

TUGAS AKHIR

ANALISIS JUMLAH PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE

***BREAK EVEN POINT* PADA PO. SUMBER BARU**

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



Disusun Oleh :

NAMA : NURMA LISTIAFRIYANI

NIM : 1712073

POLITEKNIK STMI JAKARTA

2016

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR:

**ANALISIS JUMLAH PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE BREAK
EVEN POINT PADA PO. SUMBER BARU**

DISUSUN OLEH:

NAMA : NURMA LISTIAFRIYANI

NIM : 1712073

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diuji Oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen Bisnis Industri Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri pada hari Jumat tanggal 16 September 2016.

Jakarta, 7 Oktober 2016

Penguji 1

(Drs. Mulyono, MM)

Penguji 2

(Dra. Sri Daryuni, MM)

Penguji 3

(Drs. Achmad Zawawi, MA, MM)

Penguji 4

(P. Immanuel Bangun, SE, MM)

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya Mahasiswi program studi Manajemen Bisnis Industri Politeknik STMI
Jakarta, Kementerian Perindustrian RI,

Nama : Nurma Listiafriyani

NIM : 1712073

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan
judul **“Analisis Jumlah Penjualan Dengan Menggunakan Metode Break Even
Point Pada PO. Sumber Baru”** :

- Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan literatur hasil kuliah,
survey lapangan, melalui tanya jawab, melalui buku-buku jurnal acuan yang
tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir ini, serta konsultasi dengan
dosen pembimbing.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang
pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di Universitas atau Perguruan
Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi
pendukung untuk melengkapi informasi dan sumber informasi dengan
dicantumkan melalui referensi semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal
acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan seperti di atas,
maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, Juli 2016

Yang membuat pernyataan

Nurma Listiafriyani

ABSTRAK

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk mendapatkan laba. Dalam merencanakan laba ada salah satu metode yang digunakan yaitu *break even point*. PO. Sumber Baru adalah perusahaan yang memproduksi rak piring. Jenis rak piringnya yaitu rak piring polos pintu 2, rak piring polos pintu 3, rak piring karakter pintu 2 dan rak piring karakter pintu 3. Perusahaan ini berdiri pada Tahun 2009 yang dimiliki oleh Bapak Puspohadi, SH. Data yang diperlukan dari analisa adalah data sekunder yang diperoleh dari PO. Sumber Baru berupa data keuangan dari tahun 2011-2015. Hasil analisis adalah sebagai berikut : (1) Perhitungan *Break Even Point* (BEP) rak piring polos pintu 2 pada PO. Sumber Baru tahun 2015 dapat diketahui BEP terjadi pada tingkat penjualan sebesar Rp 280.308.273 atau dalam tingkat produksi/ penjualan 418 unit. (2) Perusahaan merencanakan laba yaitu Rp 120.000.000 untuk tahun 2016 dengan asumsi kenaikan 15 % pada unit penjualan, harga jual, biaya variabel dan biaya tetap untuk produk rak piring polos pintu 2 dari data tahun 2015. Maka dapat diketahui titik impas tercapai pada tingkat penjualan sebesar Rp 578.603.339 atau dalam tingkat produksi/ penjualan 751 unit. (3) Perhitungan *Margin of Safety* diketahui bahwa penurunan penjualan yang masih dapat diterima atau perusahaan belum merugi karena volume penjualan perusahaan yang bersangkutan tidak boleh turun dari *margin of safety* yaitu 60,17952748% dari penjualan yang dibudgetkan atau jika dihitung $Rp\ 600.000.000 \times 60,17952748\% = Rp\ 348.200.756$.

Kata kunci : Break event point, Margin of Safety,

Perencanaan Laba.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Analisis Jumlah Penjualan Dengan Menggunakan Metode *Break Even Point* Pada PO. Sumber Baru “.

Penulisan Tugas Akhir ini merupakan pemenuhan salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan Program Studi D-IV di Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI) Kementerian Perindustrian RI , Jurusan Manajemen Bisnis Industri.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari petunjuk, bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mustofa, ST, MT selaku Ketua Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.
2. Bapak Pasti Immanuel Bangun, SE, MM selaku Puket III serta Dosen Pembimbing atas bimbingan dan arahan yang diberikan.
3. Bapak Drs. Mulyono, MM selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Otomotif Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.
4. Seluruh Dosen Manajemen Bisnis Industri di Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI yang telah memberikan ilmunya kepada saya.
5. Bapak Pusphadi, SH beserta istri selaku pemilik PO. Sumber Baru yang telah memberikan kesempatan kepada penyusun untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan dan melakukan penyusunan Tugas Akhir serta membantu Penulis dalam mengumpulkan data sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
6. Para karyawan di PO. Sumber Baru yang telah memberikan informasi dalam pengumpulan data Tugas Akhir ini.

7. Kedua Orang Tua saya tercinta Bapak Raflis dan Ibu Neng Amah yang sudah membantu memberikan doa serta dorongan baik moril maupun materil.
8. Sahabat SMA saya Widya, Daus, Berly yang selalu menyemangati saya dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman terdekat saya di Politeknik STMI yaitu Dian, Nabilah, Riska, Fajar, Marlon, Marion, Eva, Intan serta teman-teman rumah saya Agum, Heston dan Iqbal yang selalu menyemangati, mendo'akan, memberikan masukan yang membangun dalam menyelesaikan Tugas Akhir saya.
10. Keluarga kosan saya yaitu Kak Darti, Kak Ana, Kak Gessy, Mama Holi yang selalu memberikan do'a dan semangat untuk mengerjakan Tugas Akhir ini.
11. Kakak-kakak senior di Politeknik STMI yaitu Kak Trya, Kak Nando, Kak Pamuji, Kak Eca, Kak Dessy yang memberikan masukan kepada saya.
12. Teman-teman seperjuangan MBI 2012 yang memberikan informasi dan masukan yang membangun.
13. Teman-teman Organisasi saya di HMMBI, KUPAS, IDE, yang selalu memberikan motivasi kepada saya.

Akhir kata, penyusun berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua, khususnya untuk rekan-rekan di Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.

Jakarta, Juli 2016

Nurma Listiafriyani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Manajemen Keuangan	6
2.1.1 Perencanaan Sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen.....	6
2.1.2 Pengertian Laporan Keuangan.....	7
2.1.3 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan	8
2.1.4 Pengertian Laba	11
2.1.5 Perencanaan Laba.....	11
2.1.6 Klasifikasi Biaya	12
2.1.7 Analisa Break Even Point	22
2.2 Manajemen Pemasaran	30

2.2.1 Konsep Pemasaran	30
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	30
2.2.3 Segmentasi Pasar.....	31
2.3 Manajemen Produksi	32
2.3.1 Pemilihan Lokasi Pabrik.....	33
2.3.2 Letak Fasilitas Fisik (Layout) Pabrik	33
2.4 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	34
2.4.1 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia.....	35
2.4.2 Perencanaan SDM.....	35
2.4.3 Rekrutmen	36
2.4.4 Seleksi.....	36
2.4.5 Kompensasi	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Data dan Sumber Data.....	38
3.1.1 Jenis Data.....	38
3.1.2 Sumber Data.....	38
3.2 Metode Pengumpulan Data	39
3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data	39
3.3.1 Metode Pengolahan Data.....	39
3.3.2 Analisis Data	39
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	42
4.1 Pengumpulan Data	42
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan	42
4.1.1.2 Profil Perusahaan.....	43

4.1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	44
4.1.1.4 Deskripsi Jabatan.....	44
4.1.1.5 Layout Perusahaan.....	47
4.1.2 Pengelolaan Usaha.....	48
4.1.2.1 Aspek Pemasaran.....	48
4.1.2.1.1 Promosi Perusahaan	49
4.1.2.1.2 Fungsi Pemasaran	50
4.1.2.1.3 Biaya Pemasaran.....	53
4.1.2.2 Aspek Produksi.....	58
4.1.2.2.1 Produk PO. Sumber Baru.....	58
4.1.2.2.2 Bahan Baku dan Bahan Baku Penolong	59
4.1.2.2.3 Mesin dan Peralatan	64
4.1.2.2.4 Proses Produksi.....	67
4.1.2.2.5 Biaya Produksi.....	70
4.1.2.3 Aspek Keuangan.....	73
4.1.2.3.1 Biaya Investasi.....	73
4.1.2.3.2 Penyusutan Aktiva Tetap	73
4.1.2.3.3 Harga Pokok Penjualan.....	74
4.1.2.3.4 Laporan Laba Rugi.....	75
4.1.2.4 Aspek Sumber Daya Manusia	76
4.1.2.4.1 Rekrutmen dan Penempatan Karyawan	76
4.1.2.4.2 Produktifitas Karyawan	77
4.2 Pengolahan Data	78
4.2.1 Penggolongan Biaya	78
4.2.1.1 Biaya Semi Variabel	78

4.2.1.2 Biaya Tetap	82
4.2.1.1 Biaya Variabel.....	83
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN	84
5.1 Analisa	84
5.1.1 Biaya Tetap dan Biaya Variabel	84
5.1.2 Persentase Penjualan Masing-masing Produk.....	85
5.1.3 Komposisi Biaya Tetap dan Biaya Variabel Masing-masing Produk	86
5.1.4 Menentukan Break Even Point PO. Sumber Baru Tahun 2015	88
5.1.5 Grafik Break Even Point Tahun 2015	90
5.1.6 Perencanaan Laba PO. Sumber Baru Tahun 2016.....	91
5.1.7 Grafik Penjualan Minimal Tahun 2016.....	95
5.1.8 Margin Of Safety Tahun 2016.....	96
5.1.9 Grafik Margin Of Safety Tahun 2016	97
5.2 Pembahasan	98
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	99
6.1 Kesimpulan.....	99
6.2 Pembahasan	100
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2.1 Keterangan Contoh Soal Biaya Variabel</i>	14
<i>Tabel 2.2 Keterangan Contoh Soal Biaya Tetap</i>	17
<i>Tabel 2.3 Contoh Biaya Reparasi dan Pemeliharaan</i>	19
Tabel 2.4 Contoh selisih Biaya Reparasi & Pemeliharaan	19
Tabel 2.5 Perhitungan Penghasilan Total dan Biaya Total	25
Tabel 2.6 Bauran Pemasaran.....	31
<i>Tabel 4.1 Keterangan Layout Pabrik</i>	47
<i>Tabel 4.2 Harga produk pertahun</i>	48
Tabel 4.3 Biaya Promosi Per tahun.....	50
Tabel 4.4 Penjualan Tahun 2011.....	51
Tabel 4.5 Penjualan Tahun 2012.....	51
Tabel 4.6 Penjualan Tahun 2013.....	51
Tabel 4.7 Penjualan Tahun 2014.....	52
Tabel 4.8 Penjualan Tahun 2015.....	52
<i>Tabel 4.9 Biaya Pemasaran Tahun 2011</i>	53
<i>Tabel 4.10 Biaya Pemasaran Tahun 2012</i>	54
<i>Tabel 4.11 Biaya Pemasaran Tahun 2013</i>	55
<i>Tabel 4.12 Biaya Pemasaran Tahun 2014</i>	56
<i>Tabel 4.13 Biaya Pemasaran Tahun 2015</i>	57
Tabel 4.14 Bahan Baku dan Bahan Baku Penolong	59
Tabel 4.15 <i>Biaya Bahan Baku tahun 2011</i>	59
Tabel 4.16 Biaya Bahan Baku tahun 2012.....	60
Tabel 4.17 Biaya Bahan Baku tahun 2013.....	60
Tabel 4.18 Biaya Bahan Baku tahun 2014.....	61
Tabel 4.19 Biaya Bahan Baku tahun 2015.....	61
Tabel 4.20 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2011	62
Tabel 4.21 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2012	62

Tabel 4.22 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2013	63
Tabel 4.23 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2014	63
Tabel 4.24 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2015	64
Tabel 4.25 Daftar Mesin	66
Tabel 4.26 Daftar Peralatan	66
Tabel 4.27 Biaya Produksi Tahun 2011	70
Tabel 4.28 Biaya Produksi Tahun 2012.....	71
Tabel 4.29 Biaya Produksi Tahun 2013.....	71
Tabel 4.30 Biaya Produksi Tahun 2014.....	72
Tabel 4.31 Biaya Produksi Tahun 2015.....	72
Tabel 4.32 Aktiva Berwujud dan Tidak Berwujud	73
Tabel 4.33 Penyusutan Aktiva Tetap	73
Tabel 4.34 Harga Pokok Penjualatn tahun 2011-2015.....	74
Tabel 4.35 <i>Laporan Laba Rugi PO. Sumber Baru 2011-2015</i>	75
Tabel 4.36 <i>Jumlah Karyawan 2011-2012</i>	76
Tabel 4.37 <i>Jumlah Karyawan 2013-2015</i>	76
Tabel 4.38 Produktivitas Karyawan.....	77
Tabel 4.39 Biaya Pemeliharaan Bulan Januari-Desember Tahun 2015.....	78
Tabel 4.40 Titik Tertinggi dan Terendah Biaya Pemeliharaan Mesin	79
Tabel 4.41 Biaya Listrik dan Telepon Bulan Januari-Desember Tahun 2015	80
Tabel 4.42 Titik Tertinggi dan Terendah Biaya Listrik dan Telepon	80
Tabel 4.43 Biaya Semi Variabel	81
Tabel 4.44 Biaya Tetap	82
Tabel 4.45 Biaya Variabel	83
Tabel 5.1 Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2015	84
Tabel 5.2 Penjualan Masing-masing Produk	85
Tabel 5.3 Persentase Penjualan Masing-masing Produk.....	86
Tabel 5.4 Komposisi Biaya Masing-masing Produk.....	88

Tabel 5.5 Pembuktian Perhitungan Break Even Point Tahun 2015	89
Tabel 5.6 Komposisi Laba Masing-masing Produk	91
Tabel 5.7 Data Perhitungan Tahun 2016.....	92
Tabel 5.8 Pembuktian Perhitungan Penjualan Minimal Tahun 2016.....	93
Tabel 5.9 Pembuktian Perhitungan Break Even Point Tahun 2016.....	94

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2.1 Biaya Variabel Total</i>	15
<i>Gambar 2.2 Biaya Variabel Per Unit</i>	16
Gambar 2.3 Grafik Biaya Tetap Total.....	17
<i>Gambar 2.4 Grafik Biaya Tetap Per unit</i>	18
Gambar 2.5 Grafik Break Even	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD. Sumber Baru	44
Gambar 4.2 Layout Perusahaan.....	47
Gambar 4.3 Rak Piring Polos	58
Gambar 4.4 Rak Piring Karakter	58
Gambar 4.5 Mesin Potong/Cutting.....	64
Gambar 4.6 Mesin Bor Duduk	65
Gambar 4.7 Mesin Bor Tangan	65
Gambar 4.8 Proses Produksi.....	67
Gambar 4.9 Memilih Bahan	67
Gambar 4.10 Mengukur dan Memotong	68
Gambar 4.11 Membuat Motif.....	68
Gambar 4.12 Perakitan.....	69
Gambar 5.1 Grafik Break Even Point Tahun 2015.....	90
Gambar 5.2 Grafik Penjualan Minimal Tahun 2016.....	95
Gambar 5.3 Grafik Margin Of Safety Tahun 2016.....	97

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba. Besar kecilnya laba yang dicapai merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Manajemen harus mampu merencanakan dan sekaligus mencapai laba yang besar agar dapat dikatakan manajemen yang sukses.

Salah satu fungsi manajemen adalah planning atau perencanaan, dan perencanaan ini merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Agar dapat membuat perencanaan yang baik, seorang manajemen harus mampu melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang dan merencanakan berbagai cara yang harus ditempuh untuk menghadapi kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang tersebut di mulai dari sekarang.

Tingkat keuntungan dari perusahaan merupakan sesuatu hal yang penting untuk diketahui pemilik perusahaan. Sebagai seorang pemilik perusahaan, dia harus mampu merencanakan dan mengatur tingkat keuntungan pada perusahaan.

Bapak Puspohadi selaku pemilik perusahaan Sumber Baru menginginkan usaha yang dimilikinya mempunyai keuntungan untuk produk rak piring polos pintu 2 sebesar RP 120.000.000 pada tahun 2016 atau sekitar Rp 10.000.000 setiap bulannya. Namun, PO. Sumber Baru tidak melakukan perencanaan tingkat keuntungan yang ingin di capai dan juga tidak ada perhitungan untuk menetapkan kapasitas produksi yang diperlukan pada perusahaan agar mendapatkan

keuntungan, untuk itu penulis tertarik untuk meneliti tentang seberapa kapasitas yang diperlukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan jika perusahaan menginginkan keuntungan dengan jumlah tertentu berapa banyak produk yang harus di produksi dalam jangka waktu tertentu.

Metode yang penulis gunakan untuk melakukan perhitungan pada penelitian ini adalah Analisa *Break Even Point*. Data yang digunakan yaitu data tahun 2015 yang sudah penulis peroleh pada saat melakukan praktik kerja lapangan pada PO. Sumber Baru. *Break Even Point* (BEP) dapat diartikan suatu keadaan di mana dalam operasi perusahaan, tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya). Tetapi, analisa *Break Even* tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang *Break Even* saja, akan tetapi Analisa *Break Even* mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.

Untuk dapat menentukan tingkat *Break Even*, maka biaya yang terjadi harus dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Namun, pada kenyataannya PO. Sumber Baru belum melakukan pemisahan antara biaya variabel dan biaya tetap dengan benar, maka penulis menggolongkan biaya-biaya tersebut ke dalam biaya tetap dan biaya 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).

Untuk menetapkan kebijakan dan strategi pada bagian produksi, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian personalia untuk mencapai keuntungan yang di inginkan, PO. Sumber Baru dapat menjadikan perhitungan *Break Even Point* sebagai acuan. Maka pada penelitian ini penulis mengambil judul penelitian

“ANALISIS JUMLAH PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *BREAK EVEN POINT* PADA PO. SUMBER BARU”

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Pada tingkat penjualan berapa terjadinya titik impas (*Break Even Point*) untuk produk rak piring polos pintu 2 pada tahun 2015?
2. Jika perusahaan menetapkan keuntungan untuk rak piring polos pintu 2 sejumlah Rp 120.000.000 pada tahun 2016, berapa banyak penjualan minimal (rupiah) dan penjualan minimal (unit) produk rak piring polos pintu 2 pada tahun tersebut?
3. Berapa persentase *Margin Of Safety* produk rak piring polos pintu 2 pada tahun 2016?

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 di PO. Sumber Baru yang berlokasi di Jl. Margasari RT 05 RW 06, Kec. Curug, Kab. Tangerang.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data tahun 2015.
3. Mengutamakan data dari aspek keuangan, dalam hal ini biaya tetap, biaya variabel, dan harga produk per unit, serta data-data yang bersangkutan lainnya dari aspek pemasaran, aspek produksi, dan aspek personalia.
4. Dalam melakukan analisis kriteria pengukuran data yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut :

- a. Penggolongan biaya tetap dan biaya variabel.
- b. Analisa *Break Even Point* produk rak piring polos pintu 2.
- c. Analisa Penjualan Minimal rak piring polos pintu 2 tahun 2016.
- d. Analisa *Margin of Safety*.

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapa terjadinya *Break Even Point* (BEP) pada PO. Sumber Baru tahun 2015.
2. Untuk mengetahui berapa banyak penjualan produk rak piring polos pintu 2 dalam rupiah dan unit produk dalam jangka waktu satu tahun agar mendapatkan keuntungan untuk rak piring polos pintu 2 sejumlah Rp 120.000.000 pada tahun 2016.
3. Untuk mengetahui *Margin of Safety* (batas keamanan perusahaan) produk rak piring polos pintu 2.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

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

2. Bagi Politeknik STMI Jakarta

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

3. Bagi Mahasiswa

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

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

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

BAB III : METODOLOGI PEMECAHAN MASALAH

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

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

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

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

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

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

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

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Keuangan

Menurut Kustoro Budiarta (2010:234) Keuangan atau *finance* adalah seni dan ilmu dalam mengelola uang. Manajemen keuangan merupakan salah satu bidang manajemen fungsional dalam suatu perusahaan, yang mempelajari tentang penggunaan dana, memperoleh dana dan pembagian hasil operasi perusahaan.

Manajemen keuangan dapat didefinisikan dari tugas dan tanggungjawab manajer keuangan. Meskipun tugas dan tanggungjawabnya berlainan di setiap perusahaan, tugas pokok manajemen keuangan antara lain meliputi : keputusan tentang investasi, pembiayaan kegiatan usaha, dan pembagian deviden suatu perusahaan.

2.1.1 Perencanaan Sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen

Dalam Buku Pengantar Bisnis Edisi 2 menurut Kustoro Budiarta (2010:131) Perencanaan atau *planning* adalah proses yang menyangkut upaya untuk merumuskan hal berikut :

- a. Menentukan tujuan yang akan dicapai di masa mendatang.
- b. Merumuskan tindakan-tindakan yang perlu dijalankan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.
- c. Menentukan dana yang diperlukan dan faktor-faktor produksi lain yang akan digunakan.

Ketiga unsur tersebut merupakan tiga hal yang harus ada dan tidak dapat dipisah-pisahkan dalam setiap usaha. Perencanaan adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Manajer mengevaluasi berbagai rencana alternatif sebelum mengambil tindakan dan kemudian melihat apakah rencana yang dipilih cocok dan dapat digunakan untuk memenuhi tujuan perusahaan,

perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan, fungsi-fungsi lainnya tidak dapat berjalan.

2.1.2 Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Myer dalam bukunya *Financial Statement Analysis* yang dikutip dari buku Analisis Laporan Keuangan yang disusun oleh Drs. H.S, Munawir, Ak (2004:5) mengatakan bahwa yang dimaksud dengan laporan keuangan adalah :

“ Dua daftar yang disusun akuntan pada akhir periode untuk suatu perusahaan. Kedua daftar itu adalah daftar neraca atau daftar posisi keuangan dan daftar pendapatan atau daftar rugi-laba. Pada waktu akhir-akhir ini sudah menjadi kebiasaan bagi perseroan-perseroan untuk menambahkan daftar ketiga yaitu daftar surplus atau daftar laba yang tak dibagikan (laba yang ditahan).

Pada umumnya, laporan keuangan itu terdiri dari neraca dan perhitungan Rugi Laba serta laporan perubahan modal, di mana neraca menunjukkan atau menggambarkan jumlah aktiva, hutang dan modal dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu, sedangkan perhitungan (laporan) Rugi Laba memperlihatkan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan serta biaya yang terjadi selama periode tertentu, dan laporan perubahan modal menunjukkan sumber dan penggunaan atau alasan-alasan yang menyebabkan perubahan modal perusahaan. Tetapi dalam prakteknya sering diikuti sertakan kelompok lain yang sifatnya membantu untuk memperoleh penjelasan lebih lanjut, misalnya laporan perubahan modal kerja, laporan sumber dan penggunaan kas atau laporan arus kas, laporan sebab-sebab perubahan laba kotor, laporan biaya produksi serta daftar-daftar lainnya.

Dalam prinsip-prinsip Akuntansi Indonesia (Ikatan Akuntan Indonesia, Jakarta 1974) dikatakan bahwa laporan keuangan adalah neraca dan perhitungan rugi laba serta segala keterangan-keterangan yang dimuat dalam lampiran-lampirannya antara lain laporan sumber dan penggunaan dana-dana. Untuk perusahaan besar yang banyak pemegang sahamnya, maka disamping

laporan keuangan (finansii) termaksud di atas sebaiknya ditambah keterangan-keterangan tentang :

- Kondisi dan faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi
- Usaha-usaha yang lalu, sekarang mapupun yang akan datang
- Luasnya produksi
- Kebijakan-kebijaksanaan perusahaan
- Penelitian dan pengembangan
- *Marketing* dan *advertising*
- Rencana-rencana dalam belanja modal dan pembelanjaan di masa-masa yang akan datang
- Kebijakan-kebijaksanaan mengenal *dividen* dan sebagainya

2.1.3 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan

a. Neraca

Neraca adalah laporan yang sistematis tentang aktiva, hutang, serta modal dari suatu perusahaan pada suatu saat tertentu. Jadi tujuan Neraca adalah untuk menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan pada suatu tanggal tertentu, biasanya pada waktu di mana buku-buku ditutup dan ditentukan sisanya pada suatu akhir tahun fiskal atau tahun kalender, sehingga neraca sering disebut dengan *Balance Sheet*. (Munawir, 2004 : 13)

Dengan demikian neraca terdiri dari tiga bagian utama yaitu aktiva, hutang, modal.

- Aktiva

Dalam pengertian aktiva tidak terbatas pada kekayaan perusahaan yang berwujud saja, tetapi juga termasuk pengeluaran-pengeluaran yang belum dialokasikan (*deffered charges*) atau biaya yang masih harus dialokasikan pada penghasilan yang akan datang, serta aktiva yang tidak berwujud lainnya (*intangible assets*) misalnya *goodwill*, hak paten, hak menerbitkan dan sebagainya.

Pada dasarnya aktiva dibagi menjadi dua yaitu aktiva lancar dan aktiva tidak lancar. Aktiva lancar adalah uang kas dan aktiva lainnya yang

dapat diharapkan untuk dicairkan atau ditukarkan menjadi uang tunai, dijual atau dikonsumsi dalam periode berikutnya (paling lama satu tahun atau dalam perputaran kegiatan perusahaan yang normal). Yang termasuk kelompok aktiva lancar adalah : kas atau uang tunai, investasi jangka pendek (surat-surat berharga), piutang wesel, piutang dagang, persediaan, piutang penghasilan, persekot atau biaya yang dibayar di muka.

Aktiva tidak lancar adalah aktiva yang mempunyai umur kegunaan relative permanen atau jangka panjang (mempunyai umur ekonomis lebih dari satu tahun atau tidak akan habis dalam satu kali perputaran operasi perusahaan). Yang termasuk aktiva tidak lancar adalah : investasi jangka panjang, Aktiva tetap, Aktiva tetap tidak berwujud, beban yang ditangguhkan, aktiva lain-lain.

- Hutang

Hutang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, di mana hutang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor. Hutang atau kewajiban perusahaan dapat dibedakan ke dalam hutang lancar (hutang jangka pendek) dan hutang jangka panjang.

Hutang lancar atau hutang jangka pendek adalah kewajiban keuangan perusahaan yang pelunasannya atau pembayaran akan dilakukan dalam jangka pendek (satu tahun sejak tanggal neraca) dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan. Hutang lancar meliputi : Hutang dagang, Hutang Wesel, Hutang pajak, biaya yang masih harus dibayar, hutang jangka panjang yang segera jatuh tempo, penghasilan yang diterima dimuka

Hutang jangka panjang adalah kewajiban keuangan yang jangka waktu pembayarannya (jatuh temponya) masih jangka panjang (lebih dari satu tahun sejak tanggal neraca) yang meliputi : Hutang obligasi, Hutang hipotik, pinjaman jangka panjang yang lain.

- Modal

Modal adalah merupakan hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang ditunjukkan dalam pos modal (modal saham), surplus dan laba yang ditahan. Atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh hutang-hutangnya.

b. Laporan Rugi Laba

Laporan Rugi laba merupakan suatu laporan sistematis tentang penghasilan, biaya, rugi-laba yang diperoleh suatu perusahaan selama periode tertentu. Walaupun belum ada keseragaman tentang susunan laporan rugi-laba bagi tiap-tiap perusahaan, namun prinsip-prinsip yang umumnya diterapkan adalah sebagai berikut :

1. Bagian yang pertama menunjukkan penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok perusahaan (penjualan barang dagangan atau memberikan *service*) diikuti dengan harga pokok dari barang/*service* yang dijual, sehingga diperoleh laba kotor.
2. Bagian kedua menunjukkan biaya-biaya operational yang terdiri dari biaya penjualan dan biaya umum/administrasi (*operating expenses*).
3. Bagian ketiga menunjukkan hasil-hasil yang diperoleh di luar operasi pokok perusahaan, yang diikuti dengan biaya-biaya yang terjadi di luar usaha pokok perusahaan (*Non operating/financial income dan expenses*).
4. Bagian keempat menunjukkan laba atau rugi yang insidental (*extra ordinary gain or loss*) sehingga akhirnya diperoleh laba bersih sebelum pajak pendapatan.

c. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal (ekuitas) adalah merupakan salah satu dari laporan keuangan yang harus dibuat oleh perusahaan yang menggambarkan peningkatan atau penurunan aktiva bersih atau kekayaan selama periode yang bersangkutan berdasarkan prinsip pengukuran tertentu yang dianut.

2.1.4 Pengertian Laba

Menurut Hery (2012:82) Laba atau pendapatan adalah arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas dari pengiriman barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama perusahaan.

Laba dapat dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$Y = cx - bx - a$$

Dimana:

Y = Laba

x = Jumlah produk yang dijual

c = Harga jual per unit

b = Biaya variable (VC)

a = Biaya tetap (FC)

2.1.5 Perencanaan Laba

Manajemen perusahaan merumuskan rencana yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi. Menentukan tujuan perusahaan termasuk dalam perencanaan yang dilakukan manajemen perusahaan. Salah satu perencanaan yang dilakukan manajemen yaitu perencanaan laba. Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang. Perencanaan laba atau penganggaran mempunyai manfaat bagi perusahaan yaitu:

- a. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan permasalahan
- b. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil suatu keputusan.
- c. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba.

- d. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana saling berkaitan.
- e. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaharui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.

2.1.6 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya adalah sangat penting untuk membuat ikhtisar yang berarti atas dasar biaya. Klasifikasi yang paling umum digunakan didasarkan pada hubungan antara biaya dengan berikut :

1. Produk (Satu lot, batch, atau unit dari suatu barang jadi atau jasa)
2. Volume produksi
3. Departemen, proses, pusat biaya (*cost center*), atau biaya subdivisi lain dari manufaktur
4. Periode akuntansi
5. Suatu keputusan, tindakan, atau evaluasi

A. Biaya Dalam Hubungannya dengan Produk

Proses klasifikasi biaya dan beban dapat dimulai dengan menghubungkan biaya ke tahapan yang berbeda dalam operasi suatu bisnis. Dalam lingkungan manufaktur, total biaya operasi terdiri atas dua elemen : biaya manufaktur dan beban komersial.

Biaya Manufaktur juga disebut biaya produksi atau biaya pabrik. Biasanya didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya : biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung, keduanya disebut biaya utama (*Prime Cost*). Tenaga kerja langsung dan overhead pabrik, keduanya disebut biaya konversi.

Bahan baku langsung adalah semua bahan baku yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam

perhitungan biaya produk. Contoh dari bahan baku langsung adalah kayu yang digunakan untuk *furniture* dan minyak mentah yang digunakan untuk membuat bensin.

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.

Overhead pabrik adalah semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu. Overhead pabrik biasanya memasukkan semua biaya manufaktur kecuali bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

Bahan baku tidak langsung adalah bahan baku yang diperlukan untuk penyelesaian suatu produk tetapi tidak diklasifikasikan sebagai bahan baku langsung karena bahan baku tersebut tidak menjadi bagian dari produk. Contohnya adalah amplas, pola kertas.

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak secara langsung ditelusuri ke konstruksi atau komposisi produk jadi. Tenaga kerja tidak langsung termasuk gaji penyelia, pembantu umum, pekerja bagian pemeliharaan, dan biasanya pekerja bagian gudang.

Beban komersial terdiri atas dua klasifikasi umum : beban pemasaran dan beban administratif (juga disebut beban umum dan administratif). Beban pemasaran dimulai dari titik di mana biaya manufaktur berakhir. Yaitu, ketika proses manufaktur selesai dan produk ada dalam kondisi siap dijual. Beban pemasaran mencakup beban promosi, penjualan dan pengiriman. Beban administratif termasuk beban yang terjadi dalam mengarahkan dan mengendalikan organisasi. Tidak semua beban semacam ini dialokasikan sebagai beban administratif. Gaji dari wakil presiden direktur yang bertanggung jawab atas proses manufaktur dapat dianggap sebagai biaya manufaktur, dan gaji wakil presiden direktur yang bertanggung jawab atas pemasaran dapat dianggap sebagai beban pemasaran.

B. Biaya Dalam Hubungannya dengan Volume Produksi

Beberapa jenis biaya bervariasi secara proporsional terhadap perubahan dalam volume produksi atau output, sementara yang lainnya tetap relatif konstan dalam jumlah. Kecenderungan biaya untuk bervariasi terhadap output harus dipertimbangkan oleh manajemen jika manajemen ingin sukses dalam merencanakan dan mengendalikan biaya.

1. Biaya Variabel

Biaya Variabel adalah biaya-biaya totalnya selalu berubah secara proporsional (sebanding) dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Besar kecilnya total biaya variabel dipengaruhi oleh besar kecilnya volume produksi/penjualan secara proporsional. Contoh jenis biaya variabel antara lain : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, sebagian biaya overhead pabrik (seperti : penyusutan aktiva tetap pabrik, yang dihitung berdasarkan jumlah unit produksi), komisi penjualan yang ditentukan berdasarkan persentase tertentu dari hasil penjualan dan sebagainya.

Contoh :

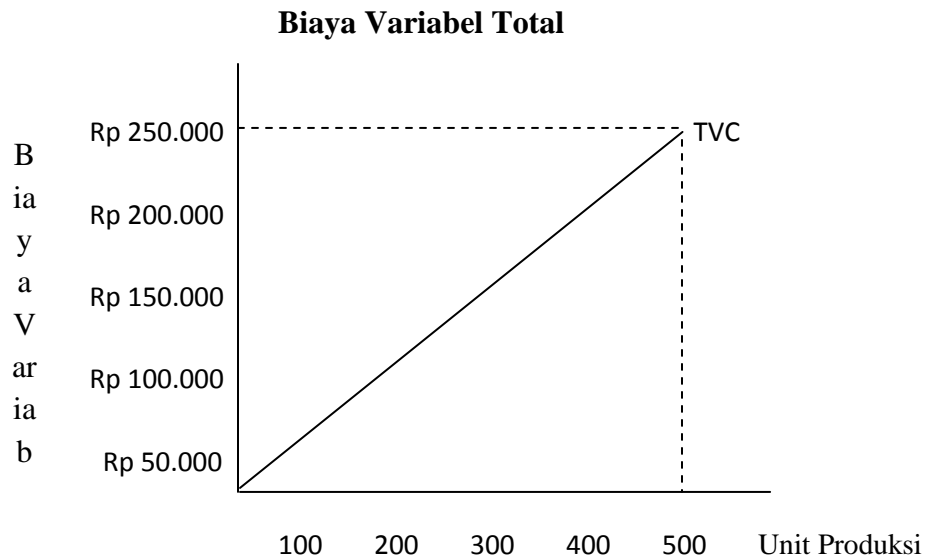
Untuk menghasilkan 1 unit produk diperlukan biaya bahan baku sebesar Rp 500. Berdasarkan data tersebut, biaya bahan baku total untuk beberapa tingkatan produksi adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Keterangan Contoh Soal Biaya Variabel

Produksi (unit)	Biaya Bahan Baku Perunit (Rp)	Biaya bahan Baku Total (Rp)
100	500	50.000
200	500	100.000
300	500	150.000
400	500	200.000
500	500	250.000

Hubungan antara biaya bahan baku total dengan volume produksi tersebut dapat disajikan dalam bentuk grafik sebagai berikut:

Gambar 2.1 Biaya Variabel Total



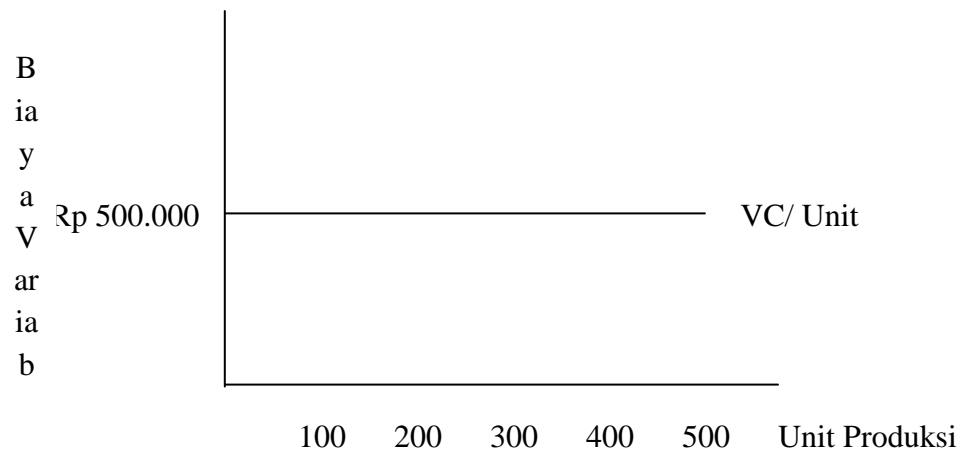
Pada grafik (Gambar 2.1) tersebut, Nampak hubungan antara biaya bahan baku total dengan volume produksi. Pada saat volume produksi sama dengan nol, maka biaya bahan baku total sama dengan nol. Jika volume yang diproduksi 100 unit, maka biaya bahan baku total adalah Rp 50.000. jika volume produksi bertambah menjadi 200 unit, maka biaya bahan baku total bertambah menjadi Rp 100.000. demikian seharusnya biaya bahan baku total akan selalu berubah secara sebanding dengan perubahan volume produksi (yaitu setiap perubahan satu unit volume produksi akan berpengaruh terhadap biaya bahan baku sebesar Rp 500).

Dari contoh tersebut di atas, biaya bahan baku total selalu berubah sebanding dengan perubahan volume produksi, akan tetapi biaya bahan baku setiap unit produk jumlahnya tetap (tidak berubah) pada setiap tingkat volume produksi. Dengan perkataan lain, biaya variabel total mempunyai perilaku selalu berubah sesuai dengan

perubahan volume produksi, sedangkan biaya variabel per unit mempunyai perilaku tetap, meskipun volume produksi berubah.

Secara grafis, biaya variabel per unit dalam kaitannya dengan volume produksi adalah sebagai berikut (Gambar 2.2)

Gambar 2.2 Biaya Variabel Per Unit



2. Biaya Tetap

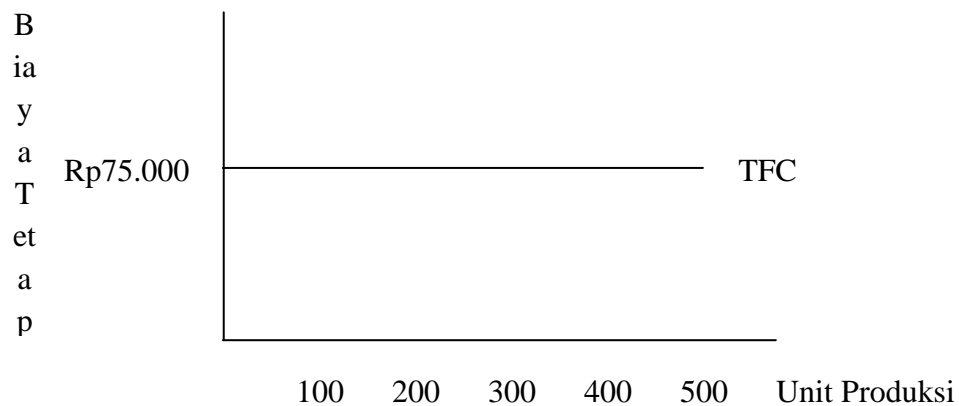
Biaya tetap adalah biaya-biaya yang di dalam jarak kapasitas (*range of capacity*) tertentu totalnya tetap, meskipun volume kegiatan perusahaan berubah-ubah. Sejauh tidak melampaui kapasitas, biaya tetap total tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya volume kegiatan perusahaan.

Jarak kapasitas adalah serangkaian tingkat volume kegiatan perusahaan yang dapat dicapai tanpa menambah kapasitas. Misalnya, berdasarkan contoh di atas jarak kapasitas atau sering pula disebut jarak relevan adalah volume produksi antara nol unit sampai dengan 500 unit. Jika perusahaan memproduksi pada tingkat antara 1 sampai dengan 500 unit biaya tetap total adalah sebesar Rp 75.000. Akan tetapi, jika perusahaan memproduksi lebih dari 500 unit maka biaya tetap total akan berubah, karena perusahaan harus menambah kapasitas yang dimiliki.

Pada umumnya penambahan kapasitas oleh perusahaan hanya dapat dilakukan dalam jangka panjang. Contoh biaya tetap antara lain : Gaji tetap pimpinan perusahaan, penyusutan aktiva tetap yang dihitung dengan metode garis lurus dan sebagainya.

Hubungan antara biaya tetap total dengan volume produksi Nampak pada grafik berikut ini (Gambar 2.3).

Gambar 2.3 Grafik Biaya Tetap Total



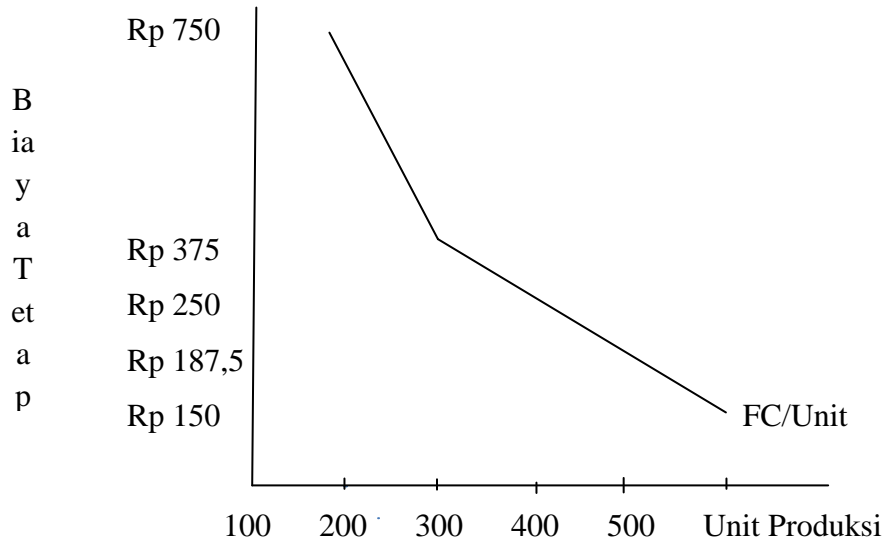
Berdasarkan grafik tersebut di atas, biaya tetap secara total relative tidak berubah pada berbagai tingkat volume produksi. Sedangkan biaya tetap setiap unit akan selalu berubah pada berbagai tingkat volume produksi. Dengan menggunakan contoh di atas besarnya biaya tetap per unit untuk masing-masing volume produksi adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2 Keterangan Contoh Soal Biaya Tetap

Volume produksi (Unit)	Biaya Tetap (Rp)	
	Per unit	Total
100	750	75.000
200	375	75.000
300	250	75.000
400	187,5	75.000
500	150	75.000

Secara grafis, hubungan antara biaya tetap perunit dengan volume produksi adalah sebagai berikut (Gambar 2.4).

Gambar 2.4 Grafik Biaya Tetap Per unit



3. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya-biaya yang totalnya selalu berubah tetapi tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Berubahnya biaya ini tidak dalam tingkat perubahan yang konstan. Biaya ini dapat dikelompokkan pada yang tingkat perubahannya semakin tinggi dan yang tingkat perubahannya semakin rendah. Dalam biaya semi variabel ini terkandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

Salah satu metode untuk menghitung biaya semi variabel ini yaitu dengan metode titik tertinggi dan titik terendah. Cara menentukan pola perilaku biaya dengan metode ini adalah menganalisis biaya masa lalu pada volume kegiatan yang tertinggi dan volume kegiatan terendah. Contoh :

Biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik tahun 1988 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.3 Contoh biaya reparasi dan pemeliharaan

Bulan	Volume Produksi	Biaya Reparasi dan pemeliharaan
Januari	150	Rp 175.000
Februari	200	Rp 200.000
Maret	250	Rp 225.000
April	300	Rp 250.000
Mei	275	Rp 237.500
Juni	225	Rp 212.500
Juli	175	Rp 187.500
Agustus	125	Rp 162.500
September	100	Rp 150.000
Oktober	120	Rp 160.000
November	160	Rp 180.000
Desember	220	Rp 210.000

Berdasarkan data tersebut di atas, volume produksi tertinggi adalah bulan April 1988 yaitu 300 unit dengan biaya Rp 250.000 sedangkan volume produksi terendah adalah bulan September 1988 yakni 100 unit dengan biaya Rp 150.000.

Selanjutnya volume produksi dan biaya pada kedua titik tertinggi dan terendah tersebut dianalisis dengan cara menghitung selisih diantara keduanya. Perhitungannya adalah sebagai berikut :

Tabel 2.4 Contoh selisih biaya reparasi & pemeliharaan

Bulan	Volume Produksi	Biaya Reparasi & Pemeliharaan	Keterangan
April	300 Unit	Rp 250.000	Tertinggi
September	100 Unit	Rp 150.000	Terendah
	200 unit	Rp 100	Selisih

Selisih tersebut merupakan unsur variabel dan biaya yang bersangkutan. Selisih per unit yakni dengan membagi selisih biaya dengan selisih volume merupakan biaya variabel per unit atau

dalam fungsi biaya tersebut di atas dinyatakan dengan symbol b.
Dengan demikian :

$$b = \frac{Rp\ 100.000}{200} = Rp\ 500$$

Untuk a (biaya tetap total) dihitung dengan cara menghitung selisih antara total biaya dengan total variabel. Sebagai contoh untuk biaya pada bulan April 1988.

$$\text{Total biaya (Y)} = Rp\ 250.000$$

$$\text{Total biaya variabel} = Rp\ 500 \times 300 = Rp\ 150.000$$

$$\text{Total biaya tetap (a)} = Rp\ 100.000$$

Dengan demikian fungsi biaya reparasi dan pemeliharaan dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = 100.000 + 500x$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa dalam metode titik tertinggi dan titik terendah yang pertama kali ditentukan adalah biaya variabel. Setelah biaya variabel per unit dapat ditentukan baru ditentukan biaya tetapnya.

C. Biaya Dalam Hubungannya dengan Departemen Produksi atau Segmen Lain

Departemen-departemen dalam suatu pabrik biasanya dapat diklasifikasikan dalam dua kategori : departemen produksi dan departemen jasa. Di departemen produksi, operasi manual dan operasi mesin seperti pembentukan dan perakitan dilakukan secara langsung pada produk atau bagian-bagian dari produk. Jika dua atau tiga jenis mesin yang berbeda melakukan operasi pada satu produk dalam departemen tersebut menjadi dua pusat biaya atau lebih.

Di departemen jasa, jasa diberikan untuk keuntungan departemen lain. Dalam beberapa kasus, jasa ini juga dinikmati oleh departemen jasa yang lain maupun departemen produksi. Meskipun departemen jasa tidak secara langsung terlibat dalam proses produksi, biaya departemen ini merupakan bagian dari overhead dan juga merupakan biaya dari produk. Departemen jasa yang umum dibanyak organisasi adalah departemen pemeliharaan, departemen penggajian, departemen akuntansi biaya, departemen pemrosesan data, dan departemen katering. Jangan mencampuradukan bisnis jasa dengan konsep departemen jasa. Bisnis jasa tidak memproduksi barang jadi sebagai outputnya. Meskipun demikian, dalam bisnis jasa, ada departemen produksi dan departemen jasa. Dalam firma hokum besar, misalnya bisa saja ada departemen pajak, real estat dan pengesahan. Ketiganya adalah departemen produksi departemen yang memiliki kontak langsung dengan klien. Perpustakaan dalam suatu Firma hokum merupakan contoh departemen jasa.

D. Biaya Dalam Hubungannya dengan Periode Akuntansi

Biaya dapat diklasifikasikan sebagai belanja modal (*capital expenditure*) atau sebagai belanja pendapatan (*revenue expenditure*). Suatu belanja modal dimaksudkan untuk memberikan manfaat pada periode-periode mendatang dan dilaporkan sebagai aset. Belanja pendapatan memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban. Aset akhirnya akan menjadi beban ketika dikonsumsi atau kehilangan kegunaannya.

Membedakan antara belanja modal dan belanja pendapatan adalah penting untuk mengaitkan biaya dengan pendapatan dan mengukur laba periodik. Tetapi, perbedaan yang akurat antara kedua klasifikasi tersebut tidak selamanya memungkinkan. Dalam banyak kasus, klasifikasi awal tergantung pada sikap manajemen terhadap belanja semacam itu dan karakteristik dari operasi perusahaan. Jumlah dari pengeluaran dan banyaknya catatan rinci yang diperlukan merupakan faktor-faktor yang

mempengaruhi perbedaan antara kedua klasifikasi tersebut. Misalnya saja, tong sampah yang dibeli seharga \$10 per tong dapat dicatat sebagai beban, meskipun secara teknis tong sampah tersebut adalah asset karena dapat digunakan selama bertahun-tahun.

E. Biaya Dalam Hubungannya dengan Suatu Keputusan, Tindakan, atau Evaluasi

Biaya diferensial adalah salah satu nama dari biaya yang relevan untuk suatu pilihan diantara banyak alternative lainnya. Biaya diferensial sering kali disebut sebagai biaya marginal atau biaya incremental. Jika biaya diferensial hanya akan terjadi apabila satu alternative tersebut diambil, maka biaya tersebut juga dapat disebut sebagai biaya tunai yang berkaitan dengan alternatif itu. Sejumlah pendapatan atau manfaat lain yang mungkin hilang bila alternatif tertentu diambil disebut biaya oportunitas dari alternative tersebut, suatu biaya yang telah terjadi dan oleh karena itu, tidak relevan terhadap pengambilan keputusan disebut biaya tertanam (*sunk cost*).

Dalam suatu keputusan untuk menghentikan suatu produk atau divisi, beberapa dari biaya produk atau divisi tersebut mungkin saja tidak terpengaruh dengan keputusan itu. Biaya seperti itu disebut biaya yang tidak dapat dihindari. Sebaliknya, biaya yang dapat dihindari, justru relevan terhadap pengambilan keputusan.

2.1.7 Analisa *Break Even Point*

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

Break Even dapat diartikan suatu keadaan di mana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi

(Penghasilan = Total biaya). Tetapi analisa *break even* tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang break even saja, akan tetapi analisa break even mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.

A. Berbagai Metode Menghitung Titik Impas

Terdapat berbagai metode dalam menghitung titik impas (pendekatan matematis). Data atau informasi yang diperlukan dalam menghitung titik impas adalah :

1. Hasil keseluruhan penjualan atau harga jual per unit.
2. Biaya variabel keseluruhan atau biaya variabel per unit.
3. Jumlah biaya tetap keseluruhan.

Terdapat empat metode atau rumus dalam menghitung titik impas (*break even point*) untuk selanjutnya disingkat menjadi BEP, yaitu :

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

Dimana :

BEP = Penjualan pada titik impas (dalam rupiah)

FC = Biaya tetap keseluruhan (*Fixed cost*)

VC = Biaya variabel keseluruhan (*Variable Cost*)

S = Hasil penjualan keseluruhan (*Sales*)

1 = Konstanta

VC/S = *Variable cost ratio* (VCR – Perbandingan antara biaya variabel dengan hasil penjualan)

$$2. \text{ BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{MIR}}$$

Dimana :

MIR = *Marginal income ratio* (rasio pendapatan marginal dengan hasil penjualan). MIR = 1- VCR.

Disebut juga *profit- volume ratio* (P/V)

$$3. \text{ BEP} = \text{FC} + \text{VC pada BEP} + \text{ nol}$$

Dimana :

VC pada BEP = Persentase biaya variabel dari hasil penjualan pada titik impas.

$$4. \text{ BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}}$$

Dimana :

BEP = Penjualan pada titik impas (Unit)

P = Harga jual per unit (*sales price unit*)

V = Biaya Variabel per unit (*variable cost per unit*)

B. Grafik *Break Even*

Sebelum membuat grafik, terlebih dahulu dibuat perhitungan penghasilan total dan biaya total pada berbagai tingkat volume kegiatan (penjualan atau produksi) dalam jarak kapasitas (jarak relevan) tertentu.

Contoh:

Harga jual per unit	Rp 2.000
Biaya Variabel per unit	Rp 500
Biaya tetap total dalam jarak relevan 0-200	Rp 180.000

Berdasarkan contoh tersebut, dapat dibuat perhitungan penghasilan total dan biaya total sebagai berikut :

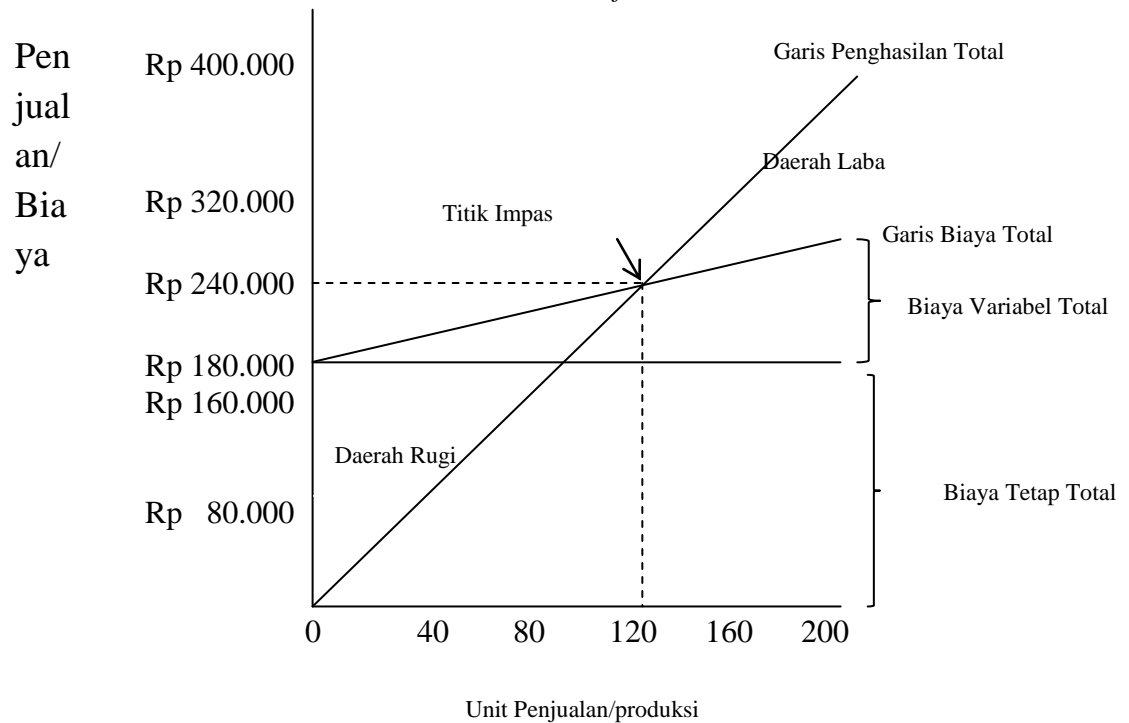
Tabel 2.5 Perhitungan Penghasilan Total dan Biaya Total

Volume Produksi/penjualan (Unit)	Penjualan Total (Rp)	Biaya Tetap Total (Rp)	Biaya Variabel Total (Rp)	Biaya Total (Rp)	Laba-Rugi (Rp)
0	-	180.000	-	180.000	(180.000)
40	80.000	180.000	20.000	200.000	(120.000)
80	160.000	180.000	40.000	220.000	(60.000)
120	240.000	180.000	60.000	240.000	-
160	320.000	180.000	80.000	260.000	60.000
200	400.000	180.000	100.000	280.000	120.000

Setelah dibuat perhitungan tersebut di atas selanjutnya dibuat grafik break even dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Grafik penghasilan Total dibuat dengan cara menarik sebuah garis yang memotong titik-titik yang menunjukkan hubungan antara sumbu datar (volume penjualan dalam unit) dan sumbu tegak (penjualan dalam rupiah). Kolom 1 dan kolom 2.
2. Grafik Biaya Total dibuat dengan cara menarik sebuah yang memotong titik-titik (ordinat) yang menunjukkan hubungan antara sumbu datar (volume produksi dalam unit) dengan sumbu tegak (biaya dalam rupiah), lihat table pada kolom 1 dan 5. Grafik Biaya Total dapat pula dibuat setelah pembuatan grafik Biaya Tetap Total dan Biaya Variabel Total. Pembuatan grafik biaya tetap total dan biaya variabel total pada prinsipnya sama dengan cara pembuatan grafik biaya total sebagaimana dikemukakan di atas.
3. Grafik penghasilan total berpotongan dengan grafik biaya total pada sebuah titik yang disebut dengan titik impas. Jarak antara grafik penghasilan total dengan grafik biaya total di daerah sebelum titik impas, disebut dengan nama daerah rugi. Untuk daerah di sebelah kanan titik impas, dinamakan dengan daerah laba.

Gambar 2.5 Grafik Break Even



C. Penentuan Penjualan Minimal

Apabila telah ditetapkan besarnya laba yang di inginkan, maka perlu ditentukan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan tersebut (Bambang Riyanto, 1997:372)

Rumus :

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

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

Keterangan :

FC	= Biaya Tetap
VC	= Biaya Variabel
V	= Biaya Variabel Perunit
P	= Harga Produk Perunit
Keuntungan	= Keuntungan yang diinginkan
S	= Penjualan

D. *Margin Of Safety*

Margin Keamanan adalah selisih antara rencana penjualan (dalam unit atau satuan uang) dengan break even (dalam unit atau satuan uang) penjualan. Margin keamanan memberikan informasi mengenai seberapa jauh realisasi penjualan dapat turun dari rencana penjualannya agar perusahaan tidak menderita rugi. Penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan maksimum harus sebesar margin keamanan agar perusahaan tidak rugi.

Rumus :

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan yang dibudgetkan} - \text{Penjualan pada Titik Impas}}{\text{Penjualan yang dibudgetkan}} \times 100\%$$

E. Asumsi Dalam Analisa *Break Even*

1. Harga jual per unit tidak berubah-ubah pada berbagai volume penjualan.
2. Perusahaan berproduksi pada jarak kapasitas yang secara relatif konstan.
3. Biaya dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap jumlahnya tidak berubah dalam jarak kapasitas tertentu, sedangkan biaya variabel berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan.
4. Jumlah perubahan persediaan awal dan persediaan akhir tidak berarti.

5. Jika perusahaan menjual lebih dari satu macam produk, komposisi produk yang dijual dianggap tidak berubah.

F. Persamaan Biaya-Volume-Laba (*Cost-Volume-Profit Equation*)

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

$$\text{Total Penghasilan} = \text{Total Biaya Tetap} + \text{Total Biaya Variabel} + \text{Laba}$$

Persamaan tersebut sebenarnya merupakan pengembangan dari persamaan break even , perbedaannya dengan persamaan break even, pada persamaan biaya-volume-laba memasukkan faktor laba perusahaan. Dengan ketentuan yang sama pada persamaan break even, persamaan tersebut di atas dinyatakan sebagai berikut:

$$Px = a + bx + c$$

Dalam hal ini “c” adalah laba perusahaan.

Contohnya :

Penentuan break even dengan menggunakan persamaan biaya-volume-laba tersebut adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rp } 2.000x &= \text{Rp } 40.000 + \text{Rp } 1.500x + 0 \\ 500x &= 40.000 \\ x &= 80 \text{ unit} \end{aligned}$$

Misalnya perusahaan menginginkan laba sebesar Rp 30.000, maka jika harga jual dan biaya tidak berubah, volume penjualan produk harus sebesar :

$$\begin{aligned} \text{Rp } 2.000x &= \text{Rp } 40.000 + \text{Rp } 1.500x + 30.000 \\ 500x &= 70.000 \\ x &= 140 \text{ unit} \end{aligned}$$

G. Perubahan-Perubahan Yang Mempengaruhi *Break Even*

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

1. Perubahan harga jual per unit

Perubahan harga jual produk pada umumnya akan mempengaruhi volume penjualan dan laba perusahaan.

2. Perubahan total biaya tetap

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

3. Perubahan biaya variabel per unit

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

4. Perubahan volume penjualan

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

5. Perubahan Komposisi Penjualan

Perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam barang maka analisis *break even* dapat diterapkan untuk seluruh barang/produk yang diproduksi dan dijual. Apabila komposisi barang yang dijual berubah

maka *break even* secara total akan berubah juga. Perusahaan yang menjual dan memproduksi lebih dari satu jenis akan mendapatkan komposisi marjin kontribusi berbeda disebabkan komposisi penjualan yang berbeda.

2.2 Manajemen Pemasaran

Pemasaran (*Marketing*) menurut Philip Kotler yaitu kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Sedangkan menurut William Stanton pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

The American Marketing Association mendefinisikan *Marketing Management* sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan kosepsi, penetapan harga, promosi dan pendistribusian gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memenuhi tujuan individu dan organisasi.

2.2.1 Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran memiliki tiga dimensi utama yaitu :

1. Seluruh perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen/pasar.
2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri
3. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasional.

2.2.2 Bauran Pemasaran

Kotler (1997) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. *Marketing mix* adalah kegiatan untuk menentukan kombinasi

antara produk, harga distribusi dan promosi sesuai dengan strategi marketingnya. *Marketing mix* merupakan satu dari Sembilan tipe *marketing* (Kartajaya, 2003). Menurut Swastha dan Sukotjo (1995), bahwa bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel inti system pemasaran perusahaan yaitu : produk, harga, promosi, dan distribusi. Keempat komponen tersebut dalam variabel pemasaran ditunjukkan di bawah ini :

Tabel 2.6 Bauran Pemasaran

Produk	Harga	Promosi	Distribusi
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keanekaragaman ▪ Kualitas ▪ Desain ▪ Rancangan ▪ Bentuk ▪ Merek ▪ Kemasan ▪ Ukuran ▪ Pelayanan ▪ Jaminan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Daftar Harga ▪ Rabat ▪ Potongan ▪ Syarat kredit ▪ Jaminan waktu ▪ Pembayaran 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promosi penjualan ▪ Iklan ▪ Brosur penjualan ▪ Humas ▪ Pemasaran langsung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saluran ▪ Ruang lingkup ▪ Penyortiran ▪ Lokasi ▪ Persediaan ▪ Pengangkutan

(Swastha dan Sukotjo, 1995)

2.2.3 Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen.

Dengan menyatukan program pemasaran yang ditujukan ke segmen-segmen pasar yang dituju, manajemen dapat melaksanakan kegiatan pemasaran dengan lebih baik dan dapat menggunakan sumber-sumber pemasaran secara lebih efisien. Bagi sebuah perusahaan kecil dengan

sumber-sumber yang sangat terbatas dapat ikut bersaing dalam segmen pasar tertentu. Segmentasi pasar dapat membantu manajemen dalam :

1. Menyalurkan uang dan usaha ke pasar potensial yang paling menguntungkan.
2. Merencanakan produk yang dapat memenuhi permintaan pasar.
3. Menentukan cara-cara promosi yang paling efektif bagi perusahaan
4. Memilih media advertensi yang lebih baik dan menentukan bagaimana mengalokasikan anggaran secara lebih baik ke berbagai macam media dan
5. Mengatur waktu yang sebaik-baiknya dalam usaha promosi.

2.3 Manajemen Produksi

Produksi adalah kegiatan yang menghasilkan barang baik barang jadi maupun barang setengah jadi, bahan industry dan suku cadang atau *sparepart* dan komponen (Sofjan Assauri, 2008 : 18)

Pengertian produksi dan operasi dalam ekonomi adalah merupakan kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan dan menambah kegunaan atau utilitas suatu barang atau jasa.

Manajemen produksi merupakan proses kegiatan untuk mengadakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dari produksi dan proses produksi.

Proses produksi adalah cara atau metode untuk menciptakan atau menambah guna suatu barang atau jasa dengan memanfaatkan sumber yang ada. Jenis-jenis proses produksi :

1. Proses produksi terus menerus, yaitu proses produksi yang terdapat pola atau urutan yang pasti sejak dari bahan baku sampai menjadi barang jadi.
2. Proses produksi terputus-putus, yaitu proses produksi yang tidak terdapat urutan atau pola yang pasti sejak dari bahan baku sampai menjadi barang jadi.

2.3.1 Pemilihan Lokasi Pabrik

Secara umum pemilihan lokasi pabrik dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Lokasi pabrik mendekati bahan baku

Pabrik biasanya didirikan disekitar tempat bahan baku berada karena alasan bahan baku memiliki konsentrasi yang terlalu rendah. Contohnya PT Freeport rela membangun pabriknya di tengah hutan Papua walaupun perusahaan tersebut harus mengeluarkan biaya besar untuk melengkapi sarana transportasi, pembebasan tanah, perumahan karyawan dan lain-lain. Karena biaya produksi akan jauh lebih mahal dibandingkan jika tanah yang mengandung emas tersebut dibawa ke tanah Jawa dan didulang di Jawa.

2. Lokasi pabrik dekat dengan pasar

Istilah “mendekati pasar” di sini bukan semata-mata berarti harus berjarak dekat dengan pasar, tapi maksudnya adalah memiliki akses yang mudah, murah dan cepat ke konsumen karena tersedianya sarana transportasi yang memadai. Pemilihan lokasi pabrik yang mendekati pasar adalah alasan yang lebih lazim digunakan. Bagi pabrik yang memproduksi produk yang rentan atau produk yang sifatnya tidak tahan lama, akan memutuskan untuk membangun pabrik dekat dengan pasar.

2.3.2 Letak Fasilitas (*Layout*) Pabrik

Layout atau tata letak merupakan satu keputusan yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. *Layout* pabrik perlu direncanakan dengan baik, mengingat *layout* pabrik sangat berhubungan dengan kontinuitas proses produksi. Dalam perkembangannya perusahaan juga selalu melakukan inovasi produk. Kebijakan ini juga kan berpengaruh terhadap keputusan *layout* pabrik. *Layout* pabrik diperlukan dalam perusahaan karena :

1. Adanya perubahan desain produk
2. Adanya produk baru
3. Adanya perubahan volume permintaan
4. Lingkungan kerja yang tidak memuaskan
5. Fasilitas produksi yang ketinggalan jaman
6. Penghematan biaya
7. Adanya kecelakaan dalam proses produksi
8. Pemindahan lokasi pasar/konsentrasi terhadap pasar

2.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia menurut Kustoro Budiarta dalam bukunya “Pengantar Bisnis” menyatakan bahwa sumber daya manusia adalah orang-orang yang ada dalam organisasi yang memberikan sumbangan pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan organisasi. Sumbangan yang dimaksud adalah pemikiran dan pekerjaan yang mereka lakukan diberbagai kegiatan dalam perusahaan.

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah proses serta upaya untuk merekrut, mengembangkan, memotivasi serta mengevaluasi keseluruhan sumber daya manusia yang diperlukan perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Pendapat lain menyebutkan bahwa Manajemen SDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja secara efisien dan efektif sehingga tercapai tujuan bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia dari *Harvard Business School* adalah “ Manajemen SDM adalah proses pengelolaan yang lebih memperhatikan manusia sebagai *asset* potensial daripada hanya sebagai variabel biaya. Manajemen SDM melibatkan semua keputusan dan tindakan manajemen yang mempengaruhi sifat hubungan antara organisasi dan karyawan sebagai sumber daya organisasi.

2.4.1 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia secara fungsional memiliki beberapa fungsi, di mana fungsi-fungsi tersebut terkait satu dengan lainnya, dan aktivitas yang dijalankan oleh MSDM sesuai dengan fungsi yang dimilikinya, dengan tujuan peningkatan produktivitas, kualitas kehidupan kerja dan pelayanan.

Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia adalah sebagai berikut :

1. Fungsi Perencanaan (*Human Resource Planning*) : Merencanakan kebutuhan dan pemanfaatan SDM bagi perusahaan.
2. Fungsi Pengadaan (*Personnel Procurement*) : Mencari dan mendapatkan Sumber Daya Manusia, termasuk di dalamnya recrutmen, seleksi dan penempatan serta kontrak tenaga kerja.
3. Fungsi Pengembangan (*Personnel Development*) : Mengembangkan SDM termasuk di dalamnya program orientasi tenaga kerja, pendidikan dan pelatihan.
4. Fungsi Pemeliharaan (*Personnel Maintenance*) : Memelihara Sumber Daya Manusia, termasuk di dalamnya pemberian insentif, jaminan kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, pemberian penghargaan dan lain-lain sebagainya.
5. Fungsi Penggunaan (*Personnel Utilization*) : Memanfaatkan dan mengoptimalkan Sumber Daya Manusia, termasuk di dalamnya promosi, demosi, transfer dan juga separasi.

2.4.2 Perencanaan SDM

Merencanakan Sumber Daya Manusia diawali dengan menyesuaikan kembali rencana strategis perusahaan. Perencanaan SDM harus searah dengan perencanaan strategis organisasi. Dalam merencanakan SDM perlu menentukan tugas yang akan diemban oleh tenaga kerja. Karenanya dalam tahap ini perlu adanya upaya pemahaman atas kualifikasi kerja yang diperlukan untuk pencapaian rencana strategis perusahaan. Pada tahap ini ada

tiga hal yang biasa dilakukan yaitu analisa jabatan (*job analysis*), deskripsi kerja (*job description*) dan spesifikasi kerja (*Job Specification*).

2.4.3 Rekrutmen

Menurut Edwin B. Flippo perekrutan merupakan suatu proses pencarian dan pemikatan para calon tenaga kerja yang mampu bekerja di dalam organisasi.

Ada beberapa jenis dalam perekrutan karyawan yaitu :

- Rekrutmen Internal, yaitu proses mendapatkan tenaga kerja atau SDM yang dibutuhkan dengan mempertimbangkan tenaga kerja yang sudah ada atau yang sudah dimiliki perusahaan.
- Rekrutmen Eksternal, perusahaan mendapatkan tenaga kerja atau SDM yang akan ditempatkan pada suatu jabatan tertentu dengan memperolehnya dari luar perusahaan, atau sering kali dinamakan *outsourcing*.

2.4.4 Seleksi

Seleksi merupakan penentuan tenaga kerja dari jumlah calon tenaga kerja yang akan digunakan perusahaan dalam proses rekrutmen. Langkah-langkah seleksi :

1. Seleksi surat-surat lamaran
2. Pengisian blanko lamaran
3. Pemeriksaan referensi
4. Wawancara pendahuluan
5. Test penerimaan : Test penerimaan meliputi *Physical Test, Academic Test*
6. Test Psikologi : Test kecerdasan, test kepribadian, test bakat, test minat dan test prestasi

2.4.5 Kompensasi

Kompensasi adalah penghargaan yang diberikan perusahaan sebagai balasan atas prestasi kerja yang diberikan oleh tenaga kerja. Jenis-jenis kompensasi :

1. Gaji pokok, merupakan kompensasi dasar yang diterima oleh karyawan biasanya sebagai gaji atau upah. Banyak organisasi yang menggunakan dua kategori gaji, yaitu gaji pokok dan gaji harian. Gaji pokok meliputi gaji dan upah. Upah merupakan bayaran secara langsung dihitung berdasarkan jumlah waktu kerja. Sedangkan gaji sendiri yaitu bayaran yang konsisten dari suatu periode ke periode lain dengan tidak memandang jumlah jam kerja.
2. Gaji Variabel, merupakan kompensasi yang dikaitkan dengan kinerja individual, kelompok atau organisasi. Gaji variabel meliputi bonus, insentif dan kepemilikan saham.
3. Pembayaran tidak langsung contohnya tunjangan. Tunjangan merupakan imbalan tidak langsung seperti asuransi kesehatan, uang cuti, atau uang pensiun yang diberikan kepada karyawan sebagai bagian dari keanggotaannya di organisasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Data dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

1. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan.
2. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan perhitungan matematika atau statistik.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang didapat penulis adalah :

1. Data primer, data yang digunakan berasal dari pemilik dan karyawan perusahaan yang langsung memberikan data kepada penulis tidak melalui perantara yaitu data :
 - a. Data umum perusahaan
Data umum perusahaan ini berupa data mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, kedudukan, tugas dan fungsi serta fasilitas yang dimiliki perusahaan.
 - b. Data khusus perusahaan
Data khusus perusahaan ini berupa data penjualan, data yang berkaitan dengan penentuan harga dan data laporan pendapatan dan biaya.
2. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Secara keseluruhan data yang dimaksud adalah :
 - a. Penggunaan Bahan Baku
 - b. Volume Penjualan

- c. Harga Jual
- d. Biaya Variabel
- e. Biaya Tetap

3.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperlukan dilakukan dengan melakukan penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun metode yang dipakai adalah sebagai berikut:

a. Metode Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Wawancara yang telah dilakukan oleh penulis adalah kepada pemilik serta karyawan pada PO. Sumber Baru.

b. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

c. Metode Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan proses dan pemotretan produksi, sehingga lebih mudah menjelaskan dan menggambarkan kepada pembaca.

3.3 Metode Pengolahan dan analisis Data

3.3.1 Metode Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah oleh penulis dengan bantuan program *Microsoft excell* dalam komputer.

3.3.2 Analisis Data

Dalam menganalisis data penulis menggunakan teknik :

1. Untuk menentukan besarnya tingkat penjualan dalam keadaan *break even* dengan rumus:

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

Dimana :

BEP = Penjualan pada titik impas (dalam rupiah)

FC = Biaya tetap keseluruhan (*Fixed cost*)

VC = Biaya variabel keseluruhan (*Variable Cost*)

S = Hasil penjualan keseluruhan (*Sales*)

1 = Konstanta

VC/S = *Variable cost ratio* (VCR – Perbandingan antara biaya variabel dengan hasil penjualan)

$$BEP_{(unit)} = \frac{FC}{P-V}$$

Dimana :

BEP = Penjualan pada titik impas (Unit)

P = Harga jual per unit (*sales price unit*)

V = Biaya Variabel per unit (*variable cost per unit*)

2. Analisis *Margin of safety*

$$MoS = \frac{\text{Penjualan yang dibudgetkan} - \text{Penjualan pada Titik Impas}}{\text{Penjualan yang dibudgetkan}} \times 100\%$$

3. Menentukan Penjualan Minimal

Metode ini digunakan untuk menentukan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan perusahaan.

Rumus :

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

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

Keterangan :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

V = Biaya Variabel Perunit

P = Harga Produk Perunit

Keuntungan = Keuntungan yang diinginkan

(Bambang Riyanto,2010 : 372)

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1 Sejarah Perusahaan

Perusahaan PO. Sumber Baru didirikan pada tahun 2009 yang dimiliki oleh Bapak Puspohadi. Awalnya Pak Puspo adalah seorang Kepala Produksi di Sinar Baru, dia menjadi kepala produksi furniture dan alumunium. Selama 4 tahun Pak Puspo bekerja di Sinar Baru yaitu dari tahun 2004-2008 dan memutuskan untuk berhenti karena adanya ketidaknyamanan dalam bekerja serta kecemburuan sosial antara keluarga owner terhadapnya. Beberapa bulan menganggur pak Puspo memutuskan untuk melakukan kerjasama dengan salah satu owner furniture bernama ibu Lili Winarni. Pada saat itu Ibu Lili menawarkan Pak Puspo untuk meneruskan usahanya di bidang Furniture dengan memberikan lahan $\pm 600 \text{ m}^2$ seharga 36jt, Bahan Baku yang ada sekitar 15jt dan pinjaman dari bank sebanyak 75jt. Dia hanya meneruskan usaha dari ibu Lili yang pada saat itu sudah mendekati bangkrut tapi karena pengalaman dan usahanya yang gigih dia dapat menjalankan usahanya dengan baik..

Seiring berjalannya waktu, Pak Puspo melihat ternyata ada peluang lain selain berbisnis dibidang Furniture, dia melihat bahwa pasar untuk bidang Alumunium masih sedikit lalu dia menjalin kerjasama dengan rekannya di Palembang bernama Bapak Sofyan pada tanggal 29 Februari 2009. Pada tahun 2009 ini Pak Puspo membuat nama untuk usaha yang dilegutinya ini dengan nama “SUMBER BARU”.

Pada awal mula menjalankan usahanya dia tak perlu repot untuk mencari pekerja karena pada saat itu pekerja yang dia pakai masih orang-orang yang dahulu bekerja di perusahaan milik Ibu Lili. Berkat kegigihannya akhirnya pada tanggal 10 Februari 2009 Pak Puspo mengembalikan semua investasi yang diberikan oleh ibu Lili sehingga ibu

Lili keluar sebagai Investor, setahun kemudian pada tanggal 11 September 2013 Pak Puspo melakukan hal yang sama pada investor di bidang Alumunium yaitu Pak Sofyan, dia mengembalikan semua investasi yang diberikan Pak Sofyan kepadanya dan Pak Sofyan pun keluar sebagai investor di Sumber Baru. Sumber Baru memiliki visi dan misi perusahaan yaitu :

Visi

Menjadi Perusahaan yang mempunyai inovasi tinggi, berkualitas dan Amanah.

Misi

- Mengurangi tingkat pengangguran
- Mengembangkan SDA yang ada
- Meningkatkan kreatifitas

4.1.1.2 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	: Sumber Baru
Tahun Berdiri	: 2009
TDP	: 30.03.5.47.08902
NPWP	: 24.030.873.4-416.000
SIUP	: 503/1243-BP2T/30-03/PK/VII/2011
Nama Pemilik	: Puspohadi, SH
Alamat Perusahaan	: Kp. Margasari RT 05 RW 06 Kecamatan: Curug Kabupaten: Tangerang
Bentuk Usaha	: Perorangan
Jenis Usaha	: Furniture dan Alumunium
Jumlah Pekerja	: 17 Orang
No.Tlp Pemilik	: 085101211110
Luas Ruang Usaha	: 3000 m ²
Jenis Kegiatan Usaha	: Perdagangan eceran Furniture

4.1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut struktur organisasi perusahaan Sumber Baru :

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PO. Sumber Baru



Sumber : Sumber Baru

4.1.1.4 Deskripsi Jabatan

Dapat kita lihat dari struktur organisasi sederhana di atas maka *job description* dari masing-masing pekerjaan adalah :

1. Pemilik

Pemilik perusahaan sekaligus pemimpin perusahaan adalah pendiri dari perusahaan. Tugas pemilik/pimpinan perusahaan antara lain:

1. Menyampaikan Visi, Misi perusahaan kepada karyawan.
2. Menjamin berjalannya pelaksanaan Perusahaan.
3. Menyusun, mengarahkan rencana strategis.
4. Melakukan pengambilan keputusan yang penting secara cepat.
5. Memantau, mengevaluasi, mereview semua bagian terutama bagian

penjualan yang merupakan ujung tombak.

6. Melakukan survey pasar, survey pesaing, survey lokasi.
7. Mencari permodalan demi stabilnya perusahaan.
8. Memberi motivasi kepada karyawan agar berbudaya 5R (Resik, Ringkas,Rapi, Rawat,Rajin).
Resik : lingkungan kerja bebas dari bau dan sampah
Ringkas : memilah-memilah mana yang perlu dan tidak perlu
Rapi : menempatkan semua hal pada tempatnya
Rawat : mempertahankan sesuatu menjadi lebih baik
Rajin : hal yang baik dijadikan sesuatu kebiasaan kerja
9. Memastikan produk yang dibuat berkualitas baik.
10. Memantau bagian pemasaran, keuangan, produksi.

2. Bagian Produksi

Tugas-tugas Bagian Produksi antara lain:

1. Melakukan survei, mengukur dengan tepat dan detail
2. Menyampaikan ke konsumen jika ada ukuran/model yang tidak dikuasai oleh bagian produksi.
3. Meminta persetujuan gambar.
4. Mengubah bahan baku menjadi bahan jadi sesuai spesifikasi.
5. Melakukan inovasi produk terkait dengan penghematan bahan.
6. Bertanggung jawab terhadap kepuasan konsumen.
7. Efektif dan efisien dalam membuat produk
8. Membuat produk harus rapi, bersih, ukurannya sesuai dengan keinginan konsumen.

Bagian produksi terbagi atas 3 bagian yaitu **Bagian pemilihan bahan, Bagian Pengukuran dan pemotongan serta Bagian Finishing.**

a. Pemilihan Bahan

1. Menyiapkan segala bahan baku
2. Menyediakan aksesoris
3. Menyiapkan pola

4. Memotong aluminium sesuai dengan pola atau produksi yang direncanakan.

b. Pengukuran dan Pemotongan

1. Mengukur Aluminium
2. Mengukur Triplek
3. Memotong Aluminium sesuai dengan ukuran
4. Memotong triplek sesuai dengan ukuran

c. Perakitan dan finishing

1. Merakit bahan mentah menjadi barang jadi
2. Memfinishing sehingga barang siap dijual

3. Bagian Keuangan

Tugas dari bagian keuangan antara lain :

1. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.
2. Mencatat dan melaksanakannya pembayaran gaji dan upah karyawan .
3. Membuat laporan keuangan
4. Menerima telepon dan mencatat pesanan dari pelanggan untuk memesan langsung produk yang diinginkan oleh pelanggan.

4. Bagian Pemasaran

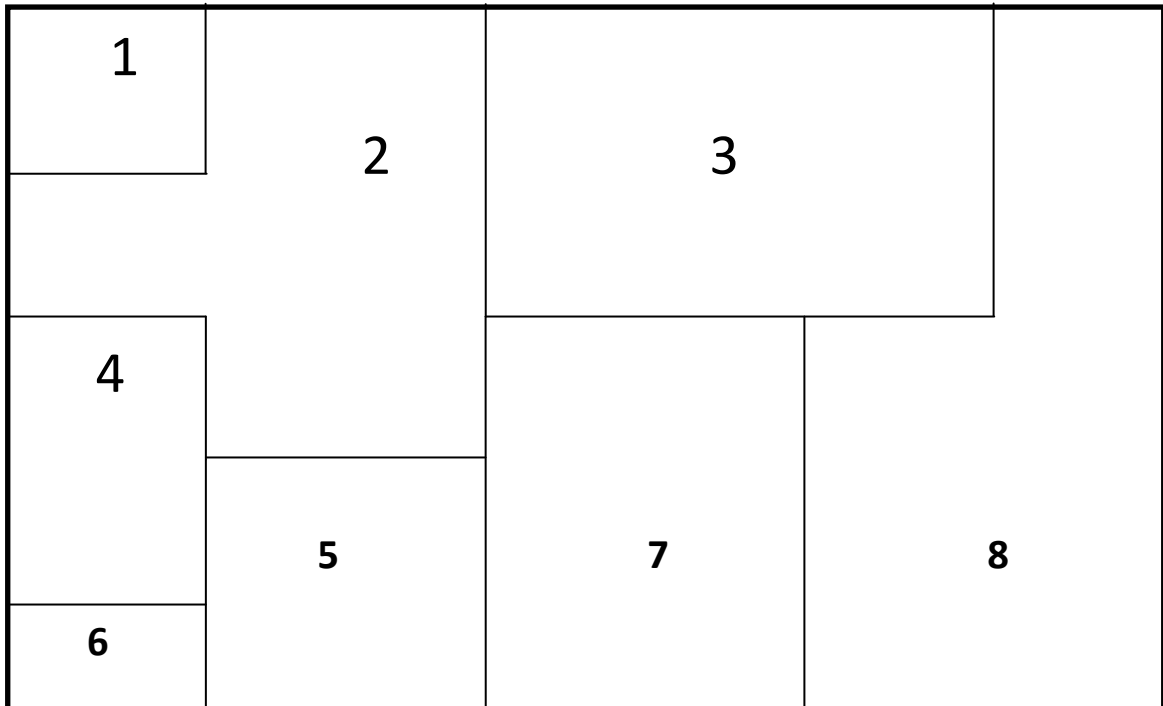
Tugas dari bagian pemasaran antara lain:

1. Mencari omset/ pesanan sebanyak mungkin.
2. Memenuhi target penjualan yang dibebankan.
3. Memberikan pemahaman kelebihan produk.
4. Bertindak sebagai sales penjualan.
5. Koordinasi dengan pemimpin tentang keinginan konsumen.
6. Koordinasi dengan bagian produksi tentang pesanan barang dari konsumen tentang permintaan konsumen.
7. Koordinasi dengan bagian pengiriman jadwal kirim barang.

8. Bertanggung jawab terhadap pembayaran.
9. Menjalin/ membangun hubungan baik dengan calon konsumen.

4.1.1.5 Layout Perusahaan

Gambar 4.2 Layout Perusahaan



Sumber : PO. Sumber Baru

Tabel 4.1 Keterangan Layout Perusahaan

No	Keterangan
1	Ruang Pimpinan perusahaan
2	Lobby Perusahaan
3	Ruang Produksi
4	Gudang
5	Kamar Karyawan
6	Toilet Karyawan
7	Showroom
8	Finishing

Sumber : PO. Sumber Baru

4.1.2 Pengelolaan Usaha

4.1.2.1 Aspek Pemasaran

a. Produk yang dijual

Produk yang dijual PO. Sumber Baru ada dua macam, yaitu rak piring polos dan rak piring karakter.

Tabel 4.2 Harga produk pertahun

NO	Produk	Harga per unit (Rp)				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Rak Piring Polos					
	- Pintu 2	620.000	625.000	635.000	640.000	670.000
	- Pintu 3	720.000	725.000	735.000	740.000	770.000
2	Rak Piring Karakter					
	- Pintu 2	720.000	725.000	735.000	740.000	770.000
	- Pintu 3	820.000	825.000	835.000	840.000	880.000

Sumber : PO. Sumber Baru

b. Wilayah Pemasaran

PO. Sumber Baru menjual produknya di wilayah Jabodetabek, Serang, Cirebon. Pengaruh kecanggihan teknologi dan banyaknya permintaan konsumen memberikan dampak positif kepada PO. Sumber Baru dalam memperluas wilayah pemasarannya.

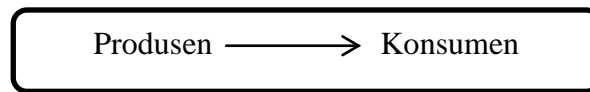
c. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar yang dimiliki oleh PO. Sumber Baru adalah semua kalangan baik pria maupun wanita dengan latar belakang ekonomi menengah ke atas.

d. Saluran Distribusi

Dalam meningkatkan jumlah hasil produksinya PO. Sumber Baru menitik beratkan peningkatan permintaan dengan cara mempertahankan mutu produk agar selalu sesuai dengan selera konsumen, sehingga pemasaran menentukan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka saluran distribusi yang di gunakan PO. Sumber Baru dalam penyaluran hasil produksinya ke tangan konsumen adalah sebagai berikut:



Tipe ini berperan menyampaikan produknya langsung ke konsumen. Untuk mendukung tersedianya produk dan memudahkan konsumen, untuk memperolehnya bisa langsung memesan lewat administrasi atau bisa datang langsung ke toko yang ada di Jalan Padat Karya RT 05 RW 06 Desa Margasari, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. Oleh karena itu saluran ini di sebut saluran distribusi langsung.

4.1.2.1.1 Promosi Perusahaan

Berikut adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh PO. Sumber Baru :

1. Melalui internet

Salah satu cara promosi yang paling mudah, efektif dan tidak mengeluarkan banyak biaya adalah melalui internet. Kemajuan teknologi membuat hampir semua orang dapat melakukan kegiatan jual-beli online baik melalui website, Blog, sosial media (Path/Instagram), ataupun aplikasi chat (BBM/Whatsapp/Line). Melihat peluang tersebut PO. Sumber Baru berusaha memaksimalkan peluang tersebut dengan membuat grup di BBM serta lewat Line : @Sumberbaru

2. Brosur dan kartu nama

PO. Sumber Baru membuat brosur berisi informasi produk dan kartu nama yang dapat dibagikan pada saat-saat tertentu, seperti saat ada pameran UKM/IKM atau saat ada kepentingan lain seperti misalnya ada kerja sama bisnis dengan perusahaan lain.

Tabel 4.3 Biaya Promosi pertahun

NO	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Internet	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000	Rp 1.400.000	Rp 1.400.000	Rp 1.500.000
2	Brosur	Rp 300.000	Rp 400.000	Rp 500.000	Rp 600.000	Rp 600.000
3	Kartu Nama	Rp 70.000	Rp 100.000	Rp 130.000	Rp 140.000	Rp 180.000
4	Sewa Toko	Rp 48.000.000	Rp 50.400.000	Rp 50.400.000	Rp 52.800.000	Rp 54.000.000
TOTAL		Rp 49.570.000	Rp 52.100.000	Rp 52.430.000	Rp 54.940.000	Rp 56.280.000

Sumber : Pengolahan Data

4.1.2.1.2 Fungsi Pemasaran

Fungsi – fungsi pemasaran yang diterapkan dalam perusahaan ini adalah :

a. Penjualan

Karena hanya tinggal meneruskan asset yang sudah ada, Bapak Puspohadi melakukan penjualannya di Kabupaten Tangerang yang dimiliki oleh Ibu Lili seluas 600m² pada tahun 2009 dan diperluas pada tahun 2011. Berikut ini adalah rincian hasil penjualan produk PO. Sumber Baru dari tahun pertama hingga tahun ke lima:

Tabel 4.4 Penjualan Tahun 2011

Tahun 2011				
No	Produk	Harga/unit	Unit	Total
1	Rak Piring Polos			
	- Pintu 2	Rp 620.000	600	Rp 372.000.000
	- Pintu 3	Rp 720.000	648	Rp 466.560.000
2	Rak Piring Karakter			
	- Pintu 2	Rp 720.000	612	Rp 440.640.000
	- Pintu 3	Rp 820.000	636	Rp 521.520.000
Total			2.496	Rp 1.800.720.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.5 Penjualan Tahun 2012

Tahun 2012				
No	Produk	Harga/unit	Unit	Total
1	Rak Piring Polos			
	- Pintu 2	Rp 625.000	780	Rp 487.500.000
	- Pintu 3	Rp 725.000	696	Rp 504.600.000
2	Rak Piring Karakter			
	- Pintu 2	Rp 725.000	780	Rp 565.500.000
	- Pintu 3	Rp 825.000	696	Rp 574.200.000
Total			2.952	Rp 2.131.800.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.6 Penjualan Tahun 2013

Tahun 2013				
No	Produk	Harga/unit	Unit	Total
1	Rak Piring Polos			
	- Pintu 2	Rp 635.000	800	Rp 508.060.000
	- Pintu 3	Rp 735.000	815	Rp 599.025.000
2	Rak Piring Karakter			
	- Pintu 2	Rp 735.000	820	Rp 602.700.000
	- Pintu 3	Rp 835.000	850	Rp 709.750.000
Total			3.285	Rp 2.419.475.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.7 Penjualan Tahun 2014

Tahun 2014				
No	Produk	Harga/unit	Unit	Total
1	Rak Piring Polos			
	- Pintu 2	Rp 640.000	915	Rp 585.600.000
	- Pintu 3	Rp 740.000	924	Rp 683.760.000
2	Rak Piring Karakter			
	- Pintu 2	Rp 740.000	1.080	Rp 799.200.000
	- Pintu 3	Rp 840.000	1.100	Rp 924.000.000
Total			4.019	Rp 2.992.560.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.8 Penjualan Tahun 2015

Tahun 2015				
No	Produk	Harga/unit	Unit	Total
1	Rak Piring Polos			
	- Pintu 2	Rp 670.000	1.020	Rp 683.400.000
	- Pintu 3	Rp 770.000	1.092	Rp 840.840.000
2	Rak Piring Karakter			
	- Pintu 2	Rp 770.000	1.236	Rp 951.720.000
	- Pintu 3	Rp 880.000	1.148	Rp 1.010.240.000
Total			4.496	Rp 3.486.200.000

Sumber : Pengolahan Data

b. Penyimpanan

PO. Sumber Baru melakukan penyimpanan produk untuk mencukupi kekurangan produk jika produksi perusahaan meningkat. Dengan melakukan penyimpanan tersebut perusahaan akan melakukan proses/tahap penyimpanan (penyusunan maupun penempatan) produk dilakukan sesuai dengan standar operasional perusahaan dan dengan tingkat pengawasan yang ketat. Penyimpanan ini berada di gudang PO. Sumber Baru.

c. Pengiriman Barang

Pengiriman produk dilakukan oleh supir yang di miliki oleh PO. Sumber Baru. Alat pengangkut yang digunakan untuk mengantarkan rak piring ke konsumen yaitu dengan armada angkutan yakni 2 buah mobil bak.

4.1.2.1.3 Biaya Pemasaran

Tabel 4.9 Biaya Pemasaran Tahun 2011

Tahun 2011			
No.	Keterangan	Budget Pemasaran	Budget Realisasi Pemasaran
1	Biaya Gaji Karyawan		
	a. Distribusi	Rp 20.400.000	Rp 20.400.000
	b. Pelayanan	Rp 14.400.000	Rp 14.400.000
	Jumlah	Rp 34.800.000	Rp 34.800.000
2	Biaya Operasi Kendaraan		
	a. Bahan Bakar	Rp 40.000.000	Rp 37.440.000
	b. Service Kendaraan	Rp 3.600.000	Rp 3.600.000
	Jumlah	Rp 43.600.000	Rp 41.040.000
3	Biaya Promosi		
	a. Akses Internet	Rp 1.500.000	Rp 1.200.000
	b. Brosur	Rp 300.000	Rp 300.000
	c. Kartu Nama	Rp 100.000	Rp 70.000
	d. Sewa Toko	Rp 48.000.000	Rp 48.000.000
	Jumlah	Rp 49.900.000	Rp 49.570.000
	Total Biaya Pemasaran	128.300.000	Rp 125.410.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.10 Biaya Pemasaran Tahun 2012

Tahun 2012			
No.	Keterangan	Budget Pemasaran	Budget Realisasi Pemasaran
1	Biaya Gaji Karyawan		
	a. Distribusi	Rp 21.600.000	Rp 21.600.000
	b. Pelayanan	Rp 15.600.000	Rp 15.600.000
	Jumlah	Rp 37.200.000	Rp 37.200.000
2	Biaya Operasi Kendaraan		
	a. Bahan Bakar	Rp 50.480.000	Rp 43.680.000
	b. Service Kendaraan	Rp 4.000.000	Rp 3.840.000
	Jumlah	Rp 54.480.000	Rp 47.520.000
3	Biaya Promosi		
	a. Akses Internet	Rp 1.500.000	Rp 1.200.000
	b. Brosur	Rp 400.000	Rp 400.000
	c. Kartu Nama	Rp 100.000	Rp 100.000
	d. Sewa Toko	Rp 50.400.000	Rp 50.400.000
	Jumlah	Rp 52.400.000	Rp 52.100.000
	Total Biaya Pemasaran	<u>Rp 144.080.000</u>	<u>Rp 136.820.000</u>

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.11 Biaya Pemasaran Tahun 2013

Tahun 2013			
No.	Keterangan	Budget Pemasaran	Budget Realisasi Pemasaran
1	Biaya Gaji Karyawan		
	a. Distribusi	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
	b. Pelayanan	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000
	Jumlah	Rp 42.000.000	Rp 42.000.000
2	Biaya Operasi Kendaraan		
	a. Bahan Bakar	Rp 52.000.000	Rp 49.920.000
	b. Service Kendaraan	Rp 4.200.000	Rp 4.080.000
	Jumlah	Rp 56.200.000	Rp 54.000.000
3	Biaya Promosi		
	a. Akses Internet	Rp 1.500.000	Rp 1.400.000
	b. Brosur	Rp 500.000	Rp 500.000
	c. Kartu Nama	Rp 150.000	Rp 130.000
	d. Sewa Toko	Rp 50.400.000	Rp 50.400.000
	Jumlah	Rp 52.550.000	Rp 52.430.000
	Total Biaya Pemasaran	<u>Rp 150.750.000</u>	<u>Rp 148.430.000</u>

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.12 Biaya Pemasaran Tahun 2014

Tahun 2014			
NO	Keterangan	Budget Pemasaran	Budget Realisasi Pemasaran
1	Biaya Gaji Karyawan		
	a. Distribusi	Rp 26.400.000	Rp 26.400.000
	b. Pelayanan	Rp 20.400.000	Rp 20.400.000
	Jumlah	Rp 46.800.000	Rp 46.800.000
2	Biaya Operasi Kendaraan		
	a. Bahan Bakar	Rp 55.000.000	Rp 53.040.000
	b. Service Kendaraan	Rp 4.500.000	Rp 4.320.000
	Jumlah	Rp 59.500.000	Rp 57.360.000
3	Biaya Promosi		
	a. Akses Internet	Rp 1.500.000	Rp 1.400.000
	b. Brosur	Rp 600.000	Rp 600.000
	c. Kartu Nama	Rp 150.000	Rp 140.000
	d. Sewa Toko	Rp 52.800.000	Rp 52.800.000
	Jumlah	Rp 55.050.000	Rp 54.940.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp 161.350.000	Rp 159.100.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.13 Biaya Pemasaran Tahun 2015

Tahun 2015			
NO	Keterangan	Budget Pemasaran	Budget Realisasi Pemasaran
1	Biaya Gaji Karyawan		
	a. Distribusi	Rp 30.000.000	Rp 30.000.000
	b. Pelayanan	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
	Jumlah	Rp 54.000.000	Rp 54.000.000
2	Biaya Operasi Kendaraan		
	a. Bahan Bakar	Rp 70.000.000	Rp 62.400.000
	b. Service Kendaraan	Rp 5.000.000	Rp 4.800.000
	Jumlah	Rp 75.000.000	Rp 67.200.000
3	Biaya Promosi		
	a. Akses Internet	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
	b. Brosur	Rp 600.000	Rp 600.000
	c. Kartu Nama	Rp 200.000	Rp 180.000
	d. Sewa Toko	Rp 54.000.000	Rp 54.000.000
	Jumlah	Rp 56.300.000	Rp 56.280.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp 185.300.000	Rp 177.480.000

Sumber : Pengolahan Data

4.1.2.2 Aspek Produksi

4.1.2.2.1 Produk PO. Sumber Baru

PO. Sumber Baru memproduksi dua macam produk yaitu rak piring polos dan rak piring karakter. Untuk rak piring polos ada yang 2 pintu dan ada pula yang 3 pintu begitu juga dengan rak piring karakter. Berikut adalah contoh produk dari PO. Sumber Baru :

Gambar 4.3 Rak Piring Polos



Gambar 4.4 Rak Piring Karakter



4.1.2.2.2 Bahan Baku dan Bahan Baku Penolong

Berikut adalah bahan baku dan bahan baku penolong yang digunakan oleh PO. Sumber Baru untuk membuat Rak piring.

Tabel 4.14 Bahan baku dan Bahan baku penolong

Bahan Baku	Bahan Baku Penolong
Alumunium	Kunci
Kaca motif	Engsel
Baut	Tarikan
Lem silicon	Keramik
	Triplek
	Karet list
	Sticker

Sumber : PO. Sumber Baru

Tabel 4.15 Biaya Bahan Baku tahun 2011

Biaya Bahan Baku Tahun 2011					
No	Bahan Baku	Kuantitas	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1	Alumunium MCH	2.000	Meter	155.000	310.000.000
2	Alumunium 20 mm	2.500	Unit	30.500	76.250.000
3	Alumunium 10 18 U	2.500	Unit	20.000	50.000.000
4	Alumunium 713 MF	2.500	Unit	10.000	25.000.000
5	Kaca Motif	2.200	Meter	70.500	155.100.000
6	Baut	2.150	Dus	27.000	58.050.000
7	Lem Silikon	7.488	Botol	15,500	116.064.000
	Total Biaya Bahan Baku				790.464.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.16 Biaya Bahan Baku Tahun 2012

Biaya Bahan Baku Tahun 2012					
No	Bahan Baku	Kuantitas	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1	Alumunium MCH	2.400	Meter	165.000	396.000.000
2	Alumunium 20 mm	2.970	Unit	31.500	93.555.000
3	Alumunium 10 18 U	2.970	Unit	21.000	62.370.000
4	Alumunium 713 MF	2.970	Unit	11.000	32.670.000
5	Kaca Motif	2.510	Meter	72.500	181.975.000
6	Baut	2.200	Dus	28.000	61.600.000
7	Lem Silikon	8.856	Botol	16.000	141.696.000
Total Biaya Bahan Baku					969.866.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.17 Biaya Bahan Baku Tahun 2013

Biaya Bahan Baku Tahun 2013					
No	Bahan Baku	Kuantitas	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1	Alumunium MCH	2.700	Meter	175.000	472.500.000
2	Alumunium 20 mm	3.150	Unit	31.500	99.225.000
3	Alumunium 10 18 U	3.150	Unit	22.000	69.300.000
4	Alumunium 713 MF	3.150	Unit	12.000	37.800.000
5	Kaca Motif	2.667	Meter	75.500	201.358.500
6	Baut	2.300	Dus	29.000	66.700.000
7	Lem Silikon	9.360	Botol	16.500	154.440.000
Total Biaya Bahan Baku					1.101.323.500

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.18 Biaya Bahan Baku Tahun 2014

Biaya Bahan Baku Tahun 2014					
No	Bahan Baku	Kuantitas	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1	Alumunium MCH	3.600	Meter	185.000	666.000.000
2	Alumunium 20 mm	3.830	Unit	33.500	128.305.000
3	Alumunium 10 18 U	3.830	Unit	23.000	88.090.000
4	Alumunium 713 MF	3.830	Unit	14.000	53.620.000
5	Kaca Motif	3.273	Meter	78.500	256.930.500
6	Baut	2.600	Dus	30.000	78.000.000
7	Lem Silikon	11.490	Botol	17.500	201.075.000
Total Biaya Bahan Baku					1.472.020.500

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.19 Biaya Bahan Baku Tahun 2015

Biaya Bahan Baku Tahun 2015					
No	Bahan Baku	Kuantitas	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1	Alumunium MCH	3.800	Meter	195.000	741.000.000
2	Alumunium 20 mm	4.500	Unit	36.500	164.250.000
3	Alumunium 10 18 U	4.500	Unit	23.000	103.500.000
4	Alumunium 713 MF	4.500	Unit	15.000	67.500.000
5	Kaca Motif	3.652	Meter	80.000	292.160.000
6	Baut	2.900	Dus	32.000	92.800.000
7	Lem Silikon	11.232	Botol	18.500	207.792.000
Total Biaya Bahan Baku					1.669.002.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.20 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2011

Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2011					
No	Keterangan	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Kunci	10.000	Unit	6.000	60.000.000
2	Engsel	20.000	Unit	2.000	40.000.000
3	Tarikan	10.000	Unit	2.000	20.000.000
4	Keramik	2.200	Meter	23.000	50.600.000
5	Triplek	2.500	Lembar	25.000	62.500.000
6	Karet Sanggahan	624	Box	2.000	1.248.000
7	Sticker	6.240	Unit	4.000	24.960.000
Total Biaya Bahan Baku Penolong					259.308.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.21 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2012

Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2012					
No	Keterangan	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Kunci	11.820	Unit	6.500	76.830.000
2	Engsel	23.616	Unit	2.000	47.232.000
3	Tarikan	11.820	Unit	2.000	23.640.000
4	Keramik	2.970	Meter	24.000	71.280.000
5	Triplek	2.952	Lembar	26.000	76.752.000
6	Karet Sanggahan	702	Box	2.000	1.404.000
7	Sticker	7.380	Unit	4.500	33.210.000
Total Biaya Bahan Baku Penolong					330.348.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.22 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2013

Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2013					
No	Keterangan	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Kunci	12.480	Unit	7.000	87.360.000
2	Engsel	24.960	Unit	2.500	62.400.000
3	Tarikan	12.480	Unit	2.500	31.200.000
4	Keramik	2.667	Meter	25.000	66.675.000
5	Triplek	3.150	Lembar	26.000	81.900.000
6	Karet Sanggahan	780	Box	2.500	1.950.000
7	Sticker	7.800	Unit	4.500	35.100.000
	Total Biaya Bahan Baku Penolong				366.585.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.23 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2014

Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2014					
No	Keterangan	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Kunci	15.320	Unit	8.000	122.560.000
2	Engsel	30.640	Unit	2.500	76.600.000
3	Tarikan	15.320	Unit	2.500	38.300.000
4	Keramik	3.273	Meter	26.000	85.098.000
5	Triplek	3.830	Lembar	28.000	107.240.000
6	Karet Sanggahan	860	Box	2.500	2.150.000
7	Sticker	10.020	Unit	5.000	50.100.000
	Total Biaya Bahan Baku Penolong				482.048.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.24 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2015

Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2015					
No	Keterangan	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Kunci	18.000	Unit	8.000	144.000.000
2	Engsel	36.000	Unit	3.000	108.000.000
3	Tarikan	18.000	Box	3.000	54.000.000
4	Keramik	3.652	Meter	27.000	98.604.000
5	Triplek	4.500	Lembar	29.000	130.500.000
6	Karet Sanggahan	980	Box	3.000	2.940.000
7	Sticker	11.920	Unit	6.000	71.520.000
	Total Biaya Bahan Baku Penolong				609.564.000

Sumber : Pengolahan Data

4.1.2.2.3 Mesin dan Peralatan

a. Mesin

- *Mesin Potong atau cutting*, mesin ini digunakan untuk memotong alumunium dalam pembuatan rak piring.

Gambar 4.5 Mesin

Potong/cutting



➤ *Mesin Bor duduk*

Mesin ini digunakan untuk melubangi alumunium, kayu/triplek.

Gambar 4.6 Mesin Bor duduk



➤ *Mesin Bor Tangan*

Mesin ini digunakan sama seperti mesin bor duduk yaitu untuk melubangi kayu dan alumunium, bedanya mesin ini bisa dipegang dan bisa digunakan dengan leluasa.

Gambar 4.7 Mesin Bor Tangan



Tabel 4.25 Daftar Mesin

No	Mesin	Jumlah
1	Mesin Potong/cutting	2
2	Mesin Bor tangan	7
3	Mesin Bor duduk	3
	Total	12

Sumber : UD. Sumber Baru

b. Peralatan

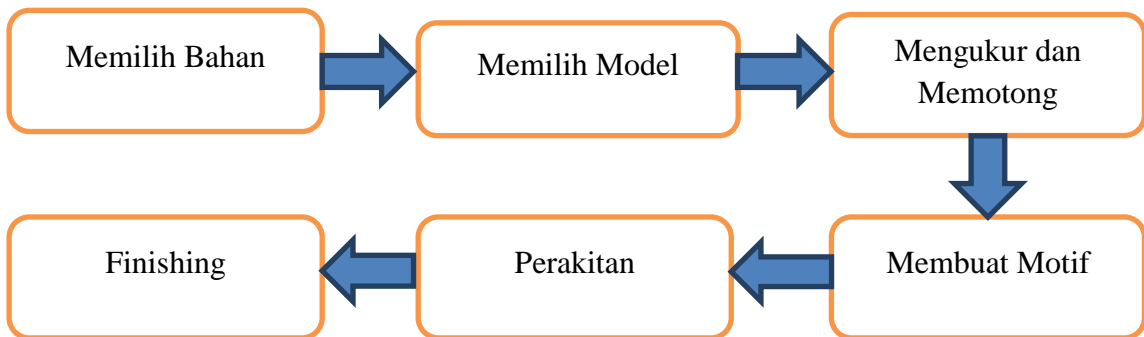
Berikut ini adalah rincian peralatan yang di miliki oleh PO. Sumber Baru untuk memproduksi Rak piring polos dan Rak piring karakter adalah :

Tabel 4.26 Daftar Peralatan

No	Nama Alat	Jumlah
1	Meteran	6
2	Palu	3
3	Penggaris	2
4	Gegep	2
5	Tang	4
7	Meja produksi	6
8	Gergaji	3
9	Obeng	10
10	Gunting	3
	Total Peralatan	39

4.1.2.2.4 Proses Produksi

Gambar 4.8 Proses Produksi



a. Memilih Bahan

Gambar 4.9 Memilih Bahan



Untuk membuat rak piring, memilih bahan adalah proses pertama yang harus dilakukan. Pada tahapan ini pekerja bagian produksi memilih bahan serta mengumpulkan segala bahan yang diperlukan untuk memproduksi barang yang akan dibuat. Dalam pemilihan bahan ini juga harus diperlukan ketelitian karena jika pada saat memilih bahan tidak teliti atau adanya kerusakan tapi tetap dilakukan pembuatan, maka rak piring yang dihasilkan tidak akan mendapatkan kualitas yang baik. Walaupun terkesan mudah tahapan ini sebenarnya sangat penting dalam proses produksi.

b. Memilih Model

Setelah dilakukan pemilihan bahan, proses produksi yang ke dua adalah pemilihan model sesuai dengan model yang akan diproduksi setiap harinya.

c. Mengukur dan Memotong

Gambar 4.10 Mengukur dan Memotong



Pada tahapan ini bagian produksi mengukur serta memotong alumunium dan kaca sesuai dengan model yang akan dibuat dalam memproduksi rak piring.

d. Membuat motif

Gambar 4.11 Membuat Motif



Dalam proses membuat motif, bagian produksi membuat motif sesuai dengan motif yang akan diproduksi setiap harinya.

e. Perakitan

Gambar 4.12 Perakitan



Jika memotong dan membuat motif telah selesai barulah dilakukan perakitan sesuai dengan model yang akan diproduksi. Perakitan ini dilakukan dengan cara menyusun alumunium, kaca dan dihubungkan dengan baud sehingga menjadi barang setengah jadi.

f. Finishing

Setelah semua tahapan dilakukan barulah tahapan terakhir yaitu finishing. Finishing yang dilakukan oleh bagian produksi untuk membuat rak piring adalah dengan cara menambahkan asesoris yaitu tarikan dan kunci ke rak piring yang sudah dirakit dan membersihkan kotoran sehingga barang siap untuk dipasarkan.

4.1.2.2.5 Biaya Produksi

Berikut adalah rincian dari biaya produksi rak piring PO. Sumber Baru :

Tabel 4.27 Biaya Produksi Tahun 2011

Keterangan	Tahun 2011	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Biaya Bahan Baku	Rp 800.000.000	Rp 790.464.000
2. Biaya Tenaga Kerja		
-Gaji Tenaga Kerja Langsung	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000
3. Biaya Overhead Pabrik		
-Gaji Pekerja Tidak Langsung	Rp 48.000.000	Rp 48.000.000
-Biaya Bahan Baku Penolong	Rp 260.000.000	Rp 259.308.000
-Biaya listrik pabrik	Rp 18.000.000	Rp 16.800.000
-Biaya telepon kantor	Rp 5.000.000	Rp 4.800.000
-Biaya pemeliharaan	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000

Total Biaya Overhead Pabrik	Rp	336.000.000	Rp	333.908.000
Total Biaya Produksi	Rp	1.256.000.000	Rp	1.244.372.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.28 Biaya Produksi Tahun 2012

Keterangan	Tahun 2012	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Biaya Bahan Baku	Rp 1.000.000.000	Rp 969.866.000
2. Biaya Tenaga Kerja		
-Gaji Tenaga Kerja Langsung	Rp 136.800.000	Rp 136.800.000
3. Biaya Overhead Pabrik		
-Gaji Pekerja Tidak Langsung	Rp 54.000.000	Rp 54.000.000
-Biaya Bahan Baku Penolong	Rp 350.000.000	Rp 330.348.000
-Biaya listrik pabrik	Rp 20.000.000	Rp 19.152.000
-Biaya telepon kantor	Rp 6.000.000	Rp 5.472.000
-Biaya pemeliharaan	Rp 6.000.000	Rp 5.700.000
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 436.000.000	Rp 414.672.000
Total Biaya Produksi	Rp 1.572.800.000	Rp 1.521.338.000

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.29 Biaya Produksi Tahun 2013

Keterangan	Tahun 2013	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Biaya Bahan Baku	Rp 1.200.000.000	Rp 1.101.323.500
2. Biaya Tenaga Kerja		
-Gaji Tenaga Kerja Langsung	Rp 168.264.000	Rp 168.264.000
3. Biaya Overhead Pabrik		
-Gaji Pekerja Tidak Langsung	Rp 56.400.000	Rp 56.400.000
-Biaya Bahan Baku Penolong	Rp 370.000.000	Rp 366.585.000
-Biaya listrik pabrik	Rp 22.000.000	Rp 21.600.000
-Biaya telepon kantor	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
-Biaya pemeliharaan	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 460.400.000	Rp 456.585.000
Total Biaya Produksi	Rp 1.828.664.000	Rp 1.726.172.500

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.30 Biaya Produksi Tahun 2014

Keterangan	Tahun 2014	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Biaya Bahan Baku	Rp 1.500.000.000	Rp 1.472.020.500
2. Biaya Tenaga Kerja		
-Gaji Tenaga Kerja Langsung	Rp 186.000.000	Rp 186.000.000
3. Biaya Overhead Pabrik		
-Gaji Pekerja Tidak Langsung	Rp 57.600.000	Rp 57.600.000
-Biaya Bahan Baku Penolong	Rp 500.000.000	Rp 482.048.000
-Biaya listrik pabrik	Rp 22.500.000	Rp 22.200.000
-Biaya telepon kantor	Rp 6.300.000	Rp 6.300.000
-Biaya pemeliharaan	Rp 6.200.000	Rp 6.200.000
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 592.600.000	Rp 574.348.000
Total Biaya Produksi	Rp 2.278.600.000	Rp 2.232.368.500

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 4.31 Biaya Produksi Tahun 2015

Keterangan	Tahun 2015	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Biaya Bahan Baku	Rp 1.700.000.000	Rp 1.669.002.000
2. Biaya Tenaga Kerja		
-Gaji Tenaga Kerja Langsung	Rp 204.000.000	Rp 204.000.000
3. Biaya Overhead Pabrik		
-Gaji Pekerja Tidak Langsung	Rp 60.000.000	Rp 60.000.000
-Biaya Bahan Baku Penolong	Rp 620.000.000	Rp 609.564.000
-Biaya listrik pabrik	Rp 24.000.000	Rp 23.400.000
-Biaya telepon kantor	Rp 7.000.000	Rp 6.900.000
-Biaya pemeliharaan	Rp 6.600.000	Rp 6.600.000
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 717.600.000	Rp 706.464.000
Total Biaya Produksi	Rp 2.621.600.000	Rp 2.579.466.000

Sumber : Pengolahan Data

4.1.2.3 Aspek Keuangan

4.1.2.3.1 Biaya Investasi

Pada saat mendirikan PO. Sumber Baru, modal yang digunakan serta dikeluarkan berasal dari modal pribadi (modal sendiri) yang besarnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 32 Aktiva Berwujud dan Tidak Berwujud

A	Aktiva Berwujud	Jumlah
	Tanah	Rp 1.300.000.000
	Bangunan	Rp 300.000.000
	Mesin dan Peralatan	Rp 100.000.000
	Inventaris Kantor	Rp 20.000.000
	Kendaraan	Rp 250.000.000

Total Aktiva Berwujud		Rp 1.970.000.000
B	Aktiva Tidak Berwujud	
	SIUP	Rp 1.000.000
	TDP	Rp 1.000.000
Total Aktiva Tidak Berwujud		Rp 2.000.000
Total Aktiva		Rp 1.972.000.000

Sumber : UD. Sumber Baru

4.1.2.3.2 Penyusutan Aktiva Tetap

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

Rinciannya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.33 Penyusutan Aktiva Tetap

	Keterangan	Harga Beli	Penyusutan (%)	Jumlah
A	Bangunan	Rp 300.000.000	5	Rp 15.000.000
B	Mesin	Rp 100.000.000	10	Rp 10.000.000
C	Kendaraan			
	Mobil	Rp 220.000.000	10	Rp 22.200.000
	Motor	Rp 30.000.000	10	Rp 3.000.000
D	Perizinan	Rp 2.000.000	20	Rp 400.000
Total Penyusutan				Rp 50.600.000

Sumber : Pengolahan Data

4.1.2.3.3 Harga Pokok Penjualan

Tabel 4.34 Harga Pokok Penjualan tahun 2011-2015

Keterangan		Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Biaya Bahan Baku					
	Persd Bahan Baku Awal Tahun	20.000.000	28.500.000	34.000.000	39.600.000	43.400.000
	Pembelian Bahan Baku	790.464.000	969.866.000	1.101.323.500	1.472.020.500	1.669.002.000
	Persd Bahan Baku Siap Produksi	810.464.000	998.366.000	1.135.323.500	1.511.620.500	1.712.402.000
	(Persd Bahan Baku Akhir Tahun)	28.500.000	34.000.000	39.600.000	43.400.000	45.200.000
	Jumlah Biaya Bahan Baku	781.964.000	964.366.000	1.095.723.500	1.468.220.500	1.667.202.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	168.000.000	190.800.000	224.664000	243.600.000	264.000.000

3	<i>Biaya Overhead Pabrik</i>					
	Gaji Pekerja Tidak Langsung	48.000.000	54.000.000	56.400.000	57.600.000	60.000.000
	Bahan Baku Penolong	259.308.000	330.348.000	366.585.000	482.048.000	609.564.000
	Biaya listrik pabrik	16.800.000	19.152.000	21.600.000	22.200.000	23.400.000
	Biaya telepon kantor	4.800.000	5.472.000	6.000.000	6.300.000	6.900.000
	Biaya pemeliharaan	5.000.000	5.700.000	6.000.000	6.200.000	6.600.000
	Jumlah BOP	333.908.000	414.672.000	456.585.000	574.348.000	706.464.000
4	Harga Pokok Produksi (1+2+3)	1.283.872.000	1.569.838.000	1.776.972.500	2.286.168.500	2.637.666.000
	Persd Awal brg jadi & setengah jadi	7.200.000	9.800.000	11.400.000	13.200.000	16.500.000
5	Harga pokok Barang Siap Dijual	1.291.072.000	1.579.638.000	1.788.372.500	2.299.368.500	2.654.166.000
	(Persd Akhir brg jadi & setengah jd)	9.800.000	11.400.000	13.200.000	16.500.000	18.200.000
6	Harga Pokok Penjualan	1.281.272.000	1.568.238.000	1.775.172.500	2.282.868.500	2.635.966.000

Sumber : Pengolahan Data

4.1.2.3.4 Laporan Laba Rugi

Tabel 4.35 Laporan Laba Rugi tahun 2011-2015

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Penjualan	1.800.720.000	2.131.800.000	2.419.475.000	2.992.560.000	3,486.200.000
2	(Harga Pokok Penjualan)	1.281.272.000	1.568.238.000	1.775.172.500	2.282.868.500	2,635.966.000
	a. Laba Kotor (1-2)	519.448.000	563.562.000	644.302.500	709.691.500	850.234.000
3	Biaya Usaha :					
	Biaya Pemasaran	125.410.000	136.820.000	148.430.000	159.100.000	177.480.000

	Biaya Penyusutan Aktiva Tetap	50.600.000	50.600.000	50.600.000	50.600.000	50.600.000
	Biaya Administrasi & Umum	85.000.000	99.400.000	115.500.000	123.200.000	130.400.000
	b. Jumlah Biaya Usaha	261.010.000	286.820.000	314.530.000	332.900.000	358.480.000
4	c. Biaya Bunga	-	-	-	-	-
5	Laba Sebelum Pajak (a-(b+c))	258.438.000	276.742.000	329.772.500	376.791.500	491.754.000
	Pajak					
	Pajak Pendapatan (1%)	2.584.380	2.767.420	3.297.725	3.767.915	4.917.540
	Pajak Bangunan (0,5%)	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
	Pajak Kendaraan (1%)	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
6	(Total Pajak)	6.584.380	6.767.420	7.297.725	7.767.915	8.917.540
	Laba setelah Pajak (EAT)	251.853.620	269.974.580	322.474.775	369.023.585	482.836.460

Sumber : Pengolahan Data

4.1.2.4 Aspek Sumber Daya Manusia

4.1.2.4.1 Rekrutmen dan Penempatan Karyawan

Perekrutan karyawan biasanya dilakukan oleh pimpinan (pemilik). Dalam melakukan perekrutan biasanya PO. Sumber Baru melakukan percobaan dalam masa kerja dengan waktu tertentu, dan melihat hasil kerjanya diawal-awal, serta berdasarkan pengalaman yang telah dimiliki oleh calon karyawan tersebut. Berikut rincian jumlah data karyawan PO. Sumber Baru :

Tabel 4.36 Jumlah Karyawan 2011-2013

Data Jumlah Karyawan Tahun 2011-2012

Keterangan	jumlah orang
Pemimpin Perusahaan	1
Bagian Administrasi & keuangan	1
Bagian Pemasaran	-
Bagian Produksi	
- Pemilihan bahan	1
- Pemotongan	5
- Pembuatan motif	1
- Perakitan	6
- Finishing	2
Jumlah	17

Sumber : PO. Sumber Baru

Tabel 4.37 Jumlah Karyawan 2013-2015

Data Jumlah Karyawan Tahun 2013-2015	
Keterangan	jumlah orang
Pemimpin Perusahaan	1
Bagian Administrasi & keuangan	1
Bagian Pemasaran	2
Bagian Produksi	
- Pemilihan bahan	1
- Pemotongan	8
- Pembuatan motif	1
- Perakitan	8
- Finishing	3
Jumlah	25

Karyawan dibagian produksi memiliki jumlah yang paling banyak dikarenakan proses produksi membutuhkan banyak tenaga kerja sebab jumlah barang yang diproduksi sangat banyak.

4.1.2.4.2 Produktivitas Karyawan

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

Tabel 4.38 Produktivitas Karyawan

Tahun	Unit (Output)	Jumlah	Hasil
-------	---------------	--------	-------

		Tenaga Kerja	
2011	2.496	15	166.4
2012	2.952	15	196.8
2013	3.285	21	156.43
2014	4.019	21	191.38
2015	4.496	21	214.095

$$\text{Tahun 2012} = \frac{2.496}{15 \text{ Orang}} = 166,4 \text{ Unit/orang}$$

$$\text{Tahun 2012} = \frac{2.952}{15 \text{ Orang}} = 196.8 \text{ Unit/orang}$$

$$\text{Tahun 2013} = \frac{3.285}{21 \text{ Orang}} = 156.43 \text{ Unit/orang}$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{4.019}{21 \text{ Orang}} = 191.38 \text{ Unit /orang}$$

$$\text{Tahun 2015} = \frac{4.496}{21 \text{ Orang}} = 214,095 \text{ Unit/orang}$$

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Penggolongan Biaya

Untuk mengadakan analisa titik impas, biaya-biaya yang telah terjadi selama periode tertentu harus diklasifikasikan ke dalam kelompok biaya tetap dan kelompok biaya variabel. Biaya-biaya yang meliputi biaya produksi, biaya penjualan, biaya administrasi dan umum harus dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel dan biaya semi variabel.

4.2.1.1 Biaya Semi Variabel

Untuk menghitung biaya semi variabel digunakan metode titik tertinggi dan titik terendah. Cara menentukan pola perilaku biaya dengan

metode ini adalah menganalisis biaya masa lalu pada volume kegiatan yang tertinggi dan volume kegiatan yang terendah.

- a. Menghitung biaya semi variabel untuk biaya pemeliharaan

Tabel 4.39 Biaya Pemeliharaan bulan Januari-Desember Tahun 2015

No	Bulan	Volume Produksi	Jumlah Biaya Pemeliharaan Mesin
1	Januari	364	Rp 539.000
2	Februari	360	Rp 535.000
3	Maret	345	Rp 530.000
4	April	363	Rp 538.000
5	Mei	364	Rp 537.000
6	Juni	370	Rp 553.000
7	Juli	372	Rp 555.000
8	Agustus	384	Rp 567.000
9	September	375	Rp 558.000
10	Oktober	374	Rp 557.000
11	November	425	Rp 570.000
12	Desember	400	Rp 561.000
	Total	4.496	Rp 6.600.000

Berdasarkan data di atas, biaya dan volume produksi yang paling rendah terdapat pada bulan yang diberi warna merah yaitu bulan Maret, dengan volume produksi sebanyak 345 unit dan jumlah biayanya Rp 530.000. sedangkan biaya dan volume produksi paling tinggi terdapat pada bulan yang diberi warna biru yaitu bulan November, dengan volume produksi sebanyak 425 unit dengan jumlah biayanya Rp 570.000.

Setelah mengetahui volume produksi dan jumlah biaya yang tertinggi dan terendah maka dilakukan analisis dengan cara menghitung selisih diantara keduanya. Perhitungannya adalah sebagai berikut :

Bulan	Volume Produksi	Biaya Pemeliharaan Mesin	Keterangan
November	425	Rp 570.000	Tertinggi
Maret	345	Rp 530.000	Terendah

	80	Rp	40.000	Selisih
--	----	----	--------	---------

Dengan demikian maka :

$$b = \frac{Rp\ 40.000}{80} = Rp\ 500$$

Maka pemisahan biaya tetap dan biaya variabelnya menjadi :

Total biaya	= Rp 6.600.000
Total biaya Variabel = Rp 500 x 4.496	= Rp 2.248.000
Total biaya Tetap	= Rp 4.352.000

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa untuk biaya pemeliharaan, total biaya variabelnya adalah Rp 2.248.000 dan biaya tetapnya adalah Rp 4.352.000.

b. Menghitung biaya semi variabel untuk biaya listrik dan telpon

Sama halnya dengan menghitung biaya semi variabel untuk pemeliharaan, menghitung biaya semi variabel untuk biaya listrik dan telponpun harus mengetahui terlebih dahulu volume produksi serta biaya tertinggi dan terendahnya. Berikut adalah data biaya listrik dan telpon bulan Januari – Desember tahun 2015.

Tabel 4.41 Biaya Listrik & Telepon bulan Januari-Desember Tahun 2015

No	Bulan	Volume Produksi	Jumlah Biaya Listrik & Telpon
1	Januari	364	Rp 2.475.000
2	Februari	360	Rp 2.380.000
3	Maret	345	Rp 2.375.000
4	April	363	Rp 2.405.000
5	Mei	364	Rp 2.425.000
6	Juni	370	Rp 2.505.000
7	Juli	372	Rp 2.520.000
8	Agustus	384	Rp 2.625.000
9	September	375	Rp 2.555.000
10	Oktober	374	Rp 2.525.000
11	November	425	Rp 2.875.000
12	Desember	400	Rp 2.635.000
	Total	4.496	Rp 30.300.000

Dari data di atas ditunjukkan bahwa volume produksi dan biaya terendah ada pada bulan Maret dengan volume produksi 345 unit dan biayanya adalah sebesar Rp 2.375.000. Serta biaya tertinggi ada pada bulan November yaitu 425 unit dengan biaya Rp 2.875.000. Maka selisih biayanya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.42 Titik tertinggi dan terendah Biaya Listrik dan Telepon

Bulan	Volume Produksi	Biaya Listrik dan Telpon	Keterangan
November	425	Rp 2.875.000	Tertinggi
Maret	345	Rp 2.375.000	Terendah
	80	Rp 500.000	Selisih

Dengan demikian :

$$b = \frac{Rp\ 500.000}{80} = Rp\ 6.250$$

Maka pemisahan biaya tetap dan biaya variabelnya menjadi :

$$\text{Total biaya} = Rp\ 30.300.000$$

$$\begin{array}{r}
 \text{Total biaya Variabel} = \text{Rp } 6.250 \times 4.496 \qquad = \text{Rp } 28.100.000 \\
 \text{Total biaya Tetap} \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad = \text{Rp } 2.200.000 \qquad \underline{\hspace{1cm}}
 \end{array}$$

Maka dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa untuk biaya listrik dan telepon, total biaya variabelnya adalah Rp 28.100.000 dan biaya tetapnya adalah Rp 2.200.000.

c. Data Biaya Semi Variabel

Setelah dilakukan perhitungan untuk biaya pemeliharaan mesin dan biaya listrik & telepon yang dipisahkan menjadi biaya variabel dan biaya tetap, maka dibuatlah tabel untuk biaya semi variabel. Berikut adalah tabel biaya semi variabel :

Tabel 4.43 Biaya Semi Variabel

Keterangan	JUMLAH	
	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp 4.352.000	Rp 2.248.000
Biaya Listrik dan telepon	Rp 2.200.000	Rp 28.100.000
Total Biaya Semivariabel	Rp 6.552.000	Rp 30.348.000

4.2.1.2 Biaya Tetap

Biaya tetap dalam hal ini terdiri dari biaya penyusutan atau depresiasi, biaya gaji, biaya sewa, biaya pemeliharaan, dan biaya-biaya tidak langsung lainnya.

Berikut adalah tabel biaya tetap UD. Sumber Baru pada tahun 2015 :

Tabel 4.44 Biaya Tetap

No	Keterangan	Biaya Tetap
1	Biaya Penyusutan	
	a. Kendaraan	Rp 25.200.000
	b. Mesin	Rp 10.000.000
2	Biaya Pemeliharaan	
	a. Kendaraan	Rp 4.800.000
	b. Mesin	Rp 4.352.000
3	Biaya Administrasi dan Umum	
	a. Gaji Pimpinan Perusahaan	Rp 96.000.000
	b. Gaji Kepala Keuangan	Rp 31.200.000
	c. Gaji Kepala Produksi	Rp 60.000.000
	d. Biaya Listrik & Telepon	Rp 2.200.000
	f. Biaya Administrasi	Rp 1.200.000
4	Biaya Pemasaran	
	a. Biaya Promosi	Rp 56.280.000
	b. Gaji Bagian Pemasaran	Rp 54.000.000
	Total Biaya Tetap	Rp <u>345.232.000</u>

Sumber : Pengolahan Data

4.2.1.3 Biaya Variabel

Yang termasuk dalam biaya variabel yaitu biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung), biaya Overhead (bahan baku penolong, biaya listrik dan telpon, biaya pemeliharaan mesin), biaya pemasaran (biaya pengiriman).

Tabel 4.45 Biaya Variabel

No	Keterangan	Biaya Variabel
1	Biaya Produksi	
	a. Biaya Bahan Baku	Rp 1.669.002.000
	b. Biaya Tenaga kerja Langsung	Rp 204.000.000
2	Biaya Overhead	
	a. Biaya Bahan Baku Penolong	Rp 609.564.000
	b. Biaya Listrik dan telepon	Rp 28.100.000
	c. Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp 2.248.000
3	Biaya Pemasaran	
	a. Biaya Pengiriman	Rp 62.400.000
	Total Biaya Variabel	Rp <u>2.575.314.000</u>

Sumber : Pengolahan Data

BAB V

ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisa

5.1.1 Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tabel 5.1 Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2015

No	Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel
1	Biaya Penyusutan		
	a. Kendaraan	Rp 25.200.000	
	b. Mesin	Rp 10.000.000	
2	Biaya Pemeliharaan		
	Kendaraan	Rp 4.800.000	
	Mesin	Rp 4.352.000	Rp 2.248.000
3	Biaya Administrasi dan Umum		
	Gaji Pimpinan Perusahaan	Rp 96.000.000	
	Gaji Kepala Keuangan	Rp 31.200.000	
	Gaji Kepala Produksi	Rp 60.000.000	
	Biaya Listrik & Telepon	Rp 2.200.000	Rp 28.100.000
	Biaya Administrasi	Rp 1.200.000	
4	Biaya Pemasaran		
	Biaya Promosi	Rp 56.280.000	
	Gaji Bagian Pemasaran	Rp 54.000.000	
	Biaya Pengiriman		Rp 62.400.000
5	Biaya Produksi		
	Biaya Bahan Baku		Rp 1.669.002.000
	Biaya Tenaga kerja Langsung		Rp 204.000.000
6	Biaya Overhead		
	Biaya Bahan Baku Penolong		Rp 609.564.000
	Total Biaya	Rp <u>345.232.000</u>	Rp <u>2.575.314.000</u>

5.1.2 Persentase Penjualan Masing-masing Produk

Diketahui bahwa penjualan masing-masing produk adalah sebagai berikut :

Tabel 5.2 Penjualan Masing-masing Produk

Nama Produk Rak Piring	Penjualan
Polos Pintu 2	Rp 683.400.000
Polos Pintu 3	Rp 840.840.000
Karakter Pintu 2	Rp 951.720.000
Karakter Pintu 3	Rp 1.010.240.000
Total	Rp 3.486.200.000

a. Persentase penjualan produk rak piring polos pintu 2

$$\begin{aligned}\text{Polos pintu 2} &= \frac{\text{Penjualan polos pintu 2}}{\text{Total penjualan}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Rp } 683.400.000}{\text{Rp } 3.486.200.000} \times 100 \% \\ &= 20 \%\end{aligned}$$

b. Persentase penjualan produk rak piring polos pintu 3

$$\begin{aligned}\text{Polos pintu 3} &= \frac{\text{Penjualan polos pintu 3}}{\text{Total penjualan}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Rp } 840.840.000}{\text{Rp } 3.486.200.000} \times 100 \% \\ &= 24 \%\end{aligned}$$

c. Persentase penjualan produk rak piring karakter pintu 2

$$\begin{aligned}\text{Karakter pintu 2} &= \frac{\text{Penjualan karakter pintu 2}}{\text{Total penjualan}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Rp } 951.720.000}{\text{Rp } 3.486.200.000} \times 100 \% \\ &= 27 \%\end{aligned}$$

d. Persentase penjualan produk rak piring karakter pintu 3

$$\begin{aligned} \text{Karakter pintu 2} &= \frac{\text{Penjualan karakter pintu 2}}{\text{Total penjualan}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Rp1.010.240.000}}{\text{Rp 3.486.200.000}} \times 100 \% \\ &= 29 \% \end{aligned}$$

Setelah dilakukan perhitungan, maka dapat diketahui bahwa persentase penjualan masing-masing produk adalah sebagai berikut :

Tabel 5.3 Persentase Penjualan masing-masing produk

Nama Produk Rak Piring	Persentase
Polos Pintu 2	20%
Polos Pintu 3	24%
Karakter Pintu 2	27%
Karakter Pintu 3	29%
Total	100%

5.1.3 Komposisi Biaya Tetap dan Biaya Variabel Masing-masing produk

Untuk mengkomposisikan biaya masing-masing produk caranya adalah dengan mengalikan persentase penjualan dengan total biaya yang ada.

Berikut adalah perhitungannya :

Diketahui :

- Persentase penjualan polos pintu 2 : 20 %
- Persentase penjualan polos pintu 3 : 24 %
- Persentase penjualan karakter pintu 2 : 27 %
- Persentase penjualan karakter pintu 3 : 29 %
- Total Biaya Tetap : Rp 345.232.000
- Total Biaya Variabel : Rp 2.573.314.000

a. Komposisi biaya tetap dan biaya variabel polos pintu 2

- Biaya Tetap = Persentase penjualan polos pintu 2 x Total Biaya Tetap
= 20 % x Rp 345.232.000
= **Rp 69.046.400**

- Biaya Variabel = Persentase penjualan polos pintu 2 x Total B. Variabel
= 20 % x Rp 2.573.314.000
= **Rp 515.062.800**

b. Komposisi biaya tetap dan biaya variabel polos pintu 3

- Biaya Tetap = Persentase penjualan polos pintu 3 x Total Biaya Tetap
= 24 % x Rp 345.232.000
= **Rp 82.855.680**

- Biaya Variabel = Persentase penjualan polos pintu 3 x Total B. Variabel
= 24 % x Rp 2.573.314.000
= **Rp 618.075.360**

c. Komposisi biaya tetap dan biaya variabel karakter pintu 2

- Biaya Tetap = Persentase penjualan karakter pintu 2 x Total B. Tetap
= 27 % x Rp 345.232.000
= **Rp 93.212.640**

- Biaya Variabel = Persentase penj. karakter pintu 2 x Total B. Variabel
= 27 % x Rp 2.573.314.000
= **Rp 695.334.780**

d. Komposisi biaya tetap dan biaya variabel karakter pintu 3

- Biaya Tetap = Persentase penjualan karakter pintu 3 x Total B. Tetap
= 29 % x Rp 345.232.000
= **Rp 100.117.280**

- Biaya Variabel = Persentase penj. karakter pintu 3 x Total B. Variabel

$$= 29\% \times \text{Rp } 2.573.314.000$$

$$= \text{Rp } 746.841.060$$

Setelah dilakukan perhitungan untuk mengkomposisikan biaya masing-masing produk, maka dapat diketahui bahwa komposisi biaya tetap dan biaya variabel untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

Tabel 5.4 Komposisi Biaya Masing-masing produk

Nama Produk Rak Piring	Persentase Penjualan	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Polos Pintu 2	20%	Rp 69.046.400	Rp 515.062.800
Polos Pintu 3	24%	Rp 82.855.680	Rp 618.075.360
Karakter Pintu 2	27%	Rp 93.212.640	Rp 695.334.780
Karakter Pintu 3	29%	Rp 100.117.280	Rp 746.841.060
Total	100%	Rp 345.232.000	Rp 2.575.314.000

5.1.4 Menentukan Break Even Point PO. Sumber Baru Tahun 2015

Untuk menentukan *break even point* pada tahun 2015 ini digunakan asumsi bahwa perhitungan hanya untuk rak piring polos pintu 2 karena perusahaan menginginkan perencanaan laba hanya untuk salah satu produk yang penjualannya paling kecil yaitu rak piring polos pintu 2. Maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

Diketahui :

- Unit yang terjual (Q) = 1.020 unit
- Harga Jual Per unit (P) = Rp 670.000
- Total Penjualan (S) : 1.020 x Rp 670.000 = Rp 683.400.000
- Biaya Variabel Total (VC) = Rp 515.062.800
- Biaya Variabel/unit (V) : Rp 515.062.800/1.020 = Rp 504.963,5294
- Biaya Tetap (FC) = Rp 69.046.400

a. Menghitung $BEP_{(Rp)}$ tahun 2015

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

$$BEP_{(Rp)} = \frac{Rp\ 69.046.400}{1 - \frac{Rp\ 515.062.800}{Rp\ 683.400.000}}$$

$$BEP_{(Rp)} = Rp\ 280.308.273$$

b. Menghitung $BEP_{(unit)}$ tahun 2015

$$BEP_{(unit)} = \frac{FC}{P - V}$$

$$BEP_{(unit)} = \frac{Rp\ 69.046.400}{Rp\ 670.000 - Rp\ 504.963,5294}$$

$$BEP_{(unit)} = 418,3705562 \text{ (dibulatkan menjadi 418 unit)}$$

c. Pembuktian

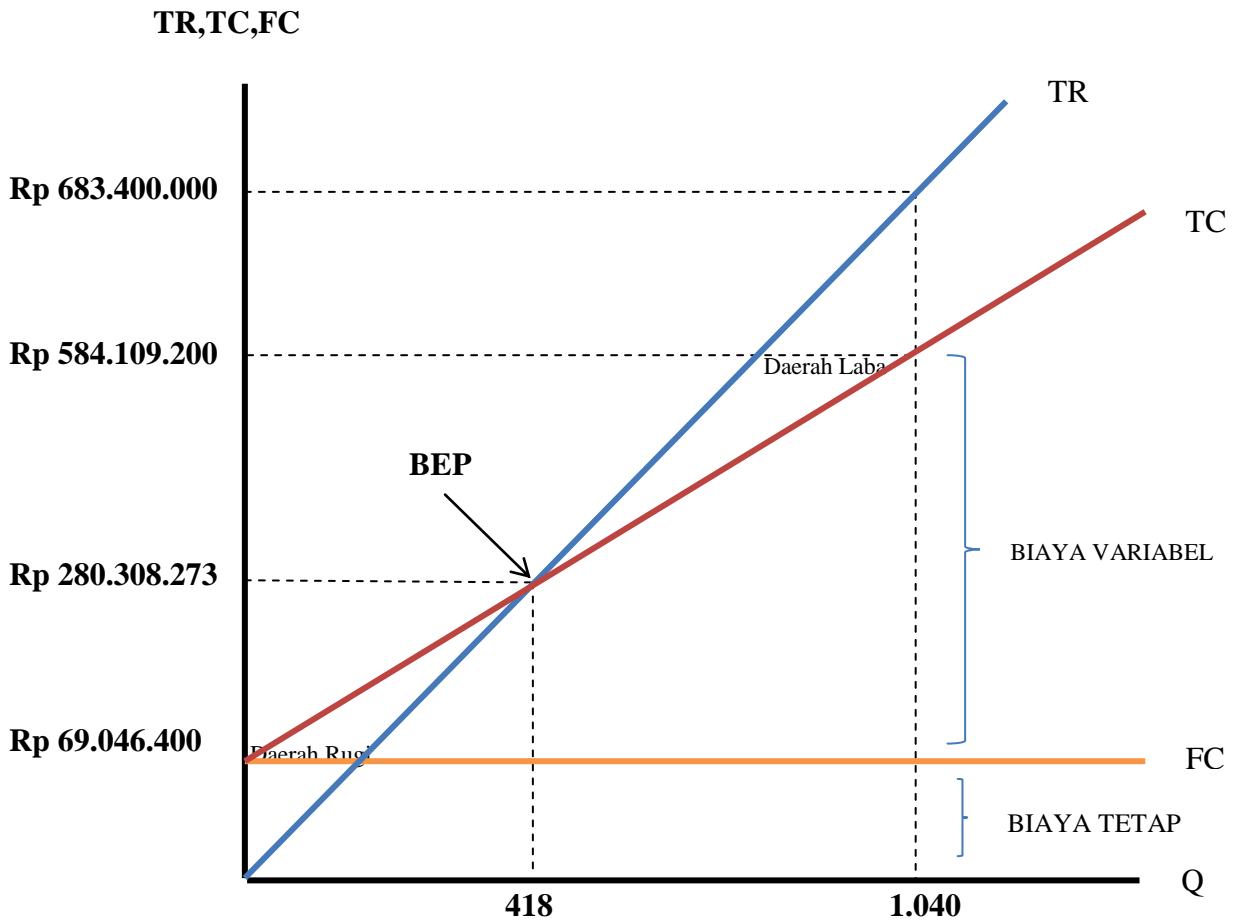
Tabel 5.5 Pembuktian Perhitungan Break Even Point Tahun 2015

No	Keterangan	Jumlah	Total
1	Penjualan		
	Rak Piring Polos pintu 2	418,3705562 x Rp 670.000	Rp 280.308.273
	Total Penjualan		Rp 280.308.273
2	Biaya-biaya		
	Biaya Variabel	418,3705562 x Rp 504.963,5294	Rp 211.261.873
	Biaya Tetap		Rp 69.046.400
	Total Biaya		Rp 280.308.273
	LABA RUGI		RP 0

Dari hasil perhitungan di atas, dapatlah diketahui bahwa titik impas tercapai pada tingkat penjualan sebesar Rp 280.308.273 atau dalam tingkat produksi/ penjualan 418 unit (karena harga jual per unit Rp 670.000 dan harga jual ini tetap konstan berapapun volume penjualannya). Pada tingkat penjualan Rp 280.308.273 (418 unit) tersebut perusahaan tidak akan memperoleh laba sepeserpun atau menderita kerugian sepeserpun. Laba atau rugi sama dengan nol. Laba baru akan diperoleh apabila tingkat penjualan di atas Rp 280.308.273 (di atas 418 unit).

5.1.5 Grafik Break Even Point Tahun 2015

Gambar 5.1 Grafik Break Even Point Tahun 2015



5.1.6 Perencanaan Laba PO. Sumber Baru Tahun 2016

Dalam perencanaan laba ini, diasumsikan bahwa perusahaan menginginkan laba untuk produk rak piring polos pintu 2 yaitu Rp 120.000.000 di mana laba ini dilihat dari kenaikan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 perusahaan mendapatkan laba keseluruhan sebesar Rp 542.236.460. Jika dilakukan pemisahan laba untuk masing-masing produk maka labanya adalah:

Tabel 5.6 Komposisi Laba masing-masing produk

Nama Produk Rak Piring	Persentase Penjualan	Laba Tahun 2015
Polos Pintu 2	20%	Rp 96.567.292
Polos Pintu 3	24%	Rp 115.880.750
Karakter Pintu 2	27%	Rp 130.365.844
Karakter Pintu 3	29%	Rp 140.022.574
Total	100%	Rp 482.836.460

Pemisahan laba tersebut merupakan perkalian dari jumlah persentase penjualan masing-masing produk dengan Total keseluruhan laba tahun 2015. Perusahaan menginginkan laba untuk produk rak piring polos pintu 2 naik sekitar 24,2% dari tahun sebelumnya yaitu jika dibulatkan labanya menjadi Rp 120.000.000. Untuk merencanakan laba Rp 120.000.000 diasumsikan bahwa pada tahun 2016 terdapat kenaikan 15 % pada unit penjualan, harga jual , biaya variabel dan biaya tetap untuk produk rak piring polos pintu 2 dari data tahun 2015. Maka perhitungan untuk penjualan minimal agar perusahaan tersebut mencapai laba yang diinginkan adalah :

Diketahui :

- Laba yang direncanakan : Rp 120.000.000
- Unit penjualan, harga jual , biaya variabel dan biaya tetap untuk produk rak piring polos pintu 2 naik 15 % dari tahun 2015, maka :

Tabel 5.7 Data perhitungan tahun 2016

Keterangan	Tahun 2015	Tahun 2016
Unit yang terjual (Q)	1.020 unit	1.173 unit
Harga Per unit (P)	Rp 670.000	Rp 770.500
Total Penjualan (S)	Rp 683.400.000	Rp 903.796.500
Biaya Variabel (VC)	Rp 515.062.800	Rp 592.322.220
Biaya Variabel Per Unit (V)	Rp 504.963,5294	Rp 504.963,5294
Biaya Tetap (FC)	Rp 69.046.400	Rp 79.403.360

a. Penjualan Minimal Polos Pintu 2 (Rupiah) Tahun 2016

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

$$\text{Penjualan Minimal}_{(Rp)} = \frac{Rp\ 79.403.360 + Rp\ 120.000.000}{1-\frac{Rp\ 592.322.220}{Rp\ 903.796.500}}$$

$$\text{Penjualan Minimal}_{(Rp)} = \mathbf{Rp\ 578.603.340}$$

b. Penjualan Minimal (Unit) Tahun 2016

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

$$\text{Penjualan Minimal}_{(Unit)} = \frac{Rp\ 79.403.360 + Rp\ 120.000.000}{Rp\ 770.500 - Rp\ 504.963,5294}$$

$$\text{Penjualan Minimal}_{(Unit)} = \mathbf{750,945282} \text{ (dibulatkan menjadi } \mathbf{751})$$

c. Pembuktian

Tabel 5.8 Pembuktian Perhitungan Penjualan Minimal Tahun 2016

No	Keterangan	Jumlah	Total
1	Penjualan		
	Rak Piring Polos pintu 2	750,945282 x Rp 770.500	Rp 578.603.340
	Total Penjualan		Rp 578.603.340
2	Biaya-biaya		
	Biaya Variabel	750,945282 x Rp 504.963,5294	Rp 379.199.980
	Biaya Tetap		Rp 79.403.360
	Total Biaya		Rp 458.360.340
	LABA RUGI		RP 120.000.000

d. Perhitungan $BEP_{(Rp)}$ tahun 2016

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

$$BEP_{(Rp)} = \frac{Rp\ 79.403.360}{1 - \frac{Rp\ 592.322.220}{Rp\ 903.796.500}}$$

$$BEP_{(Rp)} = \mathbf{Rp\ 230.402.584}$$

e. Perhitungan $BEP_{(unit)}$ tahun 2016

$$BEP_{(unit)} = \frac{FC}{P - V}$$

$$BEP_{(unit)} = \frac{Rp\ 79.403.360}{Rp\ 770.500 - Rp\ 504.963,5294}$$

$$BEP_{(unit)} = \mathbf{299,0299593\ (dibulatkan\ menjadi\ 299\ unit)}$$

f. Pembuktian

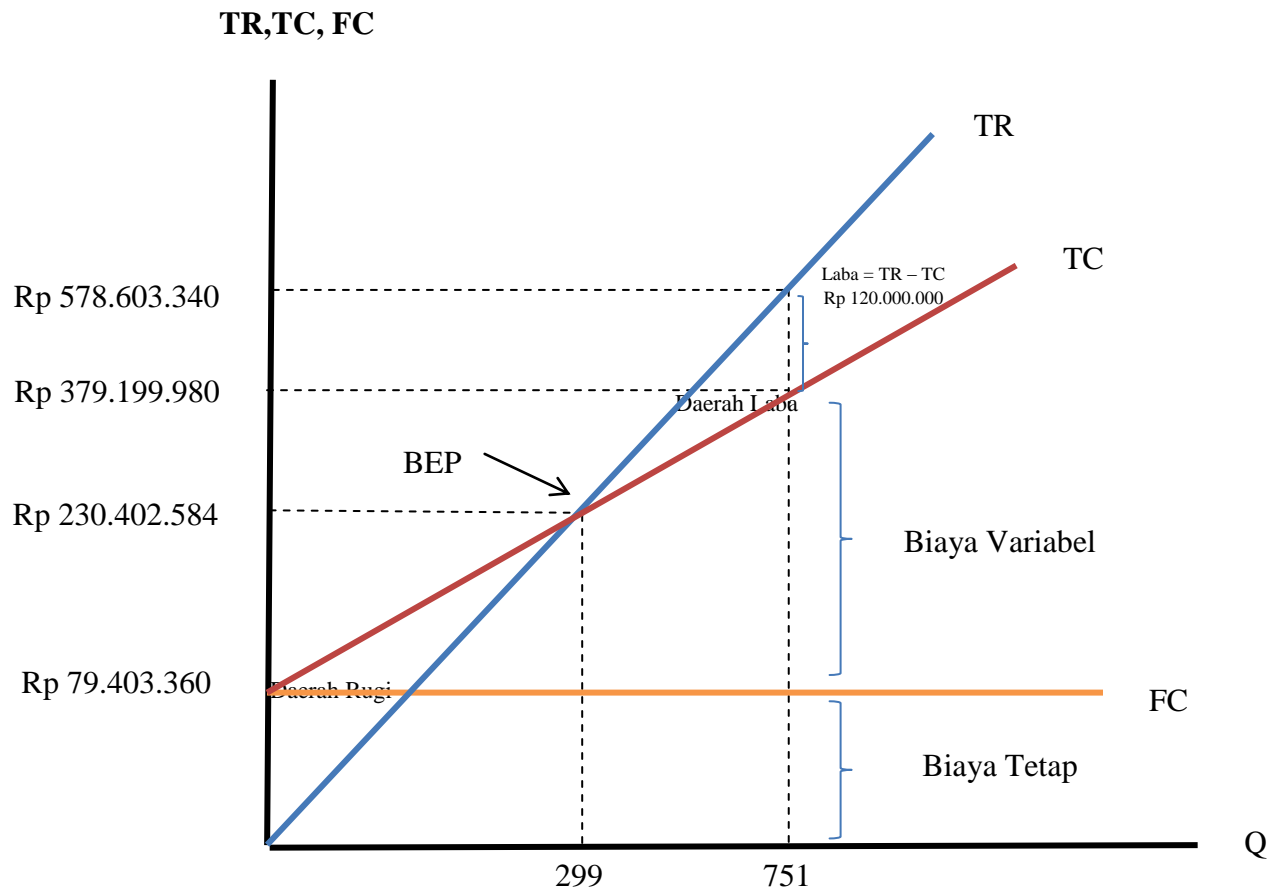
Tabel 5.9 Pembuktian Perhitungan Break Even Point Tahun 2016

No	Keterangan	Jumlah	Total
1	Penjualan		
	Rak Piring Polos pintu 2	299,0299593 x Rp 770.500	Rp 230.402.584
	Total Penjualan		Rp 230.402.584
2	Biaya-biaya		
	Biaya Variabel	299,0299593 x Rp 504.963,5294	Rp 150.999.224
	Biaya Tetap		Rp 79.403.360
	Total Biaya		Rp 230.402.584
	LABA RUGI		RP 0

Dari hasil perhitungan di atas, dapatlah diketahui bahwa jika perusahaan menginginkan laba untuk tahun 2016 sebesar Rp 120.000.000 maka penjualan minimal sebesar Rp 578.603.340 atau dalam tingkat produksi/ penjualan 751 unit (karena harga jual per unit Rp 770.500 dan harga jual ini tetap konstan berapapun volume penjualannya). Pada tingkat penjualan Rp 578.603.340 (751 unit) tersebut perusahaan akan mendapatkan laba Rp 120.000.000 sesuai dengan yang direncanakannya. Laba tersebut tidak akan diperoleh apabila tingkat penjualan di bawah Rp 578.603.340 atau di bawah 751 unit. Sedangkan titik impas terjadi pada penjualan Rp 230.402.584 atau dalam unit adalah 299 unit.

5.1.7 Grafik Penjualan Minimal Tahun 2016

Gambar 5.2 Grafik Penjualan Minimal Tahun 2016



5.1.8 Margin Of safety tahun 2016

Pada tahun 2016 diasumsikan bahwa perusahaan membudjetkan penjualan untuk rak piring polos pintu 2 yaitu sebesar Rp 578.603.340.

Maka Margin keamanan untuk produk rak piring polos pintu 2 tahun 2016 adalah :

Diketahui :

- Penjualan yang dibudjetkan = Rp 578.603.340
- Penjualan pada titik impas = Rp 230.402.584

Maka :

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan yang dibudjetkan} - \text{Penjualan pada Titik Impas}}{\text{Penjualan yang dibudjetkan}} \times 100\%$$

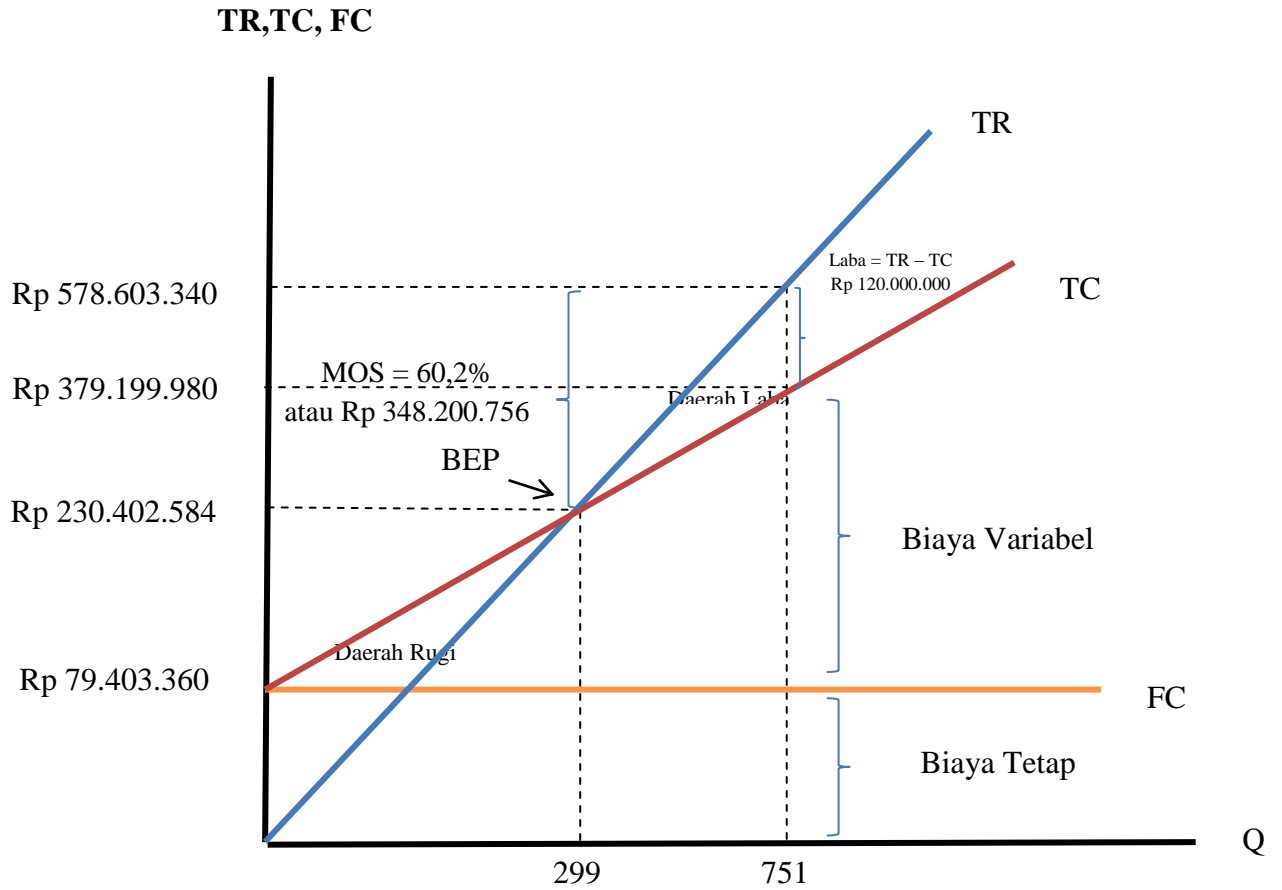
$$\text{MoS} = \frac{\text{Rp } 578.603.340 - \text{Rp } 230.402.584}{\text{Rp } 578.603.340} \times 100 \%$$

$$\text{MoS} = \mathbf{60,17952748 \% \text{ atau jika dibulatkan menjadi } 60,2 \%}$$

Ini berarti bahwa volume penjualan perusahaan PO. Sumber Baru untuk rak piring polos pintu 2 tidak boleh turun lebih dari 60,17952748% dari penjualan yang dibudjetkan atau jika dihitung yaitu Rp 578.603.340 x 60,17952748% = Rp 348.200.756. Jika perusahaan mengalami penurunan penjualan lebih dari Rp 348.200.756 maka PO. Sumber Baru akan merugi.

5.1.9 Grafik Margin Of safety Tahun 2016

Gambar 5.3 Grafik Margin Of Safety Tahun 2016



5.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisa dan perhitungan di atas didapatkan hasil sebagai berikut:

- a. Total biaya tetap keseluruhan produk rak piring tahun 2015 sebesar Rp. 345.232.000 dan Total biaya variabel keseluruhan Rp 2.575.314.000 dari persentase penjualan yang telah dihitung, maka dapat dilihat bahwa penjualan rak piring polos pintu 2 memiliki persentase penjualan 20% maka biaya tetap pada rak piring polos pintu 2 yaitu sebesar Rp. 69.046.400 dan biaya variabelnya yaitu Rp 515.062.800.
- b. Dengan menggunakan data tahun 2015 dilakukan perhitungan *Break Even Point* untuk produk rak piring polos pintu 2 dan diketahui titik impasnya dimana $TR = TC$ berada pada tingkat penjualan sebesar Rp 280.308.273 atau dalam tingkat produksi/ penjualan 418 unit.
- c. Perencanaan laba yang ingin dilakukan oleh PO. Sumber baru untuk tahun 2016 yaitu sebesar Rp 120.000.000 maka titik impas tercapai pada tingkat penjualan sebesar Rp 578.603.340 atau dalam tingkat produksi/ penjualan 751 unit (karena harga jual per unit Rp 770.500 dan harga jual ini tetap konstan berapapun volume penjualannya). Pada tingkat penjualan Rp 578.603.340 (751 unit) tersebut perusahaan akan mendapatkan laba Rp 120.000.000 sesuai dengan yang direncanakannya. Laba tersebut tidak akan diperoleh apabila tingkat penjualan di bawah Rp 578.603.340 (di bawah 751 unit).
- d. Mos (*Marginal Of Safety*) atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan PO. Sumber Baru untuk rak piring polos pintu 2 tidak boleh turun lebih dari 60,17952748% dari penjualan yang dibudgetkan atau jika dihitung $Rp\ 578.603.340 \times 60,17952748\% = Rp\ 348.200.756$. Jika perusahaan mengalami penurunan penjualan lebih dari Rp 348. 200.756 maka PO. Sumber Baru akan merugi.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada PO. Sumber Baru, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dari perhitungan *Break Even Point* (BEP) rak piring polos pintu 2 pada PO. Sumber Baru tahun 2015 dapat diketahui BEP terjadi pada tingkat penjualan sebesar Rp 280.308.273 atau dalam tingkat produksi/ penjualan 418 unit.
- b. Perusahaan merencanakan laba untuk rak piring polos pintu 2 yaitu Rp 120.000.000 pada tahun 2016 dengan asumsi kenaikan 15 % pada unit penjualan, harga jual , biaya variabel dan biaya tetap untuk produk rak piring polos pintu 2 dari data tahun 2015. Maka dapat diketahui titik impas tercapai pada tingkat penjualan sebesar Rp 578.603.340 atau dalam tingkat produksi/ penjualan 751 unit.
- c. Dari perhitungan *Margin of Safety* diketahui bahwa penurunan penjualan yang masih dapat diterima atau perusahaan belum merugi karena volume penjualan perusahaan yang bersangkutan tidak boleh turun dari *Margin of Safety* yaitu 60,17952748% dari penjualan yang dibudgetkan atau jika dihitung $Rp\ 600.000.000 \times 60,17952748\% = Rp\ 348.200.756$.

6.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis menyarankan kepada pihak PO. Sumber Baru agar :

- a. PO. Sumber Baru dapat menggolongkan biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel yang ada di perusahaan.
- b. PO. Sumber Baru dapat menggunakan metode *Break Even Point* ini sebagai dasar acuan untuk mengetahui letak titik impas yang ada pada perusahaan, di mana perusahaan tersebut tidak akan merugi dan untung jika melakukan penjualan dari hasil perhitungan *Break Even Point* serta dapat mengetahui

batas keamanan perusahaan ketika perusahaan mengalami penurunan penjualan.

- c. PO. Sumber Baru dapat melakukan perencanaan laba dengan mengasumsikan laba yang diinginkan serta kenaikan biaya-biaya yang ada pada tahun sebelumnya sehingga perusahaan dapat mengetahui dengan mudah berapa penjualan dalam rupiah dan berapa unit penjualan yang harus dilakukan untuk mencapai laba yang diinginkan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarta, Kostoro. 2010. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Assauri, Sofyan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: FEUI.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Munawir. 2004. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Riyanto, Bambang. 2010. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Halim, Abdul, dkk. 2005. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Adisaputra Gunawan, Marwan Asri. 2013. *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Jumingan. 2006. *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Carter, William. 2009. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN

LAPORAN PERUBAHAN MODAL PO. SUMBER BARU

Tahun 2011		
Modal Awal		850.000.000
Periode		
Laba Setelah Pajak	251.853.620	
Prive	<u>28.300.000</u>	
Pertambahan		223.553.620
Modal		
Modal Akhir Periode		<u>1.073.553.620</u>

Tahun 2012		
Modal Awal		1.073.553.620
Periode		
Laba Setelah Pajak	269.974.580	
Prive	<u>5.000.000</u>	
Pertambahan		264.974.580
Modal		
Modal Akhir Periode		<u>1.338.528.200</u>

Tahun 2013		
Modal Awal		1.338.528.200
Periode		
Laba Setelah Pajak	322.474.775	
Prive	<u>27.819.525</u>	
Pertambahan		294.655.250
Modal		
Modal Akhir Periode		<u>1.633.183.450</u>

Tahun 2014		
Modal Awal		1.633.183.450
Periode		
Laba Setelah Pajak	369.023.585	
Prive	<u>10.001.035</u>	
Pertambahan		359.022.550
Modal		
Modal Akhir Periode		<u>1.992.206.000</u>

Tahun 2015		
Modal Awal		1.992.206.000
Periode		
Laba Setelah Pajak	482.836.460	
Prive	<u>10.000.460</u>	
Pertambahan		472.836.000
Modal		
Modal Akhir Periode		<u><u>2.465.042.000</u></u>

Laporan Neraca PO. Sumber Baru

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Aktiva					
	Aktiva Lancar					
	-Kas	418.853.620	688.828.200	1.011.302.975	1.380.326.560	1.863.163.020
	-Piutang	15.000.000	2.900.000	3.000.000	20.000.000	25.000.000
	-Persediaan Bahan Baku	28.500.000	34.000.000	39.600.000	43.400.000	45.200.000
	-Persediaan brg jadi & setengah jadi	9.800.000	11.400.000	13.200.000	16.500.000	18.200.000
	Jumlah Aktiva Lancar	472.153.620	737.128.200	1.067.102.975	1.460.226.560	1.951.563.020
	Aktiva Tetap					
	-Bangunan	300.000.000	300.000.000	300.000.000	300.000.000	300.000.000
	-Mesin dan peralatan	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000
	-Kendaraan	250.000.000	250.000.000	250.000.000	250.000.000	250.000.000
	-Perizinan	<u>2.000.000</u>	<u>2.000.000</u>	<u>2.000.000</u>	<u>2.000.000</u>	<u>2.000.000</u>
	Subtotal	652.000.000	652.000.000	652.000.000	652.000.000	652.000.000
	(Akumulasi Penyusutan)	50.600.000	50.600.000	50.600.000	50.600.000	50.600.000
	Jumlah Aktiva Tetap	601.400.000	601.400.000	601.400.000	601.400.000	601.400.000
	Jumlah Aktiva	<u>1.073.553.620</u>	<u>1.338.528.200</u>	<u>1.668.502.975</u>	<u>2.061.626.560</u>	<u>2.552.963.020</u>
2	Pasiva					
	-Hutang Lancar	-	-	15.319.525	19.420.560	37.921.020
	-Hutang Bank	-	-	20.000.000	50.000.000	50.000.000
	Jumlah Hutang	-	-	35.319.525	69.420.560	87.921.020
	Modal Akhir PO. Sumber Baru	1.045.494.200	1,280.162.000	1.633.183.450	1.992.206.000	2.465.042.000
	Jumlah Pasiva	<u>1.045.494.200</u>	<u>1,280.162.000</u>	<u>1.668.502.975</u>	<u>2.061.626.560</u>	<u>2.552.963.020</u>

Laporan Arus Kas PO. Sumber Baru

No.	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Arus Kas Masuk					
	- Rak Piring Polos	838.560.000	992.100.000	1.107.025.000	1.269.360.000	1.524.240.000
	- Rak Piring Karakter	962.160.000	1.139.700.000	1.312.450.000	1.723.200.000	1.961.960.000
	Total Arus Kas Masuk	1.800.720.000	2.131.800.000	2.419.475.000	2.992.560.000	3.486.200.000
2	Arus Kas Keluar					
	- Harga Pokok Penjualan	1.281.272.000	1.568.238.000	1.775.172.500	2.282.868.500	2.635.966.000
	- Biaya Usaha	261.010.000	286.820.000	314.530.000	332.900.000	358.480.000
	- Pajak	6.584.380	6.767.420	7.297.725	7.767.915	8.917.540
	Total Arus Kas Keluar	1.548.866.380	1.861.825.420	2.097.000.225	2.623.536.415	3.003.363.540
3	Selisih Kas	251.853.620	269.974.580	322.474.775	369.023.585	482.836.460
4	Selisih Kas Awal	167.000.000	418.853.620	688.828.200	1.011.302.975	1.380.326.560
	Saldo Kas Akhir	418.853.620	688.828.200	1.011.302.975	1.380.326.560	1.863.163.020