

**ANALISIS BIAYA DENGAN LABA MENGGUNAKAN  
METODE BREAK EVEN POINT PADA CV.BETA PERSADA**

**TUGAS AKHIR**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Penyelesaian  
Program Diploma IV Jurusan Manajemen Bisnis Industri**



**Disusun Oleh :**

**NAMA : Tiara Citra Anggraeni**

**NIM : 1711081**

**POLITEKNIK STMI JAKARTA  
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI  
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I.  
JAKARTA  
2016**

## ABSTRAK

Perusahaan CV. BETA PERSADA adalah perusahaan yang memproduksi shampo mobil yang bertujuan juga untung mendapatkan keuntungan. Namun tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dari tahun ke tahun tidak stabil karena dipengaruhi oleh ketidak stabilan produk. Maka dari itu manajemen perusahaan harus bisa merencanakan biaya dan volume produksi setiap tahunnya agar dapat diketahui tingkat miniml penjualan yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian. Untuk mengetahui biaya, volume, laba yang didapat oleh CV.Beta Persada dengan menggunakan Analisis *Break Event Point* tujuannya agar mendapatkan titik impas atau titik pulang pokok yang menunjukkan tingka minimum agar tidak mengalami kerugian. Metode yang digunakan adalah metode BEP mencari dalam bentuk rupiah dan unit, *margin of safety* dan peramalan untuk tahun 2016. Agar tidak mengalami kerugian pada kondisi dimana Pendapatan (*Total Revenue, TR*) = Biaya (*Total Cost, TC*). Sementara Biaya (*Total Cost, TC*) adalah jumlah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produksi, baik biaya tetap (*Total Fixed Cost, TFC*), maupun biaya yang berubah, atau biaya variabel (*Total Variable Cost, TVC*) maka  $TC=TFC + TVC$ . Dengan menganalisis total biaya yang terdapat dalam produksitas tersebut. Hasil pengklasifikasian biaya tetap dan biaya variabel CV Beta Persada pada tahun 2015 menghasilkan biaya total (TC) sebesar Rp.398.379.009 dengan biaya tetap sebesar Rp.154.458.951 dan biaya variabel sebesar Rp.243.920.058. Perusahaan mendapat titik impas sebesar 4.715,6 unit dengan rupiah sebesar Rp.212.201.163,4 dan *margin of safety* sebesar 76.32% atau sebesar Rp.684.132.480 dari rencana penjualan sebesar Rp896.400.000 Menghitung laba yang diharapkan oleh perusahaan pada tahun 2016 unuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan sebesar Rp.150.000.000 dan dengan kenaikan 20% pada harga jual, unit, biaya tetap dan biaya variabel. Perusahaan mendapat titik impas sebesar 10.238 unit dengan rupiah sebesar Rp.460.716.697,4 dan *margin of safety* sebesar 57.16% atau sebesar Rp.614.858.688 dari rencana penjualan sebesar Rp.1.075.680.000.

*Kata kunci : Biaya tetap dan biaya variabel, laba, Break Even Point*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam penyelesaian Program Diploma IV jurusan Manajemen Bisnis Industri di Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri.

Adapun dasar penyusunan laporan ini ditulis berdasarkan pengalaman dan pengetahuan penyusun selama Praktik Kerja Lapangan di CV Beta Persada yang berlangsung selama 2 (dua) bulan.

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini Penyusun banyak menerima bantuan, bimbingan, petunjuk nasihat dari berbagai pihak. Sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karenanya pada kesempatan ini Penyusun ingin mengucapkan terima kasih yaitu kepada: .

- Bapak Dr. Mustofa, S.T., M.T., selaku Ketua Politeknik STMI d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri.
- Bapak Drs. Mulyono, M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri (MBI). Terima kasih untuk bantuan, dorongan, dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penyusunan laporan ini.
- Bapak Yulius Jatmiko, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Bisnis Industri. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penyusunan laporan ini.
- Bapak Drs. Pasti Immanuel Bangun, M.M., selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, bimbingan, motivasi, dan waktu yang telah diluangkan untuk saya dalam proses penyusunan laporan ini.
- Kedua orang tua dan kakak serta keluarga tercinta yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan, dorongan moril maupun materi kepada penyusun serta mendoakan penyusun agar tercapai cita-citanya di masa depan.
- Bapak Khafi yang telah mengizinkan saya untuk PKL di perusahaannya dan seluruh karyawan CV Beta Persada yang telah membantu.
- Seluruh Staff Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri serta dosen pengajar.
- Semua pihak yang telah berjasa kepada Penyusun dalam menyusun laporan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Sebagai penutup, penyusun menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Akhirnya, penyusun berharap semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya untuk Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri.

Jakarta, November 2016

Tiara Citra Anggraeni

## DAFTAR ISI

ABSTRAKSI .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	2
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
1.6 Sistematika Penulisan .....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Manajemen Keuangan .....	6
2.1.2 Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen .....	6
2.1.3 Laporan Keuangan .....	6
2.1.4 Tujuan Laporan Keuangan.....	7
2.1.5 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan.....	8
2.2 Aspek Pemasaran, Produksi, dan Personalia... ..	9
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	9
2.2.2 Manajemen Produksi .....	12
2.2.3 Manajemen Personalia .....	14
2.3 Biaya .....	16

2.3.1 Pengertian Biaya .....	16
2.3.2 Penggolongan Biaya .....	16
2.3.3 Biaya tetap .....	16
2.3.4 Biaya Variabel .....	17
2.3.5 Biaya Semivariabel .....	17
2.4 Break Even Point .....	17
2.4.1 Pengertian BEP .....	18
2.4.2 Fungsi BEP .....	20
2.4.3 Manfaat BEP .....	20
2.4.4 Asumsi BEP .....	21
2.4.5 Menentukan BEP .....	22
2.5 BEP Multi Produk.....	27
2.6 BEP Laba .....	28
2.7 Margin Of Safety .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Pengertian Metode .....	30
3.2 Jenis Sumber Data.....	30
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4 Metode Analisis Data.....	33
3.5 Analisis Data.....	33
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.1.1 sejarah Perusahaan .....	35
4.1.2 Klasifikasi Perusahaan .....	36
4.1.3 Lokasi Perusahaan .....	37
4.2 Sistem Manajemen.....	38

4.3 Struktur Organisasi .....	43
4.4 Ketenagakerjaan.....	45
4.5 Layout Perusahaan .....	49
4.5.1 Aspek Pemasaran .....	50
4.5.2 Pengelola Usaha.....	50
4.5.3 Biaya Pemasaran.....	53
4.6 Aspek Produksi .....	55
4.6.1 Bahan Baku .....	55
4.6.2 Mesin dan Peralaan .....	55
4.6.3 Proses Produksi.....	57
4.6.4 Biaya Produksi .....	62
4.7 Biaya Penjualan .....	65
4.8 Aspek Keuangan .....	68
4.8.1 Pengertian Laporan Keuangan.....	68
<b>BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>78</b>
5.1 Analisa .....	78
5.2 Pembahasan.....	86
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
6.1 Kesimpulan .....	88
6.2 Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Data Tenaga Kerja .....	46
Tabel 4.6 Upah Harian .....	48
Tabel 4.8 Biaya Promosi .....	53
Tabel 4.9 Biaya Pemasaran.....	54
Tabel 4.10 Biaya Bahan Baku .....	55
Tabel 4.11 Mesin dan Peralatan.....	56
Tabel 4.13 Biaya Produksi.....	63
Tabel 4.14 Biaya Penjualan .....	65
Tabel 4.15 Penyusutan .....	66
Tabel 4.16 Harga Pokok Penjualan.....	71
Tabel 4.17 Laporan Laba/Rugi .....	74
Tabel 4.18 Laporan Perubahan Modal.....	75
Tabel 4.19 Neraca .....	76
Tabel 5.1 Biaya Tetap dan Variabel .....	78
Tabel 5.2 Biaya listrik Semivariabel.....	80
Tabel 5.3 Biaya Pemeliharaan Mesin .....	81
Tabel 5.4 Biaya Tetap dan Variabel Per Produk.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Grafik Biaya Variabel dan Biaya Tetap .....	22
Gambar 2.2 GRAFIK BREAK EVEN POINT .....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	43
Gambar 4.7 Layout Perusahaan .....	48
Gambar 4.12 Aliran Proses .....	57
Gambar 4.13 Pemilihan bahan .....	58
Gambar 4.14 Pencampuran (Mixing) .....	60
Gambar 4.15 Penambah Warna .....	61
Gambar 5.1 BEP 2015 .....	84
Gambar 5.2 BEP 2016 .....	85

**POLITEKNIK STMI JAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL TUGAS AKHIR :**

**“ANALISIS BIAYA DENGAN LABA MENGGUNAKAN METODE BREAK EVEN POINT PADA CV. BETA PERSADA”**

**DISUSUN OLEH**

**NAMA : TIARA CITRA ANGGRAENI**

**NIM : 1711081**

**JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI**

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Jurusan Manajemen Bisnis Industri Politeknik STMI Jakarta pada hari senin, 7 November 2016.

Jakarta, 7 November 2016

Penguji 1

Penguji 2

**Drs. P. Immanuel Bangun, M.M.**

**Dra. Sri Daryuni, M.M.**

Penguji 3

Penguji 4

**Drs. Atang Sugiono, M.Si.**

**Drs. Ubaldus Upa, M.S.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Usaha Kecil menengah (UKM) salah satu bagian penting dari dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, termasuk di Indonesia. Suatu usaha dikatakan sebagai UKM memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Dan usaha tersebut berdiri sendiri. Sesuai Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil Menengah adalah : “kegiatan ekonomi rakyat yang bersekala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

UKM di Indonesia pada umumnya meliputi beberapa usaha seperti usaha manufaktur yaitu usaha yang mengubah input dasar menjadi produk yang bisa dijual kepada konsumen, usaha dagang yaitu usaha yang menjual produk kepada konsumen, dan usaha jasa yaitu usaha yang menghasilkan jasa, bukan menghasilkan produk atau barang untuk konsumen.

UKM juga sebagai penyerap tenaga di Indonesia sesuai dengan yang dikatakan oleh Sofyan Tan direktur Yayasan Ekosistem Lestari (YEL) bahwa sembilan puluh empat persen tenaga kerja Indonesia terserap dalam UKM.

Tujuan utama didirikannya suatu perusahaan adalah mencari keuntungan yang optimal. Untuk itu perusahaan harus mampu menjual barang yang dihasilkan semaksimal mungkin agar didapatkan laba sesuai yang diinginkan perusahaan tersebut. Namun demikian, oleh karena sesuatu hal kadang-kadang upaya yang dilakukan oleh perusahaan belum tentu sesuai dengan yang diharapkan, sehingga kemungkinan mengalami kerugian.

Keuntungan atau laba dicapai apabila pendapatan melebihi total biaya yang dikeluarkan. Agar dicapainya keuntungan yang diharapkan maka manajemen perusahaan harus merencanakan terlebih dahulu berapa tingkat penjualan periode tersebut. Tingkat keuntungan perusahaan tidak lepas dari seberapa besar biaya yang dikeluarkan perusahaan dan seberapa banyak volume produksi pada periode tersebut.

Perusahaan CV. BETA PERSADA adalah perusahaan yang memproduksi shampo mobil yang bertujuan juga untung mendapatkan keuntungan. Namun tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dari tahun ke tahun tidak stabil. Maka dari itu manajemen perusahaan harus bisa merencanakan biaya dan volume produksi setiap tahunnya agar dapat diketahui tingkat minimal penjualan yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian.

Selama ini CV. BETA PERSADA belum mampu melakukan analisis dalam merencanakan laba jangka pendeknya. Analisis biaya, volume dan laba memiliki kelebihan diantaranya adalah dapat menyajikan informasi yang bermanfaat untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian laba yang diharapkan. Berdasarkan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul tugas akhir “**ANALISIS BIAYA, DENGAN LABA, MENGGUNAKAN METODE *BREAK EVENT POINT* PADA CV. BETA PERSADA.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menetapkan biaya variable dan biaya tetap ?
2. Jika perusahaan menetapkan keuntungan 150.000.000 pada tahun 2016, berapa banyak penjualan minimal (unit) dan penjualan minimal (rupiah) pada tahun tersebut ?
3. Berapakah persentase *margin of safety* produk shampo mobil terhadap tingkat penjualan yang direncanakan ?

## **1.3 Batasan Masalah**

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

1. Penelitian dilakukan pada CV. BETA PERSADA.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015.

3. Mengutamakan menggunakan data dari aspek keuangan, dalam hal ini biaya tetap, biaya variabel, dan harga produk per unit, serta data-data yang bersangkutan lainnya dari aspek pemasaran, aspek produksi, dan aspek personalia.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menetapkan biaya variabel dan biaya tetap (biaya semivariabel).
2. Untuk merencanakan keuntungan jika perusahaan menginginkan laba di tahun 2016 sebesar Rp 150.000.000.
3. Untuk mengetahui margin of safety penjualan dalam satu periode.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang akan dilaksanakan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Sebagai referensi penelitian dalam penulisan skripsi mengenai analisis break even untuk merencanakan laba perusahaan.

2. Secara Praktis

Analisis break even dapat digunakan sebagai informasi bagi manajemen CV. BETA PERSADA Utama untuk menyusun perencanaan laba yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

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

### **BAB I : PENDAHULUAN**

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

**BAB II : LANDASAN TEORI**

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

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

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

**BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

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

**BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN**

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

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

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

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Pengertian Manajemen Keuangan**

Didefinisikan oleh James Van Horne, manajemen keuangan adalah segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh data, menggunakan dana, dan mengelola aset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

##### **2.1.2. Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen**

Perencanaan (Planning) mengacu pada pembentukan program operasi yang terinci untuk semua fase operasi. Perencanaan merupakan proses perabaan atas peluang dan ancaman dari luar, penetapan tujuan yang diinginkan, dan pemanfaatan sumber-sumber daya guna mencapai tujuan tersebut. Perencanaan meliputi penyelidikan terhadap bidang-bidang seperti keadaan perusahaan yang sesungguhnya, kebijakan utamanya, dan penentuan waktu dalam cakup luas serta faktor-faktor lain yang ada kaitanya dengan rencana jangka panjang. perencanaan yang efektif didasari pada analisis atas fakta-fakta yang dikumpulkan.

Hal yang erat hubungannya dengan perencanaan yang baik adalah penentuan tujuan perusahaan. Tujuan merupakan suatu sarana atau hasil akhir. Dalam menentukan tujuan suatu badan usaha, banyak orang yang menekankan pada kebutuhan akan laba. (Manajemen Accounting Guidelines, no.3, Hamilton, Ontario : The Society of Manajemen Accounting of Canada, 1984).

##### **2.1.3 Laporan keuangan**

Analisis laporan keuangan merupakan salah satu cara untuk mengetahui kinerja perusahaan dalam satu periode. Oleh karena itu, sebelum kita menganalisis laporan keuangan, maka terlebih dahulu kita harus memahami hal-hal yang berkaitan dengan laporan keuangan. Pemahaman tentang laporan keuangan mulai dari pengertian, jenis, komponen yang terkandung, tujuan, maupun sifat laporan keuangan sangat penting sehingga dalam melakukan analisis lebih mudah menginterpretasikannya.

Secara umum dikatakan bahwa laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Maksud dari laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi keuangan perusahaan terkini, kondisi perusahaan terkini adalah keadaan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba).

Inti dari laporan keuangan adalah menggambar pos-pos keuangan perusahaan yang diperoleh dalam suatu periode. Dalam peraktiknya kita mengenal beberapa macam laporan keuangan seperti :

- Neraca
- Laporan keuangan
- Laporan perubahan modal
- Laporan arus kas

Dan masing-masing laporan memiliki komponen keuangan tersendiri dalam tujuan dan maksud tersendiri pula.

#### **2.1.4. Tujuan Laporan Keuangan**

Secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun periode tertentu. Yang jelas laporan keuangan memberikan informasi keuangan pada pihak dalam dan luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.

Berikut ini, beberapa tujuan pembuatan dan penyusunan laporan keuangan yaitu :

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiv (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.

6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
7. Memberikan informasi tentang catatan atas laporan keuangan.
8. Informasi keuangan lainnya.

### **2.1.5 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan**

Pada perusahaan manufaktur perlu menghitung harga pokok produksi sebelum menghitung harga pokok penjualan karena perusahaan memproduksi sendiri. Harga pokok produksi merupakan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan manufaktur dalam memproduksi barang. Jadi perbedaan harga pokok produksi dengan harga pokok penjualan adalah bila harga pokok produksi adalah semua biaya mulai dari perusahaan akan memproduksi barang (masih mentah) sampai menjadi barang jadi sedangkan harga pokok penjualan pada perusahaan manufaktur adalah harga pokok produksi ditambah biaya-biaya lain yang dikeluarkan sampai barang tersebut siap untuk dijual.

Rumus harga pokok produksi : persediaan barang dalam proses (awal) + semua biaya (langsung dan tidak langsung) – persediaan barang dalam proses (akhir)

Laporan laba rugi menunjukkan pendapatan dari penjualan, berbagai biaya dan laba diperoleh oleh perusahaan dalam periode tertentu. Dengan demikian maka laporan rugi laba menunjukkan laporan selama periode (misal selama setahun), sedangkan secara neraca menunjukkan laporan pada waktu tertentu (misal pada tanggal 31 desember 1993).

Neraca adalah laporan keuangan yang melaporkan jumlah kekayaan, kewajiban keuangan dan modal sendiri perusahaan pada waktu tertentu. Jumlah kekayaan disajikan pada aktiva, sedangkan jumlah kewajiban dan modal sendiri disajikan pada sisi pasiva. Karena jumlah aktiva haruslah sama dengan jumlah pasiva, maka :

Aktiva (kekayaan) = kewajiban finansial + modal sendiri

Persamaan tersebut sering disebut sebagai accounting identity.

## **2.2 Aspek Pemasaran,Aspek Produksi, dan Personalia**

### **2.2.1 Manajemen Pemasaran**

A. Pengertian Manajemen Pemasaran

Dalam buku Manajemen Pemasaran Moderen, pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil atau tidaknya bergantung pada keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan dan bidang lain.

Menurut William J. Stanton, dinyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada mampu pembeli potensial.

Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pengalamann sedemikian rupa sehingga produk jasa itu cocok dengan pengalaman dan menjual dirinya sendiri. Idealnya pengalaman hendaknya menghasilkan seseorang pelanggan yang siap untuk membeli.

Selanjutnya yang dimaksud dengan manajemen pemasaran dikemukakan oleh Philip Kotler adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditunjukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar.

## B. Bauran Pemasaran

Menurut Ricky W. Griffin (1999), dalam merencanakan dan pelaksanaan strategi, para manager bergantung pada empat kompeten dasar. Elemen ini sering kali disebut sebagai "Four P's" dari pemasaran, dan disebut sebagai alat untuk menjalankan suatu strategi, mereka membentuk bauran pemasaran.

### 1. Produk

Merupakan suatu barang, jasa, atau gagasan yang dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seorang konsumen. Dengan demikian, menyusun dan mengembangkan produk-produk baru merupakan tantangan konstan bagi tenaga pemasaran. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan-keputusan tentang harga, distribusi promosi dapat diambil.

Diferensiasi produk sering kali, produsen mengembangkan produk-produk baru atau “yang lebih baik” demi kehormatan mereka dalam lingkungan pasar. Diferensiasi produk merupakan pencipta suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dari produk-produk yang telah beredar untuk menarik konsumen.

## 2. Penetapan Harga

Suatu produk memilih harga yang paling sesuai untuk menjualnya, kadang-kadang merupakan suatu tindakan penyeimbangan. Disatu sisi harga harus mendukung beragam biaya : biaya operasi, administrasi dan riset organisasi selain juga biaya pemasaran, seperti, biaya iklan, dan gaji penjual. Sebaliknya, harga tidak terlalu tinggi konsumen dapat berpaling kepada produk-produk bersaing. Jelaskan, penetapan harga yang berhasil berarti mencari harga yang menguntungkan diantara kedua kebutuhan tersebut.

Harga-harga rendah, umumnya mengarah kepada volume penjualan yang lebih besar. Sementara, walaupun harga-harga tinggi biasanya membatasi ukuran pasar, mereka juga mengingatkan laba perunit. Selain itu, harga tinggi dapat juga menarik konsumen dengan menerapkan bahwa suatu produk memiliki kualitas yang sangat tinggi.

## 3. Promosi

Merupakan komponen yang paling terlihat nyata dalam bauran pemasaran. Karena promosi merupakan yang berkaitan dengan teknik-teknik mengkomunikasikan informasi mengenai produk. Alat-alat promosi yang paling penting : iklan, personal selling, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

- a. Iklan adalah suatu bentuk komunikasi pribadi yang digunakan oleh sponsor tertentu untuk membujuk atau menginformasikan pendengar mengenai suatu produk.
- b. Personal selling, misalnya, asuransi, pakaian dan peralatan stereo sangat baik dipromosikan melalui penjualan pribadi, atau penjualan dari satu orang ke orang lain. Akan tetapi barang-barang industri menerima banyak penjualan pribadi. Sewaktu perusahaan membeli dari perusahaan orang lain, para agen pembeli dan lain-lain yang memerlukan informasi teknis dan rinci biasanya merujuk kepada wakil penjualan perusahaan penjualan.
- c. Hubungan masyarakat merupakan seluruh usaha komunikasi yang mengarah pada membangun kemauan baik diantara berbagai kelompok dalam populasi. Publisitas juga berkaitan dengan usaha-usaha suatu perusahaan berkomunikasi

kepada masyarakat umum, biasanya melalui media massa. Akan tetapi publisitas tidak dibayar oleh perusahaan, dan isi publisitas itu juga tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan.

#### 4. Distribusi

Merupakan bagian dari bauran pemasaran memperimbangkan cara menyampaikan produk-produk dari produsen ke konsumen. Menempatkan suatu produk pada outlet yang sesuai misalnya : toko eceran, memerlukan keputusan mengenai sejumlah aktivitas distribusi, yang keseluruhan berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk tersebut dari produsen ke konsumen.

Ada 3 aspek pokok yang berkaitan dengan kepuasan tentang distribusi, yaitu :

- Sistem transportasi perusahaan
- Sistem penyimpanan
- Pemilihan saluran distribusi

### **2.2.2 Manajemen Produksi**

#### A. Penertian Manajemen Produksi

Manajemen produksi merupakan kegiatan untuk mengatur mengkoordinasikan pemakaian sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan, secara efektif dan efisien, untuk menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa. Dengan pengertian ini maka dalam istilah manajemen tercakup semua kegiatan atau aktivitas yang menghasilkan barang atau jasa, serta kegiatan yang mendukung usaha untuk menghasilkan barang atau jasa.

#### B. Ruang Lingkup Manajemen Produksi dan Operasi

Manajemen produksi dan operasi merupakan kegiatan yang mencakup bidang yang cukup luas, dimulai dari penganalisisan dan penetapan keputusan saat sebelum kegiatan produksi dan operasi, yang umumnya bersifat keputusan-keputusan jangka panjang, serta keputusan-keputusan pada waktu menyiapkan dan melaksanakan kegiatan produksi dan mengoprasikannya, yang umumnya bersifat keputusan jangka pendek. Dari uraian ini dapatlah kita lihat bahwa manajemen produksi dan operasi sebenarnya meliputi kegiatan penyiapan sistem produksi dan operasi, dan kegiatan pengoprasian sistem produksi dan operasi.

Seperti apa yang telah diuraikan diatas, maka ruang lingkup manajemen produksi dan operasi akan mencakup perancang dan penyiapan sistem produksi dan operasi, serta pengoprasian dari sistem produksi dan operasi. Pembahasan dalam perancangan atau desain dari sistem produksi dan operasi meliputi :

Seleksi dan rancangan atau desain hasil produksi (produk).

1. Seleksi dan perancangan proses dan peralatan.
2. Pemilihan lokasi dan site perusahaan dan unit produksi.
3. Rancangan tata letak (layout) dan arus kerja atau proses.
4. Rancangan tugas pekerjaan.
5. Strategi produksi dan operasi serta pemilihan kapasitas

Pembahasan dalam pengoprasian sistem produksi dan operasi akan mencakup :

1. Penyusunan rencana produksi dari operasi.
2. Perencanaan dan pengadilan persediaan dan pengadaan bahan.
3. Pemeliharaan atau perawatan mesin dan peralatan.
4. Pengendalian mutu.
5. Manajemen tenaga kerja (sumber daya manusia).

### C. Proses Produksi/Operasi

Proses produksi dan operasi merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan peralatan, sehingga masukan atau input dapat diolah menjadi keluaran yang berupa barang atau jasa, yang akhirnya dapat dijual kepada pelanggan untuk memungkinkan perusahaan memperoleh hasil keuntungan yang diharapkan. Proses produksi yang dilakukan terkait dalam suatu sistem, sehingga pengolahan dan pentransformasian dapat dilakukan dengan menggunakan peralatan yang dimiliki. Proses pengolahan yang dilakukan dapat berupa :

1. Produksi secara kelompok besar atau batch production, dimana pengolahan untuk suatu kelompok produk yang bervariasi dengan kelompok produk yang dihasilkan lainnya, terutama variasi terlihat dari bahan-bahan terbatas.
2. Sistem dari proses produksi dan operasi, dimana produk dihasilkan secara terus menerus dalam suatu pola atau rancangan tertentu.

3. Produksi masa satu produk, dimana produksi dilakukan dalam jumlah banyak dan peruntukan bagi pasar melalui pengadaan persediaan barang jadi, dan umumnya terdapat dalam industri pengolahan dan rekayasa (assembling), seperti mobil atau barang-barang elektronik.
4. Produk masa banyak/multi produk, dimana produksi dilakukan untuk semua seri dan komponen atau artikel yang sangat bervariasi, dengan menghasilkan serangkaian produk dalam berbagai variasi.
5. Proses kontruksi, dimana produksi dilakukan dengan membangun suatu produk dengan menggunakan bahan-bahan atau barang-barang serta komponen-komponen yang dikumpulkan pada suatu tempat pengerjaan kontruksinya.

### **2.2.3 Manajemen Personalia**

#### **A. Pengertian Manajemen Personalia**

Manajemen personalia adalah perencanaan, perorganisasian, pengaruh dan pengawasan dari pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian dan pemeliharaan tenaga kerja dengan maksud untuk membantu mencapai tujuan perusahaan, individu dan masyarakat. Penjelasan ringkas dari definisi diatas sebagai berikut :

- **Perencanaan**  
Untuk manager personalia, perencanaan berarti menentukan lebih dulu program personalia yang akan membantu mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.
- **Pengorganisasian**  
Jika perusahaan telah menentukan fungsi-fungsi yang harus dijalankan oleh para karyawan maka manager personalia haruslah membentuk organisasi dengan merancang susunan dari berbagai hubungan antara jabatan, personalia, dan faktor-faktor fisik.
- **Pengarahan**  
Maksud dari pengarahan pada definisi diatas adalah memberika perintah atau motivasi
- **Pengadaan fungsi ini terutama menyangkut tentang penentuan kebutuhan tenaga kerja dan penarikannya, seleksi dan penempatannya. Menentukan**

kebutuhan tenaga kerja menyangkut baik mutu maupun jumlah tenaga kerja. Sedangkan seleksi dan penempatan menyangkut masalah memilih dan menarik tenaga kerja, pembahasan formulir-formulir lamaran, test psikologi dan wawancara.

- **Kompensasi**

Fungsi ini dapat didefinisikan sebagai pemberian penghargaan yang adil dan layak terhadap karyawan sesuai dengan sumbangan mereka untuk mencapai tujuan organisasi.

- **Integrasi**

Integrasi ini menyangkut penyesuaian keinginan dari para individu dengan keinginan organisasi dan masyarakat. Dengan demikian kita perlu memahami perasaan dan sikap dari para karyawan untuk dipertimbangkan dalam pembuatan berbagai kebijakan organisasi.

- **Pemeliharaan**

Fungsi oprasional yang terakhir adalah mempertahankan dan meningkatkan kondisi yang telah ada. Pada fungsi ini perhatian akan dititik beratkan pada pemeliharaan kondisi pihak dari para karyawan (kesehatan dan keamanan) dan pemeliharaan sikap yang menyenangkan (program-program pelayanan karyawan).

## **B. Kompensasi**

Menurut sikula (1981), kompensasi adalah segala sesuatu yang dianggap sebagai balas jasa yang sebanding. Sedangkan kompensasi menurut Husein (2004) didefinisikan sebagai suatu yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka, sebelum kompensasi diberikan, telah dilakukan proses kompensasi, yaitu suatu jaringan bagian sub-proses untuk memberikan balas jasa kepada karyawan untuk pelaksanaan pekerjaan dan untuk memotivasi mereka agar mencapai tingkat prestasi yang diinginkan.

### **2.3 Biaya**

#### **2.3.1 Pengertian Biaya**

Menurut Mulyadi dalam bukunya “Akuntansi Biaya” memberikan definisi biaya sebagai berikut :

- Dalam arti luas  
Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam suatu uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.
- Dalam arti sempit  
Biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, yang disebut dengan istilah “harga pokok”.

### **2.3.2 Penggolongan Biaya**

Keberhasilan dalam perencanaan dan pengendalian biaya dan tergantung pada pemahaman yang menyeluruh mengenai hubungan antara terjadinya biaya dan kegiatan bisnis. Telaah dan analisa yang cermat, yang mempengaruhi kegiatan bisnis terhadap biaya umumnya akan menghasilkan penggolongan setiap pengeluaran ke dalam biaya tetap, variabel, atau semi variabel.

### **2.3.3 Biaya Tetap**

Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang tidak berubah jumlahnya walau biaya bisnis meningkat atau menurun. Seperti overhead pabrik, penyusutan, sewa, asuransi kekayaan dan pajak bumi dan bangunan.

Contoh : Besarnya pengeluaran iklan dan jumlah kontribusi amal, bunga atas hutang jangka panjang dan biaya sewa atas perjanjian leasing jangka panjang.

### **2.3.4 Biaya variabel**

Biaya variabel meningkat secara proporsional dengan peningkatan kegiatan dan menurun secara proporsional dengan penurunan kegiatan. Biaya variabel meliputi biaya bahan langsung, pekerja langsung, bahan penolong tertentu, pekerja tidak langsung tertentu, biaya karna perkakas yang mudah rusak, biaya pengerjaan ulang, dan biaya kerusakan yang tidak normal.

### **2.3.5 Biaya Semivariabel**

Biaya semivariabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel didalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

Contoh : Biaya pemeliharaan mesin dan biaya listrik.

## **2.4 Break Even Point**

### **2.4.1 Pengertian Analisis Pulang Pokok (*BREAK EVENT POINT*).**

Sebelum memproduksi atau menghasilkan suatu produk, baik barang atau jasa perusahaan biasanya terlebih dahulu merencanakan seberapa besar laba yang akan diperoleh. Penentuan besarnya laba yang ingin diperoleh merupakan prioritas utama bagi sebagian besar perusahaan, disamping hal-hal lainnya. Agar besarnya perlahan laba mudah ditentukan, maka salah satu caranya perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu berapa titik impasnya. Artinya, perusahaan beroperasi pada jumlah produksi atau penjualan tertentu, sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian ataupun keuntungan.

Analisis titik impas atau lebih dikenal dengan analisis break event point (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis titik impas sering juga disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*).

Analisis pulang pokok atau analisis titik impas (analisis break even point) adalah teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya, laba, dan volume penjualan (*cost – profit – volume analysis*). Biaya yang diperhitungkan adalah biaya total yang terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Secara umum, tujuan perusahaan adalah berusaha untuk memperoleh laba yang maksimal untuk kemakmuran pemilik perusahaan dengan memanfaatkan sumber-sumber ekonomi yang dimiliki.

Menurut S Munawir (2002), Titik BEP (Break Even Point) atau juga titik pulang pokok adalah suatu kondisi operasi perusahaan tidak mendapatkan laba dan juga tidak mengalami kerugian (Total Biaya = Total Pendapatan).

Menurut Abdullah, menyatakan Analisis BEP yang juga disebut Cost Volume Profit Analysis bagi manajemen suatu perusahaan menjadi sangat penting dalam pengambilan keputusan keuangan, yaitu :

- a. Untuk menetapkan angka minimal yang harusnya diproduksi oleh perusahaan supaya tidak menyebabkan kerugian.
- b. Menetapkan target angka penjualan yang harusnya bisa dicapai guna memperoleh laba tertentu.
- c. Menetapkan penurunan penjualan yang bisa ditoleransi supaya perusahaan tidak mengalami kerugian.

Menurut Purba (2002), menyatakan Break Event Point berdasar kepada suatu pernyataan yang sederhana, berapa jumlah unit produksi yang harusnya dijual guna menutupi semua biaya yang telah dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut.

Harahap (2004), Pengertian BEP menurut Harahap (2004) adalah suatu kondisi perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian artinya semua biaya yang telah dikeluarkan untuk operasi produksi bisa ditutupi oleh pendapatan dari penjualan produk.

Menurut Kasmir (2012:332), analisis titik impas adalah suatu keadaan di mana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Dalam rangka penetapan titik impas, perlu diketahui beberapa hal penting agar titik impas dapat ditentukan dengan tepat, yaitu :

- a. Tingkat keuntungan (laba) yang ingin dicapai dalam suatu periode.
- b. Besarnya kapasitas produksi yang tersedia atau yang mungkin dapat
- c. ditingkatkan.
- d. Jumlah biaya yang dikeluarkan, baik biaya tetap maupun biaya variabel.

Analisis titik impas atau analisis pulang pokok atau dikenal dengan analisis break event point (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis titik impas sering disebut analisis perencanaan laba (*profit planning*). Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya (Kasmir, 2012:332).

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

### **2.4.2 Fungsi Analisis BEP**

Rumus BEP/ analisis break event point digunakan untuk menentukan hal-hal seperti :

- a. Jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Jumlah penjualan minimum ini berarti juga jumlah produksi minimum yang harus dibuat.
- b. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba yang telah direncanakan atau dapat diartikan bahwa tingkat produksi harus ditetapkan untuk memperoleh laba tersebut.
- c. Mengukur dan menjaga agar penjualan dan tingkat produksi tidak lebih kecil dari BEP.
- d. Menganalisis perubahan harga jual, harga pokok dan besarnya hasil penjualan atau tingkat produksi. Sehingga analisis terhadap BEP merupakan suatu alat perencanaan penjualan dan sekaligus perencanaan tingkat produksi, agar perusahaan secara minimal tidak mengalami kerugian. Selanjutnya karena harus memperoleh keuntungan berarti perusahaan harus berproduksi di atas BEP-nya (Prawirasentono : 1997).

### **2.4.3 Manfaat Break Event Point**

Berikut beberapa manfaat dari Break Event Point :

- a. Sebagai alat dalam perencanaan untuk menghasilkan laba.
- b. BEP menyediakan informasi tentang berbagai tingkat jumlah volume suatu penjualan dan hubungannya dengan potensi mendapatkan laba berdasarkan tingkat volume penjualan yang bersangkutan.
- c. Untuk mengevaluasi laba entitas secara keseluruhan.
- d. Mengganti tebalnya sistem laporan dengan grafik yang sangat mudah dibaca atau dimengerti.

### **2.4.4 Asumsi Break Event Point**

Analisis BEP akan berguna bila asumsi dasar dipenuhi, berikut diantaranya:

- a. Biaya di dalam perusahaan dapat digolongkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Oleh karena itu semua biaya yang dikeluarkan perusahaan harus dapat diklasifikasikan dan diukur secara realistis sebagai biaya tetap dan biaya variabel.
- b. Biaya variabel secara total berubah sebanding dengan volume penjualan/produksi, tetapi biaya variabel per unitnya tetap.
- c. Biaya tetap secara total jumlahnya tetap (ada range produksi tertentu) meskipun terdapat perubahan volume penjualan/produksi. Hal ini berarti biaya tetap per unitnya berubah-ubah karena adanya perubahan volume penjualan/produksi.
- d. Harga jual per unit tidak akan berubah selama periode waktu yang dianalisis. Tingkat harga berubah, maka break event pun tidak berlaku (berubah).
- e. Entitas/perusahaan hanya menghasilkan satu jenis produk. Jika lebih dari satu produk, komposisi masing-masing jenis produk diasumsikan tetap (konstan).
- f. Kebijakan manajemen tentang operasi perusahaan tidak berubah secara material (perubahan besar) dalam jangka pendek.

## **1. Klasifikasi Biaya**

Sebelum menentukan BEP, langkah yang harus dilakukan adalah menggolongkan biaya-biaya yaitu biaya tetap dengan biaya variabel.

### **1. Biaya Tetap**

Menurut Jumingan (2009:186), biaya tetap adalah jenis biaya yang selama kisaran waktu operasi tertentu atau tingkat kapasitas produksi tertentu atau tingkat kapasitas produksi tertentu selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume produksi berubah.

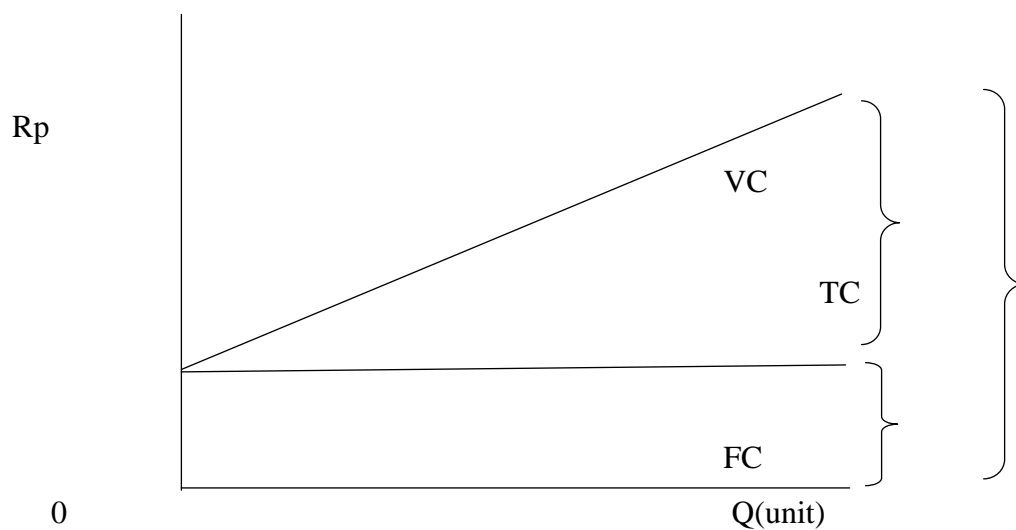
Yang termasuk kelompok biaya tetap misalnya biaya penyusutan atau depresi atau amortisasi, biaya gaji, biaya asuransi, biaya sewa, biaya bunga, biaya pemeliharaan, dan biaya-biaya tidak langsung lainnya. Biaya tidak langsung adalah biaya-biaya yang tidak langsung membentuk hasil produksi.

### **2. Biaya Variabel**

Menurut Jumingan (2009:186), biaya variabel adalah jenis-jenis biaya yang besar kecilnya tergantung pada banyak sedikitnya volume produksi. Apabila volume produksi

bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya bila volume produksi berkurang maka biaya variabel menurun.

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



2.1. Grafik Biaya Tetap dan Biaya Variabel

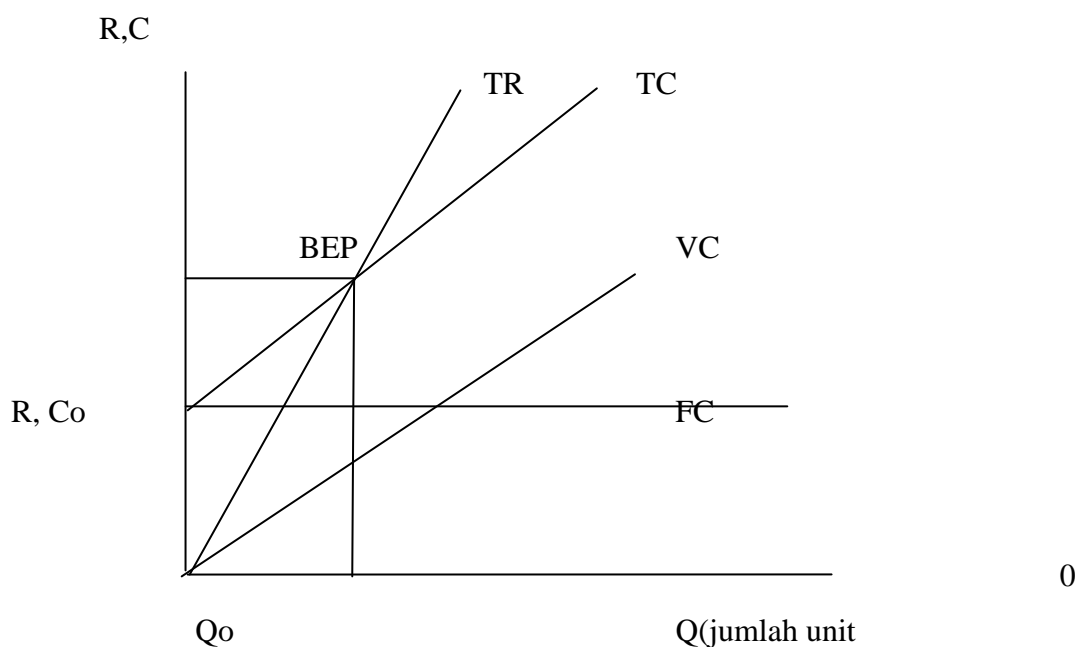
## 2.4.5 Menentukan Break Event Point

Untuk menentukan titik pulang pokok (BEP) dapat digunakan secara grafik dan secara matematis.

### 2.4.5.1. Menentukan BEP secara grafik

Perencanaan laba perusahaan yang dihitung dengan metode Break Even akan lebih mudah dipahami bilamana disajikan dalam bentuk grafik. Grafik tersebut akan menunjukkan besarnya pendapatan sama dengan biaya yang dihubungkan pada suatu titik, dimana titik tersebut merupakan titik impas atau Break Even Point (BEP). (Sabar Sutia, 2009:55)

Untuk menentukan posisi BEP dalam grafik, maka perlu digambarkan variabel-variabel yang ikut menentukan BEP seperti biaya total (biaya tetap dan biaya variabel) dan pendapatan total. *Pertama*, menggambar grafik fungsi pendapatan (TR). Grafik TR akan dimulai dari titik origin (titik nol), hal ini karena pada saat itu perusahaan belum memperoleh pendapatan ketika produksi atau penjualannya sama dengan nol. Grafik ini akan naik dari titik nol tersebut kekanan atas. *Kedua*, dengan menggambar grafik biaya tetap (FC). Grafik biaya tetap ini sejajar dengan sumbu kuantitas dari kiri ke kanan, hal tersebut karena grafik biaya tetap ini menunjukkan biaya yang tidak berubah walaupun produk yang dihasilkan berubah. *Ketiga*, dengan menggambar biaya total (TC). Grafik biaya total ini dimulai dari titik potong antara grafik FC dengan sumbu vertikal (dimulai dari grafik FC) kekanan atas memotong grafik TR. Grafik TC dimulai dari grafik FC, hal tersebut karena TC merupakan penjumlahan antara biaya tetap (FC) dan biaya variabel (VC). Ketika perusahaan belum berproduksi maka biaya totalnya adalah sebesar biaya tetapnya, sedangkan VC merupakan biaya yang jumlahnya tergantung pada volume produksi yang dihasilkan sehingga VC ini memiliki karakteristik grafik seperti grafik TR dimana grafik ini dimulai dari nol. Berikut gambar grafik BEP



Gambar 2.2 Grafik Break Even Point

di mana :

- R : Revenue (penghasilan)
- C : Cost (biaya)
- TR : Total Revenue ( Total Penghasilan)
- TC : Total Cost (Total biaya)
- VC : Variable Cost ( biaya variabel)
- FC : Fixed Cost ( biaya tetap)
- BEP : Break Even Point (titik pulang pokok)
- Qo : Kuantitas produk pada keadaan BEP (dalam unit)
- R, Co : Penghasilan dan biaya pada keadaan BEP (dalam rupiah)

#### 2.4.5.2 Menentukan BEP secara matematis

Untuk menentukan posisi BEP secara matematis dapat dicari formula (rumus) untuk mencari atau menentukan BEP dalam unit BEP dalam rupiah. Kedua rumus BEP dalam unit dan rupiah tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

BEP terjadi pada saat total pendapatan sama dengan total biaya:  $TR = TC$

$TR = \text{harga per unit dikalikan kuantitas} = P \times Q$

$TC = \text{biaya tetap ditambah biaya variabel} = FC + VC$

$VC = \text{biaya variabel per unit dikalikan kuantitas}$

Karena  $TR = TC$

Maka :  $P/u.Q = FC + VC/u.Q$

$P/u.Q - VC/u.Q = FC$

$Q(P/u - VC/u) = FC$

Sehingga  $Q_{BE} = \frac{FC}{P/u - VC/u}$

Dimana  $Q_{BE}$  adalah kualitas pada keadaan BEP, atau BEP dalam unit tercapai pada :

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

Adapun keadaan BEP dalam rupiah dapat dicari dengan mengalikan kuantitas pada posisi BEP dengan harga jualnya. Keadaan BEP dalam rupiah juga dapat dicari dengan rumus :

Pada keadaan  $Q_{BE} = \frac{FC}{P - VC}$  kedua ruas dikalikan dengan harga per unit atau P

Sehingga :  $PQ_{BE} = \frac{FC}{P - VC} \cdot P$

$$PQ_{BE} \frac{FC}{P/P - VC/P} \cdot P$$

$$PQ_{BE} = \frac{FC}{1 - VC/P} \text{ atau } \frac{FC}{1 - VC/S}$$

Dimana :  $PQ_{BE}$  adalah pendapatan pada keadaan BEP dan  $VC / P$  (sering juga ditulis dengan  $VC / S$  adalah rasio biaya variabel terhadap harga penjualan, sehingga BEP dalam rupiah tercapai pada :  $\text{BEP rupiah} = \frac{FC}{1 - VC/P}$  atau  $\frac{FC}{1 - VC/S}$ .

### 1. Margin Kontribusi ( *Contribution Margin* )

Penghasilan penjualan setelah dikurangi biaya variabel merupakan bagian dari penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap biasanya disebut “*Contribution Margin*” atau “*Contribution to fixed cost*”. Apabila contribution margin lebih besar daripada biaya tetap, berarti penghasilan penjualan lebih besar daripada biaya total, maka perusahaan mendapatkan keuntungan.

### 2. Perubahan - perubahan yang Mempengaruhi Break Even

Salah satu aspek yang penting dalam analisis biaya, volume dan laba adalah perubahan dalam satu faktor atau lebih yang mempengaruhi laba. Faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisis hubungan biaya, volume dan laba antara lain biaya tetap, biaya variabel, harga jual maupun komposisi penjualan.

#### 1. Perubahan total biaya tetap

Perubahan total biaya tetap mempengaruhi total biaya dan laba juga secara langsung akan mempengaruhi jumlah break even point karena biaya tetap merupakan jumlah yang harus ditutup oleh kelebihan penjualan atas biaya variabel.

#### 2. Perubahan biaya variabel per unit

Perubahan biaya variabel per unit akan mempengaruhi total biaya dan laba perusahaan. Perubahan biaya variabel per unit ini berpengaruh juga terhadap contribution margin dan break even. Biaya variabel akan berubah-ubah mengikuti jumlah produk yang akan diproduksi.

#### 3. Perubahan harga jual per unit

Perubahan ini mempunyai pengaruh langsung terhadap penerimaan pendapatan perusahaan. Penerimaan pendapatan merupakan unsur pembentuk break even point, jika besarnya break even point akan berubah maka jumlah laba akan berubah. Perubahan harga jual juga akan mempengaruhi volume penjualan.

#### 4. Perubahan volume penjualan

Perubahan volume penjualan pada umumnya akan mempengaruhi total biaya dan laba perusahaan. Volume penjualan harus berdasar pada seberapa besar kapasitas produksi yang mampu dihasilkan oleh perusahaan. Volume produksi yang melebihi kapasitas produksi akan memberi kerugian bagi perusahaan, karena biaya yang dikeluarkan semakin besar.

#### 5. Perubahan Komposisi Penjualan

Perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam barang maka analisis break even dapat diterapkan untuk seluruh barang/produk yang diproduksi dan dijual. Apabila komposisi barang yang dijual berubah maka break even secara total akan berubah juga. Perusahaan yang menjual dan memproduksi lebih dari satu jenis akan mendapatkan komposisi margin kontribusi berbeda disebabkan komposisi penjualan yang berbeda.

### **2.5 Menentukan BEP untuk dua macam produk**

Sesuai asumsi yang ada, analisis BEP digunakan bagi perusahaan yang menjual satu macam produk saja. Apabila perusahaan menjual 2 macam produk atau lebih, maka komposisi atau perimbangan penjualan (*sales mix*) rasio kontribusi marjinnnya harus tetap. Rasio kontribusi margin merupakan perimbangan antara kontribusi margin dengan penjualan.

Sedangkan kontribusi margin merupakan selisih antara penjualan dengan biaya variabel.

Dalam rumus diperoleh :

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{FC}{1-VC/P}$$

$1 - VC/S$  merupakan rasio kontribusi margin. Apabila dua produk memiliki rasio kontribusi margin yang berbeda, maka perubahan *sales mix* kedua produk tersebut akan merubah BEP. Tetapi apabila dua produk memiliki rasio kontribusi margin yang sama, maka perubahan *sales mix* tidak merubah BEP total kedua produk tersebut.

Rumus BEP Multi Produk :

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{F}{\sum \left[ \left( 1 - \frac{VCI}{Pi} \right) x (Wi) \right]}$$

Dimana :

V = Biaya variabel

P = Harga per unit

F = Biaya tetap

W = Persentase setiap produk dari total penjualan dalam rupiah

I = Masing-masing produk

## 2.6 BEP untuk merencanakan laba

Analisis Break Even Point (BEP) sangat bermanfaat untuk merencanakan laba perusahaan. Dengan mengetahui besarnya BEP maka kita dapat menentukan berapa jumlah minimal produk yang harus dijual (budget sales) dan harga jualnya (sales price) apabila kita menginginkan laba tertentu. Dengan mengetahui budget sales tersebut kita juga dapat mengetahui besarnya margin of safety yang harus diperthankan oleh perusahaan. Margin of safety (MOS) merupakan persentase batas penurunan penjualan sampai dengan keadaan BEP. Margin of safety ini juga merupakan batas resiko penurunan penjualan hingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita kerugian.

## 2.7 Margin Of Safety

Apabila hasil penjualan pada tingkat break even dihubungkan dengan penjualan yang dibudgetkan atau pada tingkat penjualan tertentu, maka akan diperoleh informasi tentang seberapa jauh volume boleh turun sehingga perusahaan tidak menderita rugi. Hubungan atau selisih antar penjualan yang dibudgetkan atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat break even merupakan tingkat keamanan (margin of safety) bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan.

Menuru Drs. Bambang Riyanto dalam bukunya “Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan”margin of safety diartikan sebagai angka yang menunjukkan jarak antar penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada break even. Dengan demikian, margin of safety adalah menggambarkan jarak dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut, perusahaan akan menderita rugi.

Rumusan yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan atau *Margin Of Safety* (MoS) adalah sebagai berikut :

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan Per Budget} - \text{Penjualan Per Titik Impas}}{\text{Penjualan Per Budget}} \times 100 \%$$

## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Pengertian Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian berasal dari kata metode yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan logos yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan.

Metodologi penelitian merupakan sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Metodologi juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.

#### 3.2 Jenis Data dan Sumber Data

Data adalah catatan atas kumpulan fakta. Data merupakan bentuk jamak dari datum, berasal dari bahasa Latin yang berarti "sesuatu yang diberikan". Dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Data adalah fakta berupa angka, karakter, symbol, gambar, tanda-tanda, isyarat, tulisan yang merepresentasikan keadaan sebenarnya yang selanjutnya digunakan sebagai masukan suatu informasi.

##### 3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan untuk mendukung variabel yang diteliti adalah :

##### 1. Data kualitatif

Data Kualitatif adalah data informasi yang berbentuk simbol, angka atau bilangan. Data kualitatif didapat melalui suatu proses menggunakan teknik analisis mendalam dan tidak bisa diperoleh secara langsung. Dengan kata lain untuk mendapatkan data kualitatif lebih banyak membutuhkan waktu dan sukit dikerjakan karena harus melakukan wawancara, observasi, diskusi atau pengamatan. Data Kualitatif :

- a. Gambaran umum perusahaan
- b. Struktur organisasi perusahaan

## 2. Data kuantitatif

Data kuantitatif adalah data informasi yang berupa simbol atau angka bilangan. Berdasarkan simbol-simbol angka tersebut, perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum didalam suatu parameter. Nilai data bisa berba-ubah atau bersifat variatif. Proses pengumpulan data kuantitatif tidak membutuhkan banyak waktu dan sangat mudah dilakukan. Data Kuantitatif :

- a. Data mengenai biaya perusahaan tahun 2011 – 2015
- b. Data mengenai biaya promosi tahun 2011 – 2015
- c. Data mengenai hasil penjualan tahun 2011 – 2015

### 3.2.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari :

- a. Data Primer  
Data diperoleh melalui hasil wawancara langsung dengan pemilik yaitu Bapak Khafi selaku pemilik perusahaan CV BETA PERSADA dan peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan.
- b. Data Sekunder  
Yaitu data yang diperoleh dari sumber lain, misalnya literatur, buku, maupun informasi dari internet.

## 3.3 Metode Pengumpulan Data

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

1. Studi Pustaka (Library Research)  
Pengumpulan data dengan menggunakan literatur-literatur dan buku-buku kuliah maupun artikel baik dari majalah, jurnal, maupun surat kabar. Dari penulisan ini penulis memperolehnya melalui media elektronik (internet) msupun media cetak.
2. Studi Lapangan (Field Research)  
Studi lapangan dilakukan dengan dua cara langsung mengamati objekpenelitian, yaitu :
  - a. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara terjun langsung kedalam kegiatan praktik kerja lapangan. Peneliti mengumpulkan data yang diberikan oleh manajemen perusahaan dan mencatat hal yang terjadi dilapangan sebagai tambahan informasi bagi penelitian.

b. Wawancara

Penulis mewancarai pemilik usaha, manajer pemasaran, dan buruh produksi yang berhubungan dengan produksi, biaya, dan pendapatan perusahaan.

### 3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan mengevaluasi hasil perhitungan penentuan harga jual oleh perusahaan, dan hasil perhitungan yang dilakukan penulis dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Menghitung Break Even Point Multi Produk

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

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

Sedangkan rumus yang digunakan untuk Break Even Point adalah :

Rumus BEP :

$$1. \text{ BEP (rupiah)} = \frac{F}{1-(V/P)}$$

$$2. \text{ BEP (unit)} = \frac{F}{P-V}$$

Keterangan :

V = Biaya variabel

P = Harga per unit

F = Biaya tetap

W = Persentase setiap produk dari total penjualan dalam rupiah

I = Masing-masing produk

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

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

b. Meramalkan penjualan dimasa yang akan datang.

$$Y = a + bt$$

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

$$b = \frac{\sum xy}{(\sum x)^2}$$

Dimana :

Y = Ramalan penjualan tahun ke-t

a = Independen variabel

b = Dependen variabel

t = Period waktu

x = Konstanta

y = Penjualan

### 3.5 Analisis data

a. Analisis kualitatif

Untuk memecahkan masalah yang ada pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan data, meyusun, mengidentifikasi data serta menginterpretasikan data. Analisis ini digunakan untuk menerangkan tentang pendekatan analisa break even point untuk merencanakan laba pada perusahaan CV BETA PERSADA.

b. Analisis kuantitatif

Yaitu metode yang didasarkan pada formulasi tertentu dan ditujukan dngan angka. Untuk mengetahui tentang pendekatan analisa break even point untuk merencanakan laba pada perusahaan CV BETA PERSADA. Alat analisis yang digunakan melalui perhitungan.

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah CV Beta Persada**

CV Beta Persada merupakan perusahaan milik perseorangan yang berlokasi di Kabupaten Bekasi. CV Beta Persada merupakan perusahaan yang memproduksi sampo untuk mobil dan motor yang diberi merek dagang yakni “Green Car Shampoo”. Pada awalnya pendirian sampo mobil ini masih belum memiliki badan hukum resmi yang telah mendapatkan ijin usaha untuk perdagangan. Awal mulanya Green Car Shampoo berdiri pada tahun 2000 yang berlokasi awal di Jakarta. Pada mulanya proses produksi masih menggunakan alat manual, belum menggunakan teknologi canggih seperti mesin-mesin pengaduk sampo seperti yang dipergunakan saat ini. Awal mula berdiri Green Car Shampoo masih menggunakan alat yang terbuat dari kayu yang berbentuk seperti dayung yang digunakan saat mengarungi sungai pada olahraga arum jeram dengan ujung kayu berbentuk pipih yang digunakan dalam proses pengadukan dan wadah yang digunakan dalam pengadukan yakni ember atau tong besar yang berkapasitas sekitar 80-100 liter air. Lalu dalam proses perwarnaan sampo ini awalnya hanya menggunakan 1 (satu) warna saja yakni warna hijau. Kemudian seiring dengan berjalannya waktu, produksi sampo ini pindah ke Kota Bekasi hingga sekarang dikarenakan pemilik berpindah tempat tinggal sehingga secara langsung mempengaruhi usaha dan proses produksi sampo mobil ini yang kemudian produksi sampo ini dilakukan di Kota Bekasi hingga sekarang meskipun pemilik agak mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku pada saat mula pindah ke Bekasi ini, tetapi seiring dengan berjalannya waktu yang kemudian bisa beradaptasi dengan lokasi baru, hal tersebut tidak lagi menjadi kendala dalam proses produksi sampo mobil ini. Kemudian setelah berjalan beberapa tahun, usaha ini kemudian telah memiliki alat-alat yang canggih yang turut membantu dalam proses produksinya. Satu-persatu alat-alat teknologi telah dimiliki oleh CV Beta Persada untuk membantu pemrosesan produk ini agar dimaksudnya untuk mempercepat proses produksi. Selain memiliki usaha memproduksi sampo ini, CV Beta Persada juga mempunyai usaha dibidang lain yakni usaha yang lebih menjurus kepada kategori pelayanan atau lebih tepatnya dalam jasa pengiriman barang.

Setelah banyak terjadi persaingan dalam usaha produk serupa karena semakin menjamurnya usaha jasa pencucian mobil dan motor, maka peluang untuk pemasaran semakin luas, untuk itu Green Car Shampoo dituntut untuk terus lebih berinovasi dan kreatif lagi dalam memproduksi sampo tersebut karena sebagai salah satu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan agar mampu menarik minat konsumen.

Oleh karena itu berawal dengan memproduksi mulai dari 1 (satu) warna, maka Green car Shampoo mencoba mencari inovasi baru dengan membuat beberapa produk dengan warna yang berbeda. Selain membuat variasi dengan ide menambahkan variasi warna, Green Car Shampoo juga membuat suatu produk baru yakni semir ban, tetapi produk ini bukan menjadi produk unggulan CV Beta Persada melainkan hanya produk tambahan yang diproduksi dalam skala kecil.

#### **4.1.2 Klasifikasi Perusahaan**

Nama Perusahaan	: CV Beta Persada
Nama Pemilik	: Kharnafi Noer Cahyono
Tahun Berdiri	: 2000
Klasifikasi Kelas	: Menengah
Jenis Usaha	: Produksi Sampo mobil dan motor
Daerah Kerja	: Kota Bekasi
Alamat/Tempat Usaha	: Villa Bekasi Indah I Blok F No.5 Rt.003/012 Desa Mangun Jaya, Desa Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat
Telepon	: 081219909998
Nomor SIUP	: 503.09/2-164/BPPT/PM-00/IV/2014
Nomor TDP	: 100734908520
Nomor NPWP	: 31.292.219.8-435.000
Jumlah Pekerja	: 10 orang

### **4.1.3 Lokasi Perusahaan**

Lokasi Perusahaan merupakan suatu tempat dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya, dari awal mula bahan mentah hingga sampai proses pengemasan. Lokasi Perusahaan CV Beta Persada yaitu terletak di Villa Bekasi Indah I Blok F No.5 Rt.003/012 Desa Mangun Jaya, Desa Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi Jawa Barat. Green Car Shampoo merupakan merek dagang untuk produk sampo ini yang tidak mempunyai cabang dimana-mana melainkan hanya di daerah Bekasi ini semua aktivitas dilakukan hingga sampai proses akhir.

Dalam menentukan lokasi ini perusahaan banyak melakukan pertimbangan dalam penentuan lokasi usaha ini, adapun pertimbangan yang perusahaan lakukan yakni:

- a. Banyak terdapat tempat pencucian motor dan mobil di sekitar daerah sehingga memudahkan dalam proses pemasaran.
- b. Tersedianya tenaga kerja yang mudah dijumpai dengan upah yang sesuai dengan standar yang diterapkan perusahaan.
- c. Kelancaran fasilitas yang banyak dibutuhkan perusahaan seperti air, listrik.
- d. Lokasi perusahaan yang strategis.
- e. Dekat dengan pemukiman sehingga memudahkan dalam pemasaran produk.
- f. Dekat dengan sumber bahan baku.

### **4.2 Sistem Manajemen**

CV Beta Persada memiliki suatu sistem manajemen sendiri dalam mengatur usaha sampo ini. Sistem manajemen dipusatkan di tempat ini yakni dalam usaha sampo ini karena CV Beta Persada tidak memiliki cabang atau usaha jenis serupa ditempat lain, melainkan hanya di Kabupaten Bekasi ini. Green Car Shampoo merupakan usaha milik pribadi yang manajemen di dalamnya pun masih terbilang sederhana dan hanya menekankan pada bagian produksi saja. Tetapi seiring dengan berjalannya waktu dan makin meluasnya berkembangnya usaha ini tidak menutup kemungkinan bagi manajemen untuk berniat membuka usaha atau cabang dengan jenis yang serupa yang dimaksudkan agar lebih memudahkan pemasaran ke tempat-tempat yang jaraknya lebih dekat. Hal itu senada dengan permintaan pasar terhadap produk yang diproduksi perusahaan semakin meningkat dari hari ke hari. Dengan banyaknya permintaan maka secara langsung manajemen mendapatkan

keuntungan yang banyak yang dapat digunakan untuk rencana-rencana manajemen kedepan yang berguna bagi kemajuan perusahaan.

Selain itu perusahaan juga akan mensejahterakan karyawannya dengan memberikan kenaikan upah atas kerjanya, tetapi dengan seimbang karyawan juga harus lebih disiplin dalam bekerja dengan tujuan membuat perusahaan lebih berkembang kembali. CV Beta Persada juga selalu menjunjung tinggi dalam hal menghargai karyawannya, selalu optimis dalam berusaha, bekerja dengan keras dan berkeyakinan penuh atas berkembangnya usaha. Karena kunci usaha sukses menurut CV Beta Persada yakni, berdoa, usaha dan selalu bekerja keras serta disiplin terhadap waktu dan yang paling penting yakni menjaga kepercayaan konsumen. Hal tersebut yang selalu dijaga oleh manajemen karena kepercayaan konsumen merupakan kunci utama dalam hal perdagangan. Untuk itu manajemen selalu berusaha

dengan secara penuh agar konsumen selalu terpuaskan terhadap pelayanan CV Beta Persada.

#### A. Jenis Badan Usaha yaitu :

##### 1. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan perseorangan adalah badan usaha yang dimiliki oleh satu orang. Individu dapat membuat badan usaha perseorangan tanpa izin dan tata cara tertentu. Semua orang bebas membuat bisnis personal tanpa adanya batasan untuk mendirikan. Pada umumnya perusahaan perseorangan bermodal kecil, terbatasnya jenis dan jumlah produksi, memiliki tenaga kerja yang sedikit dan penggunaan alat produksi teknologi sederhana.

Cirri dan sifat perusahaan perseorangan

- Relatif mudah didirikan dan dibubarkan.
- Tanggung jawab tidak terbatas dan dapat melibatkan harta pribadi.
- Tidak ada pajak, yang ada hanya pungutan dan retribusi.
- Seluruh keuntungan dinikmati sendiri.
- Sulit mengatur roda perusahaan karena diatur sendiri.
- Keuntungan yang kecil yang terkadang harus mengorbankan penghasilan yang lebih besar.
- Jangka waktu badan usaha tidak terbatas atau seumur hidup.

##### 2. Badan Usaha Persekutuan

Perusahaan persekutuan adalah badan usaha yang dimiliki oleh dua orang atau lebih yang secara bersama sama bekerja sama untuk mencapai tujuan. Yang termasuk dalam badan usaha persekutuan adalah firma dan persekutuan komoditer atau cv. Untuk mendirikan badan usaha persekutuan membutuhkan izin khusus pada instansi pemerintah yang terikat.

a. Firma

Suatu bentuk perusahaan bisnis yang terdiri dari dua orang atau lebih dengan nama bersama yang tanggung jawab terbagi rata tidak terbatas pada setiap pemiliknya.

Cirri dan sifat firma :

- Apabila terdapat hutang tak terbayar, maka setiap pemilik wajib melunasi dengan harta pribadi.
- Setiap anggota firma memiliki hak untuk menjadi pemimpin.
- Seorang anggota tidak berhak memasukkan anggota baru tanpa seizing anggota lain.
- Keanggotaan firma melekat seumur hidup.
- Seorang anggota memiliki hak untuk membubarkan firma.
- Pendirinya tidak memerlukan akte pendirian.
- Mudah memperoleh kredit usaha.

b. Persekutuan Komoditer (Commanditaire Vennotschaap)

CV adalah suatu bentuk badan usaha yang didirikan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama dengan tingkat keterlibatan yang berbeda-beda diantara anggotanya. Satu pihak dalam cv mengelola usaha secara aktif yang melibatkan harta pribadi dan pihak lain hanya menyertakan modal saja tanpa harus melibatkan harta pribadi ketika krisis financial. Yang aktif mengurus perusahaan cv disebut sekutu aktif, dan yang hanya menyeter modal disebut sekutu pasif.

Cirri dan sifat cv :

- Sulit untuk menarik modal yang telah disetor.
- Modal besar karna didirikan banyak pihak.

- Mudah dapat kredit pinjaman.
- Ada anggota aktif yang memiliki tanggung jawab tidak terbatas, dan ada yang pasif tinggal menunggu keuntungan.
- Relative muda untuk didirikan.
- Kelangsungan hidup cv tidak menurun.

### 3. Perseroan Terbatas (PT)

PT adalah organisasi bisnis yang memiliki badan hukum resmi yang dimiliki oleh minimal dua orang dengan tanggung jawab yang hanya berlaku pada perusahaan tanpa melibatkan harta pribadi atau perseorangan yang ada didalamnya. Didalam PT memiliki modal tidak harus memimpin perusahaan, karena dapat menunjuk orang lain diluar pemilik modal untuk jadi pimpinan. Untuk mendirikan PT dibutuhkan modal minimum dalam jumlah tertentu dan persyaratan lainnya.

Cirri dan sifat PT

- Kewajiban terbatas pada modal tanpa melibatkan harta pribadi.
- Modal dan ukuran perusahaan besar.
- Kelangsungan hidup perusahaan ada didalam tangan pemilik saham.
- Kepemilikan mudah berpindah tangan.
- Mudah mencari tenaga kerja.
- Keuntungan dibagi kepada pemilik modal dalam bentuk dividen.
- Kekuatan dewan direksi lebih besar dari pada kekuatan pemegang saham.
- Sulit untuk membubarkan pt.
- Pajak berganda pada pajak penghasilan/ pph pajak deviden.

### B. Rencanan Strategi dan Rencana Oprasional

1. Rencana strategi perusahaan adalah suatu rencana jangka panjang yang bersifat menyeluruh, memberikan rumusan kemana perusahaan akan diarahkan, dan bagaimana sumberdaya dialokasikan untuk mencapai tujuan selama jangka waktu tertentu dalam berbagai kemungkinan keadaan lingkungan. Perencanaan strategi juga merupakan suatu proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijakan, progam-program strategi yang diperlukan untuk tujuan tersebut :

Ada tiga alasan yang menunjukkan pentingnya perencanaan strategi :

- Perencanaan strategi memberikan kerangka dasar dalam semua bentuk-bentuk perencanaan yang harus diambil.

- Pemahaman terhadap perencanaan strategi akan mempermudah pemahaman bentuk-bentuk perencanaan lainnya.
- Pemahaman pada perencanaan strategi akan mempermudah pemahaman bentuk-bentuk perencanaan lain.

Manfaat perencanaan strategi :

- Menentukan batasan usaha.
  - Memberikan arah perusahaan.
  - Mengarahkan dan membentuk kultur.
  - Menjaga kebijakan tang taat asas dan sesuai.
  - Menjaga fleksibilitas dan stabilitas operasi.
  - Memudahkan penyusunan rencana kegiatan dan anggaran tahunan.
2. Rencana operasional perusahaan adalah bagian dari rencana kerja strategi. Ini menggambarkan cara-cara jangka pendek mencapai tonggak dan menjelaskan bagaimana rencana strategi akan akan dimasukkan kedalam operasi selama periode operasional yang diberikan, dalam kasus aplikasi komersial satu tahun fiskal atau istilah lain anggaran yang diberikan. Rencana operasional adalah dasar untuk pembenaran dari permintaan anggaran operasi tahunan. Rencana operasional harus menetapkan kegiatan dan anggaran untuk setiap bagian organisasi untuk 3 tahun. Menghubungkan dan memberikan sumber daya yang diperlukan untuk membebaskan. Rencana operasional adalah tujuan untuk menaiki standar mutu, hasil yang diinginkan untuk mencapai tujuan.

### **4.3 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan CV Beta Persada**

#### **4.3.1 Struktur Organisasi**



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Beta Persada

#### 4.3.2 Deskripsi Jabatan

##### 1. Direktur

Direktur Perusahaan adalah pendiri yang sekaligus pemilik perusahaan sampo mobil ini.

Tugasnya antara lain:

- Mengawasi seluruh kinerja karyawannya sampai tingkat pekerja paling bawah.
- Menentukan kebijakan yang ada didalam perusahaan.
- Mengatur seluruh kegiatan perusahaan, mulai dari pembelian bahan baku, proses produksi, finishing, pemasaran, penjualan hingga menggaji karyawannya.
- Ikut aktif serta dalam mempromosikan produk dagangannya.
- Ikut membantu dalam kegiatan produksi apabila memungkinkan dan waktunya mendukung.

##### 2. Kepala Bagian Produksi

Tugasnya antara lain:

- Mengawasi kinerja para pekerja dalam memproduksi sampo mobil ini.
- Menangani masalah penyimpanan bahan baku digudang, bahan penolong produksi, dan alat-alat produksi yang digunakan dalam membantu proses produksi sampo ini.

- Melakukan pencatatan setiap hasil produksi yang dilakukan hingga siap untuk dipasarkan.
- Mengawasi setiap pemakaian bahan baku dan menghitung kebutuhan bahan baku yang diperlukan.
- Melaporkan hasil produksi secara keseluruhan ke bagian pemasaran dan direktur.

### 3. Kepala Bagian Finishing (proses akhir)

Tugasnya antara lain:

- Mengawasi proses penyelesaian tahap akhir dalam proses produksi sampo ini.
- Melakukan pengecekan ulang pada sampo yang telah selesai dalam pengemasan yang didasari pada tingkat kekentalan, kecerahan warna, wangi yang sesuai/terstandarisasi oleh perusahaan.
- Membantu pekerja dalam proses finishing.
- Mengawasi proses pengemasan sampo ke dalam jerigen atau botol-botol kemasan.

### 4. Kepala Bagian Pemasaran

Tugasnya antara lain:

- Melakukan distribusi produk kepada konsumen.
- Mengecek hasil akhir produk.
- Mengawasi setiap pendistribusian produk.

### 5. Kepala Bagian Penjualan

Tugasnya antara lain:

- Melakukan penawaran produk kepada konsumen.
- Mencatat setiap hasil penjualan yang akan dilaporkan ke Direktur.
- Bekerja sama dengan Kepala Bagian Pemasaran dalam pendistribusian produk.

## 6. Driver

Tugasnya antara lain:

- Mengantarkan/mendistribusikan produk ke konsumen.
- Mengantarkan direktur dalam pembelian bahan baku.

## 7. Pekerja

Tugasnya antara lain:

- Melakukan pekerjaan proses produksi sesuai dengan bidangnya masing-masing.

### 4.4 Ketenagakerjaan dan Kesejahteraan Karyawan CV Beta Persada

#### 4.4.1 Ketenagakerjaan

Personalia merupakan masalah yang berhubungan erat dengan pengelolaan ketenagakerjaan dengan tujuan akhir untuk meningkatkan mutu dan kuantitas produksi serta berhasil tidaknya pelaksanaan bisnis yang ditetapkan oleh perusahaan pada CV Beta Persada.

#### a. Data Tenaga Kerja

Tabel 4.2 Data Tenaga Kerja

Keterangan	Laki-laki	Perempuan	Total
Karyawan	10 orang	-	10 orang

Total keseluruhan tenaga kerja adalah 10 orang. Dengan total karyawan laki-laki 10 orang dan tidak ada karyawan perempuan. Hal tersebut dikarenakan pekerjaan untuk memproduksi sampo ini lazimnya dikerjakan oleh pria untuk itu pengusaha tidak mempekerjakan karyawan wanita dalam membantu proses produksi sampo ini.

#### b. Data Tenaga Kerja berdasarkan usia

Tabel 4.3 Data Tenaga Kerja Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Tenaga Kerja
20-30 tahun	4 orang
30-40 tahun	3 orang
40-50 tahun	3 orang

Berdasarkan usia tenaga kerja pada CV Beta Persada yakni rata-rata lebih mayoritas usia produktif yang berada di sekitar usia 20-30 tahun. Hal tersebut dikarenakan pekerjaan dalam memproduksi sampo ini memerlukan stamina yang banyak dimiliki kaum usia muda, meskipun ada juga usia di atas 35 tahun tetapi hanya tenaga kerja minoritas saja.

c. Data Tenaga Kerja berdasarkan pendidikan

Tabel 4.4 Data Tenaga Kerja Berdasarkan Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah
SMA	4 orang
SMP	3 orang
SD	3 orang

Berdasarkan pendidikan jumlah tenaga kerja pada CV Beta Persada yakni mayoritas rata-rata lulusan SD dan SMP. Hal tersebut menegaskan bahwa dalam memproduksi sampo mobil ini tidak banyak memerlukan pikiran teori mendasar dari pendidikan yang tinggi, karena lebih banyak membutuhkan tenaga yang lebih dibandingkan dengan kemampuan teori.

d. Data jam kerja

Tabel 4.5 Data Jam Kerja

Keterangan	Mulai	Istirahat	Akhir
Normal	08.00	12.00-13.00	16.00

Jam kerja/waktu kerja CV Beta Persada tetap berdasarkan aturan ketenagakerjaan. Dimana waktu kerja sehari yakni 8 jam. Dimulai awal masuk kerja pada pukul 08.00 hingga pukul 11.59. kemudian pukul 12.00-13.00 merupakan jam istirahat para pekerja. Waktu tersebut merupakan kebijakan dari perusahaan agar tidak ada yang dirugikan baik dari pekerja maupun dari pihak perusahaan. Kemudian setelah jam istirahat pekerja lanjut mengerjakan pekerjaannya kembali hingga batas akhir jam kerjanya yakni pukul 16.00.

Waktu kerja dilaksanakan 5 hari dalam seminggu, yakni dimulai dari hari Senin hingga hari Jumat. Jadi pekerja bekerja dalam seminggu yakni 40 jam dengan waktu sehari 8 jam.

#### 4.4.2 Kesejahteraan Karyawan/Sistem Upah

##### 1. Upah Harian

Tabel 4.6 Data Upah Harian Karyawan

Keterangan	Kisaran Upah (dalam Rp/hari)
Kepala bagian	95.000
Pekerja/buruh	70.000
Driver	70.000

Upah harian diperuntukan untuk semua karyawan yang bekerja dalam usaha Green Car Shampoo ini. Pemberian upah dihitung per harian masuk kerja para karyawannya, baik untuk kepala bagian, pekerja biasa dan driver pada usaha ini. Jadi upah dibayarkan tiap karyawan masuk kerja dan melakukan aktivitas di perusahaan. Bila karyawan tidak masuk kerja maka upah harian tidak dibayarkan. Penerimaan upah dibayarkan dengan sistem mingguan, tetapi penghitungannya di hitung berdasarkan waktu harian

mereka bekerja disetiap harinya. Upah harian diperuntukan untuk kepala bagian sekitar Rp.95.000/hari. Sedangkan untuk klasifikasi pekerja biasa dan driver, upah harian disetarakan yakni sebesar Rp.70.000/hari.

#### 4.5 Layout Perusahaan

Gambar 4.7 Layout Perusahaan



### **4.5.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan baik perusahaan dagang atau jasa yang berguna untuk kelangsungan hidup perusahaannya di masa yang akan datang. Hal tersebut disebabkan karena kegiatan pemasaran merupakan salah satu kegiatan langsung yang berhubungan dengan konsumen.

Menurut Kotler definisi pasar berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dengan kata lain keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari perusahaan. Sedangkan menurut Stanton, definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Dari beberapa definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan sesuai yang diharapkan perusahaan dengan cara pertukaran atau transaksi. Kegiatan pemasaran yang dilakukan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang positif dari konsumen. Untuk itu perusahaan harus meningkatkan mutu dari produk yang dijual agar konsumen merasa puas dengan apa yang didapatkan. Dengan itu kegiatan pemasaran harus dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan guna untuk memberikan laba banyak untuk perusahaan.

### **4.5.2 Pengelolaan Usaha**

Dalam CV Beta Persada pengelolaan usaha dibidang pemasaran dapat ditinjau dari strategi pemasarannya, yakni dengan melakukan kegiatan sebagai berikut:

1. Produk (product).
  - Barang yang dihasilkan yakni sampo mobil dan motor.
  - Sampo dikemas kedalam sebuah jerigen berukuran 5 liter 1 jerigen.
  - Mutu yang diberikan yakni sebuah produk sampo yang mempunyai kualitas yang tinggi dengan tingkat kekentalan, wangi, dan warna yang cukup.
2. Harga (price).

- Harga yang ditawarkan oleh perusahaan adalah Rp. 9.000,- per liter, jadi 1 jerigen diberikan harga Rp. 45.000,-
  - Cara pembayaran yang dilakukan perusahaan yakni perusahaan menggunakan sistem pembayaran tunai yang langsung dibayarkan pada saat penerimaan produk.
3. Tempat (place).
- Cara menyalurkan barang yang dilakukan perusahaan adalah penyaluran barang langsung yang dilakukan antara produsen dan konsumen.
  - Perusahaan membuka toko atau showroom di tempat produksi tersebut agar konsumen dapat mengetahui contoh produk yang ditawarkan dan konsumen dapat mengetahui dengan jelas kualitas dari sampo tersebut.
  - Pengusaha juga menggunakan sistem penjualan retail/penjualan institusi dengan melakukan kerjasama kepada konsumen-konsumen agar perusahaan mempunyai pelanggan tetap dan mempunyai laba tetap.
4. Promosi (promotion).
- Melalui internet.  
Promosi melalui media ini merupakan promosi yang banyak digunakan oleh para pengusaha seperti pengusaha sampo ini sebab melakukan promosi melalui media ini sangat cepat mendapat respon dari konsumen sehingga memudahkan pengusaha dalam proses pemasarannya.
  - Melalui brosur.  
Mencetak beberapa brosur yang didalamnya berisi mulai dari produk yang dihasilkan, pengemasan dan harga yang ditawarkan pengusaha.
  - Membuat kartu nama.  
Promosi jenis ini juga merupakan salah satu alternative yang digunakan dengan cara memberikan kartu nama atas nama perusahaan kepada setiap konsumen yang membeli produk ini agar dimaksudnya konsumen tersebut juga merekomendasi orang lain untuk membeli produk ini dengan cara promosi dari mulut ke mulut.
  - Stiker.  
Pemberian stiker juga dilakukan perusahaan guna menggunakan salah satu cara untuk melakukan promosi. Hal tersebut dimaksudkan harga jika ada konsumen yang belum mengetahui produk dari perusahaan ini dapat mengetahuinya.

- Sampel produk.

Memberikan sampel produk kepada konsumen yang membeli dalam waktu pertama kali untuknya juga merupakan cara promosi terjitu yang digunakan perusahaan, pasalnya konsumen dapat mengetahui secara jelas bagaimana hasil produk ini.

Berikut adalah biaya promosi yang dikeluarkan CV Beta Persada dari tahun 2011-2015:

Tabel 4.8 biaya promosi CV Beta Persada tahun 2011-2015

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Pulsa Speedy	1.440.000	1.680.000	1.860.000	2.100.000	2.400.000
Brosur	1.500.000	1.750.000	2.450.000	2.800.000	3.200.000
Stiker	400.000	550.000	600.000	750.000	850.000
Sampel produk	2.200.000	2.000.000	1.850.000	1.680.000	1.500.000
<b>Total</b>	<b>5.540.000</b>	<b>5.980.000</b>	<b>6.760.000</b>	<b>7.330.000</b>	<b>7.950.000</b>

Sumber: CV Beta Persada

#### 4.5.3 Biaya Pemasaran

Berikut ini merupakan biaya pemasaran yang ditetapkan CV Beta Persada dan realisasi biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh CV Beta Persada dalam 5 (lima) tahun terakhir periode 2011 – 2015 sebagai berikut :

Tabel Biaya Pemasaran 4.9 tahun 2011 -2015

Keterangan	Tahun 2011	2012	2013	2014	2015
	Budget Pemasaran	Pemasaran			
1. Gaji					
a. Kepala Bagian	Rp.22.800.000	Rp22.800.000	Rp22.800.000	Rp22.800.000	Rp22.800.000
b. Driver	Rp.16.800.000	Rp16.800.000	Rp16.800.000	Rp16.800.000	Rp16.800.000
Total	Rp39.600.000	Rp39.600.000	Rp39.600.000	Rp39.600.000	Rp39.600.000
2. Biaya Operasi Kendaraan					
a. Bahan bakar minyak	Rp14.150.000	Rp16.000.000	Rp13.592.000	Rp14.000.000	Rp15.592.000
b. Service kendaraan	Rp2.850.000	Rp2.900.000	Rp2.000.000	Rp3.000.000	Rp3.500.000
c. Ban	Rp3.200.000	Rp3.950.000	Rp4.200.000	Rp4.200.000	Rp4.200.000
Total	Rp20.200.000	Rp22.850.000	Rp20.792.000	Rp21.200.000	Rp23.292.000
3. Biaya Kemasan Produk:					
a. Jerigen	Rp35.360.000	Rp35.560.000	Rp35.820.000	Rp35.920.000	Rp36.070.000
b. Label merek	Rp17.680.000	Rp17.840.000	Rp17.980.000	Rp18.180.000	Rp18.480.000
Total	Rp53.040.000	Rp53.400.000	Rp53.800.000	Rp54.100.000	Rp54.550.000
4. Biaya Promosi:					
a. Pulsa speedy	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000
b. Brosur	Rp1.500.000	Rp1.500.000	Rp1.500.000	Rp1.500.000	Rp1.500.000
d. Stiker	Rp400.000	Rp400.000	Rp400.000	Rp400.000	Rp400.000
e. Pemberian sampel	Rp2.200.000	Rp2.200.000	Rp2.200.000	Rp2.200.000	Rp2.200.000
Total	Rp6.080.000	Rp6.080.000	Rp6.080.000	Rp6.080.000	Rp6.080.000
<b>Total Biaya Pemasaran</b>	<b>Rp118.920.000</b>	<b>Rp121.930.000</b>	<b>Rp120.272.000</b>	<b>Rp120.980.000</b>	<b>Rp123.522.000</b>

## 4.6 Bidang Produksi

### 4.6.1 Bahan Baku

Bahan baku sangatlah penting dalam suatu proses produksi karena jumlah output yang dihasilkan sangatlah tergantung pada jumlah bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Semakin baik bahan baku dasar yang digunakan dalam suatu proses produksi maka semakin baik pula output yang dihasilkan. Untuk itu kualitas bahan baku sangatlah harus diperhatikan secara teliti.

Dalam proses produksi untuk sampo ini CV Beta Persada menggunakan beberapa komponen bahan baku sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	2011	2012	2013	2014	2015
Air	Rp.4.680.000	Rp.6.048.000	Rp.5.376.000	Rp.4.848.000	Rp.4.530.000
Texapon	Rp.70.200.000	Rp.71.680.000	Rp.74.160.000	Rp.82.630.000	Rp.116.300.000
Sodium Sulfat	Rp.420.000	Rp.600.000	Rp.540.000	Rp.480.000	Rp.480.000
Camperlan Kd	Rp.26.800.000	Rp.29.640.000	Rp.37.600.000	Rp.31.520.000	Rp.28.000.000
Gliserin	Rp.2.020.000	Rp.2.880.000	Rp.2.640.000	Rp.2.400.000	Rp.3.500.000
EDTA	Rp.900.400	Rp.1.440.000	Rp.1.296.000	Rp.1.152.000	Rp.910.000
Nacl	Rp.15.400.000	Rp.22.200.000	Rp.5.376.000	Rp.22.600.000	Rp.16.560.000

### 4.6.2 Mesin dan Peralatan

Sarana dan prasarana merupakan variabel penunjang yang penting yang digunakan dalam suatu proses produksi. Semakin canggih teknologi yang digunakan dalam proses produksi maka hal tersebut akan sangat membantu dalam proses produksi menjadi lebih mudah dan cepat, karena bila tidak didukung dengan teknologi yang canggih maka proses produksi akan menjadi agak lamban. Selain berguna agar mempercepat proses produksi, penggunaan alat-alat yang modern juga akan sangat membantu

agar menghasilkan produk tersebut yang berkualitas karena bila menggunakan mesin, proses pencampuran bahan-bahan seluruhnya akan merata sempurna tanpa terdapat gumpalan-gumpalan yang dapat mengakibatkan turunnya kualitas sampo ini.

Berikut adalah daftar mesin dan peralatan yang digunakan CV Beta Persada dalam memproduksi sampo ini:

Tabel 4.10 Data mesin yang digunakan dalam proses produksi sampo

Mesin	Jumlah
Mesin Pengaduk/Mixer	4

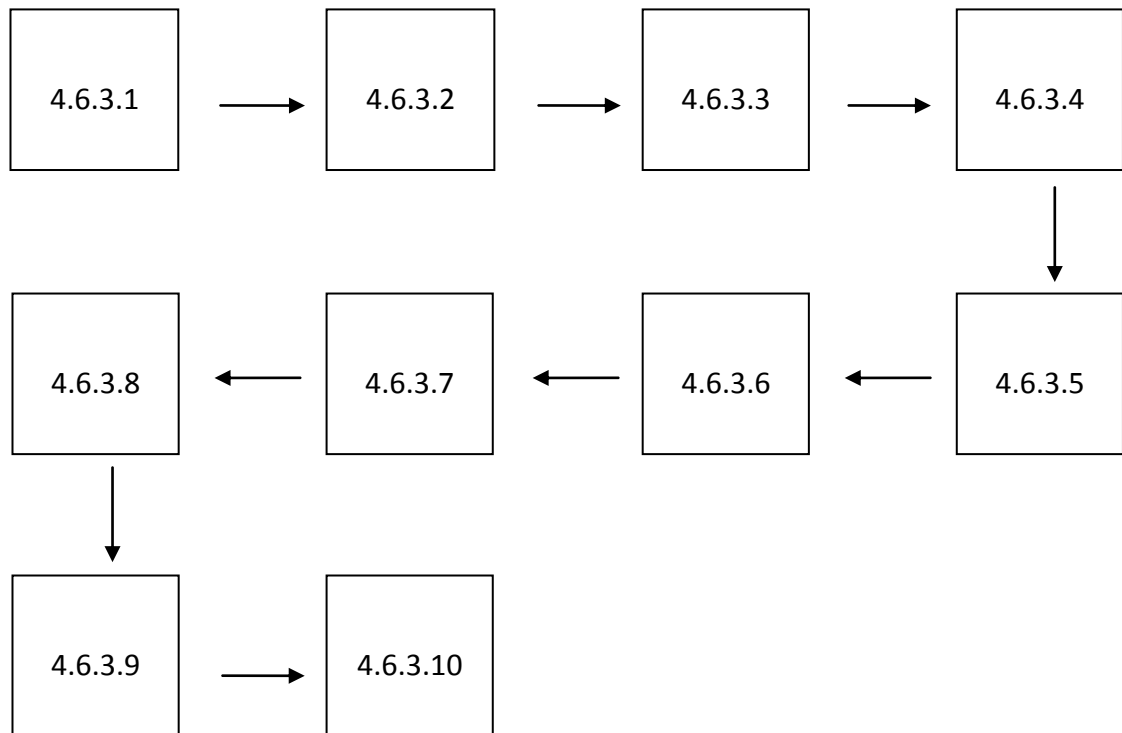
Tabel 4.11 Data peralatan yang digunakan dalam proses produksi sampo

Peralatan	Jumlah
Ember	6
Gelas ukur plastik (liter)	6
Gelas ukur kaca (cc)	6
Drum besar	5
Gunting	6
Pisau	6
Timbangan	7
Gayung	5

### 4.6.3 Proses Produksi :

Diagram aliran proses produksi sampo:

Gambar 4.12 Diagram aliran proses



Keterangan Diagram:

4.6.3.1 Seleksi Bahan

4.6.3.2 Penimbangan Bahan Baku Dasar

4.6.3.3 Pengukuran Jumlah Liter Air yang Digunakan

4.6.3.4 Pengadukan atau Pencampuran (Mixing)

4.6.3.5 Penambahan Pewarna

4.6.3.6 Pencampuran Parfum kedalam adukan

4.6.3.7 Pengadukan Kembali

4.6.3.8 Pengemasan/memasukan sampo ke jerigen-jerigen

4.6.3.9 Pemberian Label

4.6.3.10 Inventory/penyimpanan barang jadi

Penjelasan:

4.6.3.1 Seleksi Bahan

Bahan baku merupakan faktor utama penentu dalam proses produksi. Jika bahan baku yang digunakan pada awal produksi mempunyai mutu yang baik maka diharapkan produk output yang dihasilkan juga menjadi produk yang berkualitas tetapi sebaliknya jika bahan dasar untuk memproduksi suatu produk berasal dari mutu yang kurang baik atau buruk maka tidak menutup kemungkinan output yang dihasilkan dari bahan dasar tersebut juga tidak mempunyai kualitas yang baik. Jika produk yang dihasilkan berkualitas baik maka daya jual yang ditawarkan dari produk tersebut kepada konsumen semakin meningkat sehingga berpengaruh besar secara langsung kepada pendapatan yang didapatkan oleh perusahaan.





#### 4.6.3.2 Penimbangan Bahan Baku

Semua bahan dasar sebelum dijadikan bahan untuk pembuatan sampo ini harus ditimbang atau diukur terlebih dahulu dengan menggunakan alat ukur yang sesuai. Hal tersebut dimaksudkan agar hasil dari sampo ini tercipta dengan baik, karena bila takaran yang digunakan dalam pencampuran bahan tidak sesuai atau tidak pas dengan racikan yang seharusnya maka produk sampo ini tidak akan jadi dengan sempurna. Semua bahan diukur berdasarkan jumlah produk liter air yang akan dihasilkan dari sampo tersebut.

Pewarna dan parfum merupakan tambahan bahan yang digunakan dalam jumlah sedikit tetapi sangat penting agar sampo yang dihasilkan memiliki aroma yang baik. Selain itu pewarna juga mempengaruhi produk ini karena bila sampo ini tidak menggunakan warna maka warna dari sampo ini tidak beda jauh dengan warna yang terdapat pada limbah pabrik yang biasa mencemari air.

#### 4.6.3.3 Pengukuran Jumlah Liter Air yang Digunakan

Pengukuran untuk air sangat berpengaruh dalam produksi sampo ini karena harus sesuai dengan perkiraan berapa output produk yang kita ingin hasilkan setelahnya. Misalnya jika kita ingin memproduksi 200 liter

sampo maka liter air yang digunakannya pun harus sama dengan output yang ingin kita hasilkan yakni 200 liter air.

#### 4.6.3.4 Pengadukan atau Pencampuran (Mixing)

Mixing berfungsi untuk menghomogenkan semua bahan yang berbeda jenis dan bentuknya yang kemudian dijadikan satu agar tercampur secara rata. Butiran-butiran beberapa bahan yang awalnya berbentuk seperti pasir, setelah dicampur akan menjadi sama bentuknya seperti cairan. Tujuan mixing yaitu agar semua bahan yang tidak semuanya berbentuk cairan kemudian akan menjadi cairan yang mengental setelah dicampur semua dengan bahan lainnya.



Setelah semua bahan dasar yang dibutuhkan dicampur dengan rata dan ditambahkan dengan air yang dibutuhkan maka pencampuran tersebut akan menghasilkan cairan yang kental jika kita pegang dengan tangan kita. Jika proses mixing dilakukan dengan tempo pengadukan yang terlalu cepat maka hasil yang tercipta dari sampo tersebut tidak akan sempurna tetapi malah banyak terdapat bahan yang tidak ikut tercampur yang kemudian bahan yang tidak tercampur tersebut menggumpal dengan sendirinya. Untuk itu proses mixing harus dilakukan secara benar agar dapat

menghasilkan output sampo yang baik dan sempurna. Dengan begitu maka produk sampo yang dihasilkan akan memuaskan konsumen

#### 4.6.3.5 Penambahan Pewarna



Hal ini juga merupakan komponen yang penting karena bila produk sampo ini tidak ditambahkan dengan pewarna maka hasilnya tidak akan sempurna dan sampo ini akan berwarna seperti limbah pabrik yang berwarna kusam.

#### 4.6.3.6 Pencampuran Parfum

Hal ini dimaksudkan agar sampo ini dapat memberikan aroma yang baik agar dapat menarik minat konsumen. Jika sampo ini tidak mempunyai aroma yang baik maka konsumen akan berpikir ulang atau dengan secara ragu untuk membeli dan menggunakan sampo in.

#### 4.6.3.7 Pengadukan Kembali

Setelah ditambahkan pewarna dan parfum maka sampo ini harus diaduk kembali agar warna dan aroma parfum tercampur secara merata kedalam sampo ini sehingga seluruh bagian sampo ini dapat memberikan warna dan aroma yang baik.



#### 4.6.3.8 Pengemasan/memasukan sampo ke jerigen-jerigen

Setelah seluruh sampo sudah tercapur dengan rata dengan tingkat kekentalan yang diinginkan maka telah selesai proses pembuatan sampo tersebut. Kemudian setelah itu proses selanjutnya adalah pengemasan/memasukan sampo tersebut kedalam jerigen-jerigen. Tiap-tiap 1 jerigen tersebut berukuran 5 liter.

#### 4.6.3.9 Pemberian Label

Pemberian label merupakan proses akhir yang dilakukan dalam memproduksi sampo ini. Setelah seluruh sampo telah dimasukkan kedalam jerigen yang berukuran 5 liter kemudian jerigen tersebut diberi label dengan merek dagang Green Car Shampoo.

#### 4.6.3.10 Inventory/penyimpanan barang jadi

Setelah keseluruhan barang telah selesai dikemas kedalam jerigen dan diberi label, maka seluruh produk tersebut disimpan ke gudang penyimpanan tempat barang yang telah jadi.

### **4.6.4 Biaya Produksi**

Berikut ini merupakan biaya produksi yang ditetapkan CV Beta Persada dan realisasi biaya produksi yang dikeluarkan CV Beta Persada dari tahun 2011-2015 sebagai berikut:

#### 4.13.1Biaya Produksi

**Tabel. Biaya produksi CV. Beta Persada**

Keterangan	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
1.Gaji bagian produksi :					
a. Kp. Produksi	Rp. 22.800.000	Rp. 22.800.000	Rp. 22.800.000	Rp. 22.800.000	Rp. 22.800.000
b. Tk. Produksi	Rp. 100.800.000	Rp. 100.800.000	Rp. 100.800.000	Rp. 100.800.000	Rp. 100.800.000
<b>Total :</b>	<b>Rp. 123.600.000</b>	<b>Rp.123.600.000</b>	<b>Rp. 123.600.000</b>	<b>Rp. 123.600.000</b>	<b>Rp. 123.600.000</b>
2.Biaya Bahan Baku :					
a. Pers BB Awal	Rp. 7.500.000	Rp. 8.750.000	Rp. 8.500.000	Rp. 8.200.000	Rp. 8.000.000
b. Pemb BB Awal Thn	Rp. 120.420.000	Rp. 134.488.000	Rp.144.812.000	Rp. 145.630.000	Rp. 170.280.000
c.Pers BB Tersedia Produksi	Rp. 127.920.000	Rp. 143.238.000	Rp.153.312.000	Rp. 153.830.000	Rp. 178.280.000
d. Pers BB Akhir Thn	Rp. 4.250.000	Rp. 5.800.000	Rp. 5.430.000	Rp. 5.100.000	Rp. 4.750.000
<b>Total :</b>	<b>Rp. 123.670.000</b>	<b>Rp.137.438.000</b>	<b>Rp. 147.882.000</b>	<b>Rp. 148.730.000</b>	<b>Rp.173.530.000</b>
3.Biaya Umum Pabrik :					
a. B. Listrik	Rp.6.600.000	Rp.6.300.000	Rp.6.190.000	Rp.6.600.000	Rp.6.190.000
b. B.Telepon	Rp. 5.460.000	Rp. 6.100.000	Rp. 6.000.000	Rp. 5.900.000	Rp. 5.700.000
c. B. Air	Rp.7.200.000	Rp.8.050.000	Rp.7.800.000	Rp.7.550.000	Rp.7.360.000

d. B. Pemeliharaan	Rp. 3.000.000	Rp. 4.500.000	Rp. 4.200.000	Rp. 4.000.000	Rp. 3.500.000
e. B.Peny Mesin & Prltan	Rp. 1.994.500	Rp. 1.994.500	Rp. 1.994.500	Rp. 1.994.500	Rp. 1.994.500
f. B. Peny Bangunan	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000
<b>Total :</b>	<b>Rp.31.754.500</b>	<b>Rp. 34.444.500</b>	<b>Rp. 33.684.500</b>	<b>Rp. 33.544.500</b>	<b>Rp. 32.244.500</b>
<b>Total Biaya Produksi :</b>	<b>Rp. 279.024.500</b>	<b>Rp. 295.482.500</b>	<b>Rp.305.166.500</b>	<b>Rp. 305.874.500</b>	<b>Rp. 329.374.500</b>

#### 4.7 Penjualan

Pada perusahaan dagang penjualan merupakan aktivitas utama pada perusahaan. Besarnya pendapatan yang didapat perusahaan sangat tergantung pada besar kecilnya produk yang dijual ke pasaran, untuk itu tugas bagian pemasaran untuk mempromosikan produk harus secara keras agar masyarakat tertarik untuk membeli produk ini.

Berikut adalah data penjualan CV Beta Persada tahun 2011-2015:

Penjualan 2011				
No	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1	Shampo Mobil	Rp. 45.000	13.200	Rp. 594.000.000
<b>Total Pendapatan</b>				Rp. 594.000.000

Penjualan 2012				
No	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1	Shampo Mobil	Rp. 45.000	15.120	Rp. 680.400.000
<b>Total Pendapatan</b>				Rp. 680.400.000

Penjualan 2013				
No	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1	Shampo Mobil	Rp. 45.000	16.800	Rp. 756.000.000
<b>Total Pendapatan</b>				Rp. 756.000.000

Penjualan 2014				
No	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1	Shampo Mobil	Rp. 45.000	18.000	Rp. 810.000.000
<b>Total Pendapatan</b>				Rp. 810.000.000

Penjualan 2015				
No	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1	Shampo Mobil	Rp. 45.000	19.920	Rp. 896.400.000
<b>Total Pendapatan</b>				Rp. 896.400.000

### Daftar penyusutan CV BETA PERSADA tahun 2011-2015

No	Aktiva	Harga Perolehan	Nilai Sisa	Umur ekonomis	Penyusutan
1	Bangunan	Rp.150.000.000	Rp. 75.000.000	10 Tahun	Rp. 7.500.000
2	Mesin dan Peralatan	Rp. 39.945.000	Rp. 20.000.000	10 Tahun	Rp. 1.994.500
3	Kendaraan	Rp. 225.000.000	Rp. 147.500.000	10 Tahun	Rp. 12.500.000
4	Inventaris Kantor & Pabrik	Rp. 13.850.000	Rp. 10.390.000	5 Tahun	Rp. 692.000
5	Surat berharga	Rp. 5.000.000	-	5 Tahun	Rp. 1.000.000

### Metode – Metode Penyusutan

#### 1. Metode Garis Lurus

Dalam metode garis lurus, beban depresiasi periodik sepanjang masa pemakaian aktiva adalah sama besarnya. Rumus untuk menghitung biaya depresiasi per tahun dan perhitungan biaya depresiasi adalah sebagai berikut :

$$\frac{\text{harga perolehan didepresiasi}}{\text{masa manfaat}} = \text{biaya depresiasi}$$

\*) harga perolehan didepresiasi = harga perolehan – nilai residu (nilai sisa)

Harga perolehan didepresiasi adalah harga perolehan dikurang nilai residu (nilai sisa). Misalnya harga yang akan didepresiasi adalah Rp 12.000.000 yaitu Rp 13.000.000 (harga perolehan) dikurang Rp 1.000.000 (nilai residu). Depresiasi bias juga dinyatakan dalam bentuk tarif depresiasi pertahun. Dalam hal di atas, tarif depresiasi truk per tahun

adalah 20% (100% : 5). Apabila tarif depresiasi digunakan dalam metode garis lurus, maka tarif tersebut dikalikan terhadap harga perolehan didepresiasi (harga perolehan setelah dikurangi nilai residu).

## 2. Metode Saldo Menurun

Dalam metode saldo menurun, biaya depresiasi dari tahun ke tahun semakin menurun. Hal ini terjadi, karena perhitungan biaya depresiasi periodik didasarkan pada nilai buku (harga perolehan dikurang dengan akumulasi depresiasi) aktiva yang semakin menurun dari tahun ke tahun. Biaya depresiasi pertahun dihitung dengan cara mengalikan nilai buku aktiva pada awal tahun dengan tarif depresiasi. Dengan hal ini tarif depresiasi tetap sama pada setiap tahun, akan tetapi nilai buku setiap tahun semakin menurun. Nilai buku pada awal tahun pertama adalah sama dengan harga perolehan aktiva, sedangkan pada tahun-tahun berikutnya, nilai buku adalah selisih antara harga perolehan dengan akumulasi depresiasi pada awal tahun. Berbeda dengan metode lain, pada metode ini nilai residu diabaikan dalam perhitungan depresiasi tahunan. Akan tetapi, nilai residu akan menjadi batas jumlah depresiasi yang akan dilakukan. Depresiasi akan berakhir apabila nilai buku telah mencapai jumlah yang sama dengan atau mendekati taksiran nilai residu.

Tarif depresiasi yang sering digunakan adalah tarif metode garis lurus yang dikalikan dua, sehingga metode ini sering disebut metode saldo menurun ganda (double declining balance method). Misalnya jika diatas metode garis lurus diatas yaitu 20% akan dikalikan 2 sehingga tarifnya menjadi 40% pertahun. Rumusnya sebagai berikut :

Nilai buku awal tahun x tarif depresiasi = biaya depresiasi pertahun

\*) nilai buku = harga perolehan depresiasi – depresiasi per tahun

### 3. Metode Jumlah, Angka-angka Tahun

Seperti halnya seperti metode saldo menurun, metode jumlah jumlah angka-angka tahun juga akan menghasilkan biaya depresiasi yang lebih tinggi pada tahun-tahun awal dan semakin kecil pada tahun-tahun akhir. Maka dari itu metode ini juga termasuk dalam metode depresiasi yang dipercepat. Metode ini disebut jumlah angka-angka tahun karena tarif depresiasinya didasarkan pada suatu pecahan yang :

1. Pembilangnya adalah tahun-tahun pemakaian aktiva yang masih tersisa sejak awal tahun.
2. Penyebutnya adalah jumlah tahun-tahun sejak tahun pertama hingga tahun pemakaian yang terakhir.

Untuk aktiva yang ditaksir akan berumur 5 tahun, maka jumlah angka-angka tahunnya adalah 15 (1+2+3+4+5). Depresiasi per tahun dihitung dengan mengalikan harga perolehan didepresiasi dengan pecahan metode angka-angka tahun. Rumus dan depresiasi tahun sebagai berikut:

$$\frac{\text{harga perolehan awal tahun}}{\text{pecahan angka-angka tahun}} = \text{biaya depresiasi}$$

\*) nilai buku : nilai perolehan – akumulasi depresiasi

## 4.8 Bidang Keuangan

### 4.8.1 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah sekumpulan informasi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu yang disajikan dalam suatu laporan yang sistematis yang mudah dibaca dan dimengerti oleh semua pihak yang membutuhkan.

Unsur utama laporan keuangan terdiri dari:

1. Harga Pokok Penjualan
2. Laporan Laba Rugi
3. Laporan Perubahan modal
4. Laporan Neraca

#### 1. Laporan Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan merupakan laporan untuk menggambarkan biaya langsung yang timbul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan bisnis. HPP muncul pada laporan laba rugi sebagai komponen utama dari biaya operasi. HPP disebut juga sebagai biaya penjualan. Didalam HPP terdapat persediaan awal dan akhir, berikut rinciannya.

#### 2. Laporan Laba/Rugi

Laporan laba rugi adalah suatu laporan yang merupakan bagian dari laporan keuangan. Laporan laba rugi wajib disusun oleh suatu perusahaan, apalagi jika perusahaan yang go public maka hukumnya sangat wajib untuk membuat laporan laba rugi. Laporan ini juga memiliki manfaat serta kegunaan yang begitu besar untuk banyak pihak, pada dasarnya laporan laba rugi membantu para pemakai laporan keuangan untuk memprediksi arus kas masa depan dengan berbagai cara.

#### 3. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal adalah bagian dari laporan dengan yang mencatat informasi tentang penyebab bertambah atau berkurangnya modal selama kurun waktu tertentu.

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

#### 4. Laporan Neraca

Neraca adalah bagian dari laporan keuangan yang memuat dan melaporkan mengenai aktiva, kewajiban, dan ekuitas pemegang saham suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Informasi yang terkandung dalam neraca adalah informasi mengenai sifat dan jumlah kekayaan (aktiva), kewajiban (hutang), dan ekuitas pemilik dari perusahaan tertentu. Yang dimaksud dengan aktiva adalah manfaat ekonomi yang mungkin diperoleh di masa depan, atau dikendalikan oleh entitas tertentu sebagai hasil dari transaksi atau kejadian masa lampau. Dalam aktiva, terdapat banyak sekali akun seperti kas, piutang, persediaan, investasi, tanah, bangunan, kendaraan, mesin, goodwill, paten, dan kekayaan perusahaan lainnya.

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
1.Persediaan Bahan Baku 1 Jan	Rp. 7.500.000	Rp.8.750.000	Rp. 8.500.000	Rp. 8.200.000	Rp. 8.000.000
2. Pembelian bahan baku	Rp.120.420.000	Rp. 134.488.000	Rp. 144.812.000	Rp. 145.630.000	Rp. 120.420.000
3. persediaan bahan baku tersedia untuk produksi	Rp.127.920.000	Rp. 143.238.000	Rp. 153.312.000	Rp. 153.830.000	Rp. 127.920.000
4. persediaan bahan baku 31 Des	Rp. 4.250.000	Rp.5.800.000	Rp. 5.430.000	Rp. 5.100.000	Rp. 4.750.000
<b>Total pemakaian bahan baku (a)</b>	<b>Rp.123.670.000</b>	<b>Rp. 137.438.000</b>	<b>Rp. 147.882.000</b>	<b>Rp.148.730.000</b>	<b>Rp.173.530.000</b>
<b>Biaya tenaga kerja Langsung (b)</b>	<b>Rp.100.800.000</b>	<b>Rp.100.800.000</b>	<b>Rp. 100.800.000</b>	<b>Rp.100.800.000</b>	<b>Rp.100.800.000</b>
Biaya overhead Pabrik :					
1. Biaya Listrik	Rp.6.600.000	Rp. 6.300.000	Rp. 6.190.000	Rp. 6.600.000	Rp. 6.190.000
2. Biaya Tlp	Rp. 5.460.000	Rp. 6.100.000	Rp. 6.000.000	Rp. 5.900.000	Rp.5.700.000
3. Biaya Air	Rp. 7.200.000	Rp. 8.050.000	Rp. 7.800.000	Rp. 7.550.000	Rp. 7.360.000
4.Biaya Pemeliharaan	Rp. 3.000.000	Rp. 3.500.000	Rp. 4.000.000	Rp. 4.200.000	Rp. 4.500.000
5.Biaya Penyusutan					
a. bangunan	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000
b. Mesin & Peralatan	Rp. 1.994.500	Rp. 1.994.500	Rp. 1.994.500	Rp. 1.994.500	Rp. 1.994.500

<b>Total Biaya Overhead Pabrik (c)</b>	<b>Rp. 38.454.500</b>	<b>Rp. 33.444.500</b>	<b>Rp. 33.484.500</b>	<b>Rp. 33.784.500</b>	<b>Rp. 33.244.500</b>
<b>Harga Pokok Produksi (a+b+c)</b>	<b>Rp.262.924.000</b>	<b>Rp.271.682.500</b>	<b>Rp. 282.166.500</b>	<b>Rp. 283.274.500</b>	<b>Rp. 307.574.500</b>
Persediaan barang jadi, 1 Januari	Rp. 5.000.000	Rp. 7.000.000	Rp. 6.500.000	Rp.5.000.000	Rp. 8.500.000
Harga pokok Barang yang tersedia untuk di jual	Rp.267.924.500	Rp.278.682.500	Rp. 288.666.500	Rp. 288.274.500	Rp.316.074.500
Persediaan barang jadi 31 Desember	Rp. 8.500.000	Rp. 6.800.000	Rp. 7.000.000	Rp. 4.350.000	Rp. 5.000.000
<b>Harga Pokok Penjualan</b>	<b>Rp.259.424.500</b>	<b>Rp.271.382.500</b>	<b>Rp. 281.666.500</b>	<b>Rp.283.924.5000</b>	<b>Rp. 311.074.500</b>

Tabel 4.16 Harga Pokok Penjualan

#### **4.5Laporan Laba Rugi**

##### Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode tertentu yang menjabarkan unsur-unsur pendapatan dan beban beban usaha yang dikeluarkan oleh perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba (atau rugi) bersih.

Unsur-unsur yang terdapat dalam laporan laba rugi biasanya terdiri dari:

- Pendapatan dari penjualan
- Dikurangi beban pokok penjualan
- Laba/rugi kotor
- Dikurangi total biaya usaha
- Laba/rugi usaha
- Dikurangi biaya bunga pinjaman
- Laba/rugi sebelum pajak
- Dikurangi beban pajak
- Laba/rugi bersih

**Tabel 4.17 Laporan Laba/Rugi**

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Penjualan					
	- Shampo	Rp 594.000.000	Rp680.400.000	Rp756.000.000	Rp810.000.000	Rp896.400.000
	<b>Penjualan Bersih</b>	<b>Rp594.000.000</b>	<b>Rp680.400.000</b>	<b>Rp756.000.000</b>	<b>Rp810.000.000</b>	<b>Rp896.400.000</b>
2	Harga Pokok Penjualan	Rp 259.424.500	Rp 271.882.500	Rp 281.666.500	Rp 283.924.500	Rp311.074.500
3	<b>Lab Kotor ( 1 - 2 )</b>	<b>Rp 334.575.500</b>	<b>Rp408.517.50 0</b>	<b>Rp 474.333.500</b>	<b>Rp 526.075.500</b>	<b>Rp 585.325.500</b>
4	Biaya Usaha					
	-Biaya Promosi	Rp6.080.000	Rp6.080.000	Rp6.080.000	Rp6.080.000	Rp6.080.000
	-Biaya Packing	Rp53.040.000	Rp53.400.000	Rp53.800.000	Rp54.100.000	Rp54.550.000
	-Biaya Gaji	Rp174.000.000	Rp174.000.000	Rp174.000.000	Rp174.000.000	Rp174.000.000
	-Biaya Servis	Rp20.200.000	Rp23.292.000	Rp21.200.000	Rp20.792.000	Rp22.850.000
	-Biaya ATK	Rp2.500.000	Rp2.800.000	Rp3.000.000	Rp3.000.000	Rp3.100.000
	<b>Total Biaya Usaha</b>	<b>Rp255.820.000</b>	<b>Rp259.572.000</b>	<b>Rp258.080.000</b>	<b>Rp257.972.000</b>	<b>Rp260.580.000</b>
	Biaya Penyusutan	<b>Rp22.687.000</b>	Rp22.687.000	Rp22.687.000	Rp22.687.000	Rp22.687.000
	<b>Total Biaya Usaha</b>	<b>Rp233.133.000</b>	Rp236.885.000	Rp235.393.000	Rp235.285.000	Rp237.893.000
5	<b>Lab Sebelum Pajak/EBT ( 3 - 4 )</b>	<b>Rp101.442.500</b>	<b>Rp171.632.500</b>	<b>Rp238.940.500</b>	<b>Rp290.790.500</b>	<b>Rp347.432.500</b>
6	- Pajak Pendapatan (10%)	Rp10.144.250	Rp17.163.250	Rp23.253.050	Rp29.079.050	Rp34.743.250
7	<b>Lab Setelah Pajak/EAT( 5 - 6 )</b>	<b>Rp91.298.250</b>	<b>Rp154.469.250</b>	<b>Rp215.046.450</b>	<b>Rp261.711.450</b>	<b>Rp312.689.250</b>

## LAPORAN PERUBAHAN MODAL CV BETA PERSADA 2011-2015

**Tabel 3.18 Laporan Perubahan Modal**

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
1. Modal Awal	Rp. 400.000.000	Rp. 477.298.250	Rp. 561.767.500	Rp. 691.813.950	Rp. 860.025.400
2. Laba Setelah Pajak/EAT	<b>Rp. 91.289.250</b>	<b>Rp. 154.469.250</b>	<b>Rp.215.046.450</b>	<b>Rp.261.711.450</b>	<b>Rp. 312.689.250</b>
3. Modal setelah penambahan (1+2)	Rp. 491.289.250	Rp. 631.767.500	Rp. 776.813.950	Rp. 953.525.400	Rp.1.172.714.650
4. Prive	Rp. 25.000.000	Rp. 70.000.000	Rp. 85.000.000	Rp. 93.500.000	Rp. 150.000.000
<b>5. Modal Akhir (3-4)</b>	<b>Rp. 477.298.250</b>	<b>Rp. 561.767.500</b>	<b>Rp. 691.813.950</b>	<b>Rp. 860.025.400</b>	<b>Rp.1.022.714.650</b>

**LAPORAN NERACA CV BETA PERSADA 2011-2015 4.19**

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>AKTIVA</b>					
1. Harta Lancar:					
Kas	<b>Rp 9.740.250</b>	<b>Rp. 69.859.500</b>	<b>Rp 155.775.950</b>	<b>Rp 280.817.400</b>	<b>Rp 350.356.650</b>
Piutang Dagang	Rp 4.200.000	Rp 25.000.000	Rp 70.000.000	Rp 115.000.000	Rp 205.000.000
Persediaan Bahan baku	Rp 4.500.000	Rp 5.800.000	Rp 5.430.000	Rp 5.100.000	Rp 4.750.000
Persediaan Barang Jadi	Rp 5.000.000	Rp 7.000.000	Rp 6.800.000	Rp 5.000.000	Rp 8.500.000
<b>Total Harta Lancar</b>	<b>Rp 23.189.250</b>	<b>Rp 107.659.400</b>	<b>Rp 237.705.950</b>	<b>Rp 405.917.400</b>	<b>Rp 568.606.650</b>
2. Harta Tetap:					
Tanah	Rp 48.000.000	Rp 48.000.000	Rp 48.000.000	Rp 48.000.000	Rp 48.000.000
Bangunan	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000
Penyusutan Bangunan	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000
Nilai Buku	Rp 142.500.000	Rp 142.500.000	Rp 142.500.000	Rp 142.500.000	Rp 142.500.000
Mesin dan Peralatan	Rp 39.945.000	Rp 39.945.000	Rp 39.945.000	Rp 39.945.000	Rp 39.945.000

Penyusutan Mesin & peralatan	Rp 1.994.500	Rp 1.994.500	Rp 1.994.500	Rp 1.994.500	Rp 1.994.500
Nilai Buku	Rp 37.950.500	Rp 37.950.500	Rp 37.950.500	Rp 37.950.500	Rp 37.950.500
Inventasi Kantor	Rp 13.850.000	Rp 13.850.000	Rp 13.850.000	Rp 13.850.000	Rp 13.850.000
Penyusutan Inventaris	Rp 692.000	Rp 692.000	Rp 692.000	Rp 692.000	Rp 692.000
Nilai buku	Rp 13.158.000	Rp 13.158.000	Rp 13.158.000	Rp 13.158.000	Rp 13.158.000
Kendaraan	Rp 225.000.000	Rp 225.000.000	Rp 225.000.000	Rp 225.000.000	Rp 225.000.000
Penyusutan Kendaraan	Rp 12.500.000	Rp 12.500.000	Rp 12.500.000	Rp 12.500.000	Rp 12.500.000
Nilai Buku	Rp 212.500.000	Rp 212.500.000	Rp 212.500.000	Rp 212.500.000	Rp 212.500.000
Surat Berharga	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
Penyusutan Surat berharga	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Nilai Buku	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000
<b>Total Aktiva Tetap</b>	<b>Rp 477.795.000</b>	<b>Rp 477.795.000</b>	<b>Rp 477.795.000</b>	<b>Rp 477.795.000</b>	<b>Rp 477.795.000</b>
Akum. Penyusutan	Rp 23.687.000	Rp 23.687.000	Rp 23.687.000	Rp 23.687.000	Rp 23.687.000
<b>Nilai Buku Aktiva Tetap</b>	<b>Rp 454.108.000</b>	<b>Rp 454.108.000</b>	<b>Rp 454.108.000</b>	<b>Rp 454.108.000</b>	<b>Rp 454.108.000</b>
<b>Total Aktiva (1+2)</b>	<b>Rp 477.298.250</b>	<b>Rp 561.767.500</b>	<b>Rp 691.813.950</b>	<b>Rp 860.025.400</b>	<b>Rp 1.022.714.650</b>
<b>PASIVA</b>					
2. Modal	<b>Rp 477.298.250</b>	<b>Rp 561.767.500</b>	<b>Rp 691.813.950</b>	<b>Rp 860.025.400</b>	<b>Rp 1.022.714.650</b>
<b>Total pasiva</b>	<b>Rp 477.298.250</b>	<b>Rp 561.767.500</b>	<b>Rp 691.813.950</b>	<b>Rp 860.025.400</b>	<b>Rp 1.022.714.650</b>

## BAB V

### ANALISA DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 ANALISA

##### 5.1.1. Biaya Tetap Dan Biaya Variabel

Tabel 5.1 Klasifikasi Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Tahun 2015

<b>Data Perusahaan Tahun 2015</b>			
<b>Uraian</b>	<b>biaya tetap</b>	<b>biaya variabel</b>	<b>Total</b>
<b>biaya produksi</b>			
biaya bahan baku		Rp137.438.000	Rp137.438.000
biaya tenaga kerja langsung		Rp100.800.000	Rp100.800.000
biaya Listrik	Rp 158.608	Rp4.526.900	Rp4.685.508
biaya Pemeliharaan Mesin	Rp523.842	Rp1.155.158	Rp1.679.000
biaya Penyusutan Bangunan	Rp7.500.000		Rp7.500.000
biaya Penyusutan Mesin	Rp1.994.500		Rp1.994.500
<b>biaya usaha</b>			
Biaya Pemasaran :			
Gaji Bagian pemasaran	Rp33.600.000		Rp33.600.000
Biaya promosi	Rp6.080.000		Rp6.080.000
Biaya packing	Rp54.550.000		Rp54.550.000
Gaji Pimpinan	Rp22.800.000		Rp22.800.000
Biaya Telp	Rp5.700.000		Rp5.700.000
Biaya Air	Rp. 7.360.000		Rp 7.360.000
Biaya Peny Inventaris	Rp692.000		Rp692.000
Biaya Peny Kendaraan	Rp12.500.000		Rp12.500.000
Biaya Peny brg berharga	Rp 1.000.000		Rp 1.000.000
<b>Total</b>	<b>Rp154.458.951</b>	<b>Rp243.920.058</b>	<b>Rp398.379.009</b>

#### Biaya Semivariabel

Biaya semivariable adalah biaya yang sebagian tetap dan sebagian lagi berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unit nya tidak berubah. Contohnya seperti biaya listrik yang digunakan cenderung menjadi biaya tetap karena berapapun jumlah yang dikeluarkan dan yang dihasilkan, penerangan akan tetap dilakukan oleh pabrik yang beroperasi.

Pemisah biaya semivariabel menggunakan Metode Titik Tertinggi dan Titik Terendah.

Rumus :

$$Y = a + bx$$

$$b = \frac{Y_t - Y_r}{X_t - X_r}$$

Keterangan :

Y = total biaya

a = biaya tetap

b = biaya variabel

x = volume penjualan

**Tabel 5.2 Perhitungan Biaya Listrik semivariabel**

Bulan	Kwh	Biaya Listrik
1	500	Rp 632.000
2	420	Rp 440.000
3	318	Rp 370.000
4	419	Rp 528.000
5	600	Rp 680.000

6	334	Rp 390.000
7	125	Rp 150.000
8	228	Rp 220.000
9	442	Rp 530.000
10	218	Rp 215.000
11	308	Rp 320.000
12	148	Rp 180.000
Jumlah	4060	Rp 4.685.500

Keterangan	Kwh (X)	Biaya Listrik (Y)
Tertinggi	600	Rp 680.000
Terendah	125	Rp 150.000
Selisih	475	Rp 530.000

Jawab

$$b = \frac{Rp\ 680.000 - Rp\ 150.000}{600 - 125} = Rp\ 1.115,-$$

$$Y = a + bx$$

$$Rp\ 4.685.500 = a + Rp\ 1.115 (4060)$$

$$\text{Biaya Tetap (a)} = Rp\ 4.685.500 - Rp\ 4.526.900 = Rp\ 158.600$$

$$\text{Biaya Variabel (b)} = Rp\ 4.685.500 - Rp\ 158.000 = Rp\ 4.526.900$$

**Tabel 5.3 Perhitungan Biaya Pemeliharaan Mesin semivariabel**

Bulan	Jam mesin	Biaya Pemeliharaan
1	150	Rp 105.000
2	170	Rp 140.000
3	150	Rp 105.000
4	200	Rp 165.000
5	211	Rp 178.000
6	150	Rp 105.000

7	80	Rp 95.000
8	100	Rp 101.000
9	250	Rp 190.000
10	210	Rp 175.000
11	230	Rp 180.000
12	170	Rp 140.000
Jumlah	2071	Rp 1.679.000

Keterangan	Jam mesin (X)	Biaya Listrik (Y)
Tertinggi	250	Rp 190.000
Terendah	80	Rp 95.000
Selisih	170	Rp 95.000

Jawab

$$b = \frac{Rp\ 190.000 - Rp\ 95.000}{250 - 80} = Rp\ 558,-$$

$$Y = a + bx$$

$$Rp\ 1.679.000 = a + Rp\ 558 (2071)$$

$$\text{Biaya Tetap (a)} = Rp\ 1.679.000 - Rp\ 1.155.158 = Rp\ 523.842$$

$$\text{Biaya Variabel (b)} = Rp\ 1.679.000 - Rp\ 523.842 = Rp\ 1.155.158$$

### 5.1.2 Biaya Produk

**Tabel 5.4** Komposisi Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Per Produk Tahun 2013 - 2015

Keterangan	Unit terjual (Q)	Harga jual (P)	Penjualan (S)	Biaya Tetap (FC)	Biaya Variabel (VC)
Shampo 2015	19.920	Rp45.000	Rp896.400.000	Rp162.296.500	Rp240.508.880

### 5.1.3 Perhitungan Break Even Poin

## A. Perhitungan *Break Even Point* Atas Dasar Unit dan Rupiah Tahun 2015

Keterangan :

2015

$$Q \text{ (Shampo Mobil)} = 19.920 \text{ unit}$$

$$FC \text{ (Shampo mobil)} = \text{Rp.}154.458.951$$

$$VC \text{ (Shampo Mobil)} = \text{Rp.}243.920.058$$

$$S \text{ (Shampo Mobil)} = \text{Rp.}896.400.000$$

### 1. Menghitungbiayavariabel per unit padaShampo Mobil

$$V(\text{Shampo}) = \frac{VC(\text{Shampo})}{Q}$$

$$V(\text{Shampo}) = \frac{\text{Rp.}243.920.058}{19.920} = \text{Rp.} 12.245 \text{ /Unit}$$

### 2. Menghitung*break even point* atasdasar unit padashampo mobil

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

$$BEP \text{ (dalam unit)} = \frac{\text{Rp}154.458.951}{\text{Rp.}45.000 - \text{Rp.}12.245} = 4.715,6 \text{ Unit}$$

### 3. Menghitung*break even point* atasdasar rupiah padashampo mobil

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

$$BEP \text{ (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp}154,458.951}{1 - \frac{\text{Rp}243.920.058}{\text{Rp.} 896.400.000}}$$

$$BEP \text{ (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp.}154.458.951}{1 - 0,272110729}$$

$$BEP \text{ (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp.} 154.458.951}{0,72788927}$$

$$BEP \text{ (dalam rupiah)} = \text{Rp.} 212.201.163,4$$

## Margin Of Safety

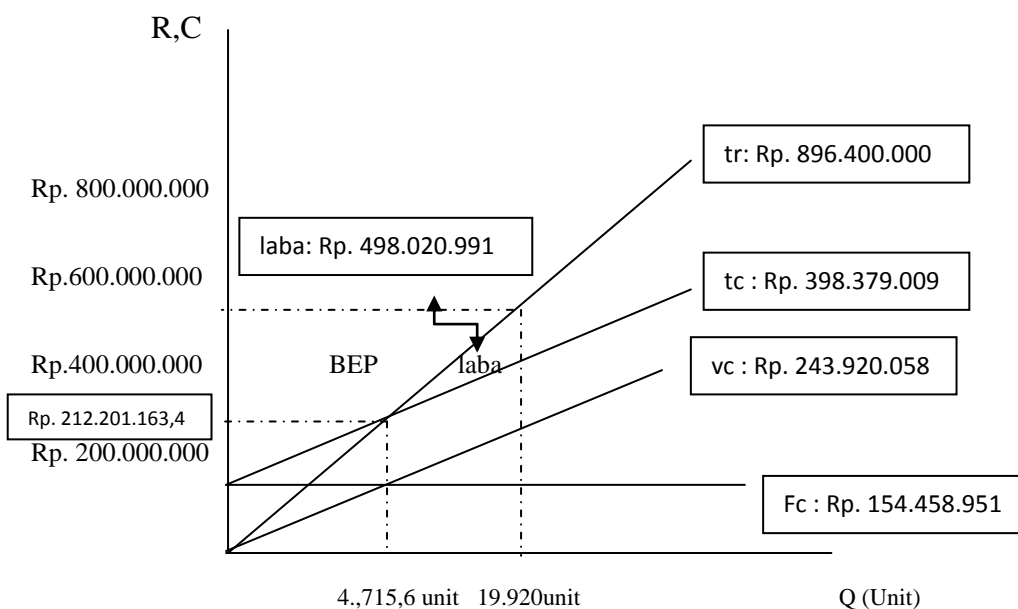
Margin of safety artinya tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian.

Rumus :

$$\frac{\text{penjualan yang direncanakan} - \text{penjualan pd BEP}}{\text{penjualan yang direncanakan}} \times 100 \%$$

$$\text{Tahun 2015} = \frac{\text{Rp}896.400.000 - \text{Rp}212.201.163,4}{\text{Rp}.896.400.000} \times 100 \% = 76.32\%$$

$76.32\% \times \text{Rp}896.400.000 = \text{Rp}684.132.480$ , artinya penurunan penjualan yang masih dapat diterima pada perusahaan belum merugi tidak boleh turun dari margin of safety yaitu 76.32% atau sebesar  $\text{Rp}684.132.480$  dari rencana penjualan sebesar  $\text{Rp}.896.400.000$ .



Gambar5.1 Grafik BEP Tahun 2015

## B. Perencanaan Laba Tahun 2016

Asumsi :

Perencanaan laba tahun 2016 dengan keuntungan 150.000.000 dengan kenaikan 20% harga jual, unit, biaya variabel dan biaya tetap.

Diketahui :

Q (Shampo Mobil) = 23.904 unit

FC (Shampo mobil) = Rp185.350.741

VC (Shampo Mobil) = Rp.292.704.069

S (Shampo Mobil) = Rp.1.075.680.000

**1. Menghitung biaya variabel per unit padat shampo mobil**

$$V (\text{Shampo}) = \frac{\text{Rp. } 292.704.069}{23.904} = \text{Rp. } 12.245 / \text{Unit}$$

**2. Menghitung break even point atas dasar unit pada shampo mobil**

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{FC+LABA}}{\text{P-V}}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Rp.185.350.741+Rp.150.000.000}}{\text{Rp.45.000+Rp.12.245}}$$

$$\text{BEP(Unit)} = \frac{\text{Rp.335.350.741}}{\text{Rp.32.927}} = \mathbf{10.238 \text{ Unit}}$$

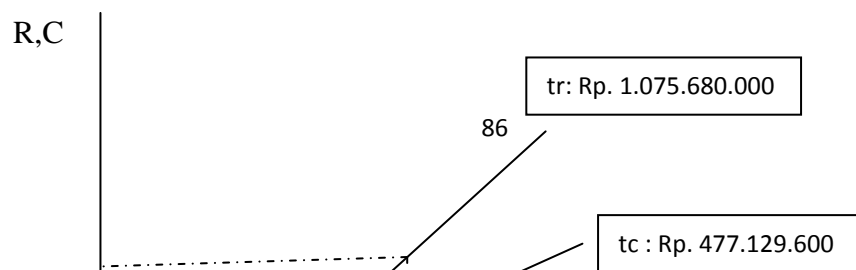
**3. Menghitung break even point atas dasar rupiah pada shampo mobil**

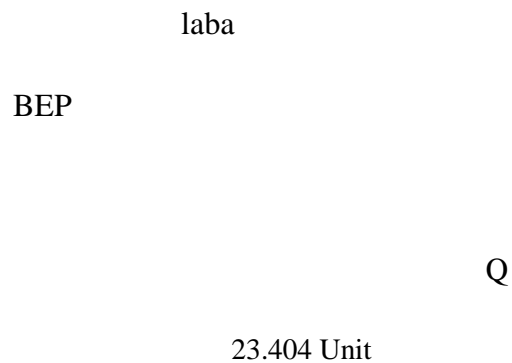
$$\text{BEP(dalam rupiah)} = \frac{\text{FC+LABA}}{1-\frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

$$\text{BEP(dalam rupiah)} = \frac{185.350.741+150.000.000}{1-\frac{\text{Rp.292.704.069}}{\text{Rp.1.075.680.000}}}$$

$$\text{BEP(dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp. } 335.350.741}{0,727889271}$$

$$\text{BEP(dalam rupiah)} = \text{Rp. } 460.716,697,4$$





Gambar 5.2 Grafik BEP Tahun 2016

### 5.1.3.2 Margin Of Safety

Margin of safety artinya tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian.

Rumus :

$$\frac{\text{penjualan yang direncanakan} - \text{penjualan pd BEP}}{\text{penjualan yang direncanakan}} \times 100\%$$

Keterangan :

Penjualan yg direncanakan : Besarnya penjualan minimal yg harus dicapai pada suatu rupiah.

Penjualan pada tingka BEP : titik impas dalam satuan rupiah.

Dik :

Margin of safety :

$$\text{Tahun 2016} = \frac{\text{Rp}1.075.680.000 - \text{Rp}460.716.697,4}{\text{Rp}1.075.680.000} \times 100 \% = 57,16 \%$$

$57,16\% \times \text{Rp}1.075.680.000 = \text{Rp}614.858.688$ , artinya penurunan penjualan yang masih dapat diterima pada perusahaan belum merugi tidak boleh turun dari margin of safety yaitu 57.16% atau sebesar Rp614.858.688 dari rencana penjualan sebesar Rp.1.075.680.000

## 5.1 PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan diatas didapatkan hasil sebagai berikut :

- c. Total biaya tetap pada keseluruhan shampo mobil sebesar Rp.154.458.951 dan biaya variabel Rp.243.920.058 dan semivariabel sebesar Rp.6.364.508.
- d. Perhitungan break even point menggunakan data perusahaan tahun 2015 diketahui titik impas dimana  $TR = TC$  berada pada titik penjualan shampo sebesar 4.715,6 unit dengan penjualan sebesar Rp.212.201.163,4.
- e. Mos (Margin of safety) atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan tidak boleh turun lebih dari yaitu 76.32% atau sebesar Rp.684.132.480 dari rencana penjualan sebesar Rp.896.400.000 agar perusahaan masih bias memproduksi walaupun dalam keadaan rugi.
- f. Perhitungan Break Even Point tersebut dapat digunakan untuk menghitung laba yang diharapkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan sebesar Rp.150.000.000 dan dengan kenaikan 20% pada harga jual, unit, biaya tetap dan biaya variabel. Perusahaan mendapat titik impas sebesar 10.328 unit dengan rupiah sebesar Rp.460.716.697,4. dan margin of safety sebesar 57.16% atau sebesar Rp614.858.688 dari rencana penjualan sebesar Rp.1.075.680.000

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisa dan pembahasan, dapat di ambil kesimpulan oleh penulis sebagai berikut :

1. Hasil pengklasifikasian biaya tetap dan biaya variabel CV Beta Persada pada tahun 2015 menghasilkan biaya total (TC) sebesar Rp.398.379.009 dengan biaya tetap sebesar Rp.154.458.951 biaya variabel sebesar Rp.243.920.058 dan biaya semivariabel sebesar Rp.6.364.508. Dengan perhitungan pada bab V, dapat dikehui breakeven point pada shampo mobil menggunakan data perusahaan tahun 2015 diketahui titik impas dimana  $TR = TC$  berada pada titik penjualan sebesar 4.715,6 unit dengan penjualan sebesar Rp. 212.201.163,4.
2. Dari Perhitungan Break Even Point tersebut dapat digunakan untuk menghitung laba yang diharapkan oleh perusahaan unuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan sebesar Rp.150.000.000 dan dengan kenaikan 20% pada harga jual, unit, biaya tetap dan biaya variabel. Perusahaan mendapat titik impas sebesar 10.238 unit dengan rupiah sebesar Rp.460.716.697,4.
3. Disamping itu dapat juga diketahui bahwa penurunan penjualan yang masih dapat diterima atau perusahaan belum merugi karna volume penjualan perusahaan yang bersangkutan tidak boleh turun dari margin of safety 2015 yaitu 76.32% atau sebesar Rp.684.132.480 dari rencana penjualan sebesar Rp.896.400.000. dan margin of safety 2016 yaitu 57.16% atau sebesar Rp.614.858.688 dari rencana penjualan Rp.1.075.680.000

#### **6.2 Saran**

Setelah memperhatikan kesimpulan diatas maka penulis menyarankan kepada pihak perusahaan agar :

1. Perusahaan hendaknya dapat menggunakan metode break even point dalam merencanakan laba pada waktu yang akan datang.
2. Perusahaan hendaknya dapat mengelompokkan biaya kedalam biaya tetap dan biaya variabel dalam merencanakan laba menggunakan metode break even point.
3. Perusahaan hendaknya dapat menghitung berapa banyak penjualan dimasa yang akan datang dengan metode break even point karena dapat dijadikan sebagai acuan seberapa banyak barang yang harus diproduksi dan seberapa besar pendapatan yang mungkin diperoleh pada masa yang akan datang. Sehingga perusahaan bisa membuat perencanaan produksi dan perencanaan biaya.
4. Perusahaan hendaknya melakukan perhitungan margin of safety agar perusahaan dapat menentukan seberapa batas aman penurunan penjualan produk untuk tahun yang ditentukan.

## Daftar Pustaka

- Erinos, Nr. 2010. Akuntansi Manajemen. Padang : penerbit UNP Press Padang.
- Harjio, Agus. 2011. Manajemen Keuangan Edisi Kedua. Yogyakarta : Penerbit EKONISIA.
- Jusup, Haryono. 2005. Dasar-dasar Akuntansi Edisi Keenam. Yogyakarta : Penerbit STIE YKPN.
- Kasmir. 2010. Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Mulyadi 2012. Akuntansi Biaya Edisi 5. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.
- Munawir, S. 1992 Analisis Laporan Keuangan Edisi 4. Yogyakarta : Liberty.
- Rustami, Bastian dan Nurlela. 2009. Akuntansi Biaya. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Riyanto, Bambang. 2010. Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan. Yogyakarta : BPF.
- Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Center of Academic Publishing Service.
- Swastha, Basu dan Sukotjo, Ibnu. 2010. Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga. Yogyakarta : Liberty.

# LAMPIRAN