknik

Tabel 4.24 : Nama Mesin, Jumlah Mesin Dan Jumlah Karyawan Produksi

No.	Nama Mesin	Jumlah	Jumlah Karyawan
1	Mesin Potong Automatic Gas Cutting	3	1 Orang
2	Mesin Potong Shape Gas Cutting	3	1 Orang
3	Mesin Potong Sheering Besar	1	1 Orang
4	Mesin Potong Sheering Kecil	2	1 Orang
5	Mesin Tekuk (Bending)	2	1 Orang
6	Mesin Bubut (Drilling)	4	2 Orang
7	Mesin Bor (Milling)	3	2 Orang
8	Mesin Las (Welding)	6	4 Orang

Sumber : CV. Mitra Usaha Teknik

Untuk bagian pengiriman CV. Mitra Usaha Teknik memiliki 1 mobil terdiri dari 2 (dua) orang karyawan. Sedangkan untuk jam kerja, perusahaan ini memiliki jam kerja sebagai berikut lihat pada tabel :

- Untuk karyawan administrasi, bekerja pada hari :

Tabel 4.25 : Jadwal Jam Kerja Bagian administrasi

Hari Kerja	Jam Kerja	Istirahat
Senin – Jum'at	08.30 – 17.15	12.00 – 13.00

- Untuk karywan yang bekerja di bagian produksi (pabrik), bekerja pada hari :

Tabel 4.26 : Jadwal Jam Kerja Bagian Produksi

Hari Kerja	Jam Kerja	Istirahat
Senin - Jum'at	08.00 - 17.00	12.00 - 13.00
Sabtu	08.00 - 13.00	

Produktivitas jam kerja karyawan dalam setahun dapat dihitung sebagai berikut :

53 minggu setahun x 45 jam seminggu – 12 hari cuti x 8 jam produktif = 2289 jam produktif karyawan.

4.3.8 Penggajian Karyawan

Penggajian karyawan pada CV. Mitra Usaha Teknik. Ada dua tipe pekerja yang dimiliki oleh CV. Mitra Usaha Teknik :

- **Karyawan Tetap.**

Sistem gaji yang diberlakukan adalah sistem gaji tetap per bulan dan berbeda. Misalnya untuk manajer, staff keuangan, staff pemasaran, dan staff personalia pemilik membedakan jumlah gaji yang akan diterima. Besaran gaji yang diterima oleh karyawan tetap pada CV. Mitra Usaha Teknik berkisar Rp. 1.800.000 – Rp. 2.700.000 per bulan.

- **Karyawan Borongan.**

Sama dengan karyawan tetap, karyawan borongan juga menerima upah dengan sistem yang sama dengan karyawan tetap produksi namun dengan nominal yang lebih kecil karena karyawan borongan hanya bertugas memproduksi barang saja sedangkan karyawan tetap juga bertugas mengawasi sekaligus memproduksi barang jika tenaga yang diperlukan kurang.

4.3.9 Hak dan Kewajiban

Setiap karyawan memiliki hak dan kewajiban tertentu. Hak karyawan yaitu menerima upah sesuai dengan ketentuan yang diberikan perusahaan. Kewajiban seorang karyawan yaitu mematuhi seluruh peraturan yang diterapkan oleh perusahaan yaitu melakukan proses produksi, menjaga ketenangan waktu proses produksi dan bertanggung jawab dalam memproses produksi. Sanksi yang diberikan pada karyawan yang melakukan pelanggaran terhadap tata tertib antara lain :

- Teguran lisan yang dilakukan oleh atasan yang bersifat umum dan ringan.
- Teguran keras
- Pemindahan posisi
- Pemberhentian dan pemecatan

4.3.10 Pemutusan Hubungan Kerja

Pemutusan hubungan kerja pada prinsipnya dapat terjadi karena salah satu atau kedua belah pihak merasa rugi bilamana hubungan kerja tersebut dilanjutkan. Pemutusan hubungan kerja membawa akibat beban kewajiban pada perusahaan yang bersangkutan. Meskipun demikian tidak semua pemutusan hubungan kerja memberikan beban kewajiban kepada perusahaan. Kalau kita meneliti secara lanjut, maka pemutusan hubungan kerja bagaimanapun akibatnya akan tetap

merugikan perusahaan atau instansi tersebut. Untuk memperkecil risiko akibat pemutusan kerja, maka perusahaan tersebut dapat melakukan masa percobaan pada karyawan yang telah diterimanya. Sebenarnya alasan pemutusan kerja bukan hanya karena ketidakjujuran dari para karyawannya, tetapi juga alasan-alasan lain yang dianggap merugikan misalnya : ketidakmampuan bekerja, malas, pemabuk, tidak patuh, sering absen dan sebagainya.

4.4 Pengolahan Data

4.4.1 Pemisahan biaya semivariabel menggunakan metode kuadrat terkecil (least square method).

Metode Least Squares yaitu disebut juga analisis regresi, yang menggunakan matematika linier regresi.

Tabel 4.27 : Pemisahan Biaya Semi variabel periode tahun 2012-2016

Tahun	Biaya Listrik (y) (Rp)	Produksi (x)	Xy	x ²
2012	62,000,000	166	10,292,000,000	27,556
2013	64,500,000	187	12,061,500,000	34,969
2014	66,250,000	200	13,250,000,000	40,000
2015	67,450,000	203	13,692,350,000	41,209
2016	68,350,000	195	13,328,250,000	38,025
Σ	328,550,000	951	62,624,100,000	181,759

Sumber : Data Sekunder diolah

Menggunakan rumus :

$$\text{Persamaan garis regresi} \quad y = a + bx$$

Dimana :

$$b = \frac{n \cdot \sum(xy) - \sum x \cdot \sum y}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \Rightarrow b = \frac{5 \times 62.624.100.000 - 951 \times 328.550.000}{5 \times 181.759 - (951)^2} = 152.355,4$$

$$a = \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n} \Rightarrow a = \frac{328.550.000 - 152.355,4848 \times 951}{5} = 36.731.986,8$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat dilihat bahwa :

Biaya Variabel untuk biaya listrik = Rp. 152.355,4848 per unit

Biaya Tetap untuk biaya listrik = Rp. 36.731.986,8 per tahun

Jadi persamaan garis regresi nya adalah sebagai berikut :

$$y = 36.731.986,8 + 152.355,4(x)$$

Dimana

x = merupakan variabel bebas (independent variable). Variabel x menunjukkan volume kegiatan

y = merupakan variabel tidak bebas (dependent variable), yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x . Variabel y menunjukkan biaya

Tabel 4.28 : Biaya Tetap periode tahun 2012-2016

Keterangan	Tahun 2012	%	Tahun 2013	%	Tahun 2014	%	Tahun 2015	%	Tahun 2016	%
A. Biaya Gaji	208,944,000	53.31%	208,944,000	52.82%	208,944,000	52.02%	208,944,000	51.32%	208,944,000	50.50%
B. Biaya Promosi	39,800,000	10.15%	43,900,000	11.10%	50,000,000	12.45%	55,600,000	13.66%	62,200,000	15.03%
C. Biaya Pemeliharaan	4,500,000	1.15%	4,250,000	1.07%	4,450,000	1.11%	4,350,000	1.07%	4,450,000	1.08%
D. Biaya Listrik	36,731,987	9.37%	36,731,987	9.29%	36,731,987	9.15%	36,731,987	9.02%	36,731,987	8.88%
E. Biaya Telepon	3,436,500	0.88%	3,151,500	0.80%	2,966,500	0.74%	2,952,500	0.73%	2,827,500	0.68%
F. Biaya Penyusutan										
1. Bangunan	12,375,000	3.16%	12,375,000	3.13%	12,375,000	3.08%	12,375,000	3.04%	12,375,000	2.99%
2. Mesin dan Pealatan	50,329,125	12.84%	50,329,125	12.72%	50,329,125	12.53%	50,329,125	12.36%	50,329,125	12.17%
3. Inventaris Kantor & Pabrik	8,977,500	2.29%	8,977,500	2.27%	8,977,500	2.24%	8,977,500	2.20%	8,977,500	2.17%
4. Amortisasi	423,000	0.11%	423,000	0.11%	423,000	0.11%	423,000	0.10%	423,000	0.10%
5. Kendaraan	26,460,000	6.75%	26,460,000	6.69%	26,460,000	6.59%	26,460,000	6.50%	26,460,000	6.40%
Subtotal	391,977,112	100.00%	395,542,112	100.00%	401,657,112	100.00%	407,143,112	100.00%	413,718,112	100.00%

Dalam proses produksi, perusahaan pasti memiliki biaya-biaya yang dibutuhkan agar kegiatan produksi dapat berjalan sebagaimana mestinya. Pada perhitungan BEP biaya dikelompokkan menjadi 2 (dua) jenis yaitu, biaya tetap dan biaya variabel. Pada tabel biaya tetap memiliki beberapa komponen yaitu biaya gaji staf, biaya promosi, biaya pemeliharaan, biaya listrik dan biaya penyusutan. Total biaya tetap pada tahun 2012 Rp. 391.977.112, tahun 2013 Rp. 395.542.112, tahun 2014 Rp. 401.657.112, tahun 2015 Rp. 407.143.112, tahun 2016 Rp. 413.718.112. Kontribusi biaya gaji staf memiliki nominal yang paling besar tiap tahunnya yaitu sebesar 53,31% pada tahun 2012, 52,82% pada tahun 2013, 52,02% pada tahun 2014, 52,02% pada tahun 2015 dan 51,32% pada tahun 2016.

Selain biaya gaji staf, di tahun 2012 kontribusi kedua yaitu biaya penyusutan mesin dan peralatan sebesar 12,84%, di tahun 2013 kontribusi kedua yaitu biaya penyusutan mesin dan peralatan sebesar 12,72%. Di tahun 2014 kontribusi kedua yaitu biaya penyusutan mesin dan peralatan sebesar 12,53%. Namun ada perbedaan pada tahun 2015, kontribusi terbesar kedua yaitu biaya promosi sebesar 13,36% begitupun juga di tahun 2016 kontribusi terbesar kedua yaitu biaya promosi dengan angka persentase sebesar 12,17%.

Tabel 4.29 : Biaya Variabel periode tahun 2012-2016

Keterangan	Tahun 2012	%	Tahun 2013	%	Tahun 2014	%	Tahun 2015	%	Tahun 2016	%
A. Tenaga Kerja Langsung	350,160,000	64.79%	353,904,000	57.93%	418,488,000	55.27%	467,160,000	61.65%	496,500,000	61.47%
B. Bahan Baku	41,295,000	7.64%	97,140,000	15.90%	125,891,000	16.63%	85,612,000	11.30%	113,732,000	14.08%
C. Bahan Penolong	965,000	0.18%	2,645,000	0.43%	7,845,000	1.04%	4,489,000	0.59%	1,242,000	0.15%
D. Distribusi	64,850,000	12.00%	69,160,000	11.32%	108,230,000	14.29%	96,480,000	12.73%	99,620,000	12.33%
E. Biaya Listrik	62,022,983	11.48%	65,222,447	10.68%	67,203,067	8.87%	67,660,133	8.93%	66,441,290	8.23%
G. Biaya Gas CO2	21,167,000	3.92%	22,876,000	3.74%	29,562,000	3.90%	36,342,000	4.80%	30,125,000	3.73%
Subtotal	540,459,983	100.00%	610,947,447	100.00%	757,219,067	100.00%	757,743,133	100.00%	807,660,290	100.00%

Biaya variabel pada perusahaan CV. Mitra Usaha Teknik memiliki beberapa komponen biaya variabel yaitu biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, bahan baku penolong, biaya distribusi, biaya listrik, dan biaya gas co2. Total biaya variabel pada Tahun 2012 sebesar Rp 540.459.983 dan pada Tahun 2013 sebesar Rp 610.947.447 pada Tahun 2014 sebesar 757.219.067 pada Tahun 2015 sebesar Rp 757.743.133 pada Tahun 2016 sebesar Rp 807.660.290. Demikian data- data dari biaya variabel dari Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2016.

4.4.2 Ramalan Biaya Tetap Tahun 2018

Tabel 4.30 : Perhitungan Biaya Tetap Tahun 2018

TAHUN	FIXED COST (y)	x	Xy	x ²
2012	407,940,612	-2	-815,881,224	4
2013	411,890,612	-1	-411,890,612	1
2014	418,290,612	0	-	0
2015	423,890,612	1	423,890,612	1
2016	430,890,612	2	861,781,224	4
Σ	2,092,903,059	0	57,900,000	10

Sumber : Data Sekunder diolah

Menggunakan rumus :

$$y = a + bx$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \Rightarrow a = \frac{2.092.903.059}{5} = 418.580.611,8$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \Rightarrow b = \frac{57.900.000}{10} = 5.790.000$$

Jadi persamaan garis regresi nya adalah sebagai berikut :

$$y = 418.580.611,8 + 5.790.000(x)$$

Jadi, Ramalan *fixed cost* pada tahun 2018 adalah

$$Y = 418.580.611,8 + 5.790.000 (4) = \mathbf{Rp. 441.740.611,8}$$

4.4.3 Ramalan Biaya Variabel

Tabel 4.31 : Perhitungan Biaya Variabel Tahun 2018

TAHUN	VARIABLE COST (y)	X	Xy	x ²
2012	507,164,510	-2	(1,014,329,021)	4
2013	577,366,976	-1	(577,366,976)	1
2014	723,453,597	0	-	0
2015	723,963,663	1	723,963,663	1
2016	773,755,820	2	1,547,511,639	4
Σ	3,305,704,566	0	679,779,306	10

Sumber : Data Sekunder diolah

Menggunakan rumus :

$$y = a + bx$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \Rightarrow a = \frac{3.305.704,566}{5} = 661.140.913,21$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \Rightarrow b = \frac{679.779.306}{10} = 67.977.930,59$$

Jadi persamaan garis regresi nya adalah sebagai berikut :

$$y = 661.140.913,21 + 67.977.930,59(x)$$

Jadi, Ramalan *variable cost* pada tahun 2018 adalah

$$Y = 661.140.913,21 + 67.977.930,59 (4) = \text{Rp. } 933.052.635,6$$

4.4.4 Ramalan Harga Produk Tahun 2018

Tabel 4.32 : Ramalan Harga Produk A Frame Assy Tahun 2018

TAHUN	A FRAME ASSY (y)	X	Xy	x ²
2012	7,550,000	-2	(15,100,000)	4
2013	7,950,000	-1	(7,950,000)	1
2014	8,254,000	0	-	0
2015	9,125,000	1	9,125,000	1
2016	9,373,000	2	18,746,000	4
Σ	42,252,000	0	4,821,000	10

Sumber : Data Sekunder diolah

Menggunakan rumus :

$$y = a + bx$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \Rightarrow a = \frac{42.252.000}{5} = 8.450.000$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \Rightarrow b = \frac{4.821.000}{10} = 482.100$$

Jadi persamaan garis regresi nya adalah sebagai berikut :

$$y = 8.450.000 + 482.100(x)$$

Jadi, Ramalan harga produk *A Frame Assy* pada tahun 2018 adalah

$$Y = 8.450.000 + 482.100 (4) = \mathbf{Rp. 10.378.400}$$

4.4.5 Ramalan Penjualan Produk Tahun 2018

Tabel 4.33 : Ramalan Penjualan Produk Dalam Unit Tahun 2018

TAHUN	A FRAME ASSY (Y)	X	XY	X ²
2012	166	-2	-332	4
2013	187	-1	-187	1
2014	200	0	-	0
2015	203	1	203	1
2016	195	2	390	4
Σ	951	0	74	10

Sumber : Data Sekunder diolah

Menggunakan rumus :

$$y = a + bx$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad \Rightarrow a = \frac{951}{5} = 190,2$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \quad \Rightarrow b = \frac{74}{10} = 7,4$$

Jadi persamaan garis regresi nya adalah sebagai berikut :

$$y = 190,2 + 7,4(x)$$

Jadi, Ramalan penjualan unit produk *A Frame Assy* pada tahun 2018 adalah

$$Y = 190,2 + 7,4 (4) = \mathbf{220 \text{ Unit}} \text{ (dibulatkan)}$$

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Pengantar Analisa

Pada bab ini, dilakukan pembahasan terhadap analisis *break even point* pada tahun 2018. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pada titik berapa perusahaan tidak menerima keuntungan atau mengalami kerugian. Sebagai bahan analisis, di bawah ini disajikan kembali hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

1) Ramalan Penjualan Tahun 2018 = 220 Unit

2) Ramalan Biaya :

➤ Biaya Tetap Tahun 2018 = Rp. 441.740.662

➤ Biaya Variabel Tahun 2018 = Rp. 933.052.636

➤ Harga A Frame Assy Tahun 2018 = Rp. 10.378.400

3) Penjualan

➤ Total Penjualan = Rp. 2.283.248.000

➤ Penjualan Rata-rata per unit (P) = Rp. 10.378.400

4) Persentase Penjualan Produk

diketahui rumus persentase penjualan produk adalah sebagai berikut :

% Produk A Frame Assy

Dengan demikian =

$$\frac{\text{Ramalan Penjualan A Frame Assy Tahun 2018}}{\text{Ramalan Penjualan Total}} \times 100 \%$$

$$\% \text{ Produk A Frame Assy} = \frac{220}{220} \times 100 \% = 100 \%$$

5.2 Perhitungan *Break Even Point* Tahun 2018

1. Menghitung $BEP_{(Q)}$ Tahun 2018

$$\text{Impas (dalam satuan produk yang dijual)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}}$$

$$\text{Impas (dalam satuan produk yang dijual)} = \frac{\text{Rp 441.740.612}}{\text{Rp 10.378.400} - \text{Rp 4.241.148,35}}$$

$$= 71,976942969 \text{ Dibulatkan } 72 \text{ Unit}$$

2. Menghitung $BEP_{(Rp)}$ Tahun 2018

$$\text{Impas (dalam rupiah penjualan)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}}$$

	Rp 441.740.612
Impas (dalam rupiah penjualan) =	_____
	Rp 4.241.148,35
1 -	_____
	Rp 10.378.400

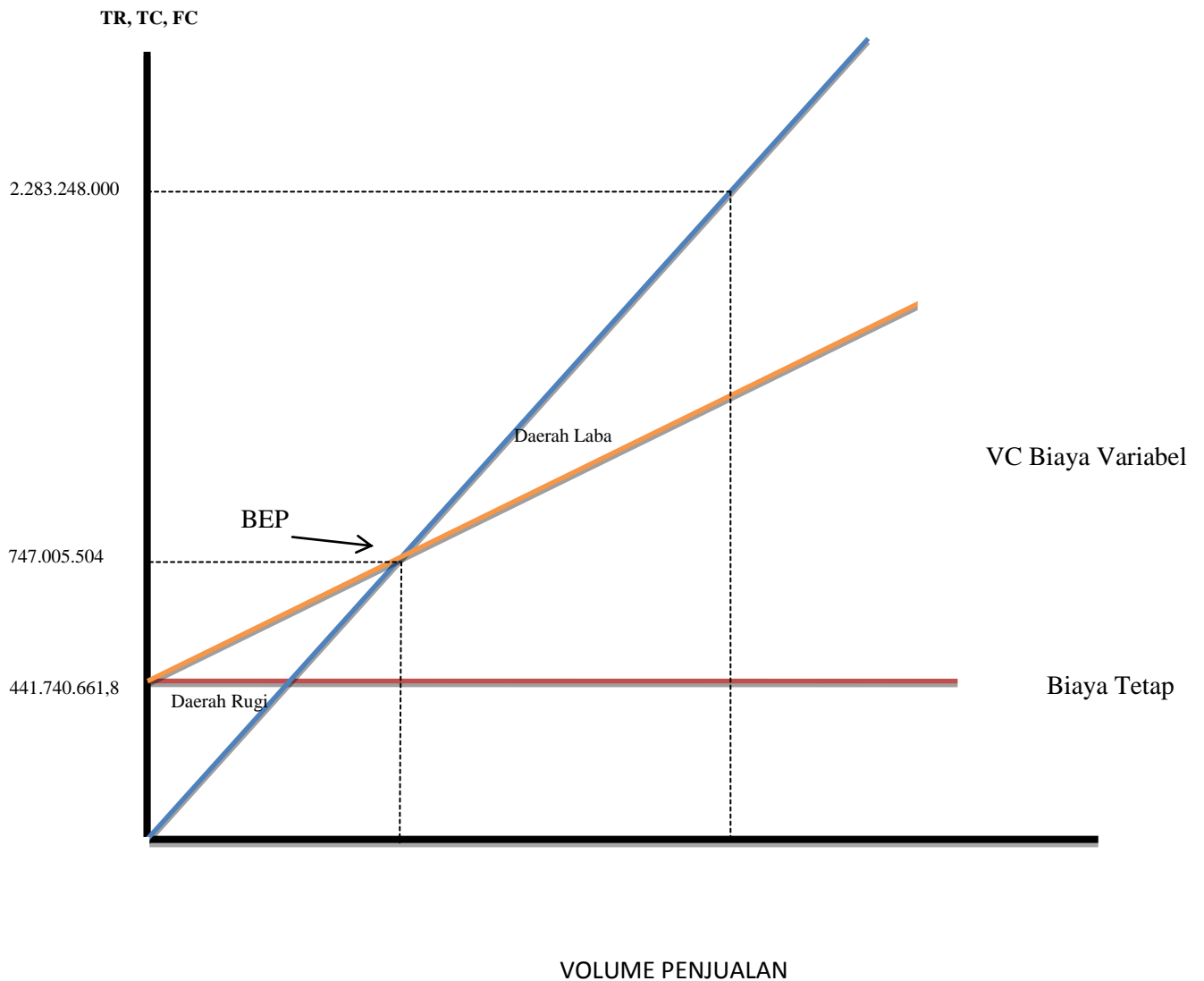
= Rp 747.005.504,912086

Dari hasil perhitungan diatas, dapatlah diketahui bahwa titik impas tercapai pada tingkat penjualan sebesar Rp. 747.005.504,91 atau dalam tingkat produksi/penjualan 72 unit (karena harga jual per unit Rp. 10.378.400 dan harga jual ini tetap konstan berapapun volume penjualan). Pada tingkat penjualan Rp. 747.005.504 (72 unit) tersebut perusahaan tidak akan memperoleh laba sepeserpun atau menderita kerugian sepeserpun. Laba atau rugi sama dengan nol. Laba baru akan diperoleh apabila tingkat penjualan di atas Rp. 747.005.504 (di atas 72 unit).

5.3 Grafik *Break Even Point* dan Rencana Penjualan

Gambar 5.1 : Grafik *Break Even Point* Tahun 2018

p Pendapatan dan biaya



Dengan menggunakan data tahun 2012-2016 dilakukan *Break Even Point* untuk produk A Frame Assy dan diketahui titik impasnya dimana $TR=TC$ berada pada tingkat penjualan pada tahun 2018 sebesar Rp. 747.005.503 atau dalam tingkat produksi / penjualan 72 Unit.

5.4 *Margin Of Safety*

Maka *Margin Of Safety* pada tahun 2018 adalah sebagai berikut.

Diketahui :

- Penjualan yang diramalkan = Rp. 2.283.248.000
- Penjualan tingkat BEP = Rp. 747.005.504, 912086

Maka :

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

$$\text{MoS} = \frac{\text{Rp.2.283.248.000} - \text{Rp.747.005.503,8}}{\text{Rp.2.283.248.000}} \times 100\%$$

$$\text{MoS} = 67,28320779\% \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 67,3\%$$

Karena impas dihitung sebesar Rp 747.005.504,91 maka jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan perusahaan mengalami kerugian adalah Rp 1.536.342.497 (Rp 2.283.348.000 – Rp 747.005.504,91) atau 67,3 % (Rp 1.536.342.497 : Rp 2.283.348.000). Semakin besar *margin of safety* semakin kesempatan perusahaan untuk memperoleh laba, sebaliknya semakin kecil *margin of safety* , semakin rawan perusahaan tersebut terhadap penurunan target pendapatan penjualan. Jika *margin of safety ratio*, yang merupakan *ratio* antara *margin of safety* dengan pendapatan penjualan sebesar 67,3 %, berarti penurunan target pendapatan penjualan sedikit di atas 67,3 % saja telah menyebabkan perusahaan menderita kerugian.

5.5 Perencanaan laba sebesar 25 % dari Penjualan Tahun 2018

Penjualan yang direncanakan = y

Laba yang direncanakan = 25 % dari penjualan

Dit : y = ?

$$\begin{aligned}y &= \frac{FC + \text{Laba yg direncanakan dari penjualan}}{1 - \frac{TVC}{S}} \\&= \frac{Rp\ 441.740.661,8 + 0,25y}{1 - \frac{Rp\ 933.052.635,6}{Rp\ 2.283.248}} \\&= \frac{Rp\ 441.740.661,8 + 0,25y}{1 - 0,408651463} \\&= \frac{Rp\ 441.740.661,8 + 0,25y}{0,591348537}\end{aligned}$$

$$0,591348537 y = 441.740.661,8 + 0,25 y$$

$$0,591348537 y - 0,25 y = 441.740.661,8$$

$$0,341348537 y = 441.740.661,8$$

$$y = \frac{441.740.661,8}{0,341348537}$$

$$y = 1.294.104.453,127$$

Maka hasil penjualan yang direncanakan sebesar Rp 1.294.104.453,127 dari laba yang direncanakan sebesar 25 %.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada CV. Mitra Usaha Teknik maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari perhitungan *break even point* (BEP) produk A Frame Assy pada CV. Mitra Usaha Teknik tahun 2018 dapat diketahui BEP terjadi pada tingkat penjualan sebesar Rp. 747.005.503 atau dalam tingkat produksi/penjualan 72 unit.
2. Ramalan penjualan minimal produk A Frame Assy pada tahun 2018 sebesar 220 unit dengan total penjualan Rp.2.283.348.000 dengan penjualan rata – rata per unit Rp.10.378.400
3. Dari perhitungan *Margin Of Safety* diketahui bahwa impas dihitung sebesar Rp 747.005.503, maka jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan perusahaan mengalami kerugian adalah Rp 1.536.342.497 atau 67,3 % Jika *margin of safety ratio*, yang merupakan *ratio* antara *margin of safety* dengan pendapatan penjualann sebesar 67,3 %, berarti penurunan target pendapatan penjualan sedikit di atas 67,3 % saja telah menyebabkan perusahaan menderita kerugian.
4. Maka hasil penjualan yang direncanakan sebesar Rp 1.294.104.453,127 dari laba yang direncanakan sebesar 25 %.

6.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis menyarankan kepada pihak CV. Mitra Usaha Teknik agar :

1. CV. Mitra Usaha Teknik dapat mengetahui perencanaan laba dari penjualan yang diramalkan.
2. CV. Mitra Usaha Teknik dapat menggunakan metode *Break Even Point* ini sebagai dasar acuan untuk mengetahui letak titik impas yang ada pada perusahaan, dimana perusahaan tersebut tidak akan merugi dan untung jika melakukan penjualan dari hasil perhitungan *Break Even Point* serta dapat mengetahui batas keamanan perusahaan ketika perusahaan mengalami penurunan penjualan.
3. CV. Mitra Usaha Teknik membuat laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi sehingga dapat diketahui posisi keuangan perusahaan dalam keadaan untung, rugi, atau impas.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi*. CP-FEUI: Jakarta
- Handoko T.Hani. 1999. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi 7. BPFE: Yogyakarta.
- Harahap. 1998. *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada.
- Heidjrachman Ranupandoyo dan suad husnan, *Manajemen Personalia*, Edisi III, BPFE, Yogyakarta, 1980.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2011. *Operations Management*, Buku 1 edisi ke Sembilan. Salemba empat : Jakarta.
- Irawati. Susan 2008. *Manajemen Keuangan*. Pustaka : Bandung
- John Suprihanto, *Manajemen Personalia*, BPFE UGM, Yogyakarta, 1984.)
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Lima Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran* . Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Lawrence J. Gitman. 2003. *Principles of Managerial Finance*
- Lontoh, Frederich & Lindrawati, *Jurnal Widia Manajemen & Akuntansi*. (2004).
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen*, Edisi 3. Yogyakarta : Salemba Empat.
- Mulyadi. 2014. *Auditing*, Edisi 6 Yogyakarta : Salemba Empat.

Mulyadi, 2015. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta : UPP
STIM YKPN.

Mursyidi. 2008. *Akuntansi Biaya. Conventional Costing, Just
in Time dan Activity – Based Costing*. Bandung : PT.Refika Aditama.

Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan
Perusahaan*.

Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2009)
paragraph 09

Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran
Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset

LAMPIRAN



**PEMERINTAH KABUPATEN BEKASI
BADAN PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN
PERIZINAN TERPADU**

Komplek Perkantoran Pemerintah Kabupaten Bekasi
Desa Sukamahi Kecamatan Cikarang Pusat
Telp./Fax. 021-8997 0080 - Website : www.bekasikab.go.id
BEKASI

No. Seri : 0460693

XVI.0454

SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP) KECIL
NOMOR : 503.09/1-0371/BPMPPT/PK-00/III/2016

NAMA PERUSAHAAN : CV. " MITRA USAHA TEKNIK "
NAMA PENANGGUNG : MUNARNO
JAWAB & JABATAN : Direktur
ALAMAT PERUSAHAAN : Papan Mas Blok F.14 No.6 Rt.009/005
Desa Setia Mekar, Kec.Tambun Selatan
Kabupaten Bekasi
NOMOR TELEPON :
KEKAYAAN BERSIH : Rp. 500.000.000,00
PERUSAHAAN (TIDAK TERMASUK TANAH DAN BANGUNAN) : (Lima ratus juta rupiah)
KELEMBAGAAN : Supplier
KEGIATAN USAHA (KBLI) : 4662, 4659.
BARANG/JASA PERDAGANGAN UTAMA : Logam, Panel.

FAX :

IZIN INI BERLAKU UNTUK MELAKUKAN KEGIATAN USAHA PERDAGANGAN DI SELURUH WILAYAH REPUBLIK INDONESIA SELAMA PERUSAHAAN MASIH MENJALANKAN USAHANYA DAN WAJIB DIDAFTAR ULANG SETIAP 5 (LIMA) TAHUN SEKALI. PENDAFTARAN ULANG TANGGAL 02 Maret 2021

BEKASI 02 Maret 2016

KEPALA BADAN PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
KABUPATEN BEKASI



Drs. IKEM SUPRIADI, M.Si
Kabina Utama Muda
NIP. 19671024 198803 1 002



**PEMERINTAH KABUPATEN BEKASI
KECAMATAN TAMBUN SELATAN
DESA SETLA MEKAR**

Jl. SETIA MEKAR RAYA NO.1 KODE POS : 17510

SURAT KETERANGAN DOMISILI USAHA

Nomor : 503 / 161 / II / 2016

Kepala Desa Setiamekar Kecamatan Tambun Selatan Kab. Bekasi menerangkan bahwa :

Nama : **MUNARNO**
 Tempat tgl lahir : Kendal, 26-06-1965
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Agama/Warganegara : Islam / Indonesia
 No.KTP : 3216062607650014

Benar pada saat ini mempunyai / membuka usaha sebagaimana dibawah ini :

Nama Perusahaan : **CV MITRA USAHA TEKNIK**
 Jenis usaha/Klasifikasi : Perdagangan Umum dan Jasa
 Alamat Usaha : Papan Mas Blok F 14 No.6 RT.009 RW.005
 Desa Setiamekar Kec Tambun Selatan Kab.Bekasi.
 Jumlah Karyawan : 11 (Sebelas) Orang
 Penanggung Jawab/Pimpinan perusahaan : **MUNARNO**
 Ijin Mendirikan Perusahaan : Nomor :
 Tanggal :
 Akta Pendirian Perusahaan : Notaris : **Ny. SRI SADIYANI UTAMI, SH**
 Nomor : 01
 Tanggal : 27 Januari 2001

Demikian Surat Keterangan Domisili Usaha ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan berlaku sampai dengan Tanggal 17 Februari 2017 (1 tahun).

Dibuat Di : **SETIAMEKAR**
 Pada Tanggal : **17 Februari 2016**

Tanda tangan ybs

MUNARNO



KECAMATAN TAMBUN SELATAN
 BEKASI
 RUSNANDAR S.Sos.M.Si
 NIP. 19611130 198503 1 002

No. Seri : XV.0326A
Asli 0160933

No. 1007040323

PEMERINTAH KABUPATEN BEKASI
BADAN PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
**TANDA DAFTAR PERUSAHAAN
PERSEKUTUAN KOMANDITER**

BERDASARKAN UNDANG - UNDANG NOMOR 3 TAHUN 1982 TENTANG WAJIB DAFTAR PERUSAHAAN

NOMOR TDP 100734614452	BERLAKU SAMPAI DENGAN 03 MARET 2021	0 0
----------------------------------	---	------------

NAMA PERUSAHAAN :	" MITRA USAHA TEKNIK " CV.
STATUS :	TUNGGAL
ALAMAT :	PAPAN MAS BLOK F.14 NO.6 RT.008/005 DESA SETIA MEKAR, KECAMATAN TAMBUN SELATAN, KABUPATEN BEKASI
NOMOR TELEPON :	FAX :
PENANGGUNG JAWAB / PEMILIK :	MUNARNO
KEGIATAN USAHA POKOK :	PERDAGANGAN BESAR LOGAM
KBLI :	46620

BEKASI, 03 MARET 2016
KEPALA BADAN PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN PERIZINAN TERPADU KABUPATEN BEKASI
SEKRETARIS KEPALA KANTOR PENDAFTARAN PERUSAHAAN



Drs. H. Edi Supriadi, M.Si.
Mama Muda
No. 5671024 198803 1 002