

**ANALISIS PENJUALAN UNTUK MERENCANAKAN LABA
DENGAN MENGGUNAKAN METODE BREAK EVEN POINT
PADA PD. BUSANA MURNI RIZKI**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Penyelesaian
Program Diploma IV Manajemen Bisnis Industri
di Politeknik STMI d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri



Disusun Oleh :

NAMA : ADE WAHYU KURNIAWAN

NIM : 1711096

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

Kata Pengantar

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini hingga akhirnya dapat terselesaikan.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, tidak lepas dari dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, yang tentunya tidak dapat disebutkan satu persatu. Untuk itu penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- Bapak DR. Mustofa, ST, MT selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.
- Bapak Drs. Mulyono, MM selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Industri.
- Bapak Drs. Marison Sitorus, MM selaku dosen pembimbing Tugas Akhir saya.
- Bapak Lasudiyono yang telah mengizinkan saya untuk melakukan Praktek Kerja Lapangan di PD. Busana Murni Rizki tempat usahanya sekaligus memberikan bimbingan, nasehat, dan motivasinya.
- Para pegawai PD. Busana Murni Rizki yang telah membimbing serta memberi dukungan kepada saya selama proses PKL.
- Kedua orang tua tercinta dan keluarga dirumah atas seluruh doa dan dukungan baik secara moril maupun materil.
- Kepada M. Nuzulul Saputro, Bobby Dengah, Steven Indra Cahya teman seperjuangan yang membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Kepada Daril Armen, Mutiara Malahayati Hasibuan, dan Muhammad Bina Graha M. dan anggota Forum Kreativitas & Seni Mahasiswa angkatan 2011 lainnya yang selalu memberi doa serta mendukung secara moril.
- Rekan-rekan Alumni jurusan MBI yang memberi motivasi, informasi, dan masukan yang membangun.
- Rekan-rekan unit kegiatan mahasiswa Forum Kreativitas dan Seni Mahasiswa STMI yang selalu memberi doa serta dukungannya.

- Teman – teman seperjuangan MBI angkatan 2011 dan 2012 yang saling mendukung dan memberikan informasi dalam penyusunan Tugas Akhir ini, terimakasih atas bantuannya.
- Dan semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan. Namun penyusun berusaha untuk memberikan terbaik, dan apabila terdapat kesalahan dalam tutur kata dan bahasa, akan penyusun jadikan pelajaran dalam penyusunan berikutnya agar lebih baik. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya untuk para pembaca mengenai Industri Kecil Menengah (IKM).

Jakarta, Oktober 2016

Ade Wahyu Kurniawan

Abstraksi

PD. Busana Murni Rizki adalah perusahaan yang bergerak dibidang industry pakaian berupa kemeja dan celana jogger. Berdiri pada tahun 1994 dengan Bapak Lasudiyono selaku pemilik usaha. Berdasarkan data keuangan tahun 2011 -2015, keuntungan yang diperoleh perusahaan menunjukkan kondisi yang tidak stabil. Selain itu PD. Busana Murni Rizki belum mampu menganalisis berapa keuntungan yang ingin dicapai di tahun berikutnya dan berapa pula kapasitas produksinya yang di perlukan. Oleh karena itu, tujuan utama penelitian ini adalah bagaimana menghitung margin of safety, Break Even Point, dengan penerapan analisis penjualan agar dapat mengetahui berapa penjualan dan produksi minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Data yang diperlukan adalah data sekunder yang diperoleh dari PD. Busana Murni Rizki berupa data keuangan mulai dari tahun 2011 sampai tahun 2015 seperti biaya pemasaran, biaya produksi, pendapatan penjualan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis pemisahan biaya, analisis break event point, menghitung penjualan minimal untuk perencanaan laba, menghitung Margin Of Safety. Hasil penelitian menunjukkan bahwa break even point per unit produk tahun 2015 pada produk kemeja merk alfido Size (0,1,2) sebesar 672 unit, size sebesar (3,4,5) 640 unit, size (6,7,8) sebesar 730 unit, size (10,11,12) sebesar 862 unit, size (13,14,15) sebesar 656 unit dan produk celana jogger merk elin size (2,4,6) sebesar 1175 unit, size (8,10,12) sebesar 860 unit. Serta dengan Margin Of safety perusahaan tahun 2015 sebesar 68,93971873 % dengan $BEPT_{Total}$ Rp 185.027.649 . Keuntungan 2016 ditargetkan sebesar Rp 300.000.000 .

Kata kunci : Biaya Tetap,Biaya Variabel, Break Even Point, Margin Of safety, Perencanaan laba.

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Abstraksi	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II	7
LANDASAN TEORI	7
2.1 Aspek Keuangan	7
2.1.1 Pengertian dan Fungsi Manajemen Keuangan.....	7
2.1.2 Laporan Keuangan	9
2.1.3 Tujuan Laporan Keuangan.....	10
2.1.4 Biaya	10
2.1.5 Klasifikasi Biaya	11
2.1.6 Pengertian Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Biaya Semi Variabel	11
2.2 Aspek Pemasaran	14
2.2.1 Pengertian Pemasaran	14
2.2.2 Pasar Sasaran	14
2.2.3 Biaya Pemasaran	19
2.3 Aspek Produksi	20

2.3.1	Pengertian Produksi	20
2.3.2	Alur Proses Produksi.....	20
2.3.3	Biaya Produksi	21
2.4	Aspek Manajemen Sumberdaya Manusia.....	21
2.4.1	Kompensasi Karyawan	22
2.5	Break Even Point	22
2.5.1	Tujuan Break Even Point	23
2.5.2	Menentukan BEP Secara Grafik	23
2.5.3	Menentukan BEP Secara Matematis.....	25
2.5.4	Margin Of Safety	26
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.2	Jenis Data.....	29
3.3	Sumber Data.....	30
3.4	Metode Pengolahan Data	30
3.5	Teknik Pengolahan Data	30
3.5.1	Klasifikasi Biaya	30
3.5.2	Metode Konsep Pemisahan Biaya Semi Variabel.....	31
3.5.3	Break Event Point	32
3.5.4	Margin Of Safety	34
3.5.5	Menentukan Penjualan Minimal	34
BAB IV	36
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	36
4.1	Pengumpulan Data	36
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.2	Aspek Pemasaran	48
4.1.3	Aspek Keuangan	72
4.1.4	Aspek Produksi	89

4.1.5	Aspek Personalia.....	106
4.2	Pengolahan Data	108
4.2.1	Klasifikasi Biaya	108
BAB V	119
ANALISA DAN PEMBAHASAN	119
5.1	Analisa Data.....	119
5.1.1	Menghitung Break Even Point Total.....	119
5.1.2	Alokasi Break Event Point Pada Tiap Produk	119
5.1.3	Menentukan Grafik BEP Tiap Produk	124
5.1.4	Margin Of Safety Tahun 2015	132
5.1.5	Menghitung Metode Penentuan Penjualan Minimal (dalam Rupiah)	133
5.1.6	Menentukan Kapasitas Penjualan Minimal Per Produk.....	137
5.1.7	Menghitung Margin Of Safety (Batas Keamanan) Tahun 2016	141
5.2	Pembahasan Analisa Data.....	143
5.2.1	Pembahasan BEP	143
5.2.2	Pembahasan MOS Tahun 2016.....	145
BAB VI	146
KESIMPULAN DAN SARAN	146
6.1	Kesimpulan	146
6.2	Saran	149
Daftar Pustaka	150
Lampiran	151

Daftar Tabel

Tabel 4. 1 Jenis Produk.....	54
Tabel 4. 2 Daftar Harga Tahun 2015	56
Tabel 4. 3 Biaya Promosi	58
Tabel 4. 4 Biaya Distribusi Operasional.....	60
Tabel 4. 5 Data Penjualan Produk Kemeja dan celana 2011-2015	62
Tabel 4. 6 Harga Produk Kemeja Alfido & Celana Jogger Elin Periode 2011-2015	68
Tabel 4. 7 Biaya dan Realisasi pemasaran produk kemeja alfido dan celana jogger elin PD. Busana Murni Rizki Periode 2011-2015	69
Tabel 4. 8 Biaya Investasi	72
Tabel 4. 9 Biaya Penyusutan PD. Busana Murni Rizki Periode 2011-2015	75
Tabel 4. 10 HPP Periode 2011-2015.....	81
Tabel 4. 11 Lap. Laba Rugi Periode 2011-2015	83
Tabel 4. 12 Lap. Perubahan Modal PD. Busana Murni Rizki periode 2011-2015	85
Tabel 4. 13 Lap. Neraca Periode 2011-2015	86
Tabel 4. 14 Lap. Arus Kas Periode 2011-2015.....	88
Tabel 4. 15 Daftar Nama Mesin dalam Proses Produksi	102
Tabel 4. 16 Peralatan yang digunakan dalam Proses Produksi.....	102
Tabel 4. 17 Biaya dan Realisasi Produksi Produk Kemeja Alfido & Celana Jogger Elin PD. Busana Murni Rizki Periode 2011-2015	103
Tabel 4. 18 Daftar Tenaga Kerja	106
Tabel 4. 19 Daftar Upah Karyawan	107
Tabel 4. 20 Klasifikasi Biaya Variabel PD. Busana Murni Rizki Periode 2015.....	110
Tabel 4. 21 Klasifikasi Biaya semi Variabel.....	118
Tabel 5. 1 Pembuktian BEP / Lap. Laba Rugi BEP 2015.....	123
Tabel 5. 2 Data Grafik BEP Per Produk 2015.....	124
Tabel 5. 3 Data Total Biaya Tahun 2015	134
Tabel 5. 4 Presentase Penjualan Tahun 2015	135
Tabel 5. 5 Pembuktian penjualan minimal / Pembuktian rencana Laba	139
Tabel 5. 6 Rencana dan Budget produksi untuk mencapai laba	144
Tabel 5. 7 Rencana Penjualan Tahun 2016	145
Tabel 6. 1 klasifikasi Biaya tetap, variabel, dan semi variabel	146
Tabel 6. 2 Klasifikasi Biaya Semi Variabel	147

Tabel 6. 3 BEP unit dan BEP Rupiah per produk	147
Tabel 6. 4 Rencana Penjualan Untuk Mencapai Laba Tahun 2016.....	148

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Biaya Tetap.....	13
Gambar 2. 2 Biaya Variabel.....	14
Gambar 2. 3 Grafik BEP	24
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PD. Busana Murni	43
Gambar 4. 2 Layout Perusahaan Lt. 1	47
Gambar 4. 3 Layout Perusahaan Lt. 2	48
Gambar 4. 4 Kemeja Alfido	54
Gambar 4. 5 Celana Jogger	55
Gambar 4. 6 Kendaraan Distribusi	60
Gambar 4. 7 Kemeja Alfido	89
Gambar 4. 8 Celana Jogger Elin.....	90
Gambar 4. 9 Alur Proses Produksi.....	92
Gambar 5. 1 Grafik BEP Kemeja Alfido size 0,1,2 tahun 2015	125
Gambar 5. 2 Grafik BEP kemeja Alfido size 3,4,5 tahun 2015	126
Gambar 5. 3 Grafik BEP Kemeja Alfido size 6,7,8 tahun 2015	127
Gambar 5. 4 Grafik BEP Kemeja Alfido size 10,11,12 tahun 2015	128
Gambar 5. 5 Grafik BEP Kemeja Alfido size 13,14,15 tahun 2015	129
Gambar 5. 6 Grafik BEP Celana Jogger Elin size 2,4,6 Tahun 2015.....	130
Gambar 5. 7 Grafik BEP Celana Jogger Elin size 8,10,12 Tahun 2015.....	131
Gambar 5. 8 Grafik BEP Total Tahun 2015.....	132
Gambar 5. 9 Grafik Metode Penjualan Minimal	140
Gambar 5. 10 Margin Of safety tahun 2016 berdasarkan data 2015	142
Gambar 5. 11 Grafik Analisa keseluruhan.....	143

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia usaha yang sangat pesat saat ini, banyak bermunculan perusahaan baru baik yang berskala kecil, menengah, dan besar disegala sektor usaha. Bentuk perusahaan tersebut antara lain dapat berupa : PT, Firma, CV, atau perusahaan perseorangan. Di samping itu juga ada perusahaan *non-provite motive* yang memiliki tujuan sosial antara lain memberikan pelayanan kepada masyarakat, mengurangi pengangguran suatu wilayah, dan lain sebagainya.

Tujuan utama perusahaan didirikan adalah untuk memperoleh tingkat laba atau keuntungan semaksimal mungkin. 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.

Persaingan dalam dunia usaha kecil saat ini cukup ketat terutama pada usaha sejenis. Persaingan usaha sejenis tersebut dinilai memberikan ancaman bila tidak segera ditindaklanjuti karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan/kelanggungan usaha. Pada usaha kecil, tingkat penjualan dari produk yang dihasilkan merupakan sumber pendapatan utama yang menentukan besar kecilnya laba diperoleh dalam suatu periode usaha. Tingkat Keuntungan dari Perusahaan merupakan sesuatu hal yang penting untuk diketahui orang yang memiliki kepentingan pada perusahaan, dan sebagai seorang pemilik perusahaan harus mampu merencanakan dan mengatur tingkat keuntungan pada perusahaan. PD. Busana Murni Rizki adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri busana. Produk yang di produksi yaitu celana jogger merk elin dan kemeja merk alfredo.

Dalam perjalanan usahanya keuntungan yang diperoleh mengalami pasang surut. Berdasarkan laporan keuangan perusahaan periode 2011 - 2015 tingkat keuntungan yang di peroleh antara lain tahun 2011 sebesar Rp84,421,750, tahun 2012 sebesar Rp138,301,800 , tahun 2013 sebesar Rp128,298,555, tahun 2014 sebesar Rp153,464,808 , tahun 2015 sebesar Rp203,436,810. Karena tingkat keuntungan yang tidak stabil maka manajemen perusahaan harus bisa mengetahui berapa jumlah produk yang harus terjual dan berapa pula jumlah produk yang harus di produksi oleh perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Selama ini PD. Busana Murni Rizki belum mampu menganalisis berapa keuntungan yang ingin dicapai di tahun berikutnya dan berapa pula kapasitas produksinya yang di perlukan. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti tentang seberapa kapasitas produksi yang di perlukan untuk mencapai keuntungan dalam jangka waktu periode tertentu dan jika perusahaan menginginkan keuntungan dengan jumlah tertentu berapa banyak jumlah produk yang harus di produksi dan terjual dalam jangka waktu tertentu.

Data yang penulis gunakan untuk melakukan analisis adalah data perusahaan tahun 2015 dan Metode yang penulis gunakan untuk melakukan perhitungan pada penelitian ini adalah Analisa Break Even Point. Break Even Point (BEP) atau dapat disebut juga sebagai Titik Pulang Pokok merupakan salah satu metode analisis yang sederhana untuk menghitung kapan modal yang digunakan akan kembali namun dapat juga digunakan untuk merencanakan Tingkat Keuntungan dan Target Volume Penjualan Produk sehingga dapat dijadikan dasar strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan baik dalam Bidang Keuangan, Bidang Pemasaran, Bidang Produksi dan Bidang Personalia.

Untuk menentukan Break Even Point (BEP) biaya – biaya perlu digolongkan terlebih dahulu menjadi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variable, namun pada kenyataannya PD. Busana Murni Rizki tidak menggolongkan biaya - biaya dengan benar. maka penulis akan menggolongkan biaya – biaya yang ada pada perusahaan menjadi biaya tetap, biaya variable, dan biaya semi variabel.

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

PD. Busana Murni Rizki dapat menjadikan perhitungan Break Even Point sebagai acuan untuk menetapkan kebijakan dan strategi pada bagian produksi, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian personalia untuk mengetahui apakah perusahaan sedang mengalami kerugian atau tidak. Maka pada penelitian ini penulis mengambil judul penelitian **“Analisis Penjualan Untuk Merencanakan Laba Dengan Menggunakan Metode Break Even Point pada PD. Busana Murni Rizki“**.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana menggolongkan biaya – biaya pada perusahaan kedalam biaya tetap, biaya variable dan biaya semi variable ?
2. Pada titik biaya / pendapatan dan penjualan berapa terjadi titik impas (*Break Even Point*) pada perusahaan?
3. Jika perusahaan menetapkan keuntungan tertentu, berapa banyak produk yang harus dijual pada tahun tersebut?
4. Berapa presentasi *Margin of Savety* pada tingkat penjualan BEP 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 PD. Busana Murni Rizki.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data 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.
4. Dalam penganalisisan kriteria pengukuran data yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut :
 - a. Penggolongan biaya tetap, biaya variable, dan biaya semi variable
 - b. Analisis Break Even Point.
 - c. Analisis penjualan minimal.
 - d. Analisis Margin of Savety.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengklasifikasikan antara biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variable perusahaan.
2. Untuk mengetahui pada titik berapa rupiah biaya dan berapa unit penjualan terjadi titik impas (*Break Even Point*) pada perusahaan.
3. Untuk mengetahui berapa banyak produk yang harus dijual dalam jangka waktu satu tahun agar mendapatkan keuntungan tertentu pada tahun 2016.
4. Untuk mengetahui presentasi *Margin of Savety* pada tingkat penjualan BEP terhadap tingkat penjualan yang direncanakan perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Penulis

- Untuk menyelesaikan Tugas Akhir dan lulus dari Politeknik STMI d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI).
- Penulis dapat menambah pengetahuan, wawasan mengenai rencana pengembangan usaha dalam hubungannya yang erat dengan ilmu-ilmu lain yang penulis pelajari selama berkuliah di Manajemen Bisnis Industri yang berguna khususnya dalam menempuh prosedur penelitian.

2. Perusahaan

- Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi perusahaan sebagai sarana untuk mengetahui kapan Titik Impas akan terjadi, mengetahui jumlah penjualan unit produk yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan dan sebagai bahan pertimbangan bagi Pemilik Perusahaan ketika Merencanakan Tingkat Keuntungan Perusahaan pertahun.

3. Bagi Penulis Lain

- Sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis agar dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai metode Break Even Point, terutama untuk jurusan Manajemen Bisnis Industri.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang pemilihan judul,identifikasi masalah, batasan masalah,tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan dan kerangka pemecahan penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijabarkan tentang teori-teori yang berhubungan dengan pokok penelitian dan tujuan penelitian, seperti teori yang berisi penjelasan mengenai Break Even Point.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang cara pengumpulan data yang diperoleh dan diolah untuk digunakan sebagai bahan pembahasan bagi penulis.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai pengolahan data-data dengan menggunakan perhitungan manual.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan tentang kesimpulan dari hasil bahasan dari bab-bab sebelumnya dan saran-saran sebagai masukan bagi perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Aspek Keuangan

2.1.1 Pengertian dan Fungsi Manajemen Keuangan

A. Pengertian Manajemen Keuangan

James C. Van Horne, mendefinisikan manajemen keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan pengelolaan aktivitas dengan beberapa tujuan menyeluruh.

B. Fungsi Manajemen Keuangan

Dalam menjalankan tugasnya departemen keuangan memiliki banyak tugas agar mencapai sasarannya. Tugas (kewajiban) ini kemudian dituangkan dalam berbagai kegiatan yang harus direncanakan, dilaksanakan, diawasi dan dikendalikan, sehingga dapat memuluskan pencapaian tujuan tersebut. Semua tugas ini lebih banyak menjadi tanggung jawab manajer keuangan atau direktur keuangan sebagai pimpinan tertinggi di departemen keuangan.

Fungsi utama manajer keuangan adalah merencanakan, mencari dan memanfaatkan dana untuk memaksimalkan nilai perusahaan, atau dengan kata lain aktivitasnya berhubungan dengan keputusan tentang pilihan sumber dan alokasi dana.

Secara umum aktivitas manajer keuangan adalah :

1. Meramalkan dan merencanakan keuangan

Artinya, seorang manajer keuangan harus mampu berinteraksi dengan eksekutif lain dan bersama-sama merencanakan kegiatan apa saja yang harus dilakukan untuk ke depan. Sebelumnya tentu saja terlebih dahulu meramalkan kondisi yang akan terjadi di masa yang akan datang dan yang kemungkinan besar berdampak, baik langsung maupun tidak langsung terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Setelah diramalkan

barulah manajer keuangan menyusun rencana-rencana yang akan dilakukan terutama yang berkaitan dengan keuangan perusahaan yaitu kebutuhan keuangan dan pengelolaan keuangan.

2. Keputusan permodalan, investasi dan pertumbuhan

Manajer keuangan dituntut untuk mampu menghimpun dana yang dibutuhkan, baik jangka pendek (keperluan modal kerja) maupun jangka panjang. Permodalan jangka panjang juga sangat diperlukan guna mendukung pertumbuhan perusahaan, seperti peningkatan investasi pabrik, peralatan dan aktivitas lainnya, terutama pada saat dibutuhkan. Manajer keuangan juga harus mampu menentukan pertumbuhan penjualan, alternatif proyek yang akan dibiayai, bentuk investasi yang akan dilakukan, serta alternatif sumber dana penggunaan utang dan ekuitas.

3. Melakukan pengendalian

Dalam perjalanannya bisa saja aktivitas perusahaan menyimpang dari hal yang sudah direncanakan sebelumnya, baik disengaja maupun tidak. Oleh karena itu, dalam menjalankan aktivitasnya manajer keuangan dituntut untuk mampu berinteraksi dengan eksekutif lain dalam menjalankan operasi perusahaan secara efisien, sehingga apabila terjadi penyimpangan masing-masing pihak dapat mengendalikan ke arah seperti yang telah direncanakan. Tanpa pengendalian kemungkinan kegagalan dalam pencapaian tujuan perusahaan sangat besar.

4. Hubungan dengan pasar modal

Kebutuhan akan modal dapat dicari dari berbagai alternatif sumber dana dan salah satunya adalah dari pasar modal. Dalam hal ini manajer keuangan harus mampu berhubungan dengan pasar modal sehingga pencarian modal dari sumber ini dapat dipenuhi. Lebih dari itu bahwa nilai saham perusahaan juga sangat banyak dipengaruhi dan tergantung pada kegiatan di pasar modal, sehingga manajer keuangan harus terus

memantau dan berhubungan terus-menerus dengan pasar modal agar nilai saham dapat dipertahankan dengan berbagai cara dan pada akhirnya diharapkan mampu untuk meningkatkan nilai saham perusahaan seperti tujuan perusahaan sebelumnya.

2.1.2 Laporan Keuangan

Menurut (*Carl S. Warren, James M. Reeve, & Philip E. Fess, “Pengantar akuntansi”* , 2008:24) , setelah transaksi di catat dan diikhtisarkan, maka disiapkan laporan bagi pemakai. Laporan akuntansi yang menghasilkan informasi demikian disebut Laporan Keuangan. Seluruh laporan keuangan harus diidentifikasi dengan nama perusahaan, jenis laporan, dan tanggal atau periode waktu laporan tersebut.

Menurut Hery dalam bukunya “*Mengenal dan Memahami Laporan Keuangan Hal: 18 Tahun 2012*” mengatakan bahwa, Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Urutan laporan keuangan berdasarkan proses penyajiannya adalah sebagai berikut:

a) Laporan laba rugi

Merupakan laporan yang sistematis tentang pendapatan dan beban perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan laba rugi ini akhirnya memuat informasi mengenai hasil usaha perusahaan, yaitu laba/rugi bersih yang merupakan hasil dari pendapatan dikurangi beban.

b) Laporan ekuitas pemilik / Laporan perubahan modal

Adalah sebuah laporan yang menyajikan ikhtisar perubahan dalam ekuitas pemilik suatu perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Ekuitas pemilik akan bertambah dengan adanya investasi dan laba bersih, sebaliknya ekuitas pemilik akan berkurang dengan adanya prive dan rugi bersih.

c) Neraca

Adalah sebuah laporan yang sistematis tentang posisi aktiva, kewajiban dan ekuitas perusahaan per tanggal tertentu. Tujuan neraca adalah untuk menggambarkan posisi keuangan perusahaan.

d) Laporan arus kas

Adalah sebuah laporan yang menggambarkan arus kas masuk dan arus kas keluar secara terperinci dari masing-masing aktivitas, yaitu mulai dari aktivitas operasi, aktivitas investasi, sampai pada aktivitas pendanaan untuk satu periode tertentu. Laporan arus kas menunjukkan besarnya kenaikan/penurunan bersih kas dari seluruh aktivitas selama periode berjalan serta saldo kas yang dimiliki perusahaan sampai dengan akhir periode.

e) Catatan atas laporan keuangan

Catatan atas laporan keuangan merupakan laporan yang dibuat berkaitan dengan laporan yang disajikan. Laporan ini memberikan informasi tentang penjelasan yang dianggap perlu atas laporan keuangan yang ada sehingga menjadi jelas sebab penyebabnya. Tujuannya adalah agar pengguna laporan keuangan dapat memahami jelas data yang disajikan.

2.1.3 Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan khusus laporan keuangan adalah menyajikan secara wajar dan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku secara umum mengenai posisi keuangan, hasil usaha dan perubahan lain dalam posisi keuangan.

2.1.4 Biaya

Konsep biaya telah berkembang sesuai kebutuhan akuntan, ekonom, dan insinyur. Akuntan telah mendefinisikan biaya sebagai “nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat”.

Menurut Basu Swastha DH. & Ibnu Sukotjo W. dalam bukunya “ Pengantar Bisnis Modern “ edisi ketiga, hal : 325 Tahun 2010 mengatakan bahwa pengertian biaya disini mencakup semua pengeluaran yang di lakukan oleh perusahaan. Pada garis besarnya macam-macam biaya yang termasuk didalamnya adalah :

1. Biaya produksi barang untuk di jual, atau disebut harga pokok penjualan.
2. Biaya penjualan dan administrasi, seperti : biaya iklan, komisi penjualan, gaji kepala kantor, sewa dan sebagainya.
3. Selain biaya-biaya tersebut masih terdapat pengeluaran lain yang akan mengurangi laba usaha, yaitu rugi penjualan aktiva tetap dan pajak penghasilan.

Sedangkan menurut Hadri Kusuma, zulkifli, & Sulastiningsih dalam bukunya “ Akuntansi Manajemen “ hal : 20 , Tahun 2013 mengatakan bahwa Biaya (Cost) adalah penyedia informasi hasil pengukuran dalam unit moneter suatu objek dan cost tercipta karena adanya kejadian ekonomik dalam suatu organisasi.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan guna mencapai tujuan tertentu dan memperoleh sesuatu yang memiliki nilai ekonomi.

2.1.5 Klasifikasi Biaya

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

2.1.6 Pengertian Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Biaya Semi Variabel

Menurut Hadri Kusuma, Zulkifli, & Sulastiningsih dalam buku akuntansi manajemen (2013 : 23)

Kos / Biaya Tetap (Fixed Cost) adalah Biaya yang jumlah totalnya sampai tingkat kegiatan tertentu relative tetap dan tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unitnya berubah – ubah berbanding terbalik dengan volume kegiatan. Contoh : Biaya sewa gedung, biaya asuransi, dan biaya depresiasi.

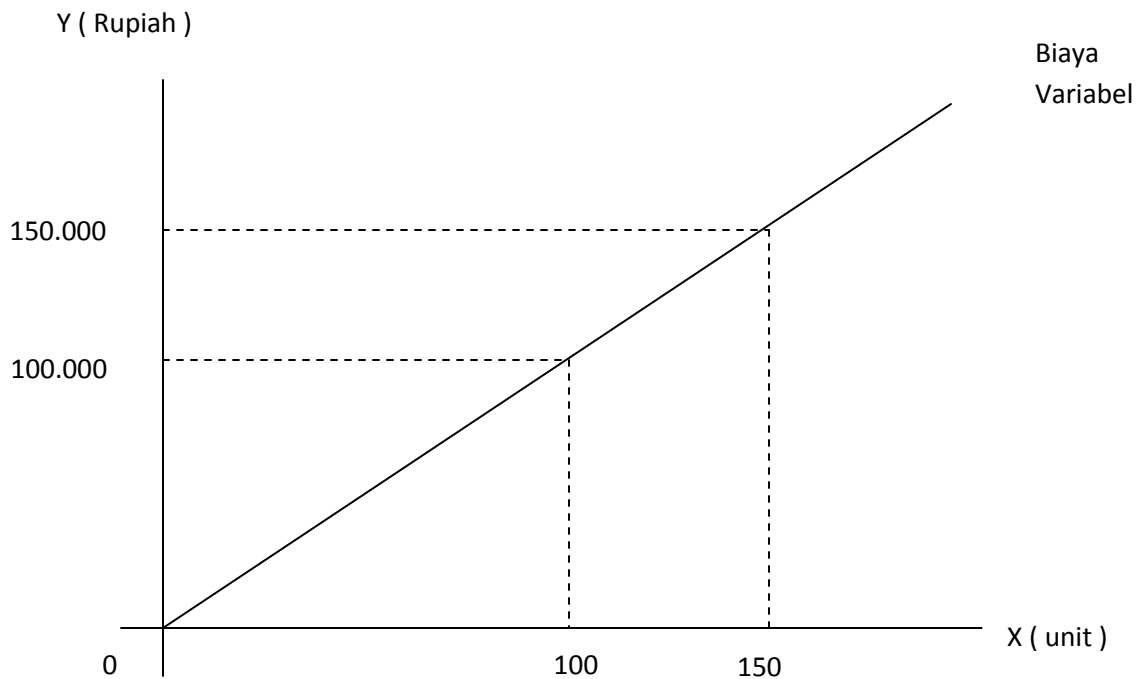
Kos / Biaya variable adalah biaya yang jumlah totalnya berubah – ubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unitnya tidak berubah. Contohnya : biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung.

Kos / Biaya semi variable adalah biaya yang sebagian tetap dan sebagian lagi berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unitnya tidak berubah. Contoh : biaya listrik yang digunakan untuk penerangan cenderung menjadi biaya tetap karena berapapun jumlah keluaran yang di hasilkan, penerangan akan tetap di perlukan oleh pabrik yang beroperasi.



Gambar 2. 1 Biaya Tetap

Sumber : Erinis NR, Akuntansi Manajemen, 2010 : 13



Gambar 2. 2 Biaya Variabel

Sumber : Erinoss NR, Akuntansi Manajemen, 2010 : 14

2.2 Aspek Pemasaran

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Wiliam J. Stanton dalam buku “ *Pengantar Bisnis Modern* “ Edisi Ketiga hal : 179 (2010), Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang di tujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun yang potensial.

2.2.2 Pasar Sasaran

Menurut Danang Sunyoto dalam bukunya “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus)* hal : 40 Tahun 2014 , **Pasar sasaran** (Target Market) adalah sekelompok konsumen atau pelanggan yang secara khusus

menjadi sasaran usaha pemasaran. Dalam menerapkan pasar sasaran terdapat tiga langkah pokok yang harus di perhatikan, yaitu :

A. Segmentasi Pasar

Menurut Danang Sunyoto dalam bukunya “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 57 Tahun 2014* “ , Segmentasi pasar adalah merupakan usaha untuk mengelompok-kelompokkan pasar dari pasar yang bersifat heterogen menjadi bagian-bagian pasar yang memiliki sifat homogen. Sedangkan menurut Kotler dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 57 Tahun 2014*, Segmentasi pasar adalah usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu yang memerlukan bauran pemasaran tersendiri.

Dalam menetapkan segmen pasar konsumen pemasar harus mencoba variabel segmentasi yang berbeda untuk menemukan cara terbaik melihat struktur pasar. Adapun variabel-variabel tersebut antara lain:

a. Segmentasi Pasar Geografi

Dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 58 Tahun 2014* “ , Segmentasi pasar berdasarkan geografi perlu membagi pasar kedalam unit-unit geografi yang berbeda seperti Negara, Negara bagian, provinsi wilayah, daerah, kota, dan desa. Perusahaan tersebut bias memutuskan untuk :

- Beroperasi dalam satu atau beberapa wilayah geografis.
- Beroperasi dalam semua wilayah tetapi meperhatikan variasi-variasi kebutuhan dan pilihan geografis tersebut.

b. Segmentasi Pasar Demografi

Dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 58 Tahun 2014*” , Segmentasi pasar demografi merupakan pembagian pasar kedalam kelompok-kelompok berdasarkan variable demografi seperti usia, jenis kelamin, jumlah penduduk, jumlah keluarga, pendapatan, pekerjaan, jenjang pendidikan, dan kewarganegaraan. Variabel demografi merupakan dasar paling populer untuk membedakan kelompok-kelompok konsumen.

c. Segmentasi Pasar Psikografi

Dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 59 Tahun 2014*”, Dalam segmentasi psikografi para pembeli dibagi kedalam kelompok-kelompok yang berbeda-beda berdasarkan kelas social, gaya hidup, dan ciri-ciri kepribadian. Para pemasar juga telah menggunakan variable-variabel kepribadian untuk membagi pasar menjadi segmen-segmen.

B. Strategi Pemasaran

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong dalam bukunya “ Prinsip-Prinsip Pemasaran” edisi 12 Jilid 1 Hal: 58 Tahun 2008 yaitu, Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayaninya (Segmentasi dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan melayaninya (diferensiasi dan positioning.

C. Bauran Pemasaran

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong dalam bukunya “ Prinsip-Prinsip Pemasaran” edisi 12 Jilid 1 Hal: 62 Tahun 2008 yaitu, Bauran pemasaran (Marketing Mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan

untuk menghasilkan respons yang diinginkan dipasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut 4P : Product, Price, Place, dan Promotion.

1. Product (Produk)

Menurut William J. Stanton dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus)* hal : 68 Tahun 2014 “, ada dua arti mengenai produk :

- Dalam arti sempit

Produk adalah sekelompok atribut fisik yang nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi.

- Dalam arti luas

Produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata , di dalamnya termasuk kemasan, warna, harga, mutu, dan merk di tambah dengan pelayanan dan reputasi penjual.

Menurut Philip Kotler dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus)* hal : 69 Tahun 2014 “, Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

2. Price (Harga)

Menurut Michael J. Etzel “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus)* hal : 130 Tahun 2014 “, Harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Sedangkan menurut Kotler, Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga menurut William J. Stanton dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus)* hal : 135 Tahun 2014 “, yaitu :

- Memperkirakan permintaan produk, ada dua langkah memperkirakan permintaan yaitu :

- Memperkirakan berapa besarnya harga yang di harapkan
Harga yang di harapkan untuk suatu produk adalah harga yang secara sadar atau tidak sadar di nilai oleh konsumen atau pelanggan.
- Memperkirakan penjualan dengan harga yang berbeda. Manajemen eksekutif harus juga dapat memperkirakan volume penjualan dengan harga yang berbeda, sehingga dapat di tentukan jumlah permintaan, elastisitas permintaan, dan titik impas yang mungkin tercapai.

- Reaksi Pesaing

Pesaing merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penciptaan harga terutama sekali ancaman persaingan yang potensial.

Persaingan tersebut berasal dari 3 macam yaitu :

- Produk yang serupa
- Produk pengganti
- Produk yang tidak serupa

- Bauran pemasaran lainnya (Produk, Saluran distribusi, dan Promosi).

3. Place (Tempat)

Lokasi sebuah perusahaan sangat menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan. Dengan pemilihan lokasi yang tepat dan strategis, maka akan memudahkan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan dan target perusahaan

secara maksimal sehingga pertimbangan pertama didalam mendirikan sebuah usaha adalah penentuan lokasi atau letak perusahaan.

4. Promotion (Promosi)

Menurut Basu Swastha DH. & Ibnu Sukotjo W. dalam bukunya “ *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga Hal: 222 Tahun 2010*”, Promosi adalah salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai “ Proses Lanjut “ karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Beberapa kegiatan yang ada dalam promosi ini pada umumnya ada empat macam yaitu : Periklanan, Personal selling, Promosi Penjualan, Publisitas, dan Hubungan masyarakat.

2.2.3 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran (Hadri Kusuma, Zulkifli, & sulastiningsih, 2013:22) adalah biaya-biaya yang terjadi dalam rangka mendapatkan dan memenuhi pesanan. Ruang lingkup biaya pemasaran akibat dari aktivitas pemasaran yang meliputi aktivitas pengembangan produk, distribusi, promosi, kebijakan harga, dan aktivitas pelayanan purna jual. Kelima jenis aktivitas tersebut harus dituangkan ke dalam sub aktivitas wilayah pemasaran. Klasifikasi konsumen, jenis produk, dan jenis promosi yang digunakan, metode kebijakan harga yang digunakan, dan aktivitas layanan purna jual.

Luasnya ruang lingkup biaya pemasaran itu harus dilakukan kontrol berdasar tarif standar dan aktivitas standar. Kedua standar itu dijadikan dasar untuk membuat anggaran biaya pemasaran. Selanjutnya manajer pemasaran akan membandingkan aktual biaya pemasaran dengan anggaran biaya pemasaran. Hasil perbandingan itu melahirkan varian tarif dan varian efisiensi biaya pemasaran.

2.3 Aspek Produksi

2.3.1 Pengertian Produksi

Produksi (*Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga, hal : 280 Tahun 2010*) adalah pengubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen. Hasil itu dapat berupa barang ataupun jasa. Dalam artian tersebut, produksi merupakan konsep yang lebih luas daripada pengolahan (manufaktur) karena pengolahan ini hanyalah sebagai bentuk khusus dari produksi. Jadi, dengan cara ini pedagang besar, pengecer, dan lembaga-lembaga yang menyediakan jasa juga berkepentingan didalam produksi.

2.3.2 Alur Proses Produksi

Dalam buku “ *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga, hal : 282 Tahun 2010* “, Berdasarkan sifatnya, proses produksi dapat dibedakan menjadi 4 macam, yaitu:

a) Proses ekstraktif

Adalah suatu proses produksi yang mengambil bahan-bahan langsung dari alam. Contoh, proses penambangan batu bara, bijih besi, pengeboran minyak, dsb.

b) Proses analitik

Adalah suatu proses pemisahan dari suatu bahan menjadi beberapa macam barang yang hampir menyerupai bentuk/jenis aslinya. Contoh, penyulingan minyak.

c) Proses fabrikasi

Kadang-kadang disebut juga proses pengubahan, adalah suatu proses yang mengubah suatu bahan menjadi beberapa bentuk. Pengubahan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan mesin, gergaji, pengepres, dan sebagainya. Contoh, proses pembuatan pakaian, sepatu, jenis mebel tertentu dan sebagainya.

d) Proses sintetik

Proses ini menunjukkan metode pengkombinasian beberapa bahan ke dalam bentuk produk.

2.3.3 Biaya Produksi

Biaya produksi (Bastian Bustami & Nurlela, 2009:12) adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

Biaya produksi disajikan dalam akuntansi biaya. Akuntansi adalah mencatat, mengklasifikasikan, melaporkan, dan menganalisis seluruh transaksi bisnis yang meliputi harta (*assets*), hutang (*debt*), modal (*capital*), pendapatan (*revenue*), biaya (*cost*), beban (*expenses*), laba atau rugi (*Profit or Loss*). Jadi akuntansi biaya adalah teknik mencatat, mengklasifikasikan, melaporkan, dan menganalisis seluruh transaksi bisnis yang berhubungan dengan biaya, khususnya harga pokok produksi (*cost of good manufactured*).

Semua kegiatan bisnis adalah biaya. Biaya adalah pengorbanan sumber-sumber daya ekonomi yang diukur dengan satuan uang untuk memperoleh manfaat di masa di waktu mendatang. Sedangkan beban adalah pengorbanan sumber-sumber daya ekonomi untuk memperoleh pendapatan. Biaya berhubungan dengan harta, sedangkan beban berhubungan dengan pendapatan untuk menentukan laba atau rugi dalam kegiatan bisnis.

2.4 Aspek Manajemen Sumberdaya Manusia

T. Hani Handoko dalam bukunya “*Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*” hal : 5 (2010), menyimpulkan bahwa **manajemen personalia** adalah “pengakuan” terhadap pentingnya satuan tenaga kerja organisasi sebagai sumber daya manusia yang vital bagi pencapaian tujuan-tujuan organisasi, dan pemanfaatan

berbagai fungsi dan kegiatan personalia untuk menjamin bahwa mereka digunakan secara efektif dan bijak agar bermanfaat bagi individu, organisasi dan masyarakat. Dalam pelaksanaannya dilakukan oleh karyawan bagian personalia yang selanjutnya di seleksi langsung oleh pemilik perusahaan. Dalam hal ini pemilik mampu melakukan proses analisis jabatan, perekrutan karyawan, penempatan posisi, pemberian kompensasi untuk memotivasi karyawan, hingga pemutusan hubungan kerja.

2.4.1 Kompensasi Karyawan

Menurut T. Hani Handoko dalam bukunya “*Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*” hal : 155 (2010), Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Kompensasi penting bagi karyawan sebagai individu karena besarnya kompensasi mencerminkan ukuran nilai karya mereka diantara para karyawan itu sendiri, keluarga dan masyarakat. Program-program kompensasi juga penting bagi perusahaan, karena mencerminkan upaya organisasi untuk mempertahankan sumberdaya manusianya.

2.5 Break Even Point

Menurut Hadri Kusuma, Zulkifli ,dan sulastiningsih dalam bukunya “*Akuntansi Manajemen*” hal. 124, Tahun 2013 mengatakan bahwa Titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan dalam kondisi tidak mendapatkan laba atau tidak menderita rugi. Dengan kata lain, titik impas adalah keadaan dimana total pendapatan samadengan total biaya, atau laba sama dengan nol.

Sedangkan menurut D. Agus Harjito & Martono dalam bukunya “*Manajemen Keuangan*” Hal : 286 Tahun 2014, bahwa analisis pulang pokok atau analisis impas (analisis break even) adalah teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya, laba, dan volume penjualan. Biaya yang di perhitungkan adalah niaya total yang terdiri atas biaya tetap dan biaya variable.

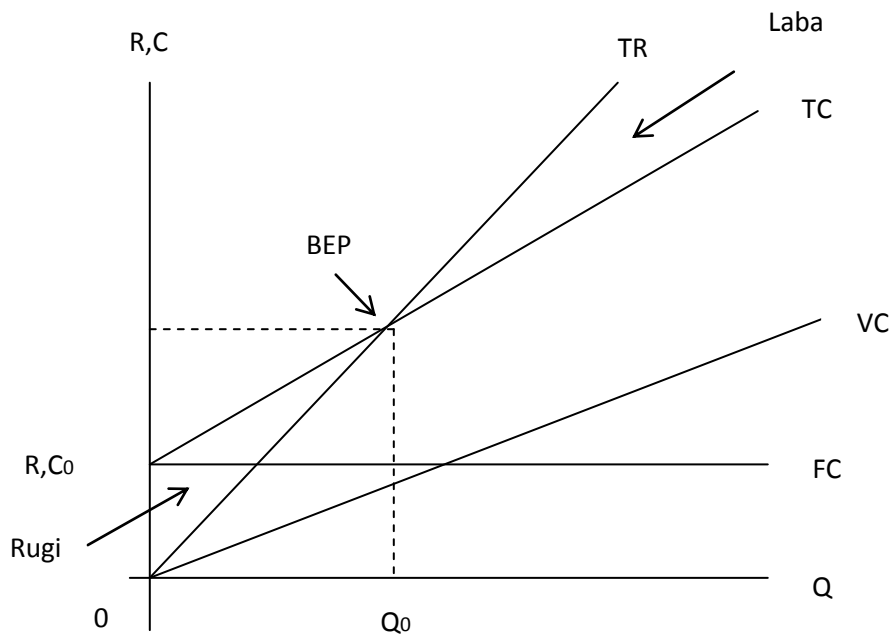
2.5.1 Tujuan Break Even Point

Menurut Kasmir dalam bukunya “ *Pengantar Manajemen Keuangan* “ hal : 167 , Tahun 2010 mengatakan bahwa Analisis titik impas atau BEP yang digunakan perusahaan memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan dan produksi. Dalam praktiknya penggunaan analisis titik impas atau BEP memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut :

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Penentuan harga jual persatuan
3. Produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Perencanaan laba yang diinginkan

2.5.2 Menentukan BEP Secara Grafik

Menurut D. Agus Harjito & Martono dalam bukunya “ *Manajemen Keuangan* ” Hal : 290 Tahun 2014 Untuk menentukan posisi BEP dalam grafik, maka perlu di gambar variable – variable yang ikut menentukan BEP seperti biaya total (biaya tetap dan biaya variable) dan Pendapatan total.



Gambar 2. 3 Grafik BEP

Dimana :

R = Revenue (penghasilan)

C = Cost / Biaya

TR = Total Revenue (total penghasilan)

TC = Total Cost (Biaya total)

VC = Variabel Cost (Biaya variable)

FC = Fix Cost (Biaya Tetap)

BEP = Break Even Point (titik pulang pokok)

Q_0 = Kuantitas produk pada keadaan BEP (dalam unit)

R, C_0 = Penghasilan dan Biaya pada keadaan BEP (dalam Rupiah)

2.5.3 Menentukan BEP Secara Matematis

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

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

$TR =$ Harga per unit dikalikan kuantitas = $P \times Q$

$TC =$ Biaya tetap di tambah biaya variable = $FC + VC$

$VC =$ Biaya variable per unit dikalikan kuantitas = $Vc \times Q$

$Vc =$ Biaya Variabel per unit

$Pc =$ Harga per unit

Karena $TR = TC$

Maka : $P \times Q = FC + (Vc \times Q)$

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

Sehingga :

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

Dimana $Q(BE)$ adalah kuantitas pada keadaan BEP, atau BEP dalam unit tercapai pada :

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

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

Pada keadaan

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

Kedua ruas dikalikan dengan harga per unit atau P

Sehingga :

$$P.QBE = \frac{FC}{P - VC} \times P$$

$$P.QBE = \frac{FC}{\frac{P}{P} - VC/P} \times P$$

$$P.QBE = \frac{FC}{P - VC}$$

$$P.QBE = \frac{FC}{1 - VC/P}$$

Atau

$$P.QBE = \frac{FC}{1 - VC/S}$$

Dimana P.QBE adalah pendapatan pada keadaan BEP dan VC/P atau VC/S adalah rasio biaya variable terhadap penjualan, sehingga BEP dalam rupiah tercapai pada :

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

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

Jika ingin merencanakan laba tertentu, maka rumusnya :

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}}$$

2.5.4 Margin Of Safety

Dalam buku pengantar manajemen keuangan (Kasmir) hal: 177 Tahun 2010 mengatakan bahwa Analisis mengetahui berapa batas aman penjualan ini di kenal dengan nama Margin Of Safety atau Tingkat keamanan. Pengertian tingkat keamanan atau Margin Of Safety merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas.

Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan atau Margin Of safety (MOS) sebagai berikut :

1. Penjualan yang di rencanakan

$$MOS = \frac{\text{Penjualan per budget}}{\text{penjualan per break even}} \times 100\%$$

2. Penjualan tingkat keamanan atau MOS

$$MOS = \frac{\text{Penjualan per budget} - \text{Penjualan Per titik impas}}{\text{penjualan per budget}} \times \%$$

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

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

1. Studi Pustaka

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

2. Penelitian Lapangan (Field Research)

Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung mengamati secara langsung objek yang diteliti. Adapapun teknik yang digunakan sebagai berikut :

a. Wawancara (interview)

Wawancara (Metode Penelitian, Moh. Nazir, 2013 : 170) adalah peoses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide.

Penulis mewawancarai pemilik usaha, karyawan pada PD. Busana Murni Rizki yang berhubungan dengan produksi, biaya, dan pendapatan perusahaan.

b. Observasi Langsung

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung (Metode Penelitian, Moh. Nazir, 2013 : 154) adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

Metode ini dilakukan dengan cara terjun langsung dalam kegiatan praktik kerja lapangan di PD. Busana Murni Rizki. Peneliti mengumpulkan data yang diberikan oleh manajemen perusahaan PD. Busana Murni Rizki dan mencatat hal yang terjadi di lapangan sebagai tambahan informasi bagi penelitian pada perusahaan PD. Busana Murni Rizki.

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Data Kuantitatif

Yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka, jumlah, yang dapat dihitung secara matematis. Data kuantitatif yang digunakan adalah data keuangan PD. Busana Murni Rizki .

b. Data Kualitatif

Yaitu data yang diperoleh dari pandangan seseorang mengenai fenomena (keadaan, proses,kejadian) tertentu. Data kualitatif yang digunakan adalah informasi-informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Pemilik, Manajer maupun karyawan lainnya di PD. Busana Murni Rizki .

3.3 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari :

a. Data primer

Data Primer (Pengantar Bisnis Modern edisi ketiga, Basu Swastha & Ibnu Sukotjo, 2010 : 338) adalah materi informasi yang diperoleh peneliti secara langsung ditempat penelitian atau di suatu tempat yang menjadi objek penelitian. Data tersebut diperoleh melalui hasil wawancara langsung dengan pemilik yaitu Bapak Lasudiyono, wawancara dengan karyawan PD. Busana Murni Rizki serta peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan.

b. Data sekunder

Data sekunder (Pengantar Bisnis Modern edisi ketiga, Basu Swastha & Ibnu Sukotjo, 2010 : 339) adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber-sumber lain, misalnya dari buku-buku, surat kabar, majalah, atau dari lembaga lain.

3.4 Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah data keuangan yang diperoleh ke dalam bentuk laporan keuangan melalui microsoft excel kemudian dihitung BEP per unit dan BEP dalam rupiahnya secara manual untuk menemukan titik impasnya yang disajikan secara grafik.

3.5 Teknik Pengolahan Data

3.5.1 Klasifikasi Biaya

A. Kos / Biaya Tetap (Fixed Cost) adalah Biaya yang jumlah totalnya sampai tingkat kegiatan tertentu relative tetap dan tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unitnya berubah – ubah berbanding terbalik dengan volume kegiatan. Contoh : Biaya sewa gedung, biaya asuransi, dan biaya depresiasi.

- B. Kos / Biaya variable adalah biaya yang jumlah totalnya berubah – ubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unitnya tidak berubah. Contohnya : biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung.
- C. Kos / Biaya semi variable adalah biaya yang sebagian tetap dan sebagian lagi berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unitnya tidak berubah. Contoh : biaya listrik yang digunakan untuk penerangan cenderung menjadi biaya tetap karena berapapun jumlah keluaran yang di hasilkan, penerangan akan tetap di perlukan oleh pabrik yang beroperasi.

3.5.2 Metode Konsep Pemisahan Biaya Semi Variabel

A. Metode Titik Tertinggi dan Terendah

Pemisahan biaya variable dengan metode titik tertinggi dan terendah di lakukan dengan menentukan aktivitas dan biaya pada titik tertinggi dan terendah. Perbedaan biaya antara titik tertinggi dan terendah merupakan biaya variable per unit.

B. Metode Kuadrat Terkecil

Metode ini dinilai paling sempurna karena dalam perhitungannya mengikutsertakanseluruh data operasi. Dengan metode ini perusahaan akan mencari kedua unsur biaya dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Unsur – unsur biaya dapat dicari dengan persamaan :

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

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

Keterangan :

Y = Biaya periode

X= Kegiatan Periodic

n= Jumlah sampel

a= Biaya tetap

b= Biaya variable

3.5.3 Break Event Point

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

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

Dimana :

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

$TC = \text{Biaya tetap di tambah biaya variable} = FC + VC$

$VC = \text{Biaya variable per unit dikalikan kuantitas} = Vc_i \times Q$

Vc_i atau $(VC/u) = \text{Biaya Variabel per unit}$

Pc_i atau $(P/u) = \text{Harga per unit}$

Karena $TR = TC$

Maka : $P \times Q = FC + (Vc \times Q)$

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

Sehingga :

$$Q_{BE} = \frac{FC}{P - Vc}$$

Dimana $Q(BE)$ adalah kuantitas pada keadaan BEP, atau BEP dalam unit tercapai pada :

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

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

Pada keadaan

$$QBE = \frac{FC}{P - VC}$$

Kedua ruas dikalikan dengan harga per unit atau P

Sehingga :

$$P \cdot QBE = \frac{FC}{P - VC} \times P$$

$$P \cdot QBE = \frac{FC}{\frac{P}{P} - VC/P} \times P$$

$$P \cdot QBE = \frac{FC}{P - VC}$$

$$P \cdot QBE = \frac{FC}{1 - VC/P}$$

Atau

$$P \cdot QBE = \frac{FC}{1 - VC/S}$$

Dimana P.QBE adalah pendapatan pada keadaan BEP dan VC/P atau VC/S adalah rasio biaya variable terhadap penjualan, sehingga BEP dalam rupiah tercapai pada :

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

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

3.5.4 Margin Of Safety

Dalam buku pengantar manajemen keuangan (Kasmir) hal: 177 Tahun 2010 mengatakan bahwa Analisis mengetahui berapa batas aman penjualan ini di kenal dengan nama Margin Of Safety atau Tingkat keamanan. Pengertian tingkat keamanan atau Margin Of Safety merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas.

Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan atau Margin Of safety (MOS) sebagai berikut :

1. Penjualan yang di rencanakan

$$MOS = \frac{\text{Penjualan per budget}}{\text{penjualan per break even}} \times 100\%$$

2. Penjualan tingkat keamanan atau MOS

$$MOS = \frac{\text{Penjualan per budget} - \text{Penjualan Per titik impas}}{\text{penjualan per budget}} \times \%$$

3.5.5 Menentukan Penjualan Minimal

Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa banyak penjualan minimal dalam unit maupun rupiah untuk mendapatkan keuntungan yang telah ditetapkan (Jumingan,2006 : 210).

Rumus :

$$\text{Penjualan minimal (rupiah)} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}}$$

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

Keterangan :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

V = Biaya Variabel Perunit

Keuntungan = Keuntungan yang diinginkan

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

A. Sejarah Perusahaan

PD. Busana Murni Rizki merupakan perusahaan dagang milik perorangan yang bergerak di bidang industri konveksi produksi pakaian yang di dirikan oleh Bapak Lasudiyono pada tahun 1994. Awalnya Bapak Lasudiyono bekerja di industri garmen pada tahun 1990an di daerah grogol dekat rumahnya. Namun seiring berjalannya waktu, beliau berpikir bahwa untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya tidak hanya bergantung dari hasil pendapatan selama beliau bekerja. Maka dari itu beliau mencoba berwiraswasta dengan modal seadanya hasil dari tabungan dan pengalaman selama beliau bekerja untuk membuka usaha garmen kecil-kecilan di rumahnya untuk menambah penghasilan keluarga. Secara perlahan usaha beliau berkembang hingga saat ini.

Dalam menjalankan perusahaan yang bergerak di bidang industri konveksi pakaian PD. Busana Murni Rizki telah memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

B. Profil Perusahaan

Nama perusahaan	: PD. Busana Murni Rizki
Nama pemilik	: Lasudiyono
Tahun berdiri	: 1994
Klasifikasi kelas	: Menengah
Jenis usaha	: Produksi Pakaian Kemeja dan Celana
Daerah kerja	: DKI Jakarta

Alamat/tempat usaha : Jl. Indraloka I No. 66 RT. 009 / RW. 010 Kel.
Wijaya Kusuma Kec. Grogol Petamburan Jakarta
Barat

No. Tlp : 021-56966498

Nomor SIUP : 00643.04/PK/1.824.271

Nomor TDP : 09.02.5.51.20991

Nomor NPWP : 07.056.482.8.036.000

Jumlah pekerja : 10 orang

C. Lokasi Perusahaan

Lokasi sebuah perusahaan sangat menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan. Dengan pemilihan lokasi yang tepat dan strategis, maka akan memudahkan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan dan target perusahaan secara maksimal sehingga pertimbangan pertama didalam mendirikan sebuah usaha adalah penentuan lokasi atau letak perusahaan. PD. Busana Murni Rizki Jl. Indraloka I No. 66 RT. 009 / RW. 010 Kel. Wijaya Kusuma Kec. Grogol Petamburan Jakarta Barat yang lokasinya tidak jauh dari tempat pembelian bahan baku dan dekat dengan konsumen.

D. Struktur Organisasi

Menurut Basu Swastha DH. & Ibnu Sukotjo W. ((*Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga , 2010*) hal : 140) mengatakan bahwa dalam suatu organisasi dengan segala aktivitasnya, terdapat hubungan di antara orang-orang yang menjalankan aktivitas tersebut. Makin banyak kegiatan yang dilakukan dalam suatu organisasi, makin kompleks pula hubungan-hubungan yang ada. Untuk itu perlulah dibuat suatu bagan yang menggambarkan tentang hubungan tersebut termasuk hubungan antara masing-masing kegiatan atau fungsi. Bagan yang dimaksud dinamakan *bagan organisasi* atau *struktur organisasi*. Sebenarnya struktur organisasi ini bermacam – macam , tetapi pada pokoknya ada lima , yaitu :

a) Organisasi Garis

Kekuasaan mengalir secara langsung dari Direktur ke kepala bagian dan kemudian terus ke karyawan – karyawan dibawahnya. Masing – masing bagian merupakan unit yang berdiri sendiri , dan kepala bagian menjalankan semua fungsi pengawasan dalam bagiannya. Apabila kegiatan yang ada sudah sangat kompleks dan luas, tidak mungkin lagi dilakukan oleh satu orang saja. Oleh karena itu, biasanya organisasi ini biasanya hanya di pakai oleh perusahaan-perusahaan kecil.

Kebaikan organisasi garis :

- Adanya kesatuan dalam pimpinan dan perintah
- Pimpinan dapat lebih cepat dalam mengambil keputusan, sebab tidak perlu membicarakannya dengan orang lain.
- Pimpinan dapat lebih cepat dalam memberikan perintah, sebab perintah tersebut dapat diberikan langsung kepada bawahan.
- Menghemat biaya, sebab pengawasan dari berbagai kegiatan hanya dilakukan oleh seorang saja.

Keburukan organisasi garis :

- Sering terdapat birokrasi yang menghambat jalannya perusahaan.
- Tidak adanya spesialisasi menyebabkan tugas yang berat bagi para petugas sehingga kurang efisien.
- Kurangnya kerjasama diantara masing-masing bagian.

b) Organisasi Garis dan Staf

Organisasi garis dan staf ini merupakan kombinasi yang diambilkan dari keuntungan-keuntungan adanya pengawasan secara langsung dan spesialisasi dalam perusahaan. Seperti telah diuraikan di muka bahwa organisasi garis hanya sesuai untuk perusahaan-perusahaan kecil, maka tipe organisasi garis dan staf ini lebih baik dipakai untuk perusahaan

sedang dan besar. Tugas kepala-kepala bagian yang semakin berat memerlukan bantuan para ahli yang dapat memberikan saran-saran dalam beberapa fungsi. Untuk organisasi ini dapatlah dibentuk staf, selain memberi saran kepada pimpinan ataupun kepala-kepala bagian, mereka tidak mempunyai kekuasaan dalam pemberian perintah.

Kebaikan organisasi garis dan staf :

- Pimpinan lebih leluasa dalam memberikan saran terhadap tugas khusus diluar bagiannya.
- Staf dapat membantu untuk mengatasi berbagai persoalan sehingga akan memperingan dan meningkatkan efisiensi kerja.
- Staf dapat mendidik para petugas
- Adanya kesatuan dalam pimpinan sehingga menciptakan aliran kekuasaan dengan jelas.

Keburukan organisasi garis dan staf :

- Kadang-kadang staf tidak lagi memberi saran tetapi perintah, sehingga dapat menimbulkan pertentangan dengan manajer pada bagian yang bersangkutan.
- Dapat menimbulkan anggapan pada petugas untuk lebih percaya kepada staf daripada atasannya.
- Staf dapat ikut disalahkan apabila saran yang diberikan tidak memperoleh hasil.

c) Organisasi Fungsional

Dalam organisasi fungsional, masing-masing manajer adalah seorang spesialis atau ahli dan masing-masing bawahan / pekerja mempunyai beberapa pimpinan. Manajer memiliki kekuasaan penuh untuk menjalankan fungsi-fungsi yang menjadi tanggung jawabnya. Jadi bentuk organisasi ini lebih menekankan pada pembagian fungsi.

Kebaikan organisasi fungsional :

- Masing-masing fungsi dapat dipegang oleh orang yang ahli dalam bidangnya, sehingga terdapat keserasian antara tugas dan keahliannya.
- Tugas para manajer menjadi lebih ringan dengan adanya pembagian fungsi.

Keburukan organisasi fungsional :

- Membingungkan para pekerja karena tidak ada kesatuan dalam pimpinan dan perintah.
- Tidak ada hubungan garis secara langsung dengan atasan.
- Kesulitan-kesulitan yang timbul tidak dapat secara cepat diatasi.
- Kurangnya koordinasi sering menimbulkan perselisihan diantara para manajer.

d) Organisasi Komite

Komite sering dilakukan untuk mengumpulkan pendapat tentang berbagai kegiatan dalam perusahaan. Misalnya komite budget memounyai anggota kepala-kepala bagian dalam perusahaan, seperti kepala bagian produksi, kepala bagian finansial ,dan kepala bagian pemasaran. Mereka berusaha mengalokasikan dana dengan menyusun suatu budget yang terbaik untuk seluruh kegiatan perusahaan. Komite ini dapat dibentuk di semua bagian dalam organisasi, sehingga sering terdapat beberapa macam komite.

Kebaikan organisasi komite :

- Merupakan sebuah forum yang saling bertukar pendapat diantara beberapa anggota.

- Keputusan ditentukan bersama-sama sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik.
- Menciptakan koordinasi yang lebih baik.
- Meningkatkan pengawasan karena macam-macam komite tersebut dapat berhubungan langsung dengan para pelaksana.

Keburukan organisasi komite :

- Kesulitan dalam mempersiapkan pertemuan karena masing-masing sibuk dengan pekerjaannya.
- Keharusan untuk berkompromi.
- Sering menimbulkan kesimpang-siuran dalam organisasi.
- Tidak mempunyai kekuasaan untuk mendukung saran-saran yang diberikan.

e) Organisasi Matriks

Bentuk baru yang disebut organisasi matriks ini digunakan berdasarkan struktur organisasi garis dan staf yang sudah ada. Organisasi matriks, juga disebut organisasi manajemen proyek, dapat di definisikan sebagai struktur organisasi dimana para spesialis dari bagian-bagian yang berbeda disatukan untuk mengerjakan proyek khusus. Dalam organisasi seperti itu beberapa anggota organisasi memberikan laporan kepada dua atasan, bukannya satu atasan seperti bentuk yang tradisional. Dalam setiap kasus mereka berusaha memusatkan kegiatan kegiatan beberapa spesialis dari bidang fungsional yang berbeda pada masalah atau proyek khusus.

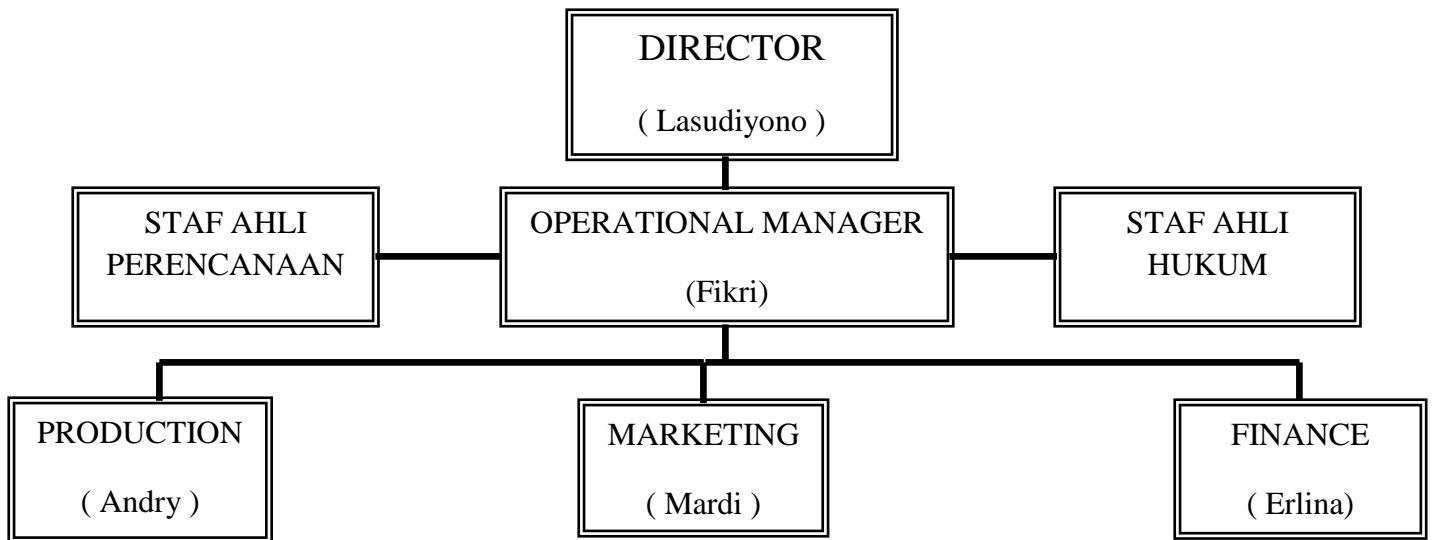
Kebaikan organisasi matriks :

- Luwes.
- Memberikan metode untuk memusatkan perhatian pada masalah-masalah utama yang spesifik atau persoalan-persoalan teknis yang unik.
- Memberikan alat inovasi tanpa mengganggu struktur organisasi yang ada.

Keburukan organisasi matriks :

- Beberapa masalah dapat muncul karena pendekatan ini melanggar prinsip kesatuan perintah yang tradisional (satu atasan untuk masing-masing individu).
- Manajer proyek dapat menjumpai kesulitan dalam mengembangkan tim terpadu dari orang-orang yang berasal dari bagian-bagian yang berbeda.
- Konflik dapat muncul antar manajer proyek dengan manajer-manajer bagian lain.

Berdasarkan jenis-jenis struktur organisasi yang telah di jelaskan di atas maka dapat disimpulkan bahwa struktur organisasi yang di gunakan PD. Busana Murni Rizki adalah jenis *organisasi garis*, dimana kepemimpinan hanya terdapat pada satu orang dan pimpinan tersebut berhubungan langsung dengan para bawahannya, begitu juga sebaliknya karyawan akan bertanggung jawab secara langsung terhadap pimpinan. Berikut adalah struktur organisasi PD. Busana Murni Rizki.



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PD. Busana Murni

E. Deskripsi Pekerjaan

Menurut T. Hani Handoko dalam bukunya “ *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia Edisi 2* “ (2012) hal : 47, Deskripsi Pekerjaan adalah suatu pernyataan tertulis yang menguraikan fungsi, tugas-tugas, tanggungjawab, wewenang, kondisi kerja, dan aspek-aspek pekerjaan tertentu lainnya. Dalam sebuah perusahaan, semua bentuk deskripsi pekerjaan mempunyai bentuk yang sama meskipun diantara perusahaan-perusahaan yang berbeda, bentuk dan isi deskripsi jabatan bisa bervariasi. Dari struktur organisasi diatas, maka deskripsi pekerjaan dari masing-masing pekerjaan di PD. Busana Murni Rizki adalah :

1. Direktur / Pemilik PD. Busana Murni Rizki
Sebagai pemilik PD. Busana Murni Rizki mengemban tugas dan wewenang sebagai berikut :
 - a. Melakukan pengawasan secara menyeluruh atas semua kegiatan produksi dan non produksi yang terjadi di perusahaan.

- b. Memeriksa keuangan perusahaan dan membuat keputusan untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang.
 - c. Bertanggung jawab secara sepenuhnya terhadap jalannya operasional perusahaan dan memperhatikan kondisi baik material maupun tenaga kerja.
 - d. Merumuskan rencana tujuan, sasaran dan kebijakan umum perusahaan secara keseluruhan.
2. Finance / Bagian Keuangan PD. Busana Murni Rizki
- Bagian keuangan dikelola oleh pemilik dan anak pertamanya. Tugasnya yaitu melakukan pencatatan uang masuk dan uang yang dikeluarkan, serta membuat pembukuan mengenai pendapatan atas penjualan produk, dan pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh PD. Busana Murni Rizki dalam pengelolaan usaha.
3. Marketing / Bagian Pemasaran PD. Busana Murni Rizki
- a. Merencanakan Pemasaran
 - b. Mencari Sasaran Pemasaran
 - c. Menetapkan Strategi Penawaran Terhadap Konsumen
 - d. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pemasaran
4. Production / Bagian Produksi
- a. Mengontrol proses produksi.
 - b. Mengatur jalannya proses produksi.
 - c. Membeli bahan baku dan bahan pelengkap.
 - d. Bertanggung jawab atas jalannya proses produksi.
5. Karyawan Produksi
- a. Melaksanakan kegiatan proses produksi sesuai bagian masing-masing.
 - b. Menjaga kebersihan pabrik.

Karyawan produksi yang sesuai dengan keahliannya yaitu :

a. Bagian Desain Pola

Tugasnya yaitu menggambar pola mengikuti cetakan yang sudah di buat berdasarkan size di kain yang akan di olah / di jadikan produk pakaian / celana.

b. Bagian Cutting

Pada bagian ini karyawan di tugaskan untuk menggelar kain di meja gelar lalu kain tersebut di potong sesuai kebutuhan produksi. Setelah itu, kain yang sudah di gambar pola di tumpuk menjadi satu dengan kain yang sudah di potong kemudian potong mengikuti pola yang sudah di buat dengan mesin pemotong kain.

c. Bagian Penyusunan

Tugasnya yaitu menyusun potongan kain sesuai size kemudian di berikan nomor seri berdasarkan size.

d. Bagian Menjahit

Tugas bagian menjahit yaitu menjahit / menggabungkan kain yang sudah di susun dan di beri nomor seri oleh bagian penyusun kain . kemudian hasil jahitan di obras agar bentuk jahitan rapi.

e. Bagian lubang kancing dan pasang kancing

Pada bagian ini karyawan di tugaskan untuk memasang kancing dan membuat lubang kancing pada kemeja.

f. Bagian Finishing

Tugas bagian finishing yaitu :

- Membersihkan sisa benang jahit yang masih melekat di celana atau kemeja.
- Menyetrika kemeja / celana yang sudah jadi.
- Memasang brand merk produk.

- Packing produk kemeja / celana yang sudah jadi ke dalam plastik untuk di jual. (per 1 plastik ada 3 size yang berbeda setiap celana/kemeja)

F. Layout Perusahaan

Agar perusahaan dapat mencapai produktivitas yang tinggi dengan mengeluarkan biaya yang rendah, manajemen harus mengambil keputusan tentang layout pabrik yang baik. Secara dapat dikatakan bahwa Layout Fasilitas Produksi (*Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga , 2010*) hal : 307) adalah pengaturan dan penempatan alat-alat, tenaga kerja dan kegiatan-kegiatan di dalam produksi. Tujuan pokok dari layout pabrik ini adalah :

- Untuk meminimumkan biaya pengangkutan dan penanganan.
- Untuk mempercepat dan melancarkan arus bahan-bahan.
- Untuk mendapatkan penggunaan ruang yang efisien baik bagi karyawan maupun untuk penyimpanan.
- Untuk melakukan pekerjaan yang efisien
- Untuk memudahkan pengawasan pekerjaan bagi mandor.

Layout untuk perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang standard adalah berbeda dengan layout untuk perusahaan yang membuat barang berdasarkan pesanan. Dalam hal ini layout dibedakan menjadi dua macam yaitu :

➤ Process Layout

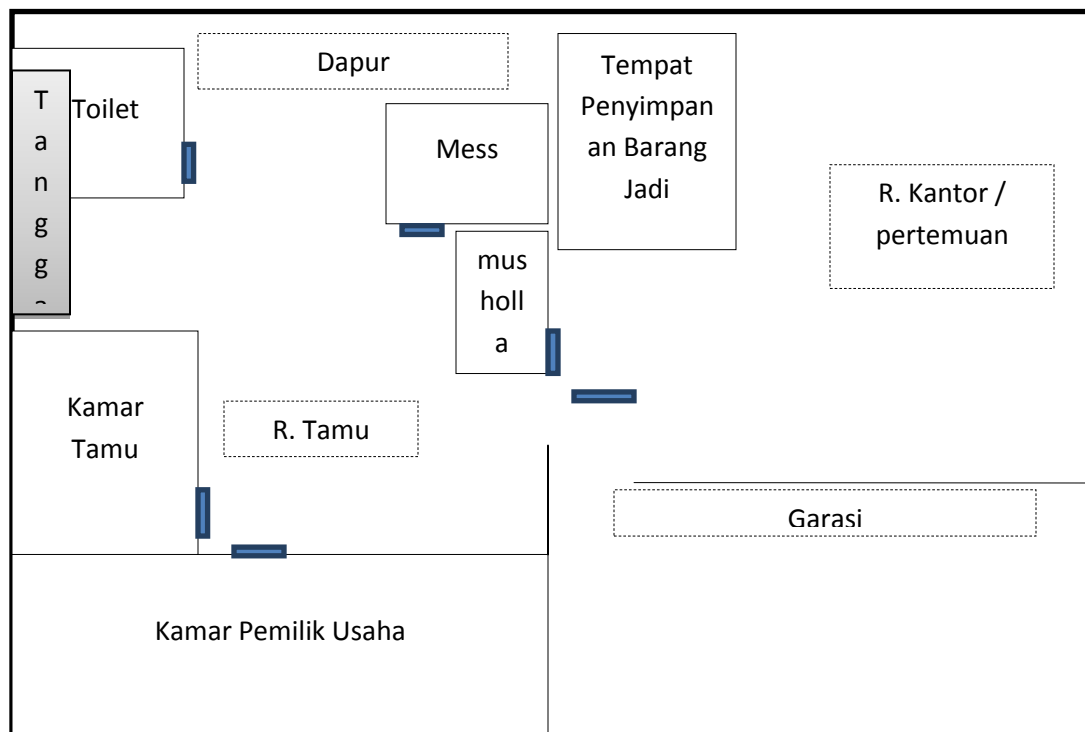
Process layout atau disebut juga functional layout merupakan penyusunan fasilitas produksi (mesin-mesin) dimana mesin –mesin yang mempunyai fungsi sama ditempatkan pada tempat yang tertentu. Layout ini lebih sesuai untuk mengerjakan produk atas dasar pesanan

karena sangat luwes atau dapat menyesuaikan dengan kondisi pesanan-pesanan.

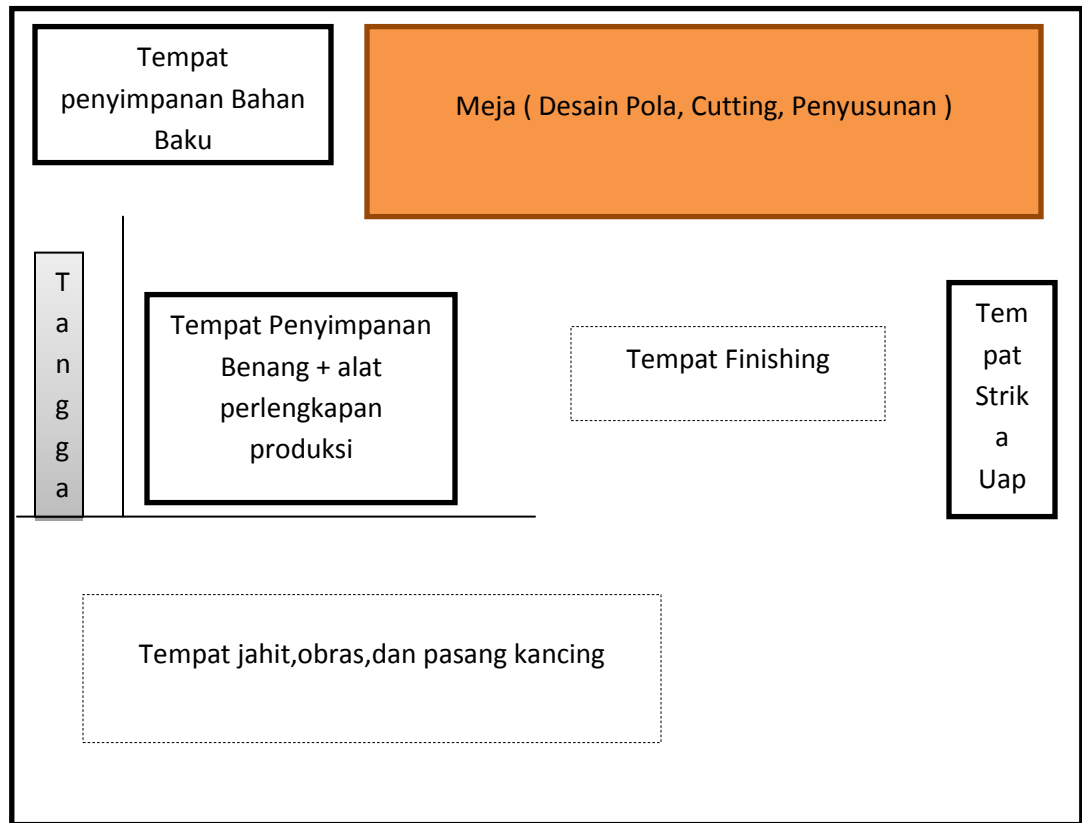
➤ Product Layout

Product layout merupakan pengaturan mesin-mesin dalam pabrik sesuai dengan arus proses produksinya. Layout ini lebih sesuai untuk proses produksi secara terus-menerus atau produksi barang-barang standard. Penggunaan layout ini dianggap lebih ekonomis dan produk lebih cepat selesai dikerjakan. Berikut ini adalah Layout PD. Busana Murni Rizki :

Lantai 1



Gambar 4. 2 Layout Perusahaan Lt. 1



Gambar 4. 3 Layout Perusahaan Lt. 2

4.1.2 Aspek Pemasaran

Menurut Wiliam J. Stanton dalam buku “ *Pengantar Bisnis Modern* “ Edisi Ketiga hal : 179 (2010), Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang di tujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun yang potensial.

Dalam bidang pemasaran ini berisi tentang informasi divisi pemasaran PD. Busana Murni Rizki sebagai berikut :

A. Pasar Sasaran

Menurut Danang Sunyoto dalam bukunya “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus)* hal : 40 Tahun 2014 , **Pasar sasaran** (

Target Market) adalah sekelompok konsumen atau pelanggan yang secara khusus menjadi sasaran usaha pemasaran. Dalam menerapkan pasar sasaran terdapat tiga langkah pokok yang harus di perhatikan, yaitu :

1. Segmentasi Pasar

Menurut Danang Sunyoto dalam bukunya “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 57 Tahun 2014* “ , Segmentasi pasar adalah merupakan usaha untuk mengelompok-kelompokkan pasar dari pasar yang bersifat heterogen menjadi bagian-bagian pasar yang memiliki sifat homogen. Sedangkan menurut Kotler dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 57 Tahun 2014*, Segmentasi pasar adalah usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu yang memerlukan bauran pemasaran tersendiri.

Dalam menetapkan segmen pasar konsumen pemasar harus mencoba variabel segmentasi yang berbeda untuk menemukan cara terbaik melihat struktur pasar. Adapun variabel-variabel tersebut antara lain:

a. Segmentasi Pasar Geografi

Dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 58 Tahun 2014* “ , Segmentasi pasar berdasarkan geografi perlu membagi pasar kedalam unit-unit geografi yang berbeda seperti Negara, Negara bagian, provinsi wilayah, daerah, kota, dan desa. Perusahaan tersebut bias memutuskan untuk :

- Beroperasi dalam satu atau beberapa wilayah geografis.
- Beroperasi dalam semua wilayah tetapi memperhatikan variasi-variasi kebutuhan dan pilihan geografis tersebut.

PD. Busana Murni Rizki dalam menjalankan usahanya beroperasi di wilayah Jakarta dan memasarkan produknya di sekitar Kota Tuban, Jawa Timur.

b. Segmentasi Pasar Demografi

Dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 58 Tahun 2014*” , Segmentasi pasar demografi merupakan pembagian pasar kedalam kelompok-kelompok berdasarkan variable demografi seperti usia, jenis kelamin, jumlah penduduk, jumlah keluarga, pendapatan, pekerjaan, jenjang pendidikan, dan kewarganegaraan. Variabel demografi merupakan dasar paling populer untuk membedakan kelompok-kelompok konsumen.

Penetapan segmen pasar yang dilakukan PD. Busana Murni Rizki berdasarkan variabel – variabel demografis disajikan dalam tabel berikut :

Variabel Demografis	Keterangan
Umur	Anak-anak hingga dewasa
Jenis Kelamin	Laki – laki dan perempuan
Pendapatan	< Rp 3.000.000
Agama	Semua Agama
Pendidikan	Tidak mengenal batas pendidikan
Pekerjaan	Mencakup semua jenis pekerjaan, tetapi lebih dikhususkan pada orang yang suka dunia fashion.

Sumber : Data diolah

c. Segmentasi Pasar Psikografi

Dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 59 Tahun 2014*”, Dalam segmentasi psikografi para pembeli dibagi kedalam kelompok-kelompok yang berbeda-beda berdasarkan kelas social, gaya hidup, dan ciri-ciri kepribadian. Para pemasar juga telah menggunakan variable-variabel kepribadian untuk membagi pasar menjadi segmen-segmen. Berikut adalah tabel keterangan variabel psikografis pada segmen pasar PD. Busana Murni Rizki :

Variabel Psikografis	Keterangan
Kelas Sosial	Menengah ke atas
Gaya Hidup	Segmen pasar yang bergaya hidup praktis, ingin sesuatu yang serba cepat
Kepribadian	Dinamis, ingin yang cepat dan instan
Motif Pembelian	Menginginkan sesuatu yang mudah didapat dan dapat dikonsumsi dalam segala situasi dan kondisi

Sumber : Hasil Wawancara diolah

2. Pemilihan Pasar Sasaran

Dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 59 Tahun 2014* “, Pemilihan pasar sasaran akan menentukan bagaimana mengalokasikan sumberdaya perusahaan diarahkan untuk program pemasaran. Setelah melakukan segmentasi, pemasar dapat memilih target pasar atau pasar sasaran yang sesuai dengan tahap segmentasi tersebut. Ada dua strategi penetapan sasaran pasar, yaitu:

a. Pemasaran Tanpa Diferensiasi (Serba sama)

Dengan menggunakan strategi pemasaran tanpa diferensiasi atau pemasaran massal, perusahaan bisa memutuskan untuk mengabaikan perbedaan segmen pasar dan menargetkan keseluruhan pasar dengan satu penawaran. Strategi massal ini berfokus pada kesamaan kebutuhan konsumen daripada perbedaannya.

b. Pemasaran Terdiferensiasi (serba aneka)

Dengan strategi pemasaran terdiferensiasi atau pemasaran tersegmentasi, perusahaan memutuskan untuk menargetkan beberapa segmen pasar dan merancang penawaran terpisah bagi masing-masing segmen.

Berdasarkan uraian diatas, maka PD. Busana Murni Rizki menggunakan strategi pemasaran terdiferensiasi dengan memutuskan untuk menargetkan beberapa segmen pasar karena PD. Busana Murni Rizki membuat kemeja dan celana yang notabenenya merupakan model pakaian yang mengikuti perkembangan masa kini. Sedangkan daerah pemasarannya yaitu sekitar Kota Tuban.

3. Penempatan Produk

Penempatan produk yang diciptakan oleh PD. Busana Murni Rizki adalah menghasilkan produk yang dapat dibeli oleh semua kalangan pelanggan dengan harga yang terjangkau namun dengan kualitas yang baik. Dengan terus menjaga kualitas produk, distribusi dan pelayanan maka diharapkan para pelanggan dapat terus membeli hasil produk-produk dari PD. Busana Murni Rizki. Bagi setiap segmen yang dimasuki perusahaan, perlu di kembangkan suatu strategi penempatan produk. Saat ini produk yang beredar di pasar menduduki posisi tertentu dalam segmen pasarnya. Apa yang sesungguhnya penting disini adalah persepsi atau

tanggapan konsumen mengenai posisi yang di pegang oleh setiap produk di pasar.

B. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran PD. Busana Murni Rizki meliputi 4P yang terdiri dari : Product (produk), Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi).

1. Produk

Menurut William J. Stanton dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 68 Tahun 2014* “, ada dua arti mengenai produk :

- Dalam arti sempit

Produk adalah sekelompok atribut fisik yang nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat di identifikasikan.

- Dalam arti luas

Produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata , di dalamnya termasuk kemasan, warna, harga, mutu, dan merk di tambah dengan pelayanan dan reputasi penjual.

Menurut Philip Kotler dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 69 Tahun 2014* “, Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Produk PD. Busana Murni Rizki berupa kemeja pria dan celana wanita untuk usia anak-anak hingga dewasa. Dengan beberapa model yang di buat sehingga konsumen atau pembeli bebas memilih model yang mereka suka. Produk PD. Busana Murni Rizki tidak berubah-ubah karena sudah sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur). Daya tahan produk PD. Busana

Murni Rizki berbeda-beda, tergantung konsumen yang mengenakan produk tersebut.

Tabel 4. 1 Jenis Produk

No	Produk	Penjelasan
1.	Kemeja Alfido	Merupakan pembuatan yang terdiri dari : <ul style="list-style-type: none">• 1,5m kain• 3 roll benang• 6 buah kancing
2.	Celana Jogger Elin	<ul style="list-style-type: none">• 1m kain• 2 roll benang• 30 cm karet celana

Sumber : Hasil Wawancara



Gambar 4. 4 Kemeja Alfido



Gambar 4. 5 Celana Jogger

2. Harga

Menurut Michael J. Etzel “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 130 Tahun 2014* “, Harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Sedangkan menurut Kotler, Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga menurut William J. Stanton dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus) hal : 135 Tahun 2014* “, yaitu :

- Memperkirakan permintaan produk, ada dua langkah memperkirakan permintaan yaitu :
 - Memperkirakan berapa besarnya harga yang di harapkanHarga yang di harapkan untuk suatu produk adalah harga yang secara sadar atau tidak sadar di nilai oleh konsumen atau pelanggan.
- Memperkirakan penjualan dengan harga yang berbeda. Manajemen eksekutif harus juga dapat memperkirakan volume penjualan dengan harga

yang berbeda, sehingga dapat di tentukan jumlah permintaan, elastisitas permintaan, dan titik impas yang mungkin tercapai.

- **Reaksi Pesaing**

Pesaing merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penciptaan harga terutama sekali ancaman persaingan yang potensial.

Persaingan tersebut berasal dari 3 macam yaitu :

- Produk yang serupa
- Produk pengganti
- Produk yang tidak serupa

- **Bauran pemasaran lainnya (Produk, Saluran distribusi, dan Promosi).**

PD. Busana Murni Rizki menggunakan bahan baku dengan kualitas yang terbaik karena apabila bahan bakunya berkurang kualitasnya maka produk yang dihasilkan terlihat buruk estetikanya dan nilai jualnya rendah.

Tabel 4. 2 Daftar Harga Tahun 2015

Jenis Produk	Harga Jual (Rp)
Kemeja	25.000 (Size : 0,1,2)
Alfido	30.000 (Size : 3,4,5)
	35.000 (Size : 6,7,8)
	40.000 (Size : 10,11,12)
	45.000 (Size : 13,14,15)
Celana	25.000 (Size : 2,4,6)
Jogger	35.000 (Size : 8,10,12)

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

3. Tempat

Lokasi sebuah perusahaan sangat menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan. Dengan pemilihan lokasi yang tepat dan strategis, maka akan

memudahkan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan dan target perusahaan secara maksimal sehingga pertimbangan pertama didalam mendirikan sebuah usaha adalah penentuan lokasi atau letak perusahaan. PD. Busana Murni Rizki Jl. Indraloka I No. 66 RT. 009 / RW. 010 Kel. Wijaya Kusuma Kec. Grogol Petamburan Jakarta Barat yang lokasinya tidak jauh dari tempat pembelian bahan baku dan dekat dengan konsumen.

4. Promosi

Menurut Basu Swastha DH. & Ibnu Sukotjo W. dalam bukunya “*Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga Hal: 222 Tahun 2010*”, Promosi adalah salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai “*Proses Lanjut*” karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Beberapa kegiatan yang ada dalam promosi ini pada umumnya ada empat macam yaitu : Periklanan, Personal selling, Promosi Penjualan, Publisitas, dan Hubungan masyarakat. Berikut adalah bentuk promosi yang di lakukan oleh PD. Busana Murni Rizki:

a. Promosi dari mulut ke mulut

Promosi dengan cara ini merupakan cara promosi yang paling sederhana dan efisien. Cara ini biasa dilakukan pemilik perusahaan atau karyawan bagian pemasaran kepada rekan atau kerabat dekat.

b. Melalui Internet

Merupakan salah satu cara promosi yang paling mudah, efektif, dan tidak mengeluarkan banyak biaya adalah melalui internet. Dimana saja dan kapan saja semua orang dapat mengakses internet karena zaman sekarang sudah banyak tersedia telepon genggam yang di lengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan untuk mengakses internet. Oleh karena itu PD. Busana Murni Rizki memilih promosi lewat internet. Website dari PD. Busana Murni Rizki

adalah website toko milik PD. Busana Murni Rizki yaitu <http://tokoteem.blogspot.co.id/>. Dalam website tersebut, perusahaan ini memberikan informasi mengenai model produk yang di jualnya dan juga terdapat contact person yang dapat dihubungi jika ingin membeli produk dari PD. Busana Murni Rizki.

c. Brosur dan Kartu Nama

Selain dengan media elektronik, PD. Busana Murni Rizki memperkenalkan produknya menggunakan media cetak, maka diperlukan brosur berisi informasi produk dan juga kartu nama yang dapat dibagikan pada konsumen yang datang ke toko . Oleh karena itu, PD. Busana Murni Rizki memesan brosur dan kartu nama pada perusahaan percetakan.

Tabel 4. 3 Biaya Promosi

BIAYA PROMOSI					
PD. BUSANA MURNI RIZKI					
TAHUN 2011-2015 (Dalam Rupiah)					
KETERANGAN	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
a. Pulsa Internet	Rp1,000,000	Rp1,200,000	Rp1,200,000	Rp1,200,000	Rp1,200,000
b. Brosur	Rp700,000	Rp700,000	Rp750,000	Rp800,000	Rp900,000
c. Kartu Nama	Rp250,000	Rp250,000	Rp300,000	Rp300,000	Rp400,000
Total Biaya Promosi	Rp1,950,000	Rp2,150,000	Rp2,250,000	Rp2,100,000	Rp2,500,000

Sumber : Wawancara diolah

C. Saluran Distribusi

Menurut Menurut Basu Swastha DH. & Ibnu Sukotjo W. dalam bukunya “*Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga Hal: 200 Tahun 2010*”, saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan

barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Menurut William J. Stanton dalam buku “ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Khusus)* hal : 175 Tahun 2014 “, saluran distribusi di bedakan menjadi saluran distribusi untuk barang konsumsi, untuk barang industry, dan untuk jasa.

1. Saluran distribusi untuk barang konsumsi meliputi produsen – konsumen, produsen – pengecer – konsumen, produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen, produsen – agen – pengecer – konsumen, produsen – agen – pedagang besar – pengecer – konsumen.

2. Saluran distribusi untuk barang industry meliputi produsen – pemakai, produsen – distributor industry – pemakai, produsen – agen – pemakai, produsen – agen – distributor industry – pemakai.

3. Saluran distribusi untuk jasa meliputi produsen – konsumen, produsen – agen – konsumen.

Berikut adalah jenis saluran distribusi yang digunakan PD. Busana Murni Rizki dalam memasarkan produknya :

Media distribusi PD. Busana Murni Rizki ini menggunakan 1 buah mobil Suzuki APV

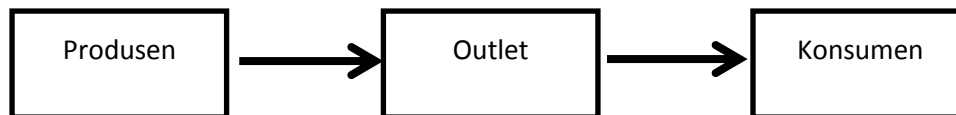


Gambar 4. 6 Kendaraan Distribusi

Alur distribusi



Namun PD. Busana Murni Rizki juga menjual produk-produknya melalui outletnya yang ada di wilayah di Jawa Timur yaitu di Tuban.



Tabel 4. 4 Biaya Distribusi Operasional

Biaya Distribusi (Biaya Operasional Kendaraan)	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
Bahan Bakar Minyak	Rp5,000,000	Rp5,500,000	Rp6,000,000	Rp6,200,000	Rp7,000,000
Service Kendaraan	Rp2000,000	Rp2,500,000	Rp2,800,000	Rp3,000,000	Rp3,500,000
Pengiriman Via Bus	Rp1,680,000	Rp1,680,000	Rp1,800,000	Rp1,800,000	Rp1,920,000
Total	Rp8,680,000	Rp9,680,000	Rp10,600,000	Rp11,000,000	Rp12,420,000

Sumber : Wawancara diolah

D. Fungsi Pemasaran

PD. Busana Murni Rizki dalam menjalankan fungsi pemasarannya terdapat tahapan – tahapan yang harus dilalui, yaitu :

1. Perencanaan

Dalam melakukan proses perencanaan, perusahaan terlebih dahulu harus mengetahui model pakaian apa saja yang sedang up-to date untuk anak-anak di pasaran. Sehingga pakaian yang akan di produksi perusahaan dapat masuk pasar dan laku di pasaran. Setelah mengetahui trend yang sedang marak di pasaran, maka perusahaan membuat desain dan pola pakaian yang akan di produksinya.

2. Pembelian

Perusahaan melakukan pembelian bahan-bahan yang dibutuhkan dalam memproduksi kemeja / celana sesuai dengan yang sudah direncanakan sebelumnya. Seperti berapa banyak bahan yang dibutuhkan, benang, kain, kancing, dan lain sebagainya. Bahan baku yang dibeli adalah bahan-bahan yang berkualitas.

3. Penyimpanan / Penggudangan

Setelah melakukan pembelian bahan-bahan untuk produksi, maka perusahaan melakukan penyimpanan. Yaitu suatu usaha untuk melindungi barang dari kerusakan dengan cara menyimpan pada suatu tempat sampai barang di butuhkan.

4. Pembungkusan

Dalam proses pembungkusan, perusahaan membungkus kemeja atau celana kedalam plastik cover 25cm x 30cm. Dalam proses pembungkusan terdapat standar yang dimiliki perusahaan, yaitu :

- a. Dalam 1 kemasan terdapat 3 kemeja / celana dalam size yang berbeda.
- b. Dalam 1 lusin terdapat 12 kemeja / celana.

Setelah pembungkusan selesai, maka kemeja/celana tersebut disimpan di dalam tempat penyimpanan barang jadi dan siap dikirim ke toko/pembeli.

5. Penjualan Produk ke konsumen

PD. Busana Murni Rizki dalam penjualannya kepada konsumen dilakukan dengan menjual produknya langsung di jual di toko miliknya sendiri, nama tokonya yaitu Toko Te*em yang berada di Kota Tuban Jawa Timur.

Tabel 4. 5 Data Penjualan Produk Kemeja dan celana 2011-2015

Tahun	Produk	size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2011	kemeja	0	Rp15,000	500	Rp7,500,000
		1		425	Rp6,375,000
		2		800	Rp12,000,000
		3	Rp20,000	660	Rp13,200,000
		4		600	Rp12,000,000
		5		600	Rp12,000,000
		6	Rp25,000	560	Rp14,000,000
		7		690	Rp17,250,000
		8		750	Rp18,750,000
		10	Rp30,000	800	Rp24,000,000
		11		780	Rp23,400,000
		12		600	Rp18,000,000
		13	Rp35,000	1100	Rp38,500,000
		14		700	Rp24,500,000
		15		900	Rp31,500,000
Pendapatan				10465	Rp272,975,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Data Penjualan Celana Jogger Elin Tahun 2011

Tahun	Produk	size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2011	Celana	2	Rp18,000	1100	Rp19,800,000
		4		1050	Rp18,900,000
		6		930	Rp16,740,000
		8	Rp25,000	895	Rp22,375,000
		10		790	Rp19,750,000
		12		800	Rp20,000,000
Pendapatan				5565	Rp117,565,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Data Penjualan Kemeja Alfido Tahun 2012

Tahun	Produk	size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2012	kemeja	0	Rp15,000	800	Rp12,000,000
		1		1320	Rp19,800,000
		2		890	Rp13,350,000
		3	Rp23,000	780	Rp17,940,000
		4		900	Rp20,700,000
		5		888	Rp20,424,000
		6	Rp28,000	780	Rp21,840,000
		7		800	Rp22,400,000
		8		832	Rp23,296,000
		10	Rp33,000	600	Rp19,800,000
		11		678	Rp22,374,000
		12		800	Rp26,400,000
		13	Rp37,000	765	Rp28,305,000
		14		670	Rp24,790,000
		15		789	Rp29,193,000
Pendapatan				12292	Rp322,612,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Data Penjualan Celana Jogger Elin Tahun 2012

Tahun	Produk	size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2012	Celana	2	Rp18,000	900	Rp16,200,000
		4		1230	Rp22,140,000
		6		789	Rp14,202,000
		8	Rp27,000	985	Rp26,595,000
		10		865	Rp23,355,000
		12		750	Rp20,250,000
Pendapatan				5519	Rp122,742,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Data Penjualan Kemeja Alfido Tahun 2013

Tahun	Produk	size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2013	kemeja	0	Rp17,000	900	Rp15,300,000
		1		569	Rp9,673,000
		2		700	Rp11,900,000
		3	Rp25,000	987	Rp24,675,000
		4		557	Rp13,925,000
		5		600	Rp15,000,000
		6	Rp30,000	500	Rp15,000,000
		7		765	Rp22,950,000
		8		521	Rp15,630,000
		10	Rp35,000	900	Rp31,500,000
		11		1123	Rp39,305,000
		12		560	Rp19,600,000
		13	Rp40,000	507	Rp20,280,000
		14		500	Rp20,000,000
		15		800	Rp32,000,000
Pendapatan				10489	Rp306,738,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Data Penjualan Celana Jogger Elin Tahun 2013

Tahun	Produk	size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2013	Celana	2	Rp20,000	795	Rp15,900,000
		4		788	Rp15,760,000
		6		900	Rp18,000,000
		8	Rp30,000	1200	Rp36,000,000
		10		1135	Rp34,050,000
		12		1115	Rp33,450,000
Pendapatan				5933	Rp153,160,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Data Penjualan Kemeja Alfido Tahun 2014

Tahun	Produk	size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2014	kemeja	0	Rp20,000	905	Rp18,100,000
		1		600	Rp12,000,000
		2		500	Rp10,000,000
		3	Rp28,000	900	Rp25,200,000
		4		578	Rp16,184,000
		5		990	Rp27,720,000
		6	Rp33,000	890	Rp29,370,000
		7		500	Rp16,500,000
		8		689	Rp22,737,000
		10	Rp38,000	890	Rp33,820,000
		11		512	Rp19,456,000
		12		854	Rp32,452,000
		13	Rp43,000	670	Rp28,810,000
		14		800	Rp34,400,000
		15		700	Rp30,100,000
Pendapatan				10978	Rp356,849,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Data Penjualan Celana Jogger Elin Tahun 2014

Tahun	Produk	size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2014	Celana	2	Rp23,000	888	Rp20,424,000
		4		900	Rp20,700,000
		6		795	Rp18,285,000
		8	Rp32,000	1010	Rp32,320,000
		10		899	Rp28,768,000
		12		990	Rp31,680,000
Pendapatan				5482	Rp152,177,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Data Penjualan Kemeja Alfido Tahun 2015

Tahun	Produk	size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2015	kemeja	0	Rp25,000	678	Rp16,950,000
		1		500	Rp12,500,000
		2		987	Rp24,675,000
		3	Rp30,000	840	Rp25,200,000
		4		456	Rp13,680,000
		5		765	Rp22,950,000
		6	Rp35,000	900	Rp31,500,000
		7		700	Rp24,500,000
		8		750	Rp26,250,000
		10	Rp40,000	1000	Rp40,000,000
		11		786	Rp31,440,000
		12		990	Rp39,600,000
		13	Rp45,000	678	Rp30,510,000
		14		698	Rp31,410,000
		15		735	Rp33,075,000
Pendapatan				11463	Rp404,240,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Data Penjualan Celana Jogger Elin Tahun 2015

Tahun	Produk	Size	Harga satuan (Rp)	Jumlah penjualan per unit	Total (Rp)
2015	Celana	2	Rp25,000	1300	Rp32,500,000
		4		1312	Rp32,800,000
		6		1170	Rp29,250,000
		8	Rp35,000	989	Rp34,615,000
		10		800	Rp28,000,000
		12		980	Rp34,300,000
Pendapatan				6551	Rp191,465,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

6. Distribusi

PD. Busana Murni Rizki melakukan distribusi produknya ke toko melalui jalur ekspedisi dengan menggunakan bus.

E. Penentuan Harga Jual Produk

Dalam menentukan harga jual produk, PD. Busana Murni Rizki mempertimbangkan beberapa hal, antara lain tingkat kesulitan pembuatan kemeja/celana dalam memproduksi yang berpengaruh pada lamanya proses produksi, dan besarnya biaya produksi, seperti kenaikan harga bahan baku yang selalu naik setiap tahunnya yang menyebabkan biaya produksi meningkat.

Tabel 4. 6 Harga Produk Kemeja Alfido & Celana Jogger Elin Periode 2011-2015

Produk	Size	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
Kemeja Alfido	0,1,2	Rp15,000	Rp15,000	Rp17,000	Rp20,000	Rp25,000
	3,4,5	Rp20,000	Rp23,000	Rp25,000	Rp28,000	Rp30,000
	6,7,8	Rp25,000	Rp28,000	Rp30,000	Rp33,000	Rp35,000
	10,11,12	Rp30,000	Rp33,000	Rp35,000	Rp38,000	Rp40,000
	13,14,15	Rp35,000	Rp37,000	Rp40,000	Rp43,000	Rp45,000
Celana Elin	2,4,6	Rp18,000	Rp18,000	Rp20,000	Rp23,000	Rp25,000
	8,10,12	Rp25,000	Rp27,000	Rp30,000	Rp32,000	Rp35,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

F. Biaya Pemasaran

Berikut ini adalah biaya pemasaran dan realisasi yang di tetapkan PD. Busana Murni Rizki dan realisasi pemasaran yang di keluarkan oleh PD. Busana Murni Rizki dalam 5 tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 7 Biaya dan Realisasi pemasaran produk kemeja alfoto dan celana jogger elin PD. Busana Murni Rizki
Periode 2011-2015

NO.	KETERANGAN	Tahun 2011		Tahun 2012		Tahun 2013	
		BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)	BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)	BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)
1	Gaji / Upah Bagian Pemasaran						
	a. Ka. Pemasaran	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp24,000,000	Rp24,000,000
	b. Driver	Rp10,000,000	Rp10,000,000	Rp10,000,000	Rp10,000,000	Rp12,000,000	Rp12,000,000
	c. Gaji Karyawan Pemasaran	Rp34,000,000	Rp34,000,000	Rp34,000,000	Rp34,000,000	Rp36,000,000	Rp36,000,000
	d. Biaya Makan Bag. Pemasaran	Rp5,000,000	Rp4,500,000	Rp5,000,000	Rp4,500,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000
	e. Biaya Kesehatan	Rp1,200,000	Rp1,000,000	Rp1,200,000	Rp1,000,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000
Subtotal		Rp68,200,000	Rp67,500,000	Rp68,200,000	Rp67,500,000	Rp79,500,000	Rp79,500,000
2	Biaya Distribusi (Biaya Operasional Kendaraan)						
	a. Bahan Bakar Minyak	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,500,000	Rp5,500,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000
	b. Service kendaraan	Rp2,000,000	Rp2,000,000	Rp2,500,000	Rp2,500,000	Rp2,800,000	Rp2,800,000
	c. Biaya pengiriman Jalur ekspedisi	Rp1,680,000	Rp1,680,000	Rp1,680,000	Rp1,680,000	Rp1,800,000	Rp1,800,000
Subtotal		Rp8,680,000	Rp8,680,000	Rp9,680,000	Rp9,680,000	Rp10,600,000	Rp10,600,000

3	Biaya Packaging						
	a. Plastic cover	Rp900,000	Rp900,000	Rp1,000,000	Rp900,000	Rp1,200,000	Rp1,100,000
	b. Karung	Rp900,000	Rp800,000	Rp1,000,000	Rp900,000	Rp1,200,000	Rp1,100,000
Subtotal		Rp1,800,000	Rp1,700,000	Rp2,000,000	Rp1,800,000	Rp2,400,000	Rp2,200,000
4	Biaya Promosi						
	a. Pulsa Internet	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp1,200,000	Rp1,200,000	Rp1,200,000	Rp1,200,000
	b. Brosur	Rp700,000	Rp700,000	Rp700,000	Rp700,000	Rp750,000	Rp750,000
	c. Kartu Nama	Rp250,000	Rp250,000	Rp250,000	Rp250,000	Rp300,000	Rp300,000
Subtotal		Rp1,950,000	Rp1,950,000	Rp2,150,000	Rp2,150,000	Rp2,250,000	Rp2,250,000
Total Biaya Pemasaran		Rp80,630,000	Rp79,830,000	Rp82,030,000	Rp81,130,000	Rp94,750,000	Rp94,550,000

NO.	KETERANGAN	Tahun 2014		Tahun 2015	
		BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)	BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)
1	Gaji / Upah Bagian Pemasaran				
	a. Ka. Pemasaran	Rp26,000,000	Rp26,000,000	Rp30,000,000	Rp30,000,000
	b. Driver	Rp13,000,000	Rp13,000,000	Rp14,000,000	Rp14,000,000
	c. Gaji Karyawan Pemasaran	Rp40,000,000	Rp40,000,000	Rp45,000,000	Rp45,000,000
	d. Biaya Makan Bag. Pemasaran	Rp6,550,000	Rp6,550,000	Rp8,000,000	Rp8,000,000
	e. Biaya Kesehatan	Rp1,700,000	Rp1,700,000	Rp2,000,000	Rp2,000,000
Subtotal		Rp87,250,000	Rp87,250,000	Rp99,000,000	Rp99,000,000

2	Biaya Distribusi (Biaya Operasional Kendaraan)				
	a. Bahan Bakar Minyak	Rp6,200,000	Rp6,200,000	Rp7,000,000	Rp7,000,000
	b. Service kendaraan	Rp3,000,000	Rp3,000,000	Rp3,500,000	Rp3,500,000
	c. Biaya pengiriman Jalur ekspedisi	Rp1,800,000	Rp1,800,000	Rp1,920,000	Rp1,920,000
Subtotal		Rp11,000,000	Rp11,000,000	Rp12,420,000	Rp12,420,000
3	Biaya Packaging				
	a. Plastic cover	Rp1,200,000	Rp1,150,000	Rp1,300,000	Rp1,200,000
	b. Karung	Rp1,200,000	Rp1,000,000	Rp1,250,000	Rp1,100,000
Subtotal		Rp2,400,000	Rp2,150,000	Rp2,550,000	Rp2,300,000
4	Biaya Promosi				
	a. Pulsa Internet	Rp1,200,000	Rp1,000,000	Rp1,200,000	Rp1,200,000
	b. Brosur	Rp800,000	Rp800,000	Rp900,000	Rp900,000
	c. Kartu Nama	Rp300,000	Rp300,000	Rp400,000	Rp400,000
Subtotal		Rp2,300,000	Rp2,100,000	Rp2,500,000	Rp2,500,000
Total Biaya Pemasaran		Rp102,950,000	Rp102,500,000	Rp116,470,000	Rp116,220,000

Sumber : Data diolah

4.1.3 Aspek Keuangan

A. Biaya Investasi

1. Investasi Jangka Pendek

Investasi dalam trading securities dilaporkan neraca sebagai aktiva lancar (investasi jangka pendek. Trading securities lebih bersifat lancar dibandingkan dengan available for sale securities.

2. Investasi Jangka Panjang

Investasi yang dimiliki untuk tujuan jangka panjang akan dilaporkan neraca dengan judul investasi. Sekuritas utang (obligasi) dan sekuritas ekuitas (saham) yang dibeli oleh perusahaan dengan maksud bukan untuk di jual dalam waktu setahun mendatang akan di klasifikasikan sebagai investasi jangka panjang. Dalam beberapa kasus, perusahaan juga dapat melakukan investasi jangka panjang dalam bentuk aktiva tetap, seperti tanah yang dibeli oleh perusahaan dengan maksud bukan untuk digunakan dalam kegiatan operasi bisnis perusahaan, melainkan untuk tujuan spekulasi (Investasi).

Pada saat mendirikan PD. Busana Murni Rizki, modal yang digunakan serta dikeluarkan berasal modal pribadi (modal sendiri) yang besarnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 8 Biaya Investasi

No	Jenis Investasi	Keterangan	Nilai (Rp)
1	Aktiva Berwujud		
	- Tanah	100 m2	Rp50,000,000
	- Bangunan	80 m2	Rp90,000,000
	Total Tanah & Bangunan		Rp140,000,000
	Mesin		

	- Mesin Obras	1 Unit	Rp5,000,000
	- Mesin Jahit	2 Unit	Rp5,000,000
	- Mesin Pasang Kancing	1 Unit	Rp10,000,000
	- Mesin Lubang Kancing	1 Unit	Rp15,000,000
	- Meja gelar	1 Unit	Rp1,000,000
	- Mesin cutting	2 Unit	Rp3,500,000
	- Strika Uap	1 Unit	Rp9,000,000
	- Strika Listrik	1 Unit	Rp500,000
	Total Mesin	10 Unit	Rp49,000,000
	Peralatan		
	- Tag Gun	2 Unit	Rp120,000
	- Gunting	2 Unit	Rp20,000
	- Waist ruler	2 Unit	Rp70,000
	- Pensil Warna	1 set	Rp15,000
	- Cetakan Pola	20 Unit	Rp150,000
	- Lakban	3 Unit	Rp25,000
	Total Peralatan	30 Unit	Rp400,000
	Inventaris Kantor		
	- Meja	1 Unit	Rp500,000
	- Kursi	1 Unit	Rp250,000
	- Lemari Berkas	1 Unit	Rp500,000
	- Sofa + Meja	1 Set	Rp2,500,000
	-PC Komputer	1 Unit	Rp5,000,000
	-Galon	1 Unit	Rp50,000
	- Dispenser	1 Unit	Rp150,000
	- Stempel PD. Busana Murni Rizki	1 Unit	Rp70,000
	- Printer	1 Unit	Rp2,500,000
	- AC	1 Unit	Rp2,300,000
	Total Inventaris Kantor	10 Unit	Rp13,820,000
	Kendaraan		

	- Motor	2 Unit	Rp32,000,000
	- Mobil	1 Unit	Rp110,000,000
2	Total Kendaraan		Rp142,000,000
	Total Aktiva Berwujud		Rp345,219,000
	Aktiva Tak Berwujud		
	- SIUP	Berkas	Rp2,000,000
	-TDP	Berkas	Rp2,000,000
	Total Aktiva Tak Berwujud		Rp4,000,000
	Total Aktiva		Rp552,439,000

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

Setelah dibahas pada bab sebelumnya, tanah memiliki usia yang tidak terbatas dan dengan demikian mampu memberikan manfaat yang tidak terbatas . sementara itu asset tetap lainnya seperti peralatan, bangunan, dan pengembangan tanah (land improvement) akan kehilangan kemampuan mereka seiring dengan berlalunya waktu , untuk menyediakan manfaat kepada perusahaan. Karenanya, biaya peralatan, bangunan, dan pengembangan tanah harus di transfer ke akun beban dengan cara yang sistematis sepanjang umur manfaatnya. Transfer periodic ini, dari biaya ke beban dinamakan dengan penyusutan atau depresiasi (*Carl S. Warren, James M. Reeve, & Philip E. Fess, "Pengantar akuntansi" , 2008:443*) . Metode yang di gunakan untuk menghitung penyusutan adalah metode saldo menurun dengan rumus :

$$\frac{\text{Nilai Buku Awal Tahun}}{\text{Tarif Penyusutan (Depresiasi)}} = \text{Biaya Penyusutan (depresiasi)}$$

Berikut adalah tabel penyusutan yang dibuat oleh PD. Busana Murni Rizki :

Tabel 4. 9 Biaya Penyusutan PD. Busana Murni Rizki Periode 2011-2015

Penyusutan Mesin

Tahun	Harga Beli	Akumulasi Penyusutan Awal Tahun	Nilai Buku Awal Tahun	Tarif	Penyusutan Tahunan	Nilai Buku Akhir Tahun
2010	Rp49,000,000		Rp49,000,000	20%	Rp9,800,000	Rp39,200,000
2011	Rp49,000,000	Rp9,800,000	Rp39,200,000	20%	Rp7,840,000	Rp31,360,000
2012	Rp49,000,000	Rp7,840,000	Rp31,360,000	20%	Rp6,272,000	Rp25,088,000
2013	Rp49,000,000	Rp6,272,000	Rp25,088,000	20%	Rp5,017,600	Rp20,070,400
2014	Rp49,000,000	Rp5,017,600	Rp20,070,400	20%	Rp4,014,080	Rp16,056,320
2015	Rp49,000,000	Rp4,014,080	Rp16,056,320	20%	Rp3,211,264	Rp12,845,056
2016	Rp49,000,000	Rp3,211,264	Rp12,845,056	20%	Rp2,569,011	Rp10,276,045
2017	Rp49,000,000	Rp2,569,011	Rp10,276,045	20%	Rp2,055,209	Rp8,220,836
2018	Rp49,000,000	Rp2,055,209	Rp8,220,836	20%	Rp1,644,167	Rp6,576,669
2019	Rp49,000,000	Rp1,644,167	Rp6,576,669	20%	Rp6,576,669	Rp0

Penyusutan Inventaris Kantor

Tahun	Harga Beli	Akumulasi Penyusutan Awal Tahun	Nilai Buku Awal Tahun	Tarif	Penyusutan Tahunan	Nilai Buku Akhir Tahun
2011	Rp13,820,000		Rp13,820,000	40%	Rp5,528,000	Rp8,292,000
2012	Rp13,820,000	Rp5,528,000	Rp8,292,000	40%	Rp3,316,800	Rp4,975,200
2013	Rp13,820,000	Rp3,316,800	Rp4,975,200	40%	Rp1,990,080	Rp2,985,120
2014	Rp13,820,000	Rp1,990,080	Rp2,985,120	40%	Rp1,194,048	Rp1,791,072
2015	Rp13,820,000	Rp1,194,048	Rp1,791,072	40%	Rp716,429	Rp1,791,072

Penyusutan Kendaraan

Tahun	Harga Beli	Akumulasi Penyusutan Awal Tahun	Nilai Buku Awal Tahun	Tarif	Penyusutan Tahunan	Nilai Buku Akhir Tahun
2011	Rp142,000,000		Rp142,000,000	20%	Rp28,400,000	Rp113,600,000
2012	Rp142,000,000	Rp28,400,000	Rp113,600,000	20%	Rp22,720,000	Rp90,880,000
2013	Rp142,000,000	Rp22,720,000	Rp90,880,000	20%	Rp18,176,000	Rp72,704,000
2014	Rp142,000,000	Rp18,176,000	Rp72,704,000	20%	Rp14,540,800	Rp58,163,200
2015	Rp142,000,000	Rp14,540,800	Rp58,163,200	20%	Rp11,632,640	Rp46,530,560
2016	Rp142,000,000	Rp11,632,640	Rp46,530,560	20%	Rp9,306,112	Rp37,224,448
2017	Rp142,000,000	Rp9,306,112	Rp37,224,448	20%	Rp7,444,890	Rp29,779,558
2018	Rp142,000,000	Rp7,444,890	Rp29,779,558	20%	Rp5,955,912	Rp23,823,647
2019	Rp142,000,000	Rp5,955,912	Rp23,823,647	20%	Rp4,764,729	Rp19,058,917
2020	Rp142,000,000	Rp4,764,729	Rp19,058,917	20%	Rp19,058,917	Rp0

Penyusutan Bangunan

Tahun	Harga Beli	Akumulasi Penyusutan Awal Tahun	Nilai Buku Awal Tahun	Tarif	Penyusutan Tahunan	Nilai Buku Akhir Tahun
1999	Rp90,000,000		Rp90,000,000	10%	Rp9,000,000	Rp81,000,000
2000	Rp90,000,000	Rp9,000,000	Rp81,000,000	10%	Rp8,100,000	Rp72,900,000
2001	Rp90,000,000	Rp8,100,000	Rp72,900,000	10%	Rp7,290,000	Rp65,610,000
2002	Rp90,000,000	Rp7,290,000	Rp65,610,000	10%	Rp6,561,000	Rp59,049,000
2003	Rp90,000,000	Rp6,561,000	Rp59,049,000	10%	Rp5,904,900	Rp53,144,100
2004	Rp90,000,000	Rp5,904,900	Rp53,144,100	10%	Rp5,314,410	Rp47,829,690
2005	Rp90,000,000	Rp5,314,410	Rp47,829,690	10%	Rp4,782,969	Rp43,046,721
2006	Rp90,000,000	Rp4,782,969	Rp43,046,721	10%	Rp4,304,672	Rp38,742,049
2007	Rp90,000,000	Rp4,304,672	Rp38,742,049	10%	Rp3,874,205	Rp34,867,844
2008	Rp90,000,000	Rp3,874,205	Rp34,867,844	10%	Rp3,486,784	Rp31,381,060
2009	Rp90,000,000	Rp3,486,784	Rp31,381,060	10%	Rp3,138,106	Rp28,242,954
2010	Rp90,000,000	Rp3,138,106	Rp28,242,954	10%	Rp2,824,295	Rp25,418,658
2011	Rp90,000,000	Rp2,824,295	Rp25,418,658	10%	Rp2,541,866	Rp22,876,792
2012	Rp90,000,000	Rp2,541,866	Rp22,876,792	10%	Rp2,287,679	Rp20,589,113
2013	Rp90,000,000	Rp2,287,679	Rp20,589,113	10%	Rp2,058,911	Rp18,530,202
2014	Rp90,000,000	Rp2,058,911	Rp18,530,202	10%	Rp1,853,020	Rp16,677,182
2015	Rp90,000,000	Rp1,853,020	Rp16,677,182	10%	Rp1,667,718	Rp15,009,464
2016	Rp90,000,000	Rp1,667,718	Rp15,009,464	10%	Rp1,500,946	Rp13,508,517
2017	Rp90,000,000	Rp1,500,946	Rp13,508,517	10%	Rp1,350,852	Rp12,157,665
2018	Rp90,000,000	Rp1,350,852	Rp12,157,665	10%	Rp0	Rp0

Penyusutan Peralatan

Tahun	Harga Beli	Akumulasi Penyusutan Awal Tahun	Nilai Buku Awal Tahun	Tarif	Penyusutan Tahunan	Nilai Buku Akhir Tahun
2011	Rp400,000		Rp400,000	40%	Rp160,000	Rp240,000
2012	Rp400,000	Rp160,000	Rp240,000	40%	Rp96,000	Rp144,000
2013	Rp400,000	Rp96,000	Rp144,000	40%	Rp57,600	Rp86,400
2014	Rp400,000	Rp57,600	Rp86,400	40%	Rp34,560	Rp51,840
2015	Rp400,000	Rp34,560	Rp51,840	40%	Rp20,736	Rp31,104

Penyusutan Perizinan

Tahun	Harga Beli	Akumulasi Penyusutan Awal Tahun	Nilai Buku Awal Tahun	Tarif	Penyusutan Tahunan	Nilai Buku Akhir Tahun
2011	Rp4,000,000		Rp4,000,000	40%	Rp1,600,000	Rp2,400,000
2012	Rp4,000,000	Rp1,600,000	Rp2,400,000	40%	Rp960,000	Rp1,440,000
2013	Rp4,000,000	Rp960,000	Rp1,440,000	40%	Rp576,000	Rp864,000
2014	Rp4,000,000	Rp576,000	Rp864,000	40%	Rp345,600	Rp518,400
2015	Rp4,000,000	Rp345,600	Rp518,400	40%	Rp207,360	Rp311,040

Sumber : Data diolah

B. Laporan Keuangan

Menurut (*Carl S. Warren, James M. Reeve, & Philip E. Fess, “Pengantar akuntansi”*, 2008:24) , setelah transaksi di catat dan diikhtisarkan, maka disiapkan laporan bagi pemakai. Laporan akuntansi yang menghasilkan informasi demikian disebut Laporan Keuangan.

Seluruh laporan keuangan harus diidentifikasi dengan nama perusahaan, jenis laporan, dan tanggal atau periode waktu laporan tersebut.

Menurut Hery dalam bukunya “*Mengenal dan Memahami Laporan Keuangan Hal: 18 Tahun 2012*” mengatakan bahwa, Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Tujuan khusus laporan keuangan adalah menyajikan secara wajar dan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku secara umum mengenai posisi keuangan, hasil usaha dan perubahan lain dalam posisi keuangan.

Urutan laporan keuangan berdasarkan proses penyajiannya adalah sebagai berikut :

a) Laporan laba rugi

Merupakan laporan yang sistematis tentang pendapatan dan beban perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan laba rugi ini akhirnya memuat informasi mengenai hasil usaha perusahaan, yaitu laba/rugi bersih yang merupakan hasil dari pendapatan dikurangi beban.

b) Laporan ekuitas pemilik / Laporan perubahan modal

Adalah sebuah laporan yang menyajikan ikhtisar perubahan dalam ekuitas pemilik suatu perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Ekuitas pemilik akan bertambah dengan adanya investasi dan laba bersih, sebaliknya ekuitas pemilik akan berkurang dengan adanya prive dan rugi bersih.

c) Neraca

Adalah sebuah laporan yang sistematis tentang posisi aktiva, kewajiban dan ekuitas perusahaan per tanggal tertentu. Tujuan neraca adalah untuk menggambarkan posisi keuangan perusahaan.

d) Laporan arus kas

Adalah sebuah laporan yang menggambarkan arus kas masuk dan arus kas keluar secara terperinci dari masing-masing aktivitas, yaitu mulai dari aktivitas operasi, aktivitas investasi, sampai pada aktivitas pendanaan untuk satu periode tertentu. Laporan arus kas menunjukkan besarnya kenaikan/penurunan bersih kas dari seluruh aktivitas selama periode berjalan serta saldo kas yang dimiliki perusahaan sampai dengan akhir periode.

e) Catatan atas laporan keuangan

catatan atas laporan keuangan merupakan laporan yang dibuat berkaitan dengan laporan yang disajikan. Laporan ini memberikan informasi tentang penjelasan yang dianggap perlu atas laporan keuangan yang ada sehingga menjadi jelas sebab penyebabnya. Tujuannya adalah agar pengguna laporan keuangan dapat memahami jelas data yang disajikan.

Tabel 4. 10 HPP Periode 2011-2015

No	Rincian	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
A. Pemakaian Bahan Baku						
1	Persediaan Awal Bahan Baku	Rp10,000,000	Rp10,500,000	Rp11,500,000	Rp12,500,000	Rp13,000,000
2	Pembelian Bahan Baku	Rp92,500,000	Rp92,500,000	Rp98,750,000	Rp100,000,000	Rp111,000,000
3	Persediaan Bahan Baku Siap Pakai (1+2)	Rp102,500,000	Rp103,000,000	Rp110,250,000	Rp112,500,000	Rp124,000,000
4	Persediaan Akhir Bahan Baku	Rp10,500,000	Rp11,500,000	Rp12,500,000	Rp13,000,000	Rp9,820,000
5	Total Pemakaian Bahan Baku (3-4)	Rp92,000,000	Rp91,500,000	Rp97,750,000	Rp99,500,000	Rp114,180,000
B. Biaya Produksi						
6	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp20,000,000	Rp22,000,000	Rp24,000,000
7	Biaya Overhead Pabrik					
	1. Biaya Listrik	Rp15,000,000	Rp14,500,000	Rp15,750,000	Rp16,550,000	Rp16,500,000
	2. Biaya Telepon	Rp900,000	Rp1,000,000	Rp1,150,000	Rp1,400,000	Rp8,000,000
	3. Biaya Air	Rp7,000,000	Rp7,500,000	Rp7,500,000	Rp8,000,000	Rp1,450,000
	4. Biaya Peny. Mesin & Peralatan	Rp8,000,000	Rp6,368,000	Rp5,075,000	Rp4,048,000	Rp3,232,000
	5. Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	Rp700,000	Rp600,000	Rp750,000	Rp900,000	Rp850,000
	6. Biaya Bahan Penolong	Rp28,500,000	Rp25,650,000	Rp30,000,000	Rp17,000,000	Rp33,250,000

Total BOP		Rp60,100,000	Rp55,618,000	Rp60,225,000	Rp47,898,000	Rp63,282,000
8	Harga Pokok Produksi (5+6+7)	Rp170,100,000	Rp165,118,000	Rp177,975,000	Rp169,398,000	Rp201,462,000
C. Harga Pokok Penjualan						
9	Persediaan Awal Bahan Jadi	Rp8,000,000	Rp8,520,000	Rp9,250,000	Rp9,550,000	Rp10,150,000
10	Barang Jadi Siap Dijual (8+9)	Rp178,100,000	Rp173,638,000	Rp187,225,000	Rp178,948,000	Rp211,612,000
11	Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp7,500,000	Rp8,250,000	Rp8,570,000	Rp9,000,000	Rp9,550,000
12	Total Harga Pokok Penjualan (10-11)	Rp170,600,000	Rp165,388,000	Rp178,655,000	Rp169,948,000	Rp202,062,000

Sumber : Data diolah

Penjelasan :

Dalam Buku Akuntansi Biaya (Bastian Rustami & Nurlela, 2009 : 49) :

- a. Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu.
- b. Harga pokok penjualan adalah harga pokok produk yang sudah terjual dalam periode waktu penjualan yang di peroleh dengan menambahkan harga pokok produksi dengan persediaan produk selesai awal dan mengurangi persediaan produk selesai akhir. Harga pokok penjualan juga terikat pada periode waktu tertentu.

Tabel 4. 11 Lap. Laba Rugi Periode 2011-2015

Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
A. PENJUALAN	Rp390,540,000	Rp445,354,000	Rp459,898,000	Rp509,026,000	Rp595,705,000
B. HARGA POKOK PENJUALAN	Rp170,600,000	Rp165,388,000	Rp178,655,000	Rp169,948,000	Rp202,062,000
C LABA KOTOR (A-B)	Rp219,940,000	Rp279,966,000	Rp281,243,000	Rp339,078,000	Rp393,643,000
D. BIAYA USAHA :					
1. Biaya Promosi	Rp1,950,000	Rp2,150,000	Rp2,250,000	Rp21,000,000	Rp2,500,000
2. Biaya Distribusi	Rp8,680,000	Rp9,680,000	Rp10,600,000	Rp11,000,000	Rp12,420,000
3. Biaya Packaging	Rp1,700,000	Rp1,800,000	Rp2,200,000	Rp2,150,000	Rp2,300,000
4. Biaya Peny. Inventaris Kantor	Rp5,528,000	Rp3,316,800	Rp1,990,080	Rp1,194,048	Rp716,429
5. Biaya Peny. Perizinan	Rp1,600,000	Rp960,000	Rp576,000	Rp345,600	Rp207,360
6. Biaya Gaji:					
-Ka. Pemasaran	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp24,000,000	Rp26,000,000	Rp30,000,000
-Driver	Rp10,000,000	Rp10,000,000	Rp12,000,000	Rp13,000,000	Rp14,000,000
-karyawan Pemasaran	Rp34,000,000	Rp34,000,000	Rp36,000,000	Rp40,000,000	Rp45,000,000
- Ka. Produksi	Rp24,000,000	Rp24,000,000	Rp25,000,000	Rp27,000,000	Rp30,000,000
-Karyawan produksi	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp20,000,000	Rp22,000,000	Rp24,000,000
Total Biaya Usaha	Rp123,458,000	Rp121,906,800	Rp134,616,080	Rp163,689,648	Rp161,143,789
E. LABA SEBELUM PAJAK (C-D)	Rp96,482,000	Rp158,059,200	Rp146,626,920	Rp175,388,352	Rp232,499,211
F. PAJAK (12,5%)	Rp12,060,250	Rp19,757,400	Rp18,328,365	Rp21,923,544	Rp29,062,401
G. LABA SETELAH PAJAK (E-F)	Rp84,421,750	Rp138,301,800	Rp128,298,555	Rp153,464,808	Rp203,436,810

Sumber : Data diolah

Penjelasan :

Laporan Laba Rugi melaporkan pendapatan dan beban selama periode waktu tertentu berdasarkan Konsep penandingan atau matching concept (*Carl S. Warren, James M. Reeve, & Philip E. Fess, “Pengantar akuntansi” , 2008:24*) . Laporan Laba Rugi dalam buku “ mengenal dan memahami laporan keuangan “ (Hery,2012 : 84) adalah laporan yang menyajikan ukuran keberhasilan operasi perusahaan selama periode waktu tertentu. Lewat laporan laba rugi ini, investor dapat mengetahui besarnya tingkat profitabilitas yang dihasilkan investee. Lewat laporan laba rugi, kreditor juga dapat mempertimbangkan kelayakan kredit debitur.

Tabel 4. 12 Lap. Perubahan Modal PD. Busana Murni Rizki periode 2011-2015

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Modal Awal	Rp362,756,352	Rp397,178,102	Rp455,608,180	Rp386,255,702	Rp483,985,380
Penambahan:					
Laba Setelah Pajak	Rp84,421,750	Rp138,301,800	Rp128,298,555	Rp153,464,808	Rp203,436,810
Modal Setelah Penambahan	Rp447,178,102	Rp535,479,902	Rp583,906,735	Rp539,720,510	Rp687,422,190
Pengurangan :					
Prive	Rp50,000,000	Rp79,871,722	Rp197,651,033	Rp55,735,130	Rp227,384,709
Modal Akhir	Rp397,178,102	Rp455,608,180	Rp386,255,702	Rp483,985,380	Rp460,037,481

Sumber : Data diolah

Penjelasan :

Laporan ekuitas pemilik / perubahan modal (*Carl S. Warren, James M. Reeve, & Philip E. Fess, "Pengantar akuntansi" , 2008:24*) melaporkan perubahan ekuitas pemilik selama jangka waktu tertentu. Laporan tersebut dibuat setelah laporan laba rugi, karena laba bersih / rugi bersih periode berjalan harus dilaporkan dalam laporan ini. Laporan perubahan modal dalam buku " mengenal dan memahami laporan keuangan " (Hery,2012 : 19) adalah sebuah laporan yang menyajikan ikhtisar perubahan dalam ekuitas pemilik suatu perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Ekuitas pemilik akan bertambah dengan adanya investasi dan laba bersih, sebaliknya ekuitas pemilik akan berkurang dengan adanya prive dan rugi bersih.

Tabel 4. 13 Lap. Neraca Periode 2011-2015

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Aktiva					
	Aktiva Lancar					
	- kas	Rp34,421,750	Rp103,880,050	Rp24,418,505	Rp129,046,303	Rp74,390,507
	- Piutang	Rp15,000,000	Rp13,500,000	Rp14,000,000	Rp14,600,000	Rp12,500,000
	- Persediaan bahan baku	Rp10,500,000	Rp11,500,000	Rp12,500,000	Rp13,000,000	Rp9,820,000
	- Persediaan barang jadi & setengah jadi	Rp7,500,000	Rp8,250,000	Rp8,570,000	Rp9,000,000	Rp9,550,000
	Jumlah Aktiva Lancar	Rp67,421,750	Rp137,130,050	Rp59,488,505	Rp165,646,303	Rp106,260,507
	Aktiva Tetap					
	- Tanah dan Bangunan	Rp140,000,000	Rp140,000,000	Rp140,000,000	Rp140,000,000	Rp140,000,000
	- Mesin	Rp49,000,000	Rp49,000,000	Rp49,000,000	Rp49,000,000	Rp49,000,000
	- Peralatan	Rp400,000	Rp400,000	Rp400,000	Rp400,000	Rp400,000
	- Inventaris	Rp13,820,000	Rp13,820,000	Rp13,820,000	Rp13,820,000	Rp13,820,000
	- Kendaraan	Rp142,000,000	Rp142,000,000	Rp142,000,000	Rp142,000,000	Rp142,000,000
	- Perizinan	Rp4,000,000	Rp4,000,000	Rp4,000,000	Rp4,000,000	Rp4,000,000
	Subtotal	Rp349,220,000	Rp349,220,000	Rp349,220,000	Rp349,220,000	Rp349,220,000
	Akumulasi Penyusutan	Rp46,069,866	Rp35,652,479	Rp27,876,191	Rp21,982,108	Rp17,456,147
	Jumlah Aktiva Tetap	Rp303,150,134	Rp313,567,521	Rp321,343,809	Rp327,237,892	Rp331,763,853
	Total Aktiva	Rp370,571,884	Rp450,697,571	Rp380,832,314	Rp492,884,195	Rp438,024,360

2	Pasiva					
	Hutang Lancar					
	Hutang Bank	-	-	-	-	-
	Jumlah Hutang	-	-	-	-	-
	Modal	Rp370,571,884	Rp450,697,571	Rp380,832,314	Rp492,884,195	Rp438,024,360
	Jumlah Pasiva	Rp370,571,884	Rp450,697,571	Rp380,832,314	Rp492,884,195	Rp438,024,360

Sumber : Data diolah

Penjelasan :

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

Tabel 4. 14 Lap. Arus Kas Periode 2011-2015

No.	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Arus Kas Masuk	Rp390,540,000	Rp445,354,000	Rp459,898,000	Rp509,026,000	Rp595,705,000
	Total Arus Kas Masuk	Rp390,540,000	Rp445,354,000	Rp459,898,000	Rp509,026,000	Rp595,705,000
2	Arus Kas Keluar					
	- Harga Pokok Penjualan	Rp170,600,000	Rp165,388,000	Rp178,655,000	Rp169,948,000	Rp202,062,000
	- Biaya Usaha	Rp123,458,000	Rp121,906,800	Rp134,616,080	Rp163,689,648	Rp161,143,789
	- Pajak (12,5%)	Rp12,060,250	Rp19,757,400	Rp18,328,365	Rp21,923,544	Rp29,062,401
	Total Arus Kas Keluar	Rp306,118,250	Rp307,052,200	Rp331,599,445	Rp355,561,192	Rp392,268,190
3	Selisih Kas (1 - 2)	Rp84,421,750	Rp138,301,800	Rp128,298,555	Rp153,464,808	Rp203,436,810
4	Selisih Kas Awal	Rp50,000,000	Rp34,421,750	Rp103,880,050	Rp24,418,505	Rp129,046,303
	Saldo Kas Akhir (3-4)	Rp34,421,750	Rp103,880,050	Rp24,418,505	Rp129,046,303	Rp74,390,507

Sumber : Data diolah

Penjelasan :

Laporan Arus kas merupakan suatu laporan yang menyediakan informasi mengenai penerima kas dan pengeluaran kas oleh suatu entitas selama periode tertentu. Laporan arus kas adalah bagian dari laporan keuangan yang melaporkan penerimaan kas dan pengeluaran kas. Manfaat dari laporan arus kas ini adalah untuk menyediakan informasi yang relevan tentang penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan selama satu periode, serta untuk membantu investor, kreditur dan pihak lain yang berkepentingan dalam menganalisa kas (Kleso dan Wey Grandt, 1995 : 247).

4.1.4 Aspek Produksi

Produksi (*Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga, hal : 280 Tahun 2010*) adalah pengubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen. Hasil itu dapat berupa barang ataupun jasa. Dalam artian tersebut, produksi merupakan konsep yang lebih luas daripada pengolahan (manufaktur) karena pengolahan ini hanyalah sebagai bentuk khusus dari produksi. Jadi, dengan cara ini pedagang besar, pengecer, dan lembaga-lembaga yang menyediakan jasa juga berkepentingan didalam produksi.

A. Klasifikasi Produk

1. Kemeja

Kemeja adalah sebuah baju yang biasanya di kenakan oleh kaum pria. Pada umumnya kemeja menutupi bagian lengan, dada, bahu, berkerah, dan menutupi tubuh sampai perut. Kemeja terbuat dari bahan katun, linen maupun lainnya. Kerah dalam kemeja biasanya di beri kancing depan.



Gambar 4. 7 Kemeja Alfido

2. Celana

Merupakan pakaian luar yang menutup pinggang sampai mata kaki, kadang-kadang hanya sampai lutut, yang membungkus batang kaki secara terpisah.

Ada dua kategori umum dari Celana:

- Celana pendek (dengan ukuran dari pinggang sampai lutut atau kurang)
- Celana panjang (dengan ukuran dari pinggang sampai tumit)



Gambar 4. 8 Celana Jogger Elin

B. Alur Proses Produksi

Dalam buku “ *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga, hal : 282 Tahun 2010*

“, Berdasarkan sifatnya, proses produksi dapat dibedakan menjadi 4 macam, yaitu:

a) Proses ekstraktif

Adalah suatu proses produksi yang mengambil bahan-bahan langsung dari alam. Contoh, proses penambangan batu bara, bijih besi, pengeboran minyak, dsb.

b) Proses analitik

Adalah suatu proses pemisahan dari suatu bahan menjadi beberapa macam barang yang hampir menyerupai bentuk/jenis aslinya. Contoh, penyulingan minyak.

c) Proses fabrikasi

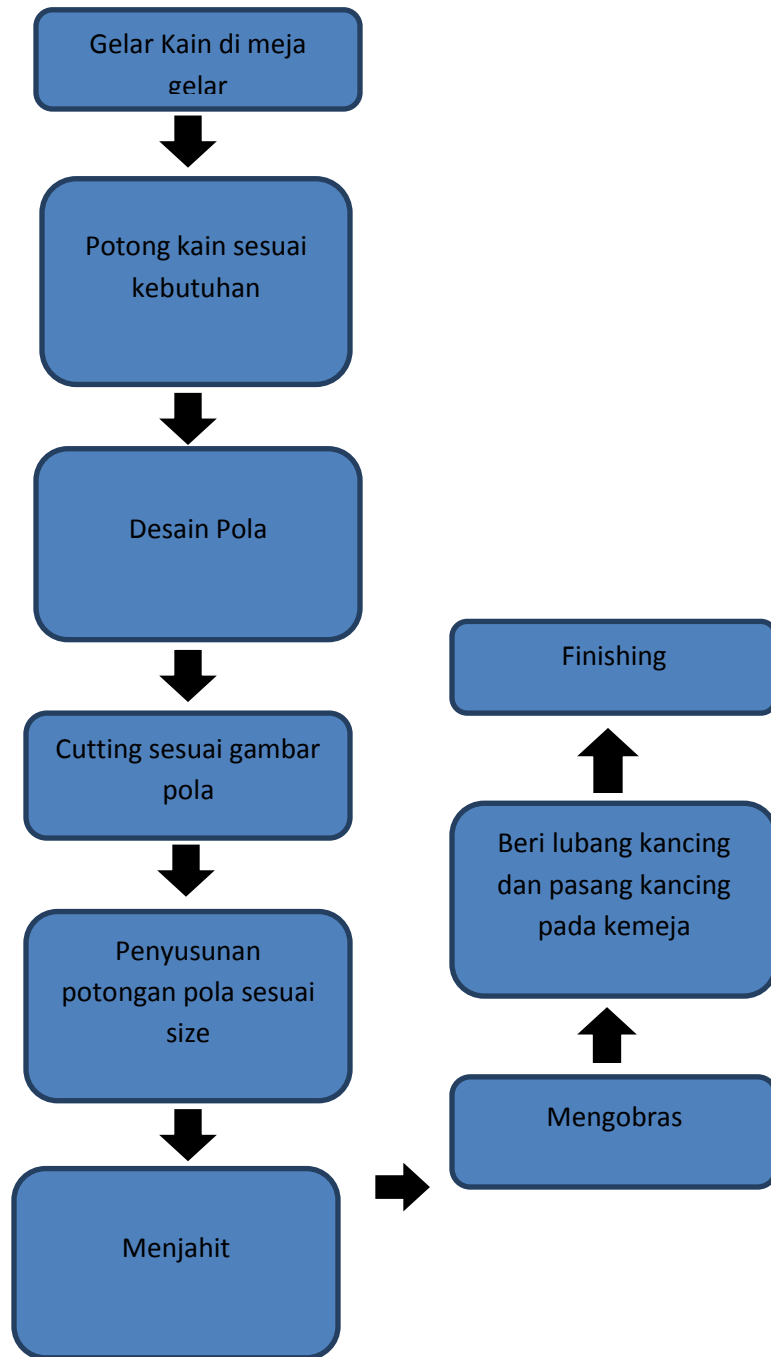
Kadang-kadang disebut juga proses perubahan, adalah suatu proses yang mengubah suatu bahan menjadi beberapa bentuk. Perubahan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan mesin, gergaji, pengepres, dan sebagainya. Contoh, proses pembuatan pakaian, sepatu, jenis mebel tertentu dan sebagainya.

d) Proses sintetik

Proses ini menunjukkan metode pengkombinasian beberapa bahan ke dalam bentuk produk.

Berikut ini adalah alur proses produksi Kemeja Alfido dan Celana Elin pada PD.

Busana Murni Rizki :



Gambar 4. 9 Alur Proses Produksi

Berdasarkan gambar alur produksi diatas, dapat dijelaskan alur produksi tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Gelar kain di meja

Untuk memulai proses produksi kemeja / celana,bahan kain yang akan digunakan di gelar terlebih dahulu di meja gelar sebelum di gambar pola.

Proses Gelar kain



2. Potong kain sesuai kebutuhan

Setelah kain di gelar kemudian kain di potong sesuai kebutuhan produksi menggunakan mesin potong yang ada di meja gelar.

Proses Potong kain



3. Desain gambar pola

Setelah kain di potong kemudian gambar pola mengikuti cetakan yang sudah di buat berdasarkan size di kain yang akan di olah / di jadikan produk pakaian / celana.

Desain gambar pola



4. Cutting gambar pola

Setelah gambar pola sudah jadi, maka potong kain mengikuti gambar pola tersebut. Dalam proses ini pemotong harus hati-hati dan sabar supaya potongannya sesuai dengan gambar pola.

Proses Cutting gambar pola



5. Penyusunan

Susun potongan kain yang sudah berbentuk seperti gambar pola sesuai size cetakan pola kemudian di berikan nomor seri berdasarkan size.

Penyusunan



6. Menjahit

Dalam proses ini, potongan kain yang sudah di susun kemudian di gabungkan dengan cara di jahit. Untuk celana di pasang karet pinggang dan untuk kemeja di pasang kerah dalam proses ini.

Proses jahit



7. Mengobras

Agar jahitan tambah rapih, kemeja atau celana kemudian di obras.

Proses obras



8. Beri lubang kancing dan pasang kancing

Untuk kemeja, beri lubang kancing dan pasang kancing

Proses Pasang kancing



Proses membuat lubang kancing



9. Finishing

Tahap finishing yaitu Membersihkan sisa benang jahit yang masih melekat di celana atau kemeja, menyetrika kemeja / celana yang sudah jadi, dan memasang brand merk produk, packing produk kemeja / celana yang sudah jadi ke dalam plastik untuk di jual (per 1 plastik ada 3 size yang berbeda setiap celana/kemeja).

Finishing



C. Mesin dan Peralatan

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

Berikut ini adalah mesin produksi yang digunakan oleh PD. Busana Murni Rizki adalah :

1. Meja Gelar + Mesin Potong Kain

Meja gelar ini sudah di lengkapi dengan mesin pemotong kain yang fungsinya tempat untuk menggambar pola dan memotong kain sesuai kebutuhan yang akan di produksi.

Meja Gelar & Mesin Potong Kain



2. Mesin cutting desain pola

Mesin ini berfungsi untuk memotong hasil gambar pola yang sudah di gambar.

Mesin Potong Pola Kain



3. Mesin jahit

Mesin jahit adalah mesin yang digunakan untuk menggabungkan potongan-potongan kain yang sudah di bentuk pola.

Mesin Jahit



4. Mesin Obras

Mesin obras adalah mesin yang digunakan untuk merapikan hasil jahitan supaya lebih kuat.

Mesin Obras



5. Mesin Pasang kancing

Mesin pasang kancing ini digunakan untuk memasang kancing pada kemeja.

Mesin Pasang Kancing



6. Mesin lubang kancing

Mesin ini berfungsi untuk membuat lubang kancing pada kemeja.

Mesin Lubang Kancing



Tabel 4. 15 Daftar Nama Mesin dalam Proses Produksi

No.	Nama Mesin	Jumlah
1	Meja Gelar + Mesin potong	1
2	Mesin Potong Pola	1
3	Mesin Jahit	2
4	Mesin Obras	1
5	Strika Uap	1
6	Strika Listrik	1
7	Mesin Lubang Kancing	1
8	Mesin Pasang Kancing	1

Sumber : Wawancara

Tabel 4. 16 Peralatan yang digunakan dalam Proses Produksi

No.	Nama Peralatan	Jumlah	Fungsi
1	Tag Gun	2	untuk memasang harga / merk
2	Gunting	2	memotong benang / membersihkan benang yang masih menempel
3	waist ruler	2	mengukur size produk yang akan di produksi
4	Pensil Berwarna	1 set (12 warna)	untuk menggambar pola
5	Cetakan Pola		
	Kemeja	14 Pasang	sebagai standar patokan desain pola
	Celana	6 Pasang	
7	Lakban	3	untuk merekatkan kemasan produk

Sumber : Wawancara

D. Biaya Produksi Produk Kemeja Alfido & Celana Jogger Elin PD. Busana Murni Rizki

Tabel 4. 17 Biaya dan Realisasi Produksi Produk Kemeja Alfido & Celana Jogger Elin PD. Busana Murni Rizki Periode

2011-2015

NO.	KETERANGAN	Tahun 2011		Tahun 2012		Tahun 2013	
		BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)	BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)	BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)
1	Biaya Gaji Bagian Produksi						
	a. Gaji Kepala Produksi	Rp24,000,000	Rp24,000,000	Rp24,000,000	Rp24,000,000	Rp25,000,000	Rp25,000,000
	b. Gaji Karyawan Produksi	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp20,000,000	Rp20,000,000
	c. Biaya Makan Bag. Produksi	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000	Rp5,000,000
Total		Rp47,000,000	Rp47,000,000	Rp47,000,000	Rp47,000,000	Rp50,000,000	Rp50,000,000
2	Biaya Bahan Baku						
	Kemeja	Rp50,000,000	Rp48,000,000	Rp50,000,000	Rp48,500,000	Rp54,000,000	Rp52,250,000
	Celana	Rp45,000,000	Rp44,500,000	Rp45,000,000	Rp44,000,000	Rp47,000,000	Rp46,500,000
Total		Rp95,000,000	Rp92,500,000	Rp95,000,000	Rp92,500,000	Rp101,000,000	Rp98,750,000
3	Biaya Umum Perusahaan (BOP)						
	a. Biaya Listrik	Rp15,000,000	Rp15,000,000	Rp15,000,000	Rp14,500,000	Rp16,000,000	Rp15,750,000
	b. Biaya Air	Rp7,000,000	Rp7,000,000	Rp7,500,000	Rp7,500,000	Rp8,000,000	Rp7,500,000
	c. Biaya Telepon	Rp1,000,000	Rp900,000	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Rp1,200,000	Rp1,150,000
	d. Biaya Pemeliharaan mesin	Rp700,000	Rp700,000	Rp600,000	Rp600,000	Rp750,000	Rp750,000

	dan peralatan						
	e. Biaya Bahan Penolong	Rp30,000,000	Rp28,500,000	Rp30,000,000	Rp25,650,000	Rp32,000,000	Rp30,000,000
Total		Rp53,700,000	Rp52,100,000	Rp54,100,000	Rp49,250,000	Rp57,950,000	Rp55,150,000
TOTAL BIAYA PRODUKSI		Rp195,700,000	Rp191,600,000	Rp196,100,000	Rp188,750,000	Rp208,950,000	Rp203,900,000

NO.	KETERANGAN	Tahun 2014		Tahun 2015	
		BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)	BUDGET (Rp)	REALISASI (Rp)
1	Biaya Gaji Bagian Produksi				
	a. Gaji Kepala Produksi	Rp27,000,000	Rp27,000,000	Rp30,000,000	Rp30,000,000
	b. Gaji Karyawan Produksi	Rp22,000,000	Rp22,000,000	Rp24,000,000	Rp24,000,000
	c. Biaya Makan Bag. Produksi	Rp5,500,000	Rp5,500,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000
Total		Rp54,500,000	Rp54,500,000	Rp60,000,000	Rp60,000,000
2	Biaya Bahan Baku				
	Kemeja	Rp54,000,000	Rp53,500,000	Rp60,000,000	Rp57,000,000
	Celana	Rp47,000,000	Rp46,500,000	Rp55,000,000	Rp54,000,000
Total		Rp101,000,000	Rp100,000,000	Rp115,000,000	Rp111,000,000
3	Biaya Umum Perusahaan (BOP)				
	a. Biaya Listrik	Rp17,000,000	Rp16,550,000	Rp17,000,000	Rp16,500,000
	b. Biaya Air	Rp8,000,000	Rp8,000,000	Rp8,000,000	Rp8,000,000
	c. Biaya Telepon	Rp1,500,000	Rp1,400,000	Rp1,500,000	Rp1,450,000
	d. Biaya Pemeliharaan mesin dan peralatan	Rp900,000	Rp900,000	Rp850,000	Rp850,000

e. Bahan Penolong	Rp20,000,000	Rp17,000,000	Rp35,000,000	Rp33,250,000
Total	Rp47,400,000	Rp43,850,000	Rp62,350,000	Rp60,050,000
TOTAL BIAYA PRODUKSI	Rp202,900,000	Rp198,350,000	Rp237,350,000	Rp231,050,000

Sumber : Data diolah

4.1.5 Aspek Personalia

T. Hani Handoko dalam bukunya “*Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*” hal : 5 (2010), menyimpulkan bahwa **manajemen personalia** adalah “pengakuan” terhadap pentingnya satuan tenaga kerja organisasi sebagai sumber daya manusia yang vital bagi pencapaian tujuan-tujuan organisasi, dan pemanfaatan berbagai fungsi dan kegiatan personalia untuk menjamin bahwa mereka digunakan secara efektif dan bijak agar bermanfaat bagi individu, organisasi dan masyarakat. Dalam pelaksanaannya dilakukan oleh karyawan bagian personalia yang selanjutnya di seleksi langsung oleh pemilik perusahaan. Dalam hal ini pemilik mampu melakukan proses analisis jabatan, perekrutan karyawan, penempatan posisi, pemberian kompensasi untuk memotivasi karyawan, hingga pemutusan hubungan kerja.

A. Perekrutan dan Penempatan Karyawan

Perekrutan karyawan biasanya dilakukan oleh pimpinan (pemilik). Dalam melakukan perekrutan, biasanya pemilik PD. Busana Murni Rizki melakukan percobaan dalam masa kerja dengan waktu 3 bulan, dan berdasarkan pengalaman yang telah dimiliki oleh calon karyawan tersebut. Adapun rincian tenaga kerja yang terdapat dalam PD. Busana Murni Rizki dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 18 Daftar Tenaga Kerja

No.	Bagian	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Pemasaran	2	-	2 Karyawan
2	Keuangan	-	1	1 Karyawan
3	Produksi	4	3	7 Karyawan
Total Karyawan				10 Karyawan

Sumber : PD. Busana Murni Rizki

B. Kompensasi Karyawan

Menurut T. Hani Handoko dalam bukunya “*Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*” hal : 155 (2010), Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Kompensasi penting bagi karyawan sebagai individu karena besarnya kompensasi mencerminkan ukuran nilai karya mereka diantara para karyawan itu sendiri, keluarga dan masyarakat. Program-program kompensasi juga penting bagi perusahaan, karena mencerminkan upaya organisasi untuk mempertahankan sumberdaya manusianya. Berikut program-program kompensasi yang dilakukan oleh perusahaan PD. Busana Murni Rizki :

➤ Gaji Karyawan

Gaji karyawan yang ditentukan di PD. Busana Murni Rizki sesuai dari masing-masing bagian. PD. Busana Murni Rizki biasanya melakukan pemberian gaji pada karyawan setiap per-hari.

Tabel 4. 19 Daftar Upah Karyawan

Keterangan	Kisaran Upah / Hari (Rp)
Produksi	45000 – 65000
Driver	45000 – 65000

Sumber : Hasil Wawancara

➤ Tunjangan Diluar Gaji

Tunjangan diluar gaji yang dimaksud PD. Busana Murni Rizki adalah Tunjangan yang diberikan pada karyawan diluar hasil produksi yang dihasilkan setiap harinya apabila mencapai target dari produksi maupun penjualannya .Tunjangan lainnya yang diberikan PD. Busana Murni Rizki adalah tunjangan pada karyawan menjelang hari raya seperti sejumlah uang dan sembako pada setiap karyawan.

➤ **Pemberian Pinjaman**

Selain memberikan upah dan insentif kepada karyawannya, untuk meningkatkan kesejahteraan karyawannya PD. Busana Murni Rizki juga memberikan pinjaman bagi karyawannya tanpa dikenai bunga pinjaman, yang waktu pengembaliannya berdasarkan kesepakatan antara karyawan yang meminjam dengan pemilik yang memberikan pinjaman.

C. Pemutusan Hubungan Kerja

Dalam hal ini, pemutusan hubungan kerja yang diterapkan oleh PD. Busana Murni Rizki adalah bila ada karyawan yang melakukan kesalahan seperti malas, melalaikan tugas dan sering melanggar perjanjian yang telah disepakati antara karyawan dengan pemilik selama masa kerja berlangsung. Pemutusan hubungan kerja dilakukan dengan cara baik-baik yaitu dengan membicarakannya secara tertutup antara karyawan dengan pemilik, agar kedua belah pihak sama-sama menemukan titik terang dan tidak saling merugikan satu sama lain.

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Klasifikasi Biaya

A. Klasifikasi Biaya Pada PD. Busana Murni Rizki

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan agar dapat menghitung *break even point* (titik impas). Terlebih dahulu kita harus dapat menggolongkan macam-macam biaya yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

1. Biaya tetap

Menurut Hadri Kusuma, Zulkifli, & Sulastiningsih dalam buku akuntansi manajemen (2013 : 23) Biaya Tetap (Fixed Cost) adalah Biaya yang jumlah totalnya sampai tingkat kegiatan tertentu relative tetap dan tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unitnya

berubah – ubah berbanding terbalik dengan volume kegiatan. Contoh : Biaya sewa gedung, biaya asuransi, dan biaya depresiasi.

Tabel 4. 20 Klasifikasi Biaya tetap PD. Busana Murni Rizki periode 2015

Uraian	Biaya Tetap
Biaya Produksi	
Biaya Penyusutan Bangunan	Rp1,667,718
Biaya Penyusutan Mesin	Rp3,211,264
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp20,736
Biaya Pemeliharaan Mesin & Alat	Rp49,735
Biaya Telepon	Rp267,806
Biaya Air	Rp2,431,257
Biaya Listrik	Rp1,080,361
Biaya Usaha	
Gaji/Upah Bagian Pemasaran	Rp99,000,000
Biaya Administrasi Umum	
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	Rp716,429
Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp11,632,640
Biaya Penyusutan Perizinan	Rp207,360
Total	Rp120,285,306

Sumber : Data diolah

2. Biaya variable

Menurut Hadri Kusuma, Zulkifli, & Sulastiningsih dalam buku akuntansi manajemen (2013 : 23) Biaya variable adalah biaya yang jumlah totalnya berubah – ubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unitnya tidak berubah. Contohnya : biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung.

Tabel 4. 20 Klasifikasi Biaya Variabel PD. Busana Murni Rizki Periode 2015

Uraian / Size	Biaya Variabel						Total	
	Kemeja			Celana				
	(0,1,2)	(3,4,5)	(6,7,8)	(10,11,12)	(13,14,15)	(2,4,6)		(8,10,12)
Biaya Produksi								
Biaya Bahan Baku	Rp20,000,000	Rp15,800,000	Rp17,200,000	Rp15,000,000	Rp18,000,000	Rp12,000,000	Rp13,000,000	Rp111,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp2,700,000	Rp3,200,000	Rp3,300,000	Rp3,700,000	Rp3,900,000	Rp3,500,000	Rp3,700,000	Rp24,000,000
Biaya Bahan Penolong	Rp4,150,000	Rp4,350,000	Rp4,550,000	Rp4,850,000	Rp5,500,000	Rp4,900,000	Rp4,950,000	Rp33,250,000
Biaya Listrik	Rp2,750,000	Rp2,346,803	Rp1,578,910	Rp3,578,905	Rp2,679,076	Rp1,578,907	Rp907,038	Rp15,419,639
Biaya Pemeliharaan Mesin & alat	Rp150,535	Rp120,550	Rp100,500	Rp97,500	Rp150,830	Rp99,500	Rp80,850	Rp800,265
Biaya Air	Rp789,000	Rp424,355	Rp617,729	Rp1,198,750	Rp1,005,000	Rp1,167,505	Rp366,404	Rp5,568,743
Biaya telepon	Rp125,345	Rp100,450	Rp154,890	Rp145,570	Rp267,345	Rp150,450	Rp238,244	Rp1,182,294
Biaya Pemasaran								
Biaya Distribusi (Operasional)	Rp1,774,286	Rp1,774,286	Rp1,774,286	Rp1,774,286	Rp1,774,286	Rp1,774,286	Rp1,774,286	Rp12,420,000
Biaya Promosi	Rp357,143	Rp357,143	Rp357,143	Rp357,143	Rp357,143	Rp357,143	Rp357,143	Rp2,500,000
Biaya Packaging	Rp328,571	Rp328,571	Rp328,571	Rp328,571	Rp328,571	Rp328,571	Rp328,571	Rp2,300,000
Total	Rp33,124,880	Rp28,802,158	Rp29,962,029	Rp31,030,725	Rp33,962,251	Rp25,856,362	Rp25,702,536	Rp208,440,941

Sumber : Data diolah

Tabel 4. 22 Total Biaya Tahun 2015

Uraian Size	Kemeja					celana		Total
	(0,1,2)	(3,4,5)	(6,7,8)	(10,11,12)	(13,14,15)	(2,4,6)	(8,10,12)	
Penjualan Produk / Tahun (Unit)	2165	2061	2350	2776	2111	3782	2769	18014
Harga Jual Produk / Unit (Pi)	Rp25,000	Rp30,000	Rp35,000	Rp40,000	Rp45,000	Rp25,000	Rp35,000	
Penjualan Produk / Tahun (Rupiah)	Rp54,125,000	Rp61,830,000	Rp82,250,000	Rp111,040,000	Rp94,995,000	Rp94,550,000	Rp96,915,000	Rp595,705,000
Biaya Tetap / Tahun								Rp120,285,306
Biaya Variabel / Tahun	Rp33,124,880	Rp28,802,158	Rp29,962,029	Rp31,030,725	Rp33,962,251	Rp25,856,362	Rp25,702,536	Rp208,440,941

Sumber : data diolah

Menghitung biaya variable per unit :

$$Vc(i) \text{ per unit} = \frac{\text{Total Biaya Variabel produk per tahun (Rp)}}{\text{Jumlah penjualan produk (unit) per tahun}}$$

Keterangan :

Vc(i) per unit = Biaya Variabel per unit

(i) = Produk yang di hasilkan

Tabel 4. 23 Biaya Variabel per Unit Tahun 2015

Biaya Variabel per Unit	Vci
Kemeja Alfido	
(0,1,2)	Rp15,300
(3,4,5)	Rp13,975
(6,7,8)	Rp12,750
(10,11,12)	Rp11,178
(13,14,15)	Rp16,088
Celana Jogger Elin	
(2,4,6)	Rp6,837
(8,10,12)	Rp9,739

Sumber: Data diolah

3. Biaya Semi Variabel

Menurut Hadri Kusuma, Zulkifli, & Sulastiningsih dalam buku akuntansi manajemen (2013 : 23) Kos / Biaya semi variable adalah biaya yang sebagian tetap dan sebagian lagi berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan sedangkan biaya per unitnya tidak berubah. Contoh : biaya listrik yang digunakan untuk penerangan cenderung menjadi biaya tetap karena berapapun jumlah keluaran yang di hasilkan, penerangan akan tetap di perlukan oleh pabrik yang beroperasi.

Pemisahan Biaya Semi Variabel Menggunakan Metode Titik Teringgi dan Titik terendah.

Rumus :

$$b = \frac{Y1 - Y2}{X1 - X2}$$

$$Y = a + bx$$

$$\text{Biaya Variabel} = Y - \text{Biaya Tetap}$$

Keterangan :

Y = Total biaya semivariabel

a = biaya tetap

b = biaya variable

x = volume penjualan

Tabel 4. 24 Pemisahan Biaya Semi Variabel Pada PD. Busana Murni Rizki

Biaya Listrik Tahun 2015

Bulan	Kwh	Biaya Listrik
1	1350	Rp1,550,000
2	543	Rp570,000
3	1622	Rp1,825,000
4	1273	Rp1,400,000
5	2612	Rp3,000,000
6	653	Rp950,000
7	2255	Rp2,300,000
8	1038	Rp1,350,000
9	522	Rp600,000
10	783	Rp955,000
11	328	Rp500,000
12	1111	Rp1,500,000
Σ	14090	Rp16,500,000

Keterangan	kwh (X)	Biaya Listrik (Y)
Tertinggi (X1,Y1)	Rp2,612	Rp3,000,000
Terendah (X2,Y2)	Rp328	Rp500,000
Selisih	Rp2,284	Rp2,500,000

Jawab:

$$b = \frac{\text{Rp } 3.000.000 - \text{Rp } 500.000}{2.612 - 328}$$

$$= \frac{2.500.000}{2.284}$$

$$b = \text{Rp } 1.094$$

$$Y = a + bx$$

$$\text{Rp } 16.500.000 = a + \text{Rp } 1.094 (14.090)$$

$$\text{Biaya Tetap (a) = Rp } 16.500.000 - \text{Rp } 15.419.369$$

$$a = \text{Rp } 1.080.361$$

$$\text{Biaya Variabel (b) = Rp } 16.500.000 - \text{Rp } 1.080.361$$

$$= \text{Rp } 15.419.369$$

Biaya Air Tahun 2015

Bulan	meter kubik (X)	Biaya Air (Y)
1	429	Rp525,000
2	857	Rp900,000
3	1565	Rp1,150,000
4	776	Rp950,000
5	800	Rp1,000,000
6	464	Rp255,000
7	965	Rp825,000
8	1006	Rp850,000
9	163	Rp200,000
10	340	Rp355,000
11	371	Rp455,000
12	480	Rp535,000
Σ	8215	Rp8,000,000

Keterangan	meter kubik (X)	Biaya Air (Y)
Tertinggi (X1,Y1)	1565	Rp1,150,000
Terendah (X2,Y2)	163	Rp200,000
Selisih	1401	Rp950,000

Jawab:

$$b = \frac{\text{Rp } 1.150.000 - \text{Rp } 200.000}{1565 - 163}$$

$$b = \text{Rp } 678$$

$$Y = a + bx$$

$$\text{Rp } 8.000.000 = a + 678 (\text{Rp } 8215)$$

$$\text{Biaya Tetap (a)} = \text{Rp } 8.000.000 - \text{Rp } 5.568.743$$

$$a = \text{Rp } 2.431.257$$

$$\text{Biaya Variabel (b)} = \text{Rp } 8.000.000 - \text{Rp } 2.431.257 = \text{Rp } 5.568.743$$

Biaya Telepon Tahun 2015

Bulan	menit (X)	Biaya telepon (Y)
1	3000	Rp150,000
2	1500	Rp140,000
3	7000	Rp75,000
4	2100	Rp90,000
5	1320	Rp300,000
6	800	Rp80,000
7	3420	Rp100,000
8	3500	Rp80,000
9	1450	Rp70,000
10	1200	Rp125,000
11	2460	Rp70,000
12	2790	Rp170,000
Σ	30540	Rp1,450,000

Keterangan	menit (X)	Biaya (Y) telepon
Tertinggi (X1, Y1)	7000	Rp300,000
Terendah (X2, Y2)	800	Rp60,000
Selisih	6200	Rp240,000

Jawab:

$$b = \frac{\text{Rp } 300.000 - \text{Rp } 60.000}{7000 - 800}$$

$$b = \text{Rp } 39$$

$$Y = a + bx$$

$$\text{Rp } 1.450.000 = a + 39 (\text{Rp } 30.540)$$

$$\text{Biaya Tetap (a) = Rp } 1.450.000 - \text{Rp } 1.182.194$$

$$a = \text{Rp } 267.806$$

$$\text{Biaya Variabel (b) = Rp } 1.450.000 - \text{Rp } 267.806 = \text{Rp } 1.182.194$$

Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan Tahun 2015

Bulan	Jam Kerja	Biaya pemeliharaan Mesin dan Peralatan
1	357	Rp71,500
2	520	Rp69,800
3	195	Rp51,500
4	145	Rp70,200
5	234	Rp150,000
6	250	Rp50,000
7	170	Rp75,000
8	250	Rp55,200
9	190	Rp38,300
10	120	Rp100,000
11	186	Rp73,500
12	564	Rp45,000
Σ	3181	Rp850,000

Keterangan	Jam kerja (X)	Biaya pemeliharaan Mesin dan Peralatan (Y)
Tertinggi (X1, Y1)	564	Rp150,000
Terendah (X2, Y2)	120	Rp38,300
Selisih	444	Rp111,700

Jawab:

$$b = \frac{\text{Rp } 150.000 - \text{Rp } 38.300}{564 - 120}$$

$$b = 252$$

$$Y = a + bx$$

$$Y = a + bx$$

$$\text{Rp } 850.000 = a + 252 (\text{Rp } 3181)$$

$$\text{Biaya Tetap (a) = Rp } 850.000 - \text{Rp } 800.265$$

$$a = \text{Rp } 49.735$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Variabel (b)} &= \text{Rp } 850.000 - \text{Rp } 49.735 \\ &= \text{Rp } 800.265 \end{aligned}$$

Tabel 4. 21 Klasifikasi Biaya semi Variabel

Keterangan	Jumlah	
	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	Rp49,735	Rp800,265
Biaya Listrik	Rp648,907	Rp15,851,093
Biaya Air	Rp1,548,756	Rp6,451,244
Biaya Telepon	Rp317,065	Rp1,132,935
Total Biaya Semi Variabel	Rp2,564,463	Rp24,235,537

Sumber : Data Diolah

BAB V

ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisa Data

5.1.1 Menghitung Break Even Point Total

Rumus BEP Total (Rp)

$$BEP\ Total\ (Rp) = \frac{TFC}{1 - \frac{TVC}{s}}$$

BEP Total (Rp)

$$= \frac{Rp\ 120.285.306}{1 - \frac{Rp\ 208.4400.941}{Rp\ 595,705,000}}$$

$$= \mathbf{Rp\ 185.027.649}$$

Keterangan :

TVC = Biaya variabel total

TFC = Biaya tetap total

S = Volume penjualan keseluruhan

5.1.2 Alokasi Break Event Point Pada Tiap Produk

Rumus BEP per Produk (Rp)

$$= \frac{\text{penjualan produk } i}{\text{Total penjualan}} \times BEP\ total$$

Rumus BEP per Produk (Unit)

$$= \frac{BEP\ (Rp)\ Produk}{\text{Harga jual produk } (Pi)}$$

- Produk Kemeja Size (0,1,2)

$$BEP (Rp) = \frac{Rp\ 54,125,000}{Rp\ 595,705,000} \times Rp\ 185.027.649$$

$$BEP (Rp) = \mathbf{Rp\ 16,811,377}$$

Sedangkan

$$BEP (Unit) = \frac{Rp\ 16,811,377}{Rp\ 25,000}$$
$$= \mathbf{672\ Unit}$$

- Produk Kemeja Size (3,4,5)

$$BEP (Rp) = \frac{Rp\ 61,830,000}{Rp\ 595,705,000} \times Rp\ 185.027.649$$

$$BEP (Rp) = \mathbf{Rp\ 19,204,572}$$

Sedangkan

$$BEP (Unit) = \frac{Rp\ 19,204,572}{Rp\ 30,000}$$
$$= \mathbf{640\ Unit}$$

- Produk Kemeja Size (6,7,8)

$$BEP (Rp) = \frac{Rp\ 82,250,000}{Rp\ 595,705,000} \times Rp\ 185.027.649$$

$$BEP (Rp) = \mathbf{Rp\ 25,547,081}$$

Sedangkan

$$BEP (Unit) = \frac{Rp\ 25,547,081}{Rp\ 35,000}$$
$$= \mathbf{730\ Unit}$$

- Produk Kemeja Size (10,11,12)

$$BEP (Rp) = \frac{Rp\ 111,040,000}{Rp\ 595,705,000} \times Rp\ 185.027.649$$

$$BEP (Rp) = \mathbf{Rp\ 34,489,336}$$

Sedangkan

$$BEP (Unit) = \frac{Rp\ 34,489,336}{Rp\ 40,000}$$

$$= \mathbf{862\ Unit}$$

- Produk Kemeja Size (13,14,15)

$$BEP (Rp) = \frac{Rp\ 94,995,000}{Rp\ 595,705,000} \times Rp\ 185.027.649$$

$$BEP (Rp) = \mathbf{Rp\ 29,505,714}$$

Sedangkan

$$BEP (Unit) = \frac{Rp\ 29,505,714}{Rp\ 45,000}$$

$$= \mathbf{656\ Unit}$$

- Produk Celana Jogger Size (2,4,6)

$$BEP (Rp) = \frac{Rp\ 94,550,000}{Rp\ 595,705,000} \times Rp\ 185.027.649$$

$$BEP (Rp) = \mathbf{Rp\ 29,367,496}$$

Sedangkan

$$BEP (Unit) = \frac{Rp\ 29,367,496}{Rp\ 25,000}$$

$$= \mathbf{1175\ Unit}$$

➤ Produk Celana Jogger Size (8,10,12)

$$BEP (Rp) = \frac{Rp\ 96,915,000}{Rp\ 595,705,000} \times Rp\ 185.027.649$$

$$BEP (Rp) = \mathbf{Rp\ 30,102,072}$$

Sedangkan

$$\begin{aligned} BEP (Unit) &= \frac{Rp\ 30,102,072}{Rp\ 35,000} \\ &= \mathbf{860\ Unit} \end{aligned}$$

Tabel 5. 1 Pembuktian BEP / Lap. Laba Rugi BEP 2015

Penjualan Dalam Rupiah			
Produk Kemeja Alfido			
(0,1,2)	672 x Rp 25,000	Rp16,811,377	
(3,4,5)	640 x Rp 30,000	Rp19,204,572	
(6,7,8)	730 x Rp 35,000	Rp25,547,081	
(10,11,12)	862 x Rp 40,000	Rp34,489,336	
(13,14,15)	656 x Rp 45,000	Rp29,505,714	
Produk Celana Jogger Elin			
(2,4,6)	1175 x Rp 25,000	Rp29,367,496	
(8,10,12)	860 x Rp 35,000	Rp30,102,072	
Total			Rp185,027,649
Biaya			
FC		Rp120,285,306	
Vci (dalam Rupiah)			
Produk Kemeja Alfido			
(0,1,2)	672 x Rp 15,300	Rp10,288,681	
(3,4,5)	640 x Rp 13,975	Rp8,946,031	
(6,7,8)	730 x Rp 12,750	Rp9,306,290	
(10,11,12)	862 x Rp 11,178	Rp9,638,230	
(13,14,15)	656 x Rp 16,088	Rp10,548,771	
Produk Celana Jogger Elin			
(2,4,6)	1175 x Rp 6,837	Rp8,031,059	
(8,10,12)	860 x Rp 9,739	Rp7,983,280	
Total Vci		Rp64,742,343	
Total Biaya			Rp185,027,649
Total BEP			Rp0

Sumber : Data diolah

5.1.3 Menentukan Grafik BEP Tiap Produk

Berikut ini adalah langkah – langkah Untuk menentukan grafik BEP tiap produk

1. Menghitung Presentase Penjualan

$$\text{Persentase Penjualan (\%)} = \frac{\text{Penjualan Produk (a)}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

2. Menghitung Biaya Tetap per Produk

$$FC (a) = \% \text{ Penjualan} \times FC \text{ Total}$$

3. Menghitung Biaya Variabel per Produk

$$VC (a) = VCi \times BEP \text{ per Produk (Unit)}$$

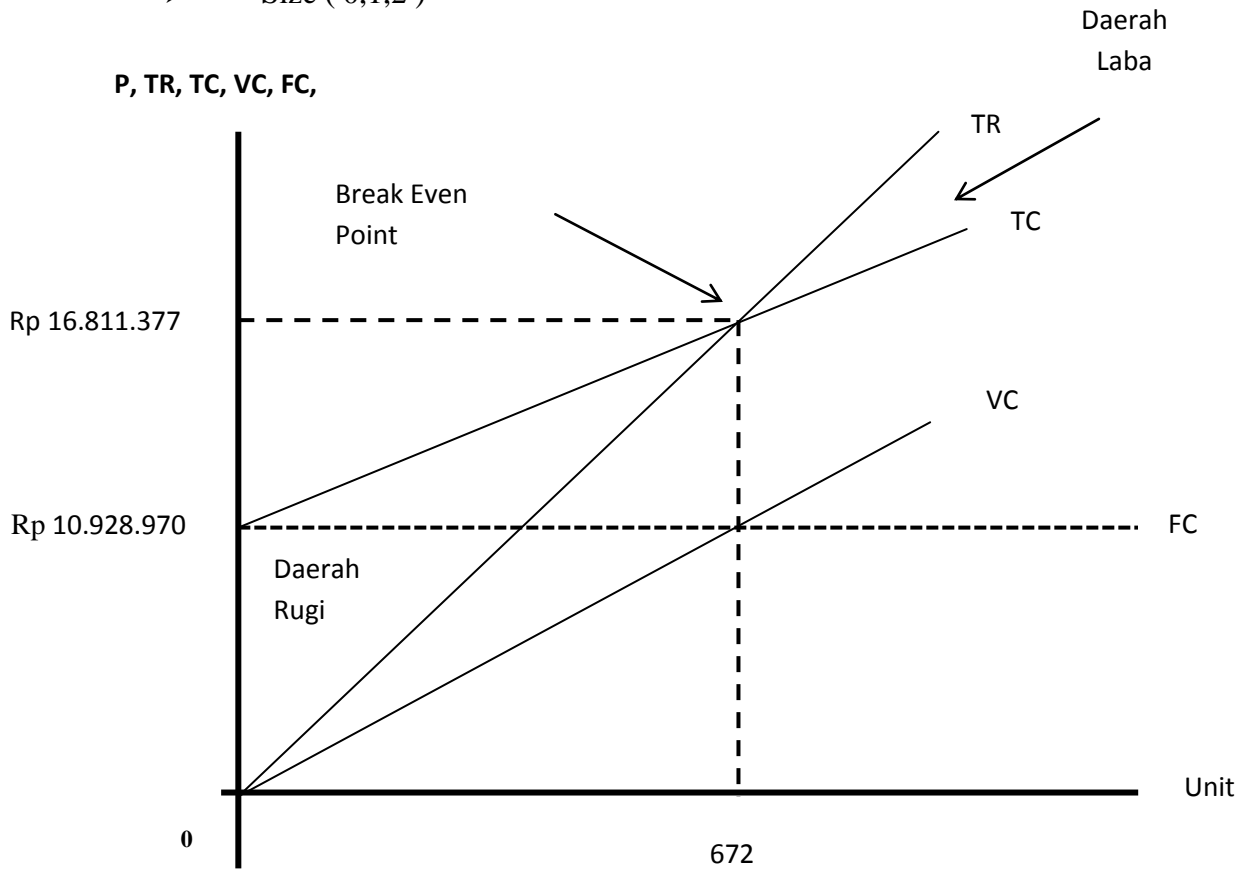
Tabel 5. 2 Data Grafik BEP Per Produk 2015

Produk	P	Persentase Penjualan (%)	FC (a)	VC (a)
Kemeja Alfido				
0,1,2	Rp25,000	9.085873041	Rp10,928,970	Rp10,288,681
3,4,5	Rp30,000	10.37929848	Rp12,484,771	Rp8,946,031
6,7,8	Rp35,000	13.80716966	Rp16,607,996	Rp9,306,290
10,11,12	Rp40,000	18.64009871	Rp22,421,300	Rp9,638,230
13,14,15	Rp45,000	15.94665145	Rp19,181,478	Rp10,548,771
Celana Jogger Elin				
2,4,6	Rp25,000	15.87195004	Rp19,091,624	Rp8,031,059
8,10,12	Rp35,000	16.26895863	Rp19,569,167	Rp7,983,280

Sumber : Data Diolah

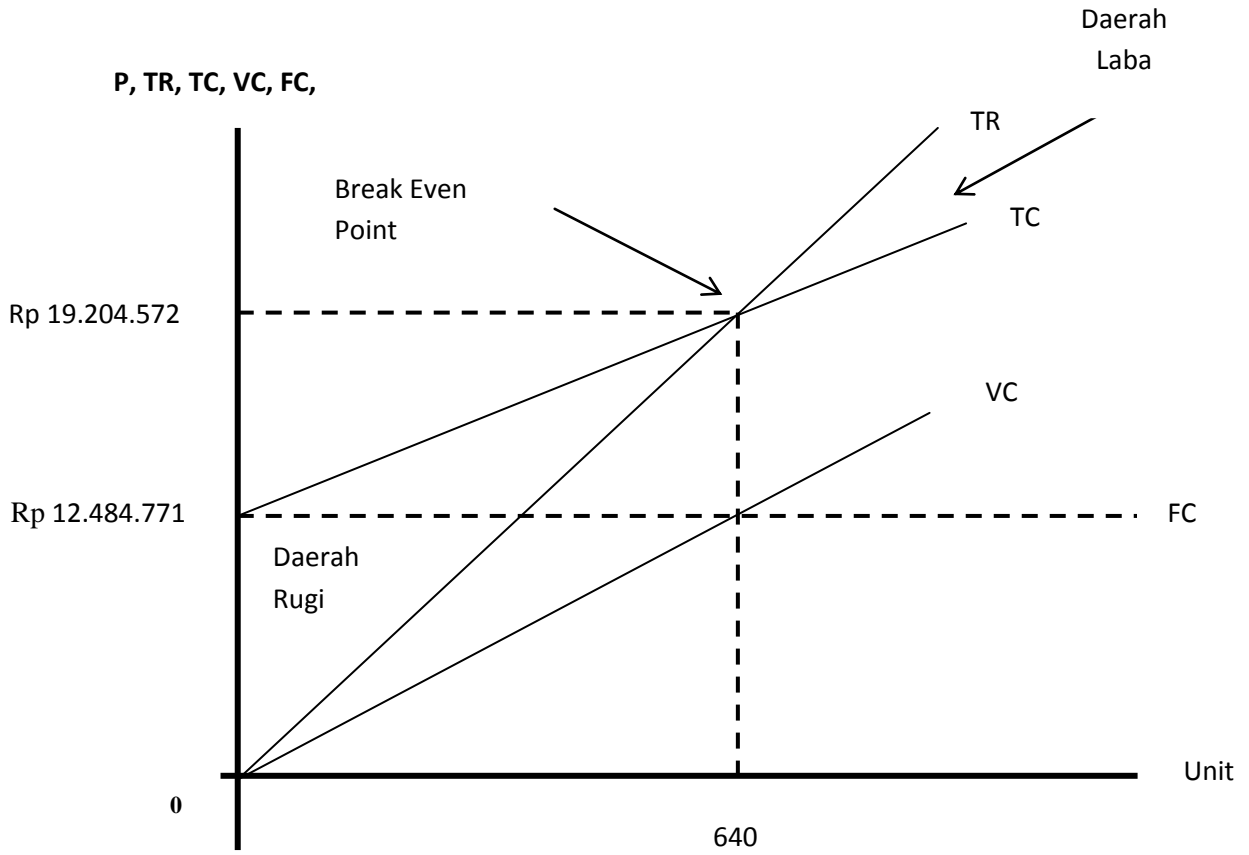
a) Grafik BEP tahun 2015 Produk Kemeja Alfido

➤ Size (0,1,2)



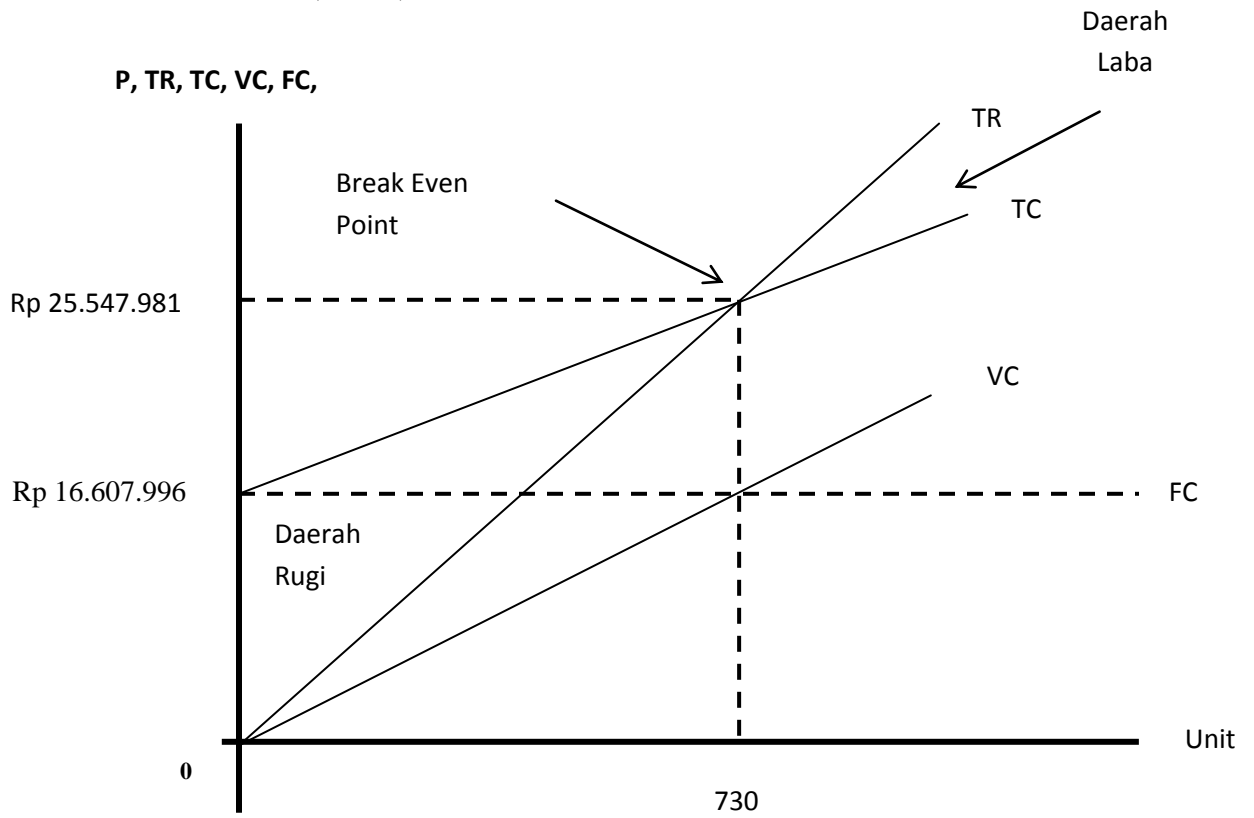
Gambar 5. 1 Grafik BEP Kemeja Alfido size 0,1,2 tahun 2015

➤ Size (3,4,5)



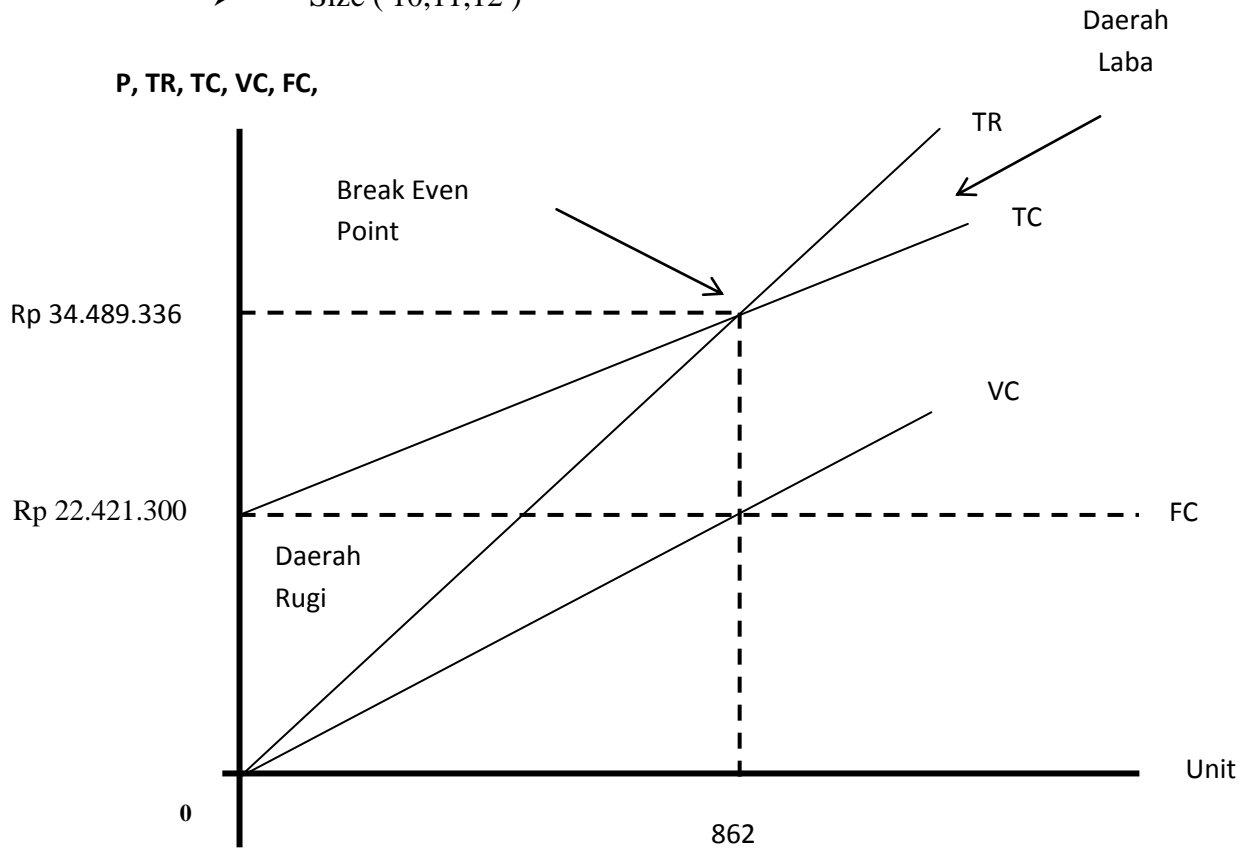
Gambar 5. 2 Grafik BEP kemeja Alfido size 3,4,5 tahun 2015

➤ Size (6,7,8)



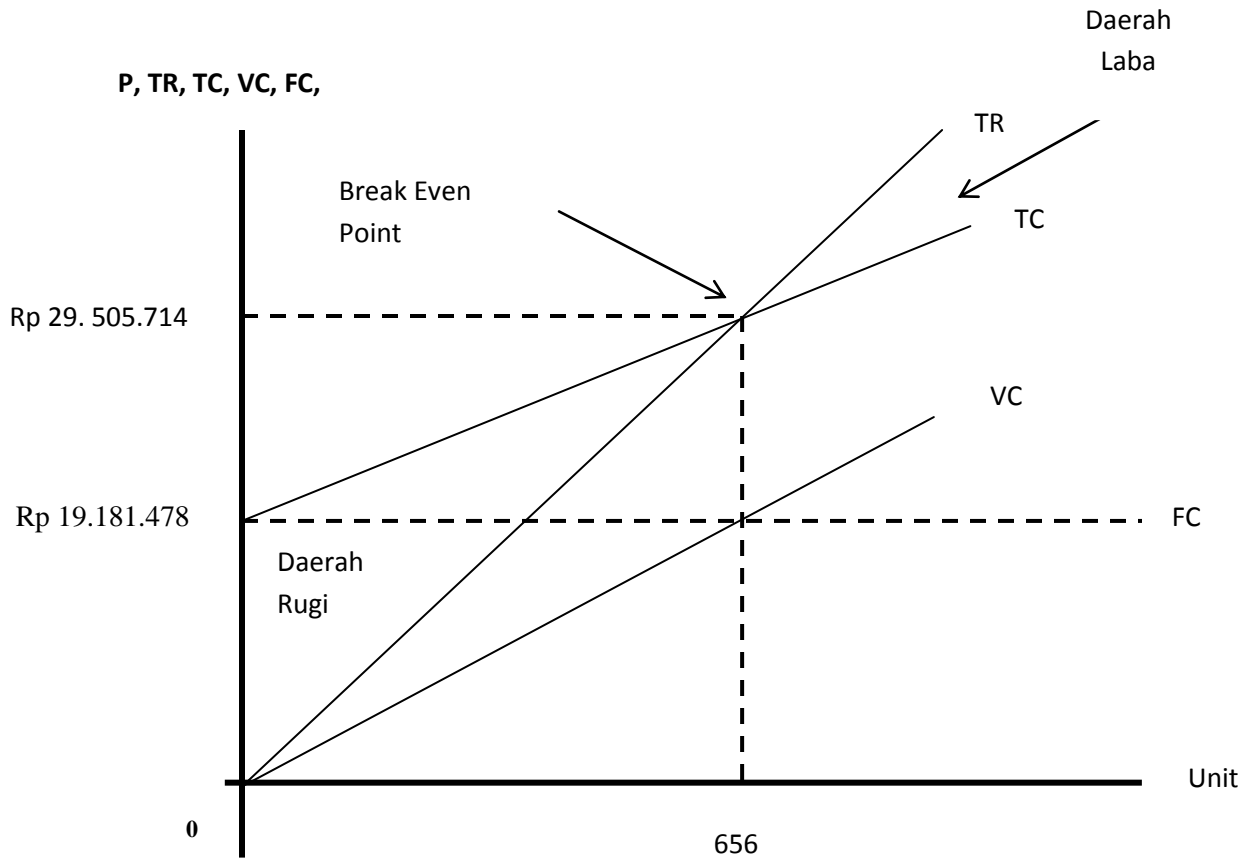
Gambar 5. 3 Grafik BEP Kemeja Alfido size 6,7,8 tahun 2015

➤ Size (10,11,12)



Gambar 5. 4 Grafik BEP Kemeja Alfido size 10,11,12 tahun 2015

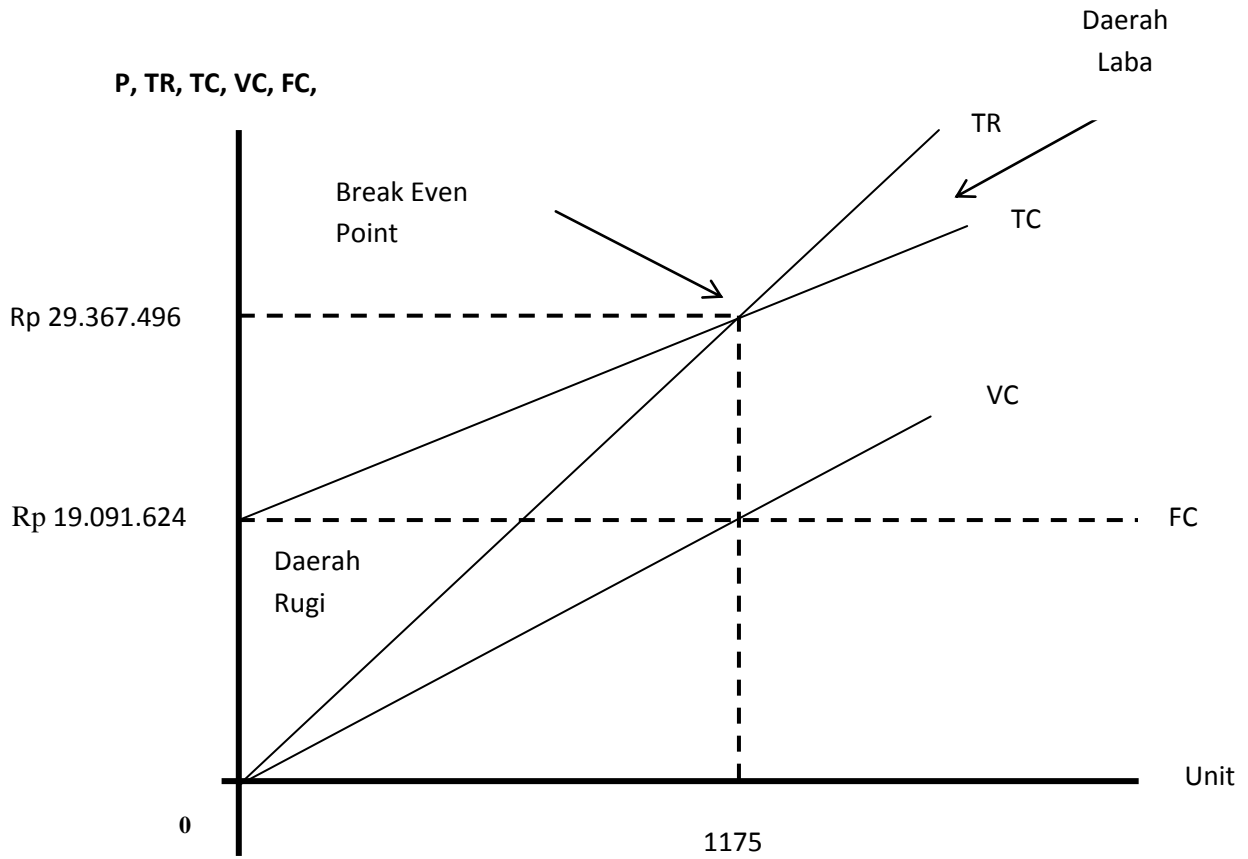
➤ Size (13,14,15)



Gambar 5. 5 Grafik BEP Kemeja Alfido size 13,14,15 tahun 2015

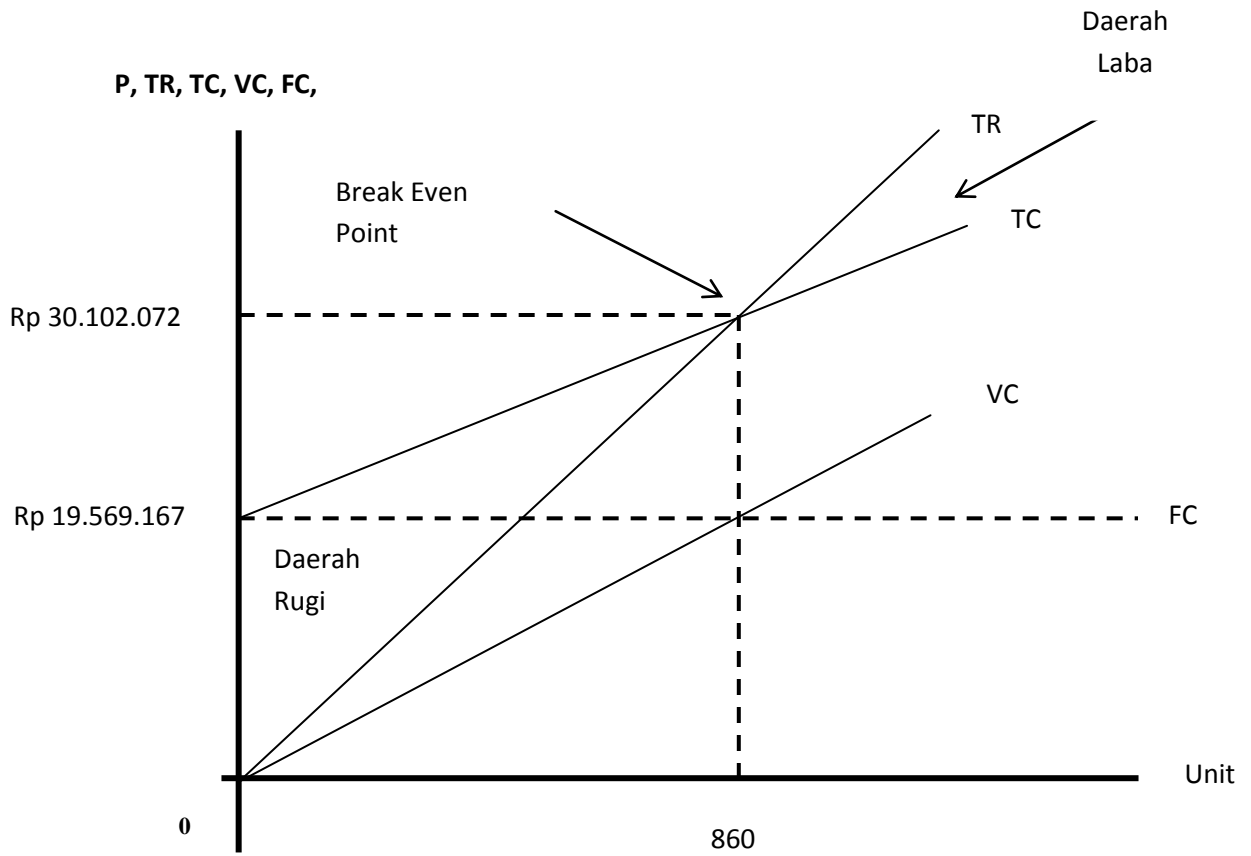
b) Grafik BEP tahun 2015 Produk Celana Jogger Elin

➤ Size (2,4,6)



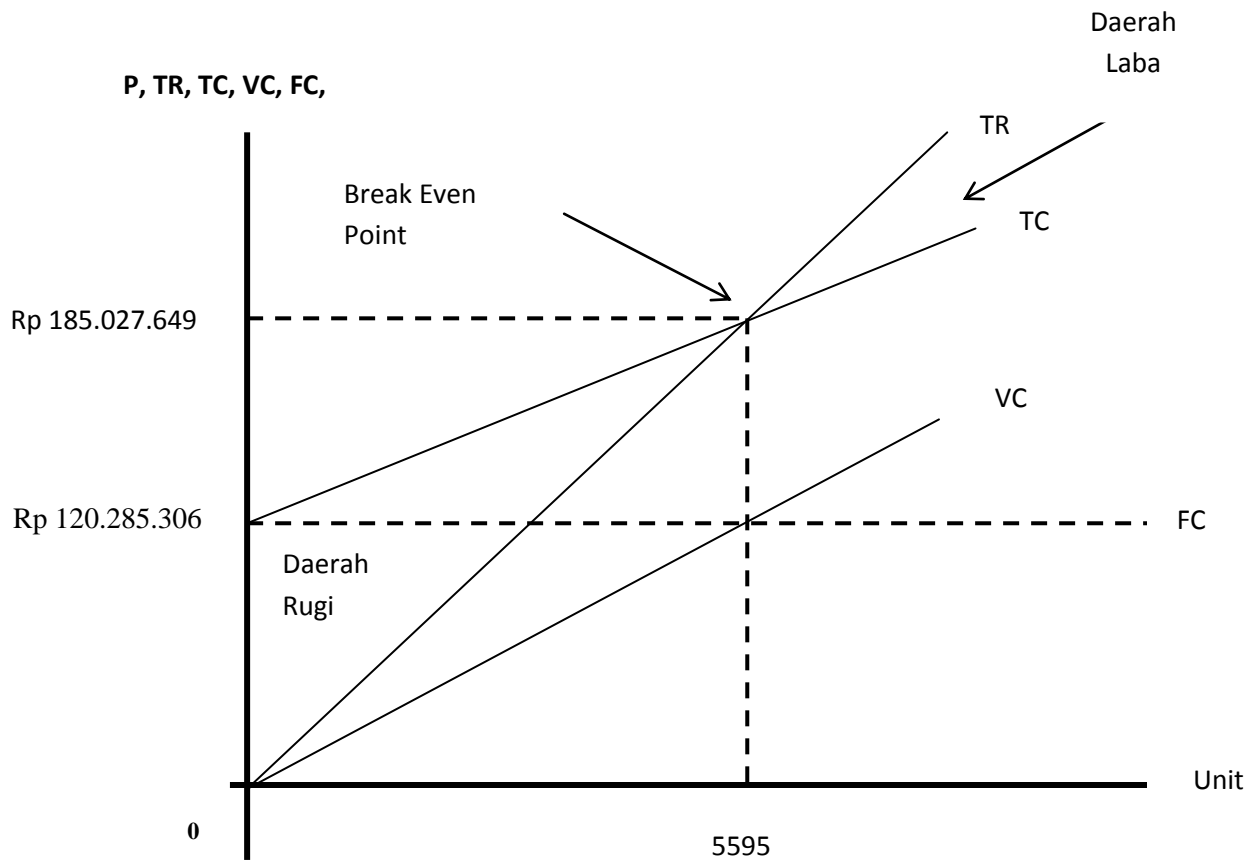
Gambar 5. 6 Grafik BEP Celana Jogger Elin size 2,4,6 Tahun 2015

➤ Size (8,10,12)



Gambar 5. 7 Grafik BEP Celana Jogger Elin size 8,10,12 Tahun 2015

c) Grafik BEP Total Tahun 2015



Gambar 5. 8 Grafik BEP Total Tahun 2015

5.1.4 Margin Of Safety Tahun 2015

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

Dapat di hitung Sebagai berikut :

$$MOS = \frac{Rp\ 595.705.000 - Rp\ 185.027.649}{Rp\ 595.705.000} \times 100\%$$

$$= 68,93971873 \%$$

$$MOS (Rp) = 68,93971873\% \times Rp\ 595.705.000 = Rp\ 410.677.351$$

5.1.5 Menghitung Metode Penentuan Penjualan Minimal (dalam Rupiah)

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{TVC}{S}}$$

Rumus :

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{TVC}{S}}$$

Keterangan :

FC : Biaya Tetap Pertahun.

Keuntungan : Keuntungan yang di tetapkan.

TVC : Total Biaya Variabel Produk i Pertahun.

S : Hasil Penjualan Keseluruhan Pertahun.

Penjualan Minimal (dalam Rupiah) : Besarnya Penjualan Minimal yang harus dicapai pada satuan rupiah.

Tabel 5. 3 Data Total Biaya Tahun 2015

Uraian	Kemeja					celana		Total
	(0,1,2)	(3,4,5)	(6,7,8)	(10,11,12)	(13,14,15)	(2,4,6)	(8,10,12)	
Penjualan Produk / Tahun (Unit)	2165	2061	2350	2776	2111	3782	2769	18014
Harga Jual Produk / Unit (Pi)	Rp25,000	Rp30,000	Rp35,000	Rp40,000	Rp45,000	Rp25,000	Rp35,000	
Penjualan Produk / Tahun (Rupiah)	Rp54,125,000	Rp61,830,000	Rp82,250,000	Rp111,040,000	Rp94,995,000	Rp94,550,000	Rp96,915,000	Rp595,705,000
Biaya Tetap / Tahun								Rp120,285,306
Biaya Variabel / Tahun	Rp33,124,880	Rp28,802,158	Rp29,962,029	Rp31,030,725	Rp33,962,251	Rp25,856,362	Rp25,702,536	Rp208,440,941

Tabel 5. 4 Presentase Penjualan Tahun 2015

Produk	P	Persentase Penjualan (%)
Kemeja Alfido		
0,1,2	Rp25,000	9.085873041
3,4,5	Rp30,000	10.37929848
6,7,8	Rp35,000	13.80716966
10,11,12	Rp40,000	18.64009871
13,14,15	Rp45,000	15.94665145
Celana Jogger Elin		
2,4,6	Rp25,000	15.87195004
8,10,12	Rp35,000	16.26895863

Sumber : Data Diolah

A. Menentukan Penjualan Minimal

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{S}}}$$

Diketahui :

$$\text{FC} = \text{Rp } 120.285.306$$

$$\text{Keuntungan} = \text{Rp } 300.000.000$$

$$\text{TVC} = \text{Rp } 208.440.941$$

$$\text{S} = \text{Rp } 595.705.000$$

Jawab :

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{Rp. } 120.285.306 + \text{Rp. } 300.000.000}{1 - \frac{\text{Rp } 208.440.941}{\text{Rp } 595.705.000}}$$

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{Rp. } 420.285.306}{1 - 0,349906314}$$

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \text{Rp } 646.499.597$$

B. Menentukan Kontribusi Penjualan Minimal Per Produk (dalam Rupiah)

Rumus :

Kontribusi Penjualan Produk i = Penjualan Minimal (dalam Rupiah) x W_i

Keterangan :

Kontribusi Penjualan Produk i = Besarnya Penjualan Produk i yang harus dicapai pada satuan rupiah
Penjualan Minimal (dalam Rupiah) = Besarnya Penjualan Minimal yang harus dicapai pada satuan rupiah
 W_i = Presentase setiap produk dari total Penjualan

a. Kontribusi Penjualan Minimal Kemeja Alfido (dalam rupiah)

- Size (0,1,2) = Rp 646.499.597 x 9.085873041% = Rp58,740,133
- Size (3,4,5) = Rp 646.499.597 x 10.37929848% = Rp67,102,123
- Size (6,7,8) = Rp 646.499.597 x 13.80716966% = Rp89,263,296
- Size (10,11,12) = Rp 646.499.597 x 18.64009871% = Rp120,508,163
- Size (13,14,15) = Rp 646.499.597 x 15.94665145% = Rp103,095,037

b. Kontribusi Penjualan Minimal Celana Jogger Elin

- Size (2,4,6) = Rp 6.46.499.597 x 15.87195004% = Rp102,612,093
- Size (8,10,12) = Rp 6.46.499.597 x 16.26895863% = Rp105,178,752

5.1.6 Menentukan Kapasitas Penjualan Minimal Per Produk

Rumus :

$$\text{Kapasitas Penjualan Minimal Produk } i = \frac{\text{Kontribusi Penjualan Minimal Produk } i}{P_i}$$

Keterangan :

Kapasitas Penjualan Minimal Produk i = Besarnya kapasitas Penjualan Minimal produk i yang harus dicapai pada satuan Unit.

Kontribusi Penjualan Minimal Produk i = Besarnya Penjualan Produk i yang harus dicapai pada satuan Rupiah.

P_i = Harga per unit per produk

- a. Kapasitas Penjualan Minimal Kemeja Alfido (dalam rupiah)
- Size (0,1,2) = Rp58,740,133/Rp 25.000 = 2350 unit
 - Size (3,4,5) = Rp67,102,123/Rp 30.000 = 2237 unit
 - Size (6,7,8) = Rp89,263,296/Rp 35.000 = 2550 unit
 - Size (10,11,12) = Rp120,508,163/Rp 40.000 = 3013 unit
 - Size (13,14,15) = Rp103,095,037/Rp 45.000 = 2291 unit
- b. Kapasitas Penjualan Minimal Celana Jogger Elin
- Size (2,4,6) = Rp102,612,093/Rp 25.000 = 4104 unit
 - Size (8,10,12) = Rp105,178,752/Rp 35.000 = 3005 unit

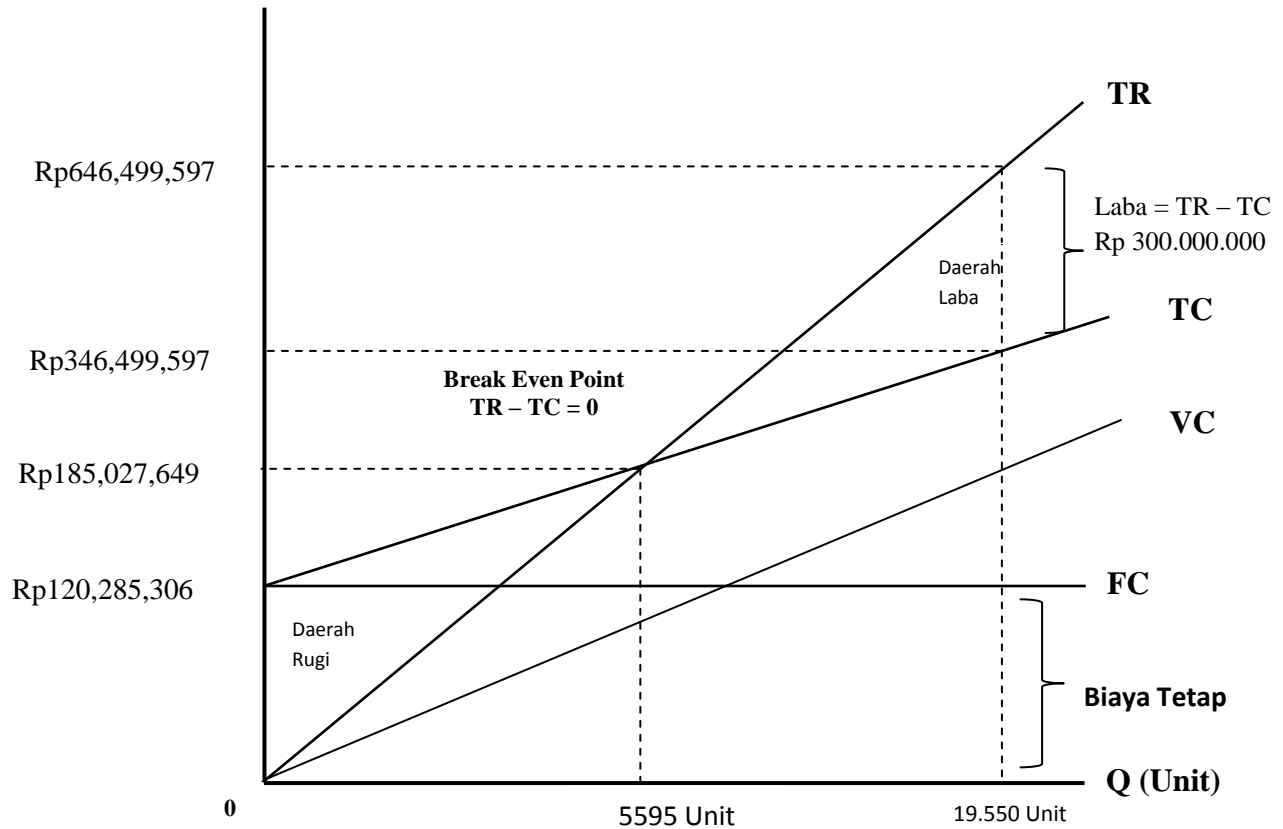
Tabel 5. 5 Pembuktian penjualan minimal / Pembuktian rencana Laba

Penjualan Dalam Rupiah			
Produk Kemeja Alfido			
(0,1,2)	2350 x Rp 25,000	Rp58,740,133	
(3,4,5)	2237 x Rp 30,000	Rp67,102,123	
(6,7,8)	2550 x Rp 35,000	Rp89,263,296	
(10,11,12)	3013 x Rp 40,000	Rp120,508,163	
(13,14,15)	2291 x Rp 45,000	Rp103,095,037	
Produk Celana Jogger Elin			
(2,4,6)	4104 x Rp 25,000	Rp102,612,093	
(8,10,12)	3005 x Rp 35,000	Rp105,178,752	
Total			Rp646,499,597
Biaya			
FC		Rp120,285,306	
Vci (dalam Rupiah)			
Produk Kemeja Alfido			
(0,1,2)	2350 x Rp 15,300	Rp35,949,374	
(3,4,5)	2237 x Rp 13,975	Rp31,258,062	
(6,7,8)	2550 x Rp 12,750	Rp32,516,832	
(10,11,12)	3013 x Rp 11,178	Rp33,676,654	
(13,14,15)	2291 x Rp 16,088	Rp36,858,146	
Produk Celana Jogger Elin			
(2,4,6)	4104 x Rp 6,837	Rp28,061,083	
(8,10,12)	3005 x Rp 9,739	Rp27,894,141	
Total Vci		Rp226,214,291	
Total Biaya			Rp346,499,597
Total BEP			Rp300,000,000

Sumber : Data diolah

C. Grafik Metode Penjualan Minimal

P, TR, TC, VC, FC, BEP (Rupiah)



Gambar 5. 9 Grafik Metode Penjualan Minimal

Keterangan:

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

5.1.7 Menghitung Margin Of Safety (Batas Keamanan) Tahun 2016

Rumus ;

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

Keterangan :

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

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

Penjualan Tingkat BEP = Titik impas dalam satuan Rupiah

Diketahui :

Penjualan yang direncanakan = Rp 646,499,597

Penjualan Tingkat BEP = Rp 185,027,649

Jawab :

$$\text{Margin Of Safety} = \frac{\text{Rp } 646,499,597 - \text{Rp } 185,027,649}{\text{Rp } 646,499,597} \times 100\%$$

$$\text{Margin Of Safety} = \frac{\text{Rp } 461.471.949}{\text{Rp } 646.499.597} \times 100\%$$

$$\text{Margin Of Safety} = 0,713800829 \times 100\%$$

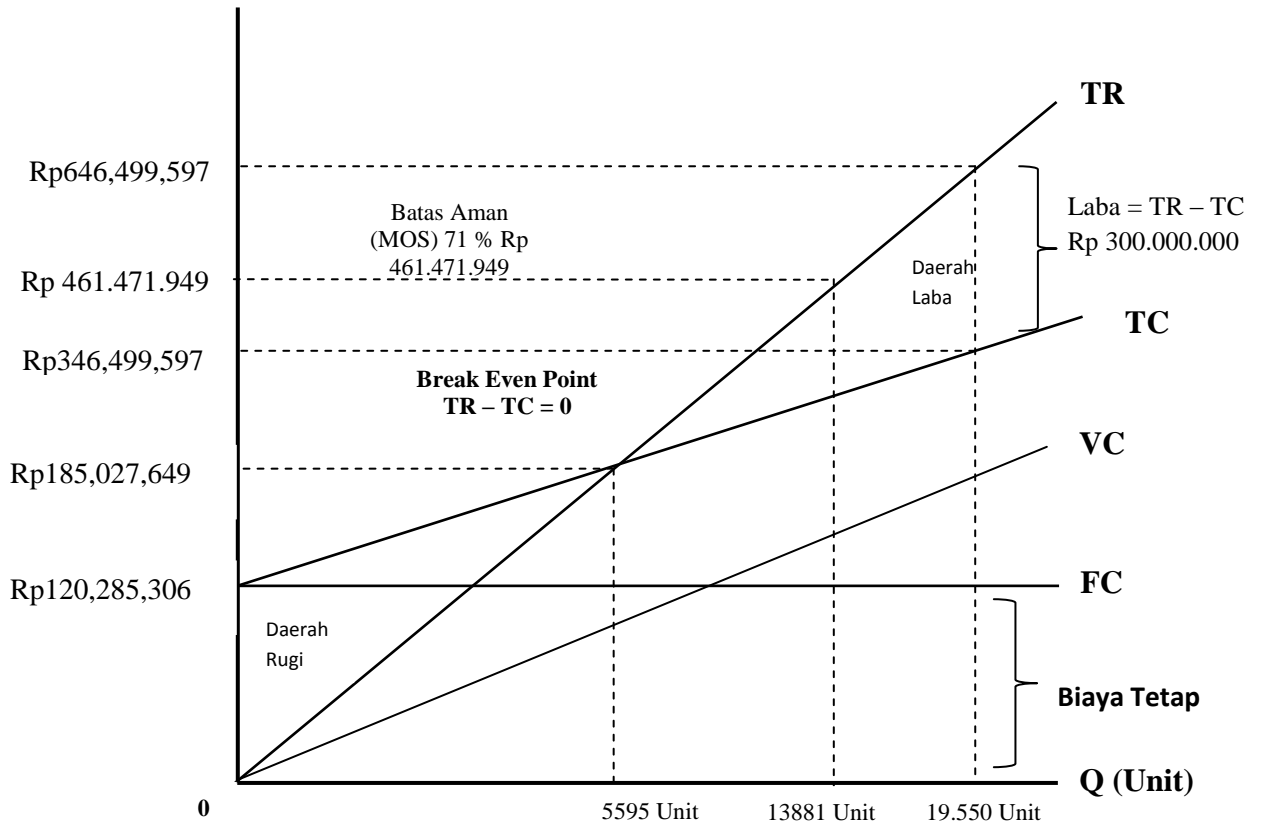
$$\text{Margin Of Safety} = 71 \%$$

$$\text{Margin Of Safety (Rupiah)} = 71 \% \times \text{Rp } 646,499,597 = \text{Rp } 461,471,949$$

$$\text{Margin Of Safety (Unit)} = 71 \% \times 19550 \text{ Unit} = 13881 \text{ Unit}$$

A. Grafik Margin Of Safety Tahun 2016

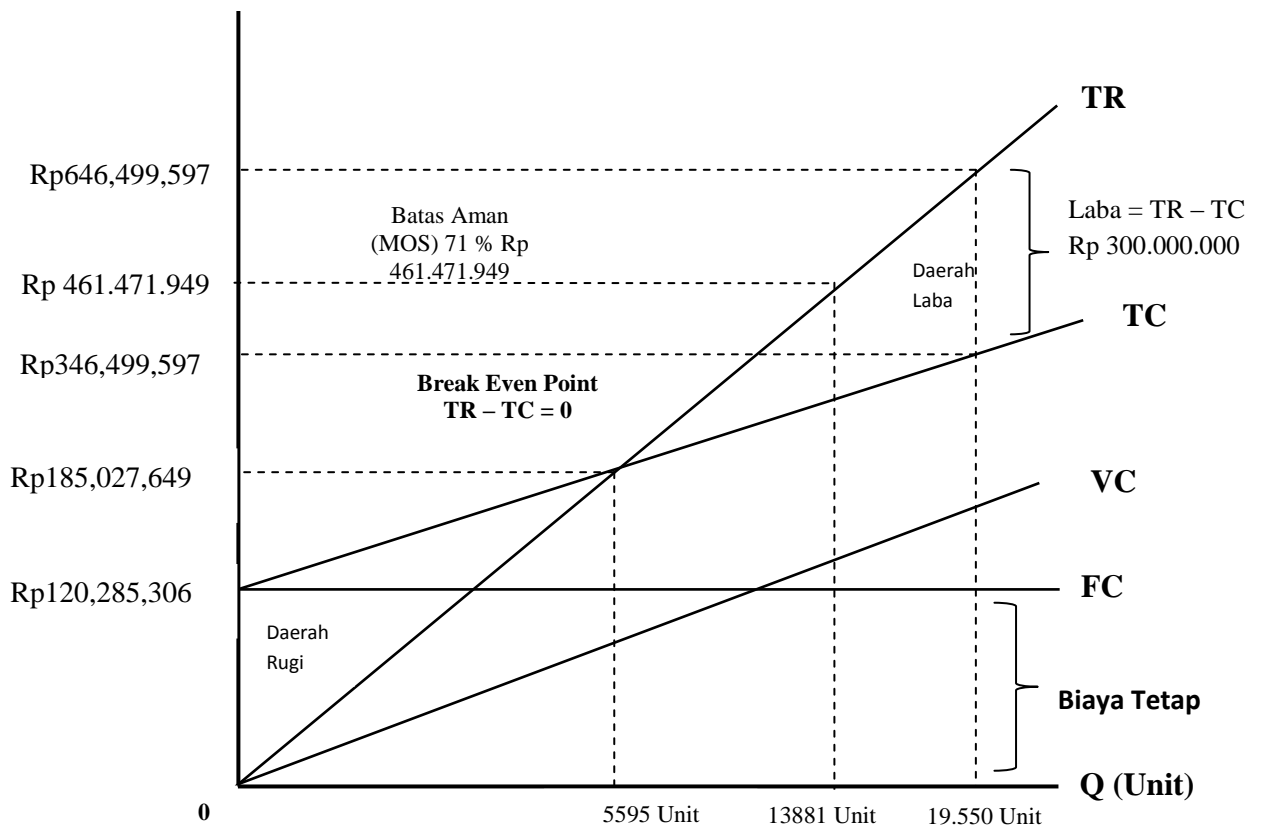
P, TR, TC, VC, FC, BEP (Rupiah)



Gambar 5. 10 Margin Of safety tahun 2016 berdasarkan data 2015

5.2 Pembahasan Analisa Data

P, TR, TC, VC, FC, BEP (Rupiah)



Gambar 5. 11 Grafik Analisa keseluruhan

5.2.1 Pembahasan BEP

Berdasarkan penghitungan Breakeven Point menggunakan data perusahaan tahun 2015 diketahui titik impas dimana $TR = TC$ berada pada titik penjualan produk Kemeja Alfido Size (0,1,2) = 672 unit , size (3,4,5) = 640 unit , size (6,7,8) = 730 unit , size (10,11,12) = 862 unit , size (13,14,15) = 656 unit dan Produk celana Jogger Elin size (2,4,6) = 1175 unit, size (8,10,12) = 860 unit dengan Biaya Total dan Pendapatan Total sebesar Rp 185.027.649 .

Dari perhitungan Break Even Point tersebut dapat digunakan untuk menghitung laba yang diharapkan oleh perusahaan dengan menggunakan metode penentuan penjualan minimal dengan hasil perhitungan sebagai berikut, untuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan sebesar Rp 300.000.000 perusahaan harus memproduksi dan menjual produk Kemeja Alfido Size (0,1,2) = 2350 unit, size (3,4,5) = 2237 unit , size (6,7,8) = 2550 unit, size (10,11,12) = 3013 unit, size (13,14,15) = 2291 unit dan Produk celana Jogger Elin size (2,4,6) = 4104 unit , size (8,10,12) = 3005 unit , dengan pendapatan total yang didapatkan oleh perusahaan sebesar Rp 646.499.597 yang terdiri dari :

Kontribusi Penjualan Minimal Kemeja Alfido (dalam rupiah)

- Size (0,1,2) = Rp 646.499.597 x 9.085873041% = Rp58,740,133
- Size (3,4,5) = Rp 646.499.597 x 10.37929848% = Rp67,102,123
- Size (6,7,8) = Rp 646.499.597 x 13.80716966% = Rp89,263,296
- Size (10,11,12) = Rp 646.499.597 x 18.64009871% = Rp120,508,163
- Size (13,14,15) = Rp 646.499.597 x 15.94665145% = Rp103,095,037

Kontribusi Penjualan Minimal Celana Jogger Elin

- Size (2,4,6) = Rp 6.46.499.597 x 15.87195004% = Rp102,612,093
- Size (8,10,12) = Rp 6.46.499.597 x 16.26895863% = Rp105,178,752

dan biaya total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 346.667.211.

Berdasarkan data diatas, dibuat perencanaan produksi untuk tahun 2016 sebagai berikut :

Tabel 5. 6 Rencana dan Budget produksi untuk mencapai laba

Produk	Rencana	Budget Produksi	Biaya Total
	Produksi		
Kemeja Alfido			
Size 0,1,2	2350	Rp35,949,374	
Size 3,4,5	2237	Rp31,258,062	

Size 6,7,8	2550	Rp32,516,832	
Size 10,11,12	3013	Rp33,676,654	
Size 13,14,15	2291	Rp36,858,146	
Celana Jogger Elin			
Size 2,4,6	4104	Rp28,061,083	
Size 8,10,12	3005	Rp27,894,141	
VC			Rp226,214,291
FC			Rp120,285,306
Total Budget Produksi			Rp346,499,597

Rencana produksi sudah di ketahui dan data tersebut dapat dijadikan acuan target penjualan produk perbulan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 7 Rencana Penjualan Tahun 2016

Produk	Rencana Selama Tahun 2016	Rencana produksi per Bulan
Kemeja Alfido		
Size 0,1,2	2350	196
Size 3,4,5	2237	186
Size 6,7,8	2550	213
Size 10,11,12	3013	251
Size 13,14,15	2291	191
Celana Jogger Elin		
Size 2,4,6	4104	342
Size 8,10,12	3005	250

5.2.2 Pembahasan MOS Tahun 2016

Margin of Safety atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan tidak boleh turun lebih dari 71 % dari penjualan yang di rencanakan sebesar 13881 unit, atau dengan kata lain volume penjualan yang dicapai tidak boleh turun sebanyak Rp 461.471.949 dari penjualan yang direncanakan yaitu sebesar Rp 646.499.597 agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data, kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis sebagai berikut :

1. Hasil pengklasifikasian biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel perusahaan PD. Busana Murni Rizki sebagai berikut :

Tabel 6. 1 klasifikasi Biaya tetap, variabel, dan semi variabel

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya Bahan Baku		Rp111,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp24,000,000
Biaya Bahan Penolong		Rp33,250,000
Biaya Penyusutan Bangunan	Rp1,667,718	
Biaya Penyusutan Mesin	Rp3,211,264	
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp20,736	
Biaya Listrik	Rp49,735	Rp15,419,639
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	Rp267,806	Rp800,265
Biaya Air	Rp2,431,257	Rp5,568,743
Biaya Telepon	Rp1,080,361	Rp1,182,294
Gaji/Upah Bagian Pemasaran	Rp99,000,000	
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	Rp716,429	
Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp11,632,640	
Biaya Penyusutan Perizinan	Rp207,360	
Biaya Distribusi (Operasional)		Rp12,420,000
Biaya Promosi		Rp2,500,000
Biaya Packaging		Rp2,300,000
Total Biaya	Rp120,285,306	Rp208,440,941

Tabel 6. 2 Klasifikasi Biaya Semi Variabel

Keterangan	Jumlah	
	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	Rp49,735	Rp800,265
Biaya Listrik	Rp1,080,361	Rp15,419,639
Biaya Air	Rp2,431,257	Rp5,568,743
Biaya Telepon	Rp267,806	Rp1,182,294
Total Biaya Semi Variabel	Rp3,829,159	Rp22,970,941

2. Dari perhitungan pada Bab V dapat diketahui Break Even Point Total Tahun 2015 dimana $TR = TC$ untuk Tahun 2015 dicapai pada titik Biaya Total = Pendapatan Total sebesar Rp 185.027.649 dengan jumlah unit produk sebesar 5595 Unit .

3. Dari Perhitungan BEP Total tahun 2015 yang kemudian di alokasikan ke BEP per produk menghasilkan BEP (Rp) per produk dan BEP (unit) per produk pada tahun 2015 sebagai berikut sebagai berikut :

Tabel 6. 3 BEP unit dan BEP Rupiah per produk

Produk	BEP Rupiah	BEP (Unit)
Kemeja Alfido		
(0,1,2)	Rp16,811,377	672
(3,4,5)	Rp19,204,572	640
(6,7,8)	Rp25,547,081	730
(10,11,12)	Rp34,489,336	862
(13,14,15)	Rp29,505,714	656
Celana Jogger Elin		
(2,4,6)	Rp29,367,496	1175
(8,10,12)	Rp30,102,072	860
BEP	Rp185,027,649	5595

4. Perusahaan berencana meningkatkan laba bersih pada tahun 2016 dengan perolehan laba yakni sebesar Rp 300.000.000 meningkat dari laba pada tahun 2015 yakni sebesar Rp 203.436.810.

Berdasarkan perencanaan ini maka unit yang harus dijual agar laba tercapai sesuai dengan perencanaan yang diinginkan adalah sebesar :

Tabel 6. 4 Rencana Penjualan Untuk Mencapai Laba Tahun 2016

Produk	Jumlah produk yang harus terjual	Penjualan (Rp)
Kemeja Alfido		
(0,1,2)	2350	Rp58,740,133
(3,4,5)	2237	Rp67,102,123
(6,7,8)	2550	Rp89,263,296
(10,11,12)	3013	Rp120,508,163
(13,14,15)	2291	Rp103,095,037
Celana Jogger elin		
(2,4,6)	4104	Rp102,612,093
(8,10,12)	3005	Rp105,178,752
Total	19550	Rp646,499,597

5. Margin of Safety atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan Pada tahun 2016 tidak boleh turun lebih dari 71 % dari penjualan yang di rencanakan sebesar 13881 unit, atau dengan kata lain volume penjualan yang dicapai tidak boleh turun sebanyak Rp 461.471.949 dari penjualan yang direncanakan yaitu sebesar Rp 646.499.597 agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

6.2 Saran

Saran yang diberikan oleh penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut :

- PD. Busana Murni Rizki hendaknya melakukan perhitungan Break Even Point dengan tepat, dimana biaya – biaya yang ada dalam perusahaan digolongkan kedalam kelompok biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel terlebih dahulu secara akurat.
- PD. Busana Murni Rizki diharapkan dapat menerapkan analisis *Break Even Point*. Karena jika terjadi perubahan biaya dan harga jual produk untuk setiap periode, perusahaan dapat mengetahui perubahan tingkat BEP untuk setiap periodenya. Dengan menggunakan analisis *Break Even Point* diharapkan perusahaan dapat memperoleh informasi-informasi yang akurat mengenai berbagai tingkat penjualan dan tingkat biaya yang dapat mempengaruhi perolehan laba yang direncanakan oleh perusahaan.
- PD. Busana Murni Rizki hendaknya melakukan perhitungan margin of safety agar perusahaan dapat menentukan seberapa batas aman penurunan penjualan produk untuk tahun yang ditentukan.

Daftar Pustaka

- Bastian Bustami dan Nurlela.2009. Akuntansi Biaya.Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Basu Swastha DH dan Ibnu Sukotjo. 2010. Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga. Yogyakarta : Liberty.
- Carl S. Warren, James M. reeve, Philip E. Fess. 2008. Accounting 21st Edition. Jakarta : Salemba Empat.
- Danang Sunyoto. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Center of Academic Publishing Service.
- D Agus Harjito dan Martono. 2014. Manajemen Keuangan. Yogyakarta : Ekonisia.
- Erinos NR. 2010. Akuntansi Manajemen. Padang : UNP Press.
- Hadri Kusuma, zulkifli, & Sulastiningsih. 2012. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta : Ekonisia.
- Herry. 2012. Mengenal dan Memahami Laporan Keuangan. Yogyakarta : Center of Academic Publishing Service.
- Kasmir.2010.Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Moh. Nazir. 2013. Metode Penelitian.Bogor : Ghalia Indonesia.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- T. Hani Handoko. 2012. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.

Lampiran