

**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM RANGKA PERENCANAAN
LABA PADA CV WARINGIN SIDA RASA, BEKASI JAWA BARAT**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Penyelesaian
Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Industri
Pada Politeknik STMI Jakarta

Oleh :

Nama : Triatmojo Pangestu

NIM : 1712104



KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I.

POLITEKNIK STMI

JAKARTA

2016

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I.
POLITEKNIK STMI JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM RANGKA PERENCANAAN LABA PADA
CV WARINGIN SIDA RASA, BEKASI JAWA BARAT**

DISUSUN OLEH

Nama : Triatmojo Pangestu
NIM : 1712104
Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diajukan dan
Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta

Dosen pembimbing

Drs. Mulyono, MM
NIP. 195309011983031001

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I.
POLITEKNIK STMI JAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM RANGKA PERENCANAAN LABA PADA
CV WARINGIN SIDA RASA, BEKASI JAWA BARAT**

DISUSUN OLEH :

Nama : Triatmojo Pangestu
NIM : 1712104
Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen Bisnis Industri Politeknik STMI Jakarta pada hari Rabu tanggal 9 November 2016.

Jakarta, 16 November 2016

Penguji 1,

Penguji 3,

(Drs. Mulyono, MM)

(Drs. Achmad Zawawi, MA, MM)

Penguji 2,

Penguji 4,

(Drs. Parlindungan Pardosi, MM)

(Drs. Ubaldus Upa, M.Sc)

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta, Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : Triatmojo Pangestu
NIM : 1712104
Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :

ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM RANGKA PERENCANAAN LABA PADA CV WARINGIN SIDA RASA, BEKASI JAWA BARAT

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survey lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Politeknik STMI Jakarta atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

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

Jakarta, September 2016
Yang Membuat Pernyataan

(Triatmojo Pangestu)

ABSTRAK

CV Waringin Sida Rasa adalah sebuah perusahaan di bidang kuliner yang memproduksi berbagai jenis roti dan kue. Pemilik perusahaan menginginkan laba sebesar Rp240.000.000 di tahun 2016, sehingga perlu dibuat perencanaan volume penjualan produk untuk tahun 2016. Alat analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah *Break Even Point* Multi Produk, Penentuan Penjualan Minimal, dan *Margin of Safety*. Dari analisis *Break Even Point* multi produk diketahui dimana $TR=TC$ untuk tahun 2016 adalah Rp653.128.755. Analisa selanjutnya dengan menggunakan penentuan penjualan minimal, untuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan yaitu Rp240.000.000 pada tahun 2016 perusahaan harus memproduksi dan menjual Produk Pastel sebanyak 11.739 unit dan Produk Roti Coklat sebanyak 7.788 unit, dengan penjualan total yang didapatkan oleh perusahaan sebesar Rp1.134.012.413 yang terdiri dari kontribusi penjualan produk pastel sebesar Rp729.007.977 dan kontribusi penjualan produk roti coklat sebesar Rp405.004.436 dan biaya total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp860.856.145. *Margin of Safety* atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan adalah 42,41% dari penjualan yang direncanakan, atau dengan kata lain volume penjualan yang dicapai tidak boleh turun melebihi Rp480.883.656 dari penjualan yang direncanakan yaitu sebesar Rp1.134.012.413 agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Kata Kunci : *Break Even Point* Multi Produk, Penentuan Penjualan Minimal, *Margin of Safety*, Perencanaan Laba

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan nikmat-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir (TA) yang berjudul “ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM RANGKA PERENCANAAN LABA PADA CV WARINGIN SIDA RASA, BEKASI JAWA BARAT” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Pendidikan Diploma IV pada Program Studi Manajemen Bisnis Industri (MBI) di Politeknik STMI Jakarta.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir (TA) ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

- Bapak Dr. Mustofa, ST, MT, selaku Ketua Politeknik STMI Jakarta untuk bantuan, dorongan, dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
- Bapak Drs. Mulyono, MM, selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) d.h. Manajemen Bisnis Industri (MBI) sekaligus pembimbing Tugas Akhir yang dengan segala kesetiaan di tengah kesibukan bersedia memberikan saran dan koreksi bagi penyempurnaan penulisan Tugas Akhir ini. Terima kasih yang tak terhingga untuk juga motivasi dan dorongan bagi Penulis.
- Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno, SE, MM, selaku Wakil Ketua Prodi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) d.h. Manajemen Bisnis Industri (MBI) yang selalu memberitahukan informasi terbaru seputar penulisan tugas akhir, jadwal seminar, dan jadwal sidang serta mengurus administrasi mahasiswa tanpa kenal lelah.
- Ibu Simen, selaku pemilik dari CV Waringin Sida Rasa yang telah memberikan izin untuk melaksanakan PKL dan membantu Penulis dalam mengumpulkan data serta membimbing sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
- Kedua orang tua Penulis, selaku motivator utama penyusun Tugas Akhir. Terima kasih atas semua cinta yang diberikan dan semua doa yang dipanjatkan.
- Rocky Veller Manik, Basten, dan Zeldy Dahsyat sesama mahasiswa MBI Politeknik STMI Jakarta yang telah meluangkan waktunya untuk bertukar pikiran, memberikan informasi, juga motivasi kepada Penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
- Teman-teman seperjuangan MBI angkatan 2012 yang juga memberikan motivasi dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Seluruh Staff Politeknik STMI Jakarta beserta dosen pengajar.
- Semua pihak yang telah berjasa kepada Penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir (TA) ini masih terdapat banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa

datang. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, September 2016

Triatmojo Pangestu

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Permasalahan	1
I.2. Rumusan Masalah	2
I.3. Batasan Masalah.....	3
I.4. Tujuan Penelitian.....	3
I.5. Manfaat Penelitian.....	4
I.6. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
II.1. Pengertian Manajemen Keuangan.....	6
II.2. Perencanaan sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen	7
II.3. Pengertian Laba.....	7
II.4. Perencanaan Laba.....	8
II.5. Pengertian Akuntansi Biaya	12
II.6. Pengertian Biaya	13
II.7. Pengertian <i>Break Even Point</i> (Titik Impas)	15
II.8. Pengertian Analisa <i>Break Even Point</i>	18
II.9. Metode Pemisahan Biaya Semivariabel	25
II.10. Kegunaan Analisa <i>Break Even Point</i>	26
II.11. Keterbatasan <i>Break Even Point</i>	30
II.12. Margin Kontribusi (<i>Contribution Margin</i>)	31
II.13. Penentuan Penjualan Minimal.....	31
II.14. Hubungan Antara Perencanaan Laba dan Analisa BEP	32
II.15. Cara Pendekatan Grafik	34
II.16. Margin Pengaman (<i>Margin of Safety</i> atau MOS)	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
III.1. Jenis dan Sumber Data	37

III.1.1. Jenis Data	37
III.1.2. Sumber Data	38
III.2. Metode Pengumpulan Data	39
III.2.1. Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>)	39
III.2.2. Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	39
III.3. Metode Analisis Data	40
III.4. Analisa Kuantitatif	40
III.4.1. Menghitung <i>Break Even Point</i> Multi Produk.....	40
III.4.2. Menentukan Penjualan Minimal	41
III.4.3. Menentukan <i>Margin of Safety</i>	42
III.5. Kerangka Pemikiran	43
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	44
IV.1. Pengumpulan Data	44
IV.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	44
IV.1.2. Bidang Pemasaran.....	48
IV.1.3. Bidang Produksi	67
IV.1.4. Bidang Personalia	80
IV.1.5. Bidang Keuangan.....	90
IV.2. Pengolahan Data.....	96
IV.2.1. Penggolongan Biaya	96
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	115
V.1. Analisis Data	115
V.1.1. Menghitung <i>Break Even Point</i> Multi Produk Tahun 2015	115
V.1.2. Perencanaan Laba Tahun 2016.....	119
V.1.3. BEP Multi Produk Tahun 2016.....	129
V.1.4. <i>Margin of Safety</i> Tahun 2016.....	133
V.2. Pembahasan.....	134
V.2.1. Penggolongan Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Biaya Semivariabel	134
V.2.2. Penghitungan <i>Break Even Point</i> Multi Produk Tahun 2015	134
V.2.3. Perencanaan Laba Tahun 2016 dengan Menggunakan Metode Penentuan Penjualan Minimal, <i>Break Even Point</i> , dan <i>Margin of Safety</i> (MOS)	135
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	137
VI.1. Kesimpulan.....	137

VI.2. Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	139
LAMPIRAN.....	140

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1. Biaya Promosi CV Waringin Sida Rasa	54
Tabel IV.2. Penjualan Selama 5 Tahun Produk Pastel	58
Tabel IV.3. Penjualan Selama 5 Tahun Produk Roti Coklat	58
Tabel IV.4. Biaya Pemasaran Tahun 2011 (dalam Rupiah)	62
Tabel IV.5. Biaya Pemasaran Tahun 2012 (dalam Rupiah)	63
Tabel IV.6. Biaya Pemasaran Tahun 2013 (dalam Rupiah)	64
Tabel IV.7. Biaya Pemasaran Tahun 2014 (dalam Rupiah)	65
Tabel IV.8. Biaya Pemasaran Tahun 2015 (dalam Rupiah)	66
Tabel IV.9. Pemakaian Bahan Baku untuk Memproduksi 15 Kotak Pastel	73
Tabel IV.10. Pemakaian Bahan Baku untuk Memproduksi 15 Kotak Roti Coklat	74
Tabel IV.11. Pemakaian Bahan Penolong untuk Memproduksi 15 Kotak Pastel dan 15 Kotak Roti coklat	74
Tabel IV.12. Harga Bahan Penolong Tahun 2015	75
Tabel IV.13. Harga Bahan Baku Tahun 2015.....	75
Tabel IV.14. Data Mesin Dalam Proses Produksi	77
Tabel IV.15. Biaya Produksi Tahun 2011 (dalam Rupiah)	77
Tabel IV.16. Biaya Produksi Tahun 2012 (dalam Rupiah)	78
Tabel IV.17. Biaya Produksi Tahun 2013 (dalam Rupiah)	78
Tabel IV.18. Biaya Produksi Tahun 2014 (dalam Rupiah)	79
Tabel IV.19. Biaya Produksi Tahun 2015 (dalam Rupiah)	79
Tabel IV.20. Data Tenaga Kerja Tahun 2015.....	84
Tabel IV.21. Data Berdasarkan Usia	84
Tabel IV.22. Data Berdasarkan Tingkat Pendidikan	84
Tabel IV.23. Data Jam Kerja	85
Tabel IV.24. Data Upah Karyawan (perbulan).....	88
Tabel IV.25. Penjualan Selama 5 Tahun Produk Pastel	93
Tabel IV.26. Penjualan Selama 5 Tahun Produk Roti Coklat	93
Tabel IV.27. Harga Pokok Penjualan Tahun 2015	94
Tabel IV.28. Biaya Produksi Per Unit Tahun 2015	94
Tabel IV.29. Laporan Rugi/Laba CV Waringin Sida Rasa (dalam Rupiah)	95
Tabel IV.30. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2015	97

Tabel IV.31. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan Tahun 2015	98
Tabel IV.32. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Telepon Tahun 2015	99
Tabel IV.33. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Gas LPG 3kg Tahun 2015	100
Tabel IV.34. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Bahan Bakar Minyak Tahun 2015	101
Tabel IV.35. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil Tahun 2015.....	102
Tabel IV.36. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor Tahun 2015	103
Tabel IV.37. Hasil Pemisahan Biaya Semivariabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2015	104
Tabel IV.38. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011	105
Tabel IV.39. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2012	106
Tabel IV.40. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2013	107
Tabel IV.41. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2014.....	108
Tabel IV.42. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2015	109
Tabel IV.43. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011	110
Tabel IV.44. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2012	111
Tabel IV.45. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2013	112
Tabel IV.46. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2014	113
Tabel IV.47. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2015	114
Tabel IV.48. Biaya Variabel Per Unit CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011-2015.....	114
Tabel V.1. Data untuk BEP Tahun 2015	115
Tabel V.2. Pembuktian BEP Tahun 2015.....	118
Tabel V.3. Biaya Tetap Metode Moment Tahun 2011-2015.....	119
Tabel V.4. Harga Pastel Per Unit Metode Moment Tahun 2011-2015	120
Tabel V.5. Harga Roti Coklat Per Unit Metode Moment Tahun 2011-2015	121
Tabel V.6. Biaya Variabel Produk Pastel Metode Moment Tahun 2011-2015	122
Tabel V.7. Biaya Variabel Produk Roti Coklat Metode Moment Tahun 2011-2015	123
Tabel V.8. Biaya Variabel Per Unit Pastel Metode Moment Tahun 2011-2015	124
Tabel V.9. Biaya Variabel Per Unit Roti Coklat Metode Moment Tahun 2011-2015	125
Tabel V.10. Data Asumsi Tahun 2016.....	126
Tabel V.11. Pembuktian Penentuan Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016.....	129

Tabel V.12. Data untuk BEP Tahun 2016	130
Tabel V.13. Pembuktian BEP Tahun 2016.....	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1.	Grafik Biaya Tetap	19
Gambar II.2.	Grafik Biaya Tetap Rentang Relevan.....	20
Gambar II.3.	Grafik Biaya Variabel	21
Gambar II.4.	Grafik Biaya Variabel Degresif dan Progresif	22
Gambar II.5.	Grafik Biaya Semivariabel	24
Gambar II.6.	Grafik BEP garis biaya tetap sejajar dengan sumbu X	35
Gambar II.7.	Grafik BEP garis total biaya sejajar dengan garis biaya variabel	35
Gambar III.1.	Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar IV.1.	<i>Layout</i> CV Waringin Sida Rasa.....	47
Gambar IV.2.	Produk Pastel	50
Gambar IV.3.	Produk Roti Coklat	51
Gambar IV.4.	Saluran Distribusi CV Waringin Sida Rasa.....	52
Gambar IV.5.	Mobil yang Digunakan Dalam Pengiriman Produk.....	59
Gambar IV.6.	Produk Pastel	67
Gambar IV.7.	Produk Roti Coklat	68
Gambar IV.8.	Diagram Alur Produksi Kue Pastel.....	69
Gambar IV.9.	Diagram Alur Produksi Roti Coklat	70
Gambar IV.10.	Struktur Organisasi CV Waringin Sida Rasa.....	81
Gambar V.1.	Grafik BEP Multi Produk Tahun 2015	134
Gambar V.2.	Grafik Penjualan Minimal, BEP, dan MOS Tahun 2016.....	135

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Permasalahan

Tujuan dari setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya yaitu untuk mendapatkan keuntungan agar perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup usahanya serta memenuhi kebutuhan operasinya. Untuk tujuan itulah maka perusahaan harus mampu merencanakan dan mengatur tingkat keuntungan pada perusahaan agar pemilik perusahaan mengetahui besar peningkatan atau penurunan yang dialami perusahaannya dalam periode tertentu.

Keberhasilan suatu perusahaan umumnya dicerminkan oleh kemampuan manajemen di dalam melihat peluang dan kemungkinan di masa yang akan datang, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk itu, manajemen harus dapat merencanakan segalanya untuk masa yang akan datang agar kemungkinan dan peluang yang diperkirakan dapat dicapai. Kegiatan utama manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah pengambilan keputusan dalam pemilihan berbagai alternatif serta merumuskan kebijakan perusahaan.

Namun pentingnya merencanakan dan mengatur tingkat keuntungan masih belum sepenuhnya disadari oleh sebagian orang yang memiliki usaha seperti pada pemilik perusahaan CV Waringin Sida Rasa. Pemilik perusahaan CV Waringin Sida Rasa yaitu Ibu Simen tidak melakukan perencanaan tingkat keuntungan yang ingin dicapai dan juga Ibu Simen tidak melakukan perhitungan untuk menetapkan jumlah produksi yang diperlukan pada perusahaan agar mendapatkan keuntungan.

Untuk itu Penulis tertarik untuk meneliti tentang seberapa besar jumlah produksi yang diperlukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan jika perusahaan menginginkan keuntungan dengan jumlah tertentu di tahun 2016 berapa banyak produk yang harus dijual di tahun 2016. Data yang Penulis gunakan untuk melakukan analisa adalah data perusahaan tahun 2015 dan metode yang Penulis gunakan untuk melakukan perhitungan pada penelitian ini adalah analisa *Break Even Point*.

Break Even Point (BEP) atau dapat disebut juga sebagai Titik Pulang Pokok merupakan salah satu metode analisa yang sederhana untuk menghitung kapan modal yang digunakan akan kembali. Namun analisa *Break Even Point* ini juga dapat digunakan untuk Merencanakan Tingkat Keuntungan dan Target Volume Penjualan Produk sehingga dapat

dijadikan dasar strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan baik dalam bidang keuangan, bidang pemasaran, bidang produksi, dan bidang personalia.

Untuk menentukan *Break Even Point* (BEP) biaya-biaya perlu digolongkan terlebih dahulu menjadi biaya tetap dan biaya variabel, namun pada kenyataannya perusahaan CV Waringin Sida Rasa tidak menggolongkan biaya-biaya dengan benar. Maka Penulis akan menggolongkan biaya-biaya yang ada pada perusahaan menjadi 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).

Berdasarkan latar belakang di atas, perlu kiranya perusahaan menjadikan perhitungan *Break Even Point* sebagai acuan untuk menetapkan kebijakan dan strategi pada bidang produksi, bidang keuangan, bidang pemasaran, dan bidang personalia untuk mencapai keuntungan yang diinginkan. Maka pada penelitian ini Penulis mengambil judul penelitian “ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM RANGKA PERENCANAAN LABA PADA CV WARINGIN SIDA RASA, BEKASI JAWA BARAT”.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan pokok yang akan dibahas Penulis dalam Tugas Akhir ini antara lain:

1. Pada titik berapa terjadi titik impas (*Break Even Point*) pada perusahaan di tahun 2016?
2. Jika perusahaan menetapkan keuntungan tertentu, berapa banyak produk yang harus dijual pada tahun 2016?
3. Berapa presentase *Margin of Savety* pada tingkat penjualan BEP terhadap tingkat penjualan yang direncanakan di tahun 2016?

I.3. Batasan Masalah

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

1. Penelitian dilakukan pada CV Waringin Sida Rasa, Bekasi.
2. Data yang digunakan adalah data perusahaan selama tahun 2015.
3. Mengutamakan menggunakan data dari aspek keuangan, dalam hal ini Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Harga Produk per unit, serta data-data yang bersangkutan lainnya dari aspek pemasaran, aspek produksi, dan aspek personalia.
4. Dalam penganalisisan kriteria pengukuran data yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:
 - a. Penggolongan biaya tetap dan biaya variabel.
 - b. Analisis *Break Even Point*.
 - c. Analisis penjualan minimal.
 - d. Analisis *Margin of Savety*.

I.4. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pada titik berapa terjadi titik impas (*Break Even Point*) pada perusahaan di tahun 2016.
2. Untuk mengetahui berapa banyak produk yang harus dijual dalam jangka waktu satu tahun agar mendapatkan keuntungan tertentu pada tahun 2016.
3. Untuk mengetahui presentase *Margin of Savety* pada tingkat penjualan BEP terhadap tingkat penjualan yang direncanakan perusahaan di tahun 2016.

I.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Penulis
 - Untuk menyelesaikan Tugas Akhir dan lulus dari Politeknik STMI Jakarta.
 - Penulis dapat menambah pengetahuandan wawasan mengenai rencana pengembangan usaha dalam hubungannya yang erat dengan ilmu-ilmu lain yang Penulis pelajari selama berkuliah di jurusan Manajemen Bisnis Industri (MBI) yang berguna khususnya dalam menempuh prosedur penelitian.

2. Perusahaan

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

3. Bagi Penulis Lain

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

I.6.Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan 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 menganalisis permasalahan yang ada.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisa.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

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

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

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

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, dan memuat saran-saran yang diperlukan bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II LANDASAN TEORI

II.1.Pengertian Manajemen Keuangan

Keseluruhan aktivitas yang bersangkutan dengan usaha untuk mendapatkan dana dan menggunakan atau mengalokasikan dana tersebut disebut manajemen keuangan (*financial management*) atau pembelanjaan perusahaan (*business finance*). Manajer keuangan suatu perusahaan bertugas untuk mengelola aliran dana tersebut sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dimaksudkan dengan manajer keuangan di sini adalah manajer perusahaan yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan penting mengenai investasi (*investment*) dan pendanaan (*financing*) (Bambang Riyanto, 2013:4).

Keputusan-keputusan keuangan sebagian besar dilakukan dalam lingkup perusahaan (yaitu organisasi yang bertujuan untuk memperoleh laba). Hal tersebut tidak mengherankan karena perkembangan teori keuangan memang banyak didasarkan atas pengamatan terhadap berbagai fenomena yang dihadapi oleh perusahaan dan pasar finansial.

Meskipun demikian, konsep atau teori yang mendasari keputusan-keputusan keuangan tersebut dapat diterapkan oleh siapa saja (individu ataupun pemerintah). Penerapan teori keuangan dalam lingkup perusahaan sering disebut sebagai keuangan perusahaan (*corporate finance*), atau secara umum disebut juga manajemen keuangan (*financial management*) (Suad Husnan, 2010:3).

II.2. Perencanaan sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen didefinisikan sebagai aktivitas perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Dengan kata lain para manajer, pekerja, dan eksekutif harus memahami dengan baik dan benar tentang fungsi manajemen tentang aktivitas perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Perencanaan (*planning*) merupakan formulasi terperinci dari tindakan untuk mencapai tujuan tertentu. Perencanaan (*planning*) adalah pandangan ke depan untuk melakukan tindakan apa yang seharusnya dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Perencanaan (*planning*), melalui informasi ekonomi yang tepat, maka manajemen perusahaan dapat menyusun rencana, baik bersifat jangka pendek maupun jangka panjang (Arief Sugiono & Ishak, 2015:3).

II.3. Pengertian Laba

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 (Hery, 2012:82).

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)

II.4. Perencanaan Laba

Salah satu tujuan pendirian perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Hal ini merupakan tugas manajemen untuk mencapai laba yang diinginkan yaitu dengan menyusun perencanaan laba agar semua sumber daya yang ada dalam perusahaan dapat diarahkan secara terorganisir dan terkendali. Perencanaan merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan.

Pada dasarnya perencanaan itu merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan berbagai alternatif tindakan dan perumusan kebijakan. Suatu perencanaan bisa terealisasi apabila manajemen berhasil dalam menjalankan perusahaan yang diukur dengan besarnya laba (*profitability*). Pengertian perencanaan laba menurut Machfoedz (1996: 289), perencanaan laba (*profit planning*) sering disebut budget perencanaan (*planning budget*) atau rencana operasi (*plan operation*) adalah rencana dari manajemen yang meliputi seluruh tahap dari operasi di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan dibagi ke dalam dua jenis rencana yaitu rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang.

Menurut Supriyono (2002: 331), perencanaan laba (*profit planning*) adalah perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. Didalamnya juga ditentukan tujuan laba yang dicapai oleh perusahaan. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk jangka pendek dan jangka panjang.

Menurut Adolph Matz dkk. (1993: 6-7), adanya perencanaan laba memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan masalah.

2. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapinya dan menanamkan kebiasaan pada organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil keputusan.
3. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya yang maksimum.
4. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana yang saling terkait dapat menggambarkan keseluruhan organisasi dalam bentuk rencana yang terpadu dan menyeluruh.
5. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaiki kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.
6. Mengkoordinasikan serta mempertemukan semua upaya perusahaan ke dalam suatu prosedur perencanaan anggaran yang terarah karena inilah satu-satunya cara yang paling tepat mengungkapkankeselamatan kegiatan manajemen.
7. Mengarahkan penggunaan modal dan daya upaya pada kegiatan yang paling menguntungkan.
8. Mendorong standar prestasi yang tinggi dengan merangsang kegairahan untuk bersaing menanamkan hasrat untuk mencapai tujuan,dan menumbuhkan minat untuk melaksanakan kegiatan secara lebih efektif.
9. Berperan sebagai standar untuk mengukur kegiatan dan menilai kebijakan manajemen dan tingkat kemampuan dari setiap pelaksana.

Selain memiliki manfaat, perencanaan laba juga memiliki beberapa keterbatasan. Menurut Adolph Matz dkk. (1993: 7-8), perencanaan laba memiliki beberapa keterbatasan, yaitu:

- a. Peramalan atau perencanaan bukanlah ilmu pasti. Jadi dalam setiap perencanaan akan terdapat sejumlah pertimbangan. Apabila ada penyimpangan dari estimasi maka harus dilakukan perbaikan atau modifikasi.
- b. Anggaran dapat mengikat perhatian manajer pada sasaran tertentu yang tidak selaras dengan tujuan organisasi secara keseluruhan. Jadi diperlukan kecermatan untuk menyalurkan upaya manajer setepat mungkin.
- c. Perencanaan laba memerlukan kerja sama dan peran serta dari seluruh anggota manajemen. Dasar keberhasilan perencanaan adalah ketaatan dan kegairahan pelaksana terhadap rencana laba.
- d. Penggunaan anggaran yang berlebihan sebagai alat evaluasi dapat mengakibatkan terjadinya penyimpangan fungsi (*dysfunctional behavior*). Yang dimaksud *dysfunctional behavior* adalah perilaku individu yang bertentangan dengan tujuan organisasi. Manajer akan berusaha dengan segala cara untuk meminimalisasi atau mengeliminasi adanya perbedaan dengan anggaran agar terlihat baik saat dievaluasi.
- e. Perencanaan laba tidak menghapus maupun mengambil alih peranan bagian administrasi. Para pelaksana tidak boleh merasa dibatasi oleh anggaran. Sebaliknya rencana laba disusun guna memberikan penjelasan terinci yang memungkinkan pihak pelaksana menjalankan kegiatannya dengan mengerahkan kemampuan dan hasrat untuk mencapai sasaran organisasi.
- f. Pelaksanaan rencana memerlukan waktu.

Perencanaan laba bukan merupakan hal yang mudah, karena penerapannya harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan keadaan internal maupun eksternal perusahaan baik yang langsung maupun tidak langsung mempengaruhi penetapan laba itu sendiri. Faktor eksternal yang perlu dipertimbangkan manajemen dalam perencanaan laba ini adalah kondisi perekonomian pada umumnya, tingkat populasi penduduk,

pendapatan dan daya beli masyarakat, kemajuan teknologi, kebijaksanaan pemerintah dan lain-lain, yang kesemuanya ini sulit diramalkan secara baik. Sedangkan faktor internal yang perlu dipertimbangkan yaitu keadaan perusahaan itu sendiri berupa besarnya volume penjualan yang diinginkan untuk mencapai laba tertentu, bagaimana kemampuan kapasitas yang ada baik peralatan maupun personil yang ada, kemampuan keuangan dan sebagainya.

Menurut Krismiaji (2002: 163), dalam penetapan laba terdapat pendekatan yang berbeda, yaitu :

- a. Didasarkan pada masa kembali modal yang diinvestasikan. Metode ini menghendaki penetapan tingkat keuntungan menjadi titik tolak penyusunan rencana.
- b. Didasarkan kepada produk yang akan dijual. Metode ini menghendaki perencanaan yang diformulasikan akan diperoleh berupa keuntungan.
- c. Didasarkan pada perhitungan menurut standar. Metode ini melakukan perhitungan dari proses perencanaan yang diukur dengan standar yang ada. Manajemen memperhitungkan relatif keuntungan menurut standar yang dianggap memuaskan perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba, yaitu:

- a. Laba atau rugi yang dialami dari volume penjualan tertentu.
- b. Volume penjualan yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya yang terpakai guna memperoleh laba yang memadai.
- c. Titik impas.
- d. Volume penjualan yang dapat dihasilkan oleh kapasitas operasi saat ini.

II.5. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk barang atau jasa dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Akuntansi biaya memiliki tiga tujuan pokok antara lain penentuan biaya pokok produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus. Untuk memenuhi biaya pokok produk, akuntansi biaya

mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk barang atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi di masa lalu atau merupakan biaya historis.

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut. Akuntansi biaya kemudian melakukan analisa terhadap penyimpangan biaya sesungguhnya dengan biaya seharusnya dan menyajikan informasi mengenai penyebab terjadinya selisih tersebut.

Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi yang akan datang. Akuntansi biaya untuk keputusan khusus menyajikan biaya dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi yang akan datang. Akuntansi biaya untuk keputusan khusus menyajikan biaya masa yang akan datang. Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil suatu proses peramalan (Mulyadi, 2012:7).

II.6. Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) adalah pengorbanan sumber daya produksi untuk mencapai suatu sasaran/tujuan tertentu yang diukur dengan satuan nilai uang yang telah/mungkin terjadi serta memberikan manfaat untuk masa yang akan datang (Arief Sugiono & Ishak, 2015:16). Biaya dalam arti luas adalah penggunaan sumber-sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk obyek atau tujuan tertentu. Misalnya biaya tenaga kerja langsung meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja manufaktur yang dapat ditelusuri ke obyek biaya secara ekonomi dengan cara yang layak berdasarkan hubungan sebab akibat (Hery, 2012:19).

Obyek biaya merupakan produk atau jasa, pelanggan, departemen, proyek, dan aktivitas. Jadi, obyek biaya adalah seluruh pengorbanan untuk mendapatkan sesuatu (barang atau jasa) yang akan dijual untuk memperoleh laba. Oleh karena itu, para pengambil keputusan harus mengetahui dan memahami obyek-obyek biaya agar mereka dapat merencanakan laba, mengendalikan bisnis, dan mengevaluasi kinerja dengan baik. Obyek biaya merupakan fokus utama pengambil keputusan karena memerlukan pengorbanan waktu, tenaga, pikiran, dan material yang dapat diukur dengan satuan mata uang (Arief Sugiono & Ishak, 2015:16).

Beban (*expenses*) adalah penggunaan-penggunaan dari barang-barang dan jasa dalam rangka memperoleh suatu pendapatan (*revenue*) dalam suatu periode dan biaya-biaya tersebut menjadi kadaluarsa (*expired*) untuk masa yang akan datang. Pembebanan biaya kepada obyek biaya adalah pengukuran dan membebankan pengorbanan sumber daya kepada obyek biaya sehingga harus dilakukan secara akurat sehingga dapat menghasilkan informasi yang benar dalam rangka pengambilan keputusan (Arief Sugiono & Ishak, 2015:16).

Agar pembebanan biaya dapat akurat, maka biaya tersebut dikategorikan sebagai berikut (Arief Sugiono & Ishak, 2015:17).

1. Biaya langsung (*direct cost*), yaitu biaya yang terjadi yang mempunyai hubungan langsung dengan produksi atau karena sesuatu yang dibiayai, contoh: biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan baku langsung. Biaya ini sangat mudah dilacak (*traceability*) karena berhubungan dengan sebab akibat.
2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*), yaitu biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produksi atau biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Contoh: biaya *overhead* pabrik (*manufacturing overhead*) karena tidak secara langsung berhubungan maka biaya ini sangat sulit dilacak.

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

Manajemen perusahaan yang profesional harus memiliki data biaya yang akurat dan lengkap. Data tersebut akan digunakan sebagai alat analisis, pemeriksaan serta sebagai alat pengambilan keputusan. Data biaya historis akan digunakan untuk keperluan analisis serta peramalan (*forecast*) yang bertujuan sebagai acuan kinerja serta perbandingan. Sedangkan data sekarang digunakan untuk keperluan pemeriksaan, yang berarti bahwa kinerja sekarang harus dibandingkan dengan kinerja yang telah disusun sebelumnya (*budget*) dan data sekarang juga diperlukan sebagai alat pengendalian (Arief Sugiono & Ishak, 2015:20).

Data masa depan digunakan untuk pengambilan keputusan, dimana data tersebut merupakan hasil ramalan (proyeksi) dari data historis dan data sekarang. Disamping itu, data biaya juga digunakan untuk (Arief Sugiono & Ishak, 2015:21):

1. Perencanaan laba
2. Pengawasan biaya melalui akuntansi pertanggung jawaban
3. Prosedur melalui sistem
4. Menetapkan harga jual

5. Pembuatan keputusan melalui biaya relevan

II.7. Pengertian *Break Even Point* (Titik Impas)

Volume penjualan di mana penghasilannya (*revenue*) tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian dinamakan "*Break Even Point*". Apabila digunakan konsep "*contribution margin*" maka *Break Even Point* akan tercapai pada volume penjualan di mana *contribution margin*-nya tepat sama besarnya dengan biaya tetapnya (Bambang Riyanto, 2013:360).

Ada beberapa asumsi dasar di dalam analisa BEP (Bambang Riyanto, 2013:360):

- Biaya di dalam perusahaan dibagi dalam golongan *fixed cost* dan golongan *variable cost*.
- Besarnya *Variable cost* secara totalitas berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi/penjualan. Ini berarti bahwa biaya variabel per unitnya adalah tetap sama.
- Besarnya *Fixed cost* secara totalitas tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi/penjualan.
- Harga jual per unit tidak berubah selama periode yang dianalisis.
- Perusahaan hanya menjual/memproduksi 1 jenis produk saja, dan jika terdapat lebih dari 1 jenis produk maka bauran penjualan (*sales mix*) adalah tetap.
- Kapasitas yang dimiliki perusahaan tidak berubah.
- Tingkat efisiensi dan produktivitas perusahaan tidak berubah.

Matz, Usry dan Hammer (1991: 224) menjelaskan beberapa manfaat analisa *break even point* untuk manajemen, yaitu :

- a. Membantu pengendalian melalui anggaran.
- b. Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan.
- c. Menganalisis dampak perubahan volume.
- d. Menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya.
- e. Merundingkan upah.
- f. Menganalisis bauran produk.
- g. Menerima keputusan kapitalisasi dan ekspansi lanjutan.
- h. Menganalisis *margin of safety*.

Sedangkan menurut Sigit (1993: 1) analisa *Break Even Point* mempunyai beberapa manfaat, diantaranya adalah :

- a. Sebagai dasar merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu.
- b. Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan aktivitas yang sedang berjalan.
- c. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual.
- d. Sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Analisa BEP merupakan suatu alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan, khususnya yang berkaitan dengan laba/rugi, karena analisa ini menekankan pada keterkaitan antara biaya, volume penjualan, komposisi penjualan, dan harga jual. Di dalam beberapa literatur, Analisa Titik Impas (*Break Even Point*) sering disebut juga *Cost Volume Profit (CVP) Analysis*.

Apabila suatu perusahaan hanya memiliki biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah tersebut, sehingga analisa ini tidak ada gunanya. Masalah Titik Impas baru muncul apabila suatu perusahaan mempunyai biaya tetap dan biaya variabel. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan mengalami perubahan sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi (Arief Sugiono & Ishak, 2015:78).

Rumusan untuk menghitung BEP = Titik Impas (Bambang Riyanto, 2013:364).

- a. Atas dasar rupiah

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

Keterangan:

FC = Biaya tetap

Vc = Biaya variabel

S = Volume penjualan

BEP rupiah = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

- b. Atas dasar unit

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

$$\text{BEP} = \text{TR} - \text{TC}$$

$$TR - TC = 0$$

Keterangan:

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

BEP unit = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam unit

Rumus BEP Multi Produk:

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

Keterangan:

BEP rupiah = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

FC = Biaya tetap

W = Presentase setiap produk dari total penjualan

i = Masing-masing produk

II.8. Pengertian Analisa *Break Even Point*

Analisa *Break Even Point* adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume kegiatan. Oleh karena analisa tersebut mempelajari tentang hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume kegiatan, maka analisa tersebut sering pula disebut *Cost Volume Profit (CVP) Analysis*. Dalam perencanaan keuntungan, analisa *Break Even Point* merupakan *profit planning approach* yang mendasarkan pada hubungan antara biaya (*cost*) dan penghasilan penjualan (*revenue*) (Bambang Riyanto, 2013:359).

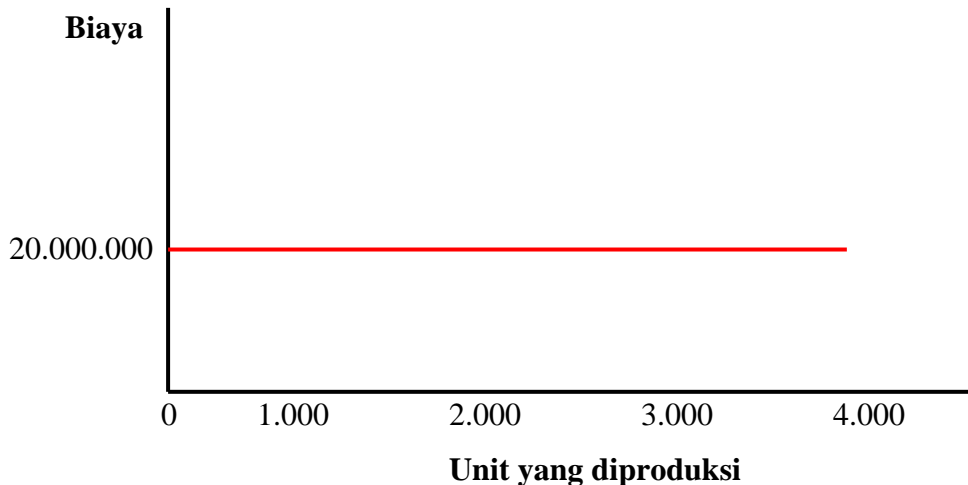
Dalam analisa BEP terdapat dua macam biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel, serta ada satu macam biaya lagi yaitu biaya semivariabel, penjelasannya sebagai berikut:

a. Biaya Tetap

Dalam kegiatan bisnis, biaya tetap lazim disebut biaya kapasitas yaitu biaya sebagai penunjang kegiatan operasi pada suatu kapasitas tertentu bagi kegiatan produksi, pemasaran, dan keuangan. Biaya-biaya ini mencerminkan kemampuan untuk menunjang tingkat volume kegiatan yang direncanakan oleh manajemen. Besar kecilnya biaya tetap tergantung pada teknologi yang diterapkan perusahaan (Arief Sugiono & Ishak, 2015:21).

Manajemen umumnya enggan menggunakan biaya tetap yang tinggi karena hal ini akan menyulitkan manajemen untuk memperoleh laba atau untuk mencapai titik impas. Perusahaan dengan biaya tetap yang tinggi maka titik impasnya juga tinggi dan sulit mencapai laba dengan pangsa pasar yang sempit. Serta margin kontribusinya sulit didistribusikan untuk biaya tetap dan laba.

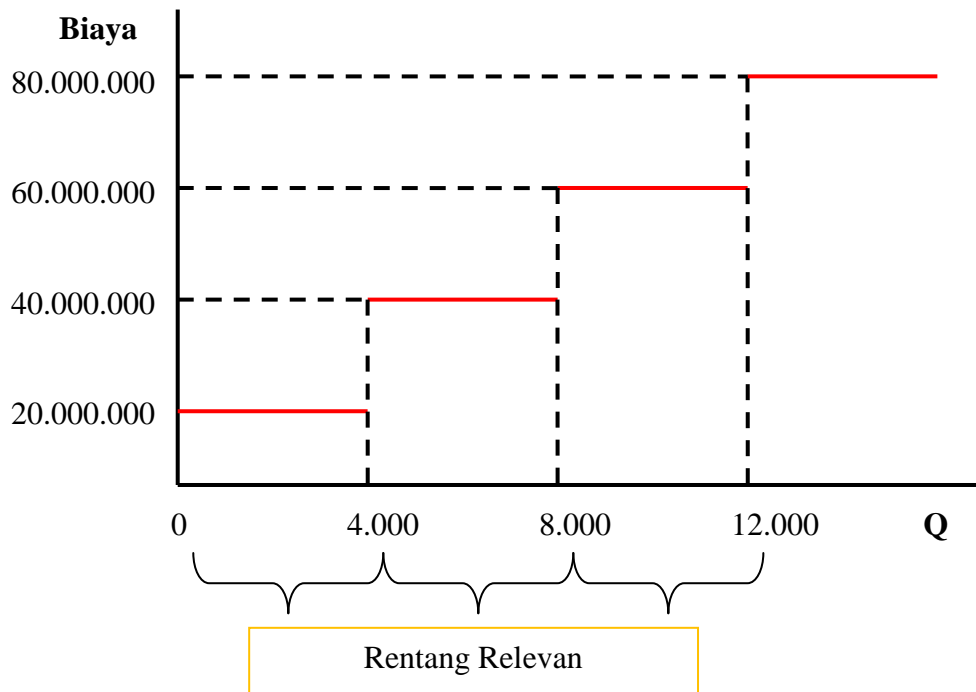
Biaya tetap merupakan biaya yang dalam jumlah keseluruhan tetap konstan dalam rentang yang relevan ketika tingkat keluaran aktivitas berubah. Jadi, Biaya Tetap yaitu biaya yang secara totalitas dan dalam batas-batas tertentu tidak berubah dengan adanya perubahan tingkat kegiatan. Contoh: Gaji pengawas pabrik, depresiasi, asuransi, sewa, bunga hutang, dan lainnya (Arief Sugiono & Ishak, 2015:22).



Gambar II.1. grafik biaya tetap

Tetapi, apakah biaya tetap tersebut dapat berubah? Ya, seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa biaya secara totalitas tidak berubah dalam suatu batas tertentu. Jadi, jika sudah melewati batas, maka biaya tersebut dapat berubah. Contoh: Suatu pabrik memiliki mesin produksi dengan biaya depresiasi sebesar Rp20.000.000,- dapat memproduksi 4.000 unit produk, maka jika produksi perusahaan 3.000 unit maka biaya tetapnya adalah sebesar Rp20.000.000,- begitu pula jika jumlah produksi pabrik mencapai 3.500 unit.

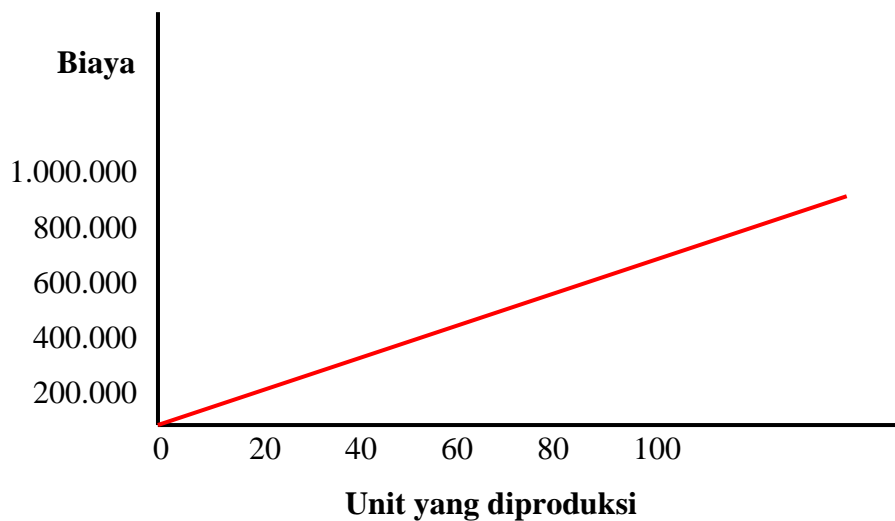
Tetapi bagaimana jika pabrik tersebut memproduksi 6.000 unit, maka manajemen perusahaan tentu akan menambah 1 unit mesin lagi jika diasumsikan bahwa depresiasi mesin adalah sama dan kapasitas produksi juga sama, maka dengan produksi sebesar 6.000 unit, perusahaan menanggung biaya tetap sebesar Rp40.000.000,-. Maka produksi antara 0 – 4.000 unit dan 4.001 – 8.000 unit disebut juga jarak rentang kegiatan yang relevan (*relevant range*), yaitu rentang keluaran dimana asumsi hubungan biaya atau keluaran yang berlaku (Arief Sugiono & Ishak, 2015:23).



Gambar II.2. Grafik Biaya Tetap Rentang Relevan

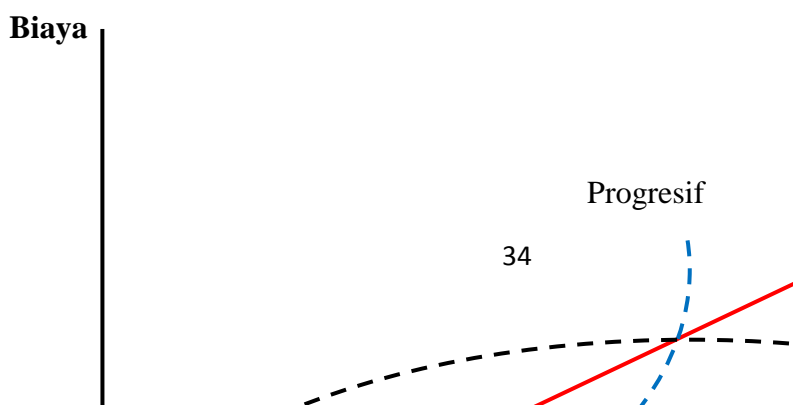
b. Biaya Variabel

Jika biaya tetap tidak berubah saat terjadi keluaran, berbeda dengan biaya variabel. Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang dalam jumlah keseluruhan berubah secara proporsional terhadap perubahan keluaran (*output*). Jadi, perilaku biaya ini selalu mengikuti tingkat kegiatan pada suatu perusahaan, contoh: bahan baku, tenaga kerja langsung, kondisi penjualan, biaya produksi, dan biaya pemasaran (Arief Sugiono & Ishak, 2015:24).



Gambar II.3. Grafik Biaya Variabel

Jika diilustrasikan adalah sebagai berikut: jika sebuah celana membutuhkan bahan sebanyak 1 meter kain (dengan harga Rp10.000,-/meter), maka untuk memproduksi 20 potong celana diperlukan bahan baku sebanyak 20 meter dengan biaya bahan baku sebesar Rp200.000,- (20 meter x Rp10.000,-) dan seterusnya (Arief Sugiono & Ishak, 2015:25).



Biaya proporsional

Degresif

0

Q

Gambar II.4. Grafik Biaya Variabel Degresif dan Progresif

Biaya Variabel terbagi atas 3, yaitu (Arief Sugiono & Ishak, 2015:25):

- Biaya Variabel Proporsional (*Proportional Variable Cost*) adalah biaya yang pertambahannya sebanding dengan penambahan volume produksi perusahaan.
- Biaya Variabel Progresif (*Progressive Variable Cost*) adalah biaya variabel yang pertambahan biayanya lebih besar dibanding dengan kenaikan volume produksi.
- Biaya Variabel Degresif (*Degressive Variable Cost*) adalah biaya variabel yang pertambahan biayanya lebih kecil dibanding dengan kenaikan volume kegiatan perusahaan.

c. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel didefinisikan sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel. Contoh biaya tersebut adalah biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, perlengkapan, pemeliharaan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, asuransi jiwa kelompok untuk karyawan, biaya pensiun, pajak penghasilan, biaya perjalanan dinas, dan biaya hiburan (William K. Carter & Usry, 2004:60).

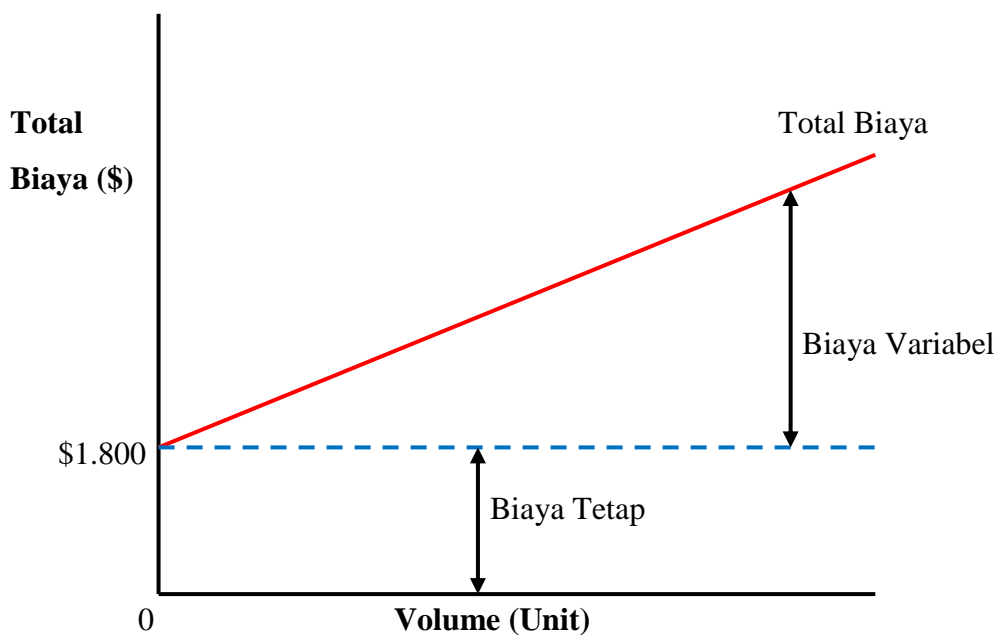
Dua alasan adanya karakteristik semivariabel pada beberapa jenis pengeluaran:

1. Pengaturan minimum mungkin diperlukan, atau kuantitas minimum dari perlengkapan atau jasa mungkin perlu dikonsumsi untuk memelihara kesiapan beroperasi. Di luar tingkat minimum biaya, yang biasanya tetap, tambahan biaya bervariasi terhadap volume.
2. Klasifikasi akuntansi, berdasarkan objek pengeluaran atau fungsi, umumnya mengelompokkan biaya tetap dan biaya variabel bersama-sama. Misalnya, biaya mesin

uap yang digunakan untuk memanaskan ruangan, yang bergantung pada kondisi cuaca, dan biaya mesin uap yang digunakan untuk proses produksi, yang bergantung pada volume produksi, mungkin dibebankan ke perkiraan yang sama, sehingga mengakibatkan tercampurnya biaya tetap dan biaya variabel dalam perkiraan yang sama.

Pemeliharaan dan reparasi mesin serta peralatan pabrik mungkin mengikuti pola semivariabel. Manajemen dapat menetapkan kebijakan pemeliharaan preventif yang baik dengan mempertahankan seorang petugas reparasi di pabrik dan membayar \$1.800 per bulan. Bersamaan dengan kenaikan volume, perusahaan membutuhkan petugas reparasi lebih banyak dan tambahan perlengkapan reparasi (Gayle Rayburn, 2010:69).

Gaji sebesar \$1.800 untuk petugas reparasi pertama merupakan komponen tetap. Biaya semivariabel yang tersisa merupakan bagian variabel yang dapat meningkat pada tingkat konstan atau pada tingkat yang meningkat. Bagian biaya variabel meningkat pada tingkat yang konstan. Berikut gambar yang menunjukkan biaya semivariabel.



Gambar II.5. Grafik Biaya Semivariabel

Dalam biaya semivariabel, kita harus memisahkan biaya tetap dan biaya variabel, untuk merencanakan, menganalisis, mengendalikan, atau mengevaluasi biaya pada tingkat aktivitas yang berbeda. Biaya-biaya yang seluruhnya tetap atau seluruhnya variabel dalam rentang aktivitas yang diantisipasi harus diidentifikasi, dan komponen tetap dan variabel dari biaya semivariabel harus diestimasi. Pemisahan biaya tetap dan biaya variabel diperlukan untuk tujuan-tujuan berikut (William K. Carter & Usry, 2004:61):

1. Perhitungan tarif biaya *overhead* predeterminasi dan analisa varians.
2. Persiapan anggaran fleksibel dan analisa varians.
3. Perhitungan biaya langsung dan analisa varians.
4. Analisa titik impas dan analisa biaya-volume-laba.
5. Analisa biaya diferensial dan komparatif.
6. Analisa maksimalisasi laba dan minimalisasi biaya jangka pendek.
7. Analisa anggaran modal.
8. Analisa profitabilitas pemasaran berdasarkan daerah, produk, dan pelanggan.

II.9. Metode Pemisahan Biaya Semivariabel

Dalam biaya semivariabel, kita harus memisahkan biaya tetap dan biaya variabel, untuk merencanakan, menganalisis, mengendalikan, atau mengevaluasi biaya pada tingkat aktivitas yang berbeda. Biaya-biaya yang seluruhnya tetap atau seluruhnya variabel dalam rentang aktivitas yang diantisipasi harus diidentifikasi, dan komponen tetap dan variabel dari biaya semivariabel harus diestimasi (William K. Carter & Usry, 2004:61).

Dalam analisa perilaku biaya, biaya dibedakan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Tetapi dalam kenyataannya terdapat biaya semivariabel, yaitu biaya yang jumlahnya berubah tidak secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, biaya semivariabel memiliki unsur biaya variabel dan unsur biaya tetap. Sehingga biaya semivariabel disebut juga biaya campuran (*mixed cost*). Biaya semivariabel perlu dipisahkan berdasarkan komponen biaya tetap dan biaya variabelnya. Ada beberapa metode pemisahan biaya semivariabel, antara lain:

1. Metode Perkiraan Langsung

Metode ini digunakan apabila perusahaan mempunyai data historis tetapi tidak dapat dipakai untuk masa yang akan datang atau perusahaan baru berdiri sehingga belum mempunyai data. Dengan demikian untuk menetapkan pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel diperlukan perkiraan langsung dari seorang perencana yang berpengalaman.

2. Metode *Standby Cost* (Biaya Berjaga)

Metode ini dalam dunia nyata sulit diterapkan, karena tidak beroperasinya pabrik selama menjaga biaya tetap merugikan perusahaan. Misalnya biaya listrik pabrik setahun Rp3.500.000,-. Listrik pabrik tersebut digunakan untuk penerangan pabrik dan juga menggerakkan mesin dan peralatan pabrik. Biaya listrik untuk penerangan pabrik merupakan biaya tetap, karena berproduksi atau tidak berproduksi pabrik selalu diberi lampu untuk penerangan.

3. Metode *Least Square*

Metode ini menitikberatkan pada data masa lampau dengan menggunakan salah satu alat analisa statistik. Dengan cara matematis, pemisahan biaya semivariabel dapat menggunakan metode *Least Square* (metode kuadrat terkecil). Rumus: $Y = a + bx$

Y = jumlah biaya semivariabel
a = jumlah biaya tetap
b = jumlah biaya variabel per unit
x = jumlah unit

4. Metode *High and Low Points* (Metode Titik Tertinggi dan Terendah)

Dalam metode titik tertinggi dan terendah, elemen tetap dan elemen variabel dari suatu biaya dihitung menggunakan dua titik. Titik data (periode) dipilih dari data historis yang merupakan periode dengan aktivitas tertinggi dan terendah. Periode-periode ini biasanya, tetapi tidak selalu, memiliki jumlah tertinggi dan terendah dari biaya yang dianalisis.

Jika periode tingkat aktivitas tertinggi atau terendah tidak sama dengan titik yang memiliki jumlah biaya tertinggi atau terendah, tingkat aktivitas yang seharusnya dipilih karena aktivitas dianggap sebagai pemicu biaya. Periode tinggi dan periode rendah dipilih karena keduanya mewakili kondisi dari dua tingkat aktivitas yang paling berjauhan. Tetapi, harus hati-hati untuk tidak menggunakan data dari periode yang terdistorsi oleh kondisi-kondisi abnormal (William K. Carter & Usry, 2004:63).

II.10. Kegunaan Analisa *Break Even Point*

Menurut Rony (1990: 357) analisa titik impas atau analisa *Break Even Point* sangat bermanfaat bagi manajemen dalam menjelaskan beberapa keputusan operasional yang penting dalam tiga cara berbeda namun tetap berkaitan yaitu:

- a. Pertimbangan tentang produk baru dalam menentukan berapa tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan memperoleh laba.
- b. Sebagai kerangka dasar penelitian pengaruh ekspansi terhadap tingkat operasional.
- c. Membantu manajemen dalam menganalisis konsekuensi penggeseran biaya variabel menjadi biaya tetap karena otomisasi mekanisme kerja dengan peralatan yang canggih.

Manfaat dari penggunaan analisa BEP, adalah sebagai berikut (Arief Sugiono & Ishak, 2015:80):

- Membantu perusahaan untuk perencanaan laba.

- Menentukan tingkat penjualan minimum yang harus dicapai untuk memperoleh target laba tertentu.
- Mengetahui keadaan perusahaan apakah dalam keadaan baik atau tidak.
- Mengetahui dampak perubahan penjualan, biaya, dan harga jual terhadap perusahaan.
- Menentukan harga jual untuk memperoleh laba tertentu.
- Menganalisis produk mana yang menguntungkan dalam arti produk mana yang perlu ditingkatkan dan mana yang perlu dihapuskan (*product lines*).
- Membantu menetapkan kombinasi produk yang dihasilkan karena adanya keterbatasan produk untuk memperoleh laba tertentu.
- Membantu dalam pengambilan keputusan untuk melanjutkan usaha atau tidak.

Break even point adalah suatu keadaan dimana penghasilan dari penjualan hanya cukup untuk menutup biaya, baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap. Analisa ini juga mampu menunjukkan bagaimana jumlah keuntungan yang diperoleh akan berubah bilamana terjadi perubahan pada salah satu atau lebih dari faktor berikut ini :

- Harga jual produk, naik atau turunnya harga jual akan berpengaruh terhadap penghasilan dari penjualan.
- Jumlah unit yang terjual, juga perubahan dari jumlah unit terjual akan secara langsung mempengaruhi penghasilan penjualan.
- Biaya produksi atau biaya usaha, yang terakhir ini akan mempengaruhi biaya keseluruhan yang harus diperhitungkan terhadap hasil penjualan.

Oleh karena laba adalah selisih antara penghasilan penjualan dengan keseluruhan biaya, maka perubahan dari penghasilan atau biaya dengan sendirinya akan mempengaruhi laba yang diperoleh. Oleh karena itu analisa *break even point* sering juga disebut sebagai Analisa *Cost Profit Volume* (Analisa C.P.V).

Manfaat analisa BEP dalam pengambilan keputusan, karena anggaran perusahaan adalah alat bantu manajemen di bidang perencanaan dan pengawasan, maka penggunaan alat BEP dalam sistem penganggaran harus menggunakan data anggaran. Dengan demikian tingkat *break even point* yang dihasilkan akan merupakan perkiraan *break even point* untuk waktu yang akan datang. Kegunaan BEP yang dianggarkan adalah bukan untuk membantu menentukan berapa jumlah penjualan yang dapat diharapkan, melainkan untuk memberikan

gambaran tentang batas jumlah penjualan minimal yang harus diusahakan agar perusahaan tidak menderita rugi.

Hal itu penting karena kemunduran dalam penjualan yang disebabkan oleh berbagai hal dapat saja terjadi, artinya penjualan riil lebih kecil dari penjualan yang dianggarkan. Bila perusahaan tidak ingin menderita rugi, maka pimpinan harus tahu batas pengurangan penjualan yang dapat ditolerir. Dan batas yang dimaksud dapat ditentukan melalui analisa *break even point*.

Sementara penulis yang mengatakan bahwa analisa *break even point* dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang direncanakan. Tetapi akan lebih tepat kiranya bila dikatakan bahwa jumlah penjualan yang dapat diraih oleh perusahaan bukannya ditentukan dengan perhitungan-perhitungan yang dibuat di atas kertas, melainkan lebih ditentukan oleh berbagai upaya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan itu dalam kaitannya dengan situasi persaingan yang dihadapi di pasar penjualan.

Dalam keadaan pasar yang dikuasai oleh pembeli, penentuan sasaran penjualan dengan memperhatikan situasi persaingan kiranya akan lebih tepat dibanding dengan cara yang lain. Analisa *break even point* dalam hal ini bermanfaat untuk menilai apakah sasaran penjualan yang telah ditentukan kiranya akan memberikan keuntungan atau tidak, dan berapa jauh kemunduran penjualan dapat ditolerir.

Analisa *break even point* juga dapat dipakai untuk menentukan jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh pada persyaratan tertentu, misalnya penjualan yang memberikan sejumlah laba tertentu. Jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh akan sama dengan penjualan pada keadaan *break even point* ditambah sejumlah penjualan yang lain yang diperlukan untuk memperoleh laba yang dimaksud. BEP amatlah penting kalau kita membuat usaha agar kita tidak mengalami kerugian, apa itu usaha jasa atau manufaktur, diantara manfaat BEP adalah:

- a. Alat perencanaan untuk hasilkan laba, memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
- b. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan, mengganti sistem laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan dimengerti.

Setelah kita mengetahui betapa bermanfaatnya BEP dalam usaha yang kita rintis, komponen yang berperan disini yaitu biaya, dimana biaya yang dimaksud adalah biaya variabel dan biaya tetap, dimana pada prakteknya untuk memisahkannya atau menentukan suatu biaya itu biaya variabel atau tetap bukanlah pekerjaan yang mudah. Biaya tetap adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh kita untuk produksi ataupun tidak, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produksi jadi kalau tidak produksi maka tidak ada biaya ini.

II.11. Keterbatasan *Break Even Point*

Sekalipun analisa *break even point* ini banyak digunakan oleh perusahaan, tetapi tidak dapat dilupakan bahwa analisa ini mempunyai beberapa kelemahan. Kelemahan utama dari analisa *break even point* ini antara lain: asumsi tentang *linearity*, klasifikasi biaya, dan penggunaannya terbatas untuk jangka waktu yang pendek (Soehardi, 2004:11).

A. Asumsi tentang *linearity*

Pada umumnya baik harga jual per unit maupun biaya variabel per unit, tidaklah berdiri sendiri terlepas dari volume penjualan. Dengan perkataan lain, tingkat penjualan yang melewati suatu titik tertentu hanya akan dicapai dengan jalan menurunkan harga jual per unit. Hal ini tentu saja akan menyebabkan garis *revenue* tidak akan lurus, melainkan melengkung. Di samping itu *variable operating cost* per unit juga akan bertambah besar dengan meningkatkan volume penjualan mendekati kapasitas penuh. Hal ini bisa saja disebabkan karena menurunnya efisiensi tenaga kerja atau bertambah besarnya upah lembur.

B. Klasifikasi biaya

Kelemahan kedua dari analisa *break even point* adalah kesulitan di dalam mengklasifikasikan biaya karena adanya *semivariable cost* dimana biaya ini tetap sampai dengan tingkat tertentu dan kemudian berubah-ubah setelah melewati titik tersebut.

C. Jangka waktu penggunaan

Kelemahan lain dari analisa *break even point* adalah jangka waktu penerapannya yang terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk advertensi ataupun biaya lainnya yang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut (tambahan investasi) tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan *operating cost* sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa *break even point* agar dapat menutup semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga.

Salah satu kelemahan dari BEP yang lain adalah bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual. Jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualannya (*sales mix*) akan tetap konstan. Jika dilihat di jaman sekarang ini bahwa perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya mereka menciptakan banyak produk jadi sangat sulit dan ada satu asumsi lagi yaitu harga jual persatuan barang tidak akan berubah berapa pun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum. Hal ini demikian pun sulit ditemukan dalam kenyataan dan praktiknya.

II.12. Marjin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Marjin kontribusi adalah hasil dari total penerimaan dikurangi dengan biaya variabelnya. Oleh sebab itu, maka marjin kontribusi merupakan kekuatan dari suatu produk dalam menghasilkan laba. Efisiensi perusahaan akan terlihat jelas pada marjin kontribusi. Semakin besar marjin kontribusi suatu produk, maka semakin kuatlah produk tersebut untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Dengan menggunakan metode marjin kontribusi ini, maka titik impas tercapai bila marjin kontribusi tersebut sama besarnya dengan total biaya tetap (Arief Sugiono & Ishak, 2015:80).

II.13. Penentuan Penjualan Minimal

Apabila telah ditetapkan besarnya laba yang diinginkan, maka perlu ditentukan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan tersebut (Bambang Riyanto, 2013:372).

Rumus :

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

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

Keterangan :

FC	= Biaya tetap
Vc	= Biaya variabel
VC	= Biaya variabel per unit
P	= Harga produk per unit
Keuntungan	= Keuntungan yang diinginkan
S	= Penjualan

II.14. Hubungan Antara Perencanaan Laba dan Analisa BEP

Tujuan akhir dari setiap perusahaan adalah mempertahankan dan memaksimalkan keuntungan (laba), dimana untuk pencapaiannya memerlukan perencanaan dan penerapan strategi manajemen yang benar dalam perusahaan. Perolehan laba dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu volume produksi, harga jual, dan biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan juga mempengaruhi volume produksi, sedangkan volume produksi akan mempengaruhi biaya.

Untuk memperoleh laba tersebut sebelumnya harus diadakan perencanaan sehingga sesuai yang ditargetkan oleh pihak industri dan perencanaan tersebut disebut perencanaan laba. Pada perencanaan laba maka pihak manajer industri akan mudah dalam pengambilan keputusan, dapat memperkirakan anggaran yang dibutuhkan, mengetahui kesalahan yang mungkin muncul. Hal itu dapat dilihat dari pengalaman masa lalu serta dengan perencanaan laba yang dapat merangsang atau memacu menuju persaingan yang lebih ketat melalui efektivitas dan efisiensi.

Analisa *Break Even Point* adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume kegiatan. Oleh karena analisa tersebut mempelajari tentang hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume kegiatan, maka analisa tersebut sering pula disebut *Cost Volume Profit (CVP) Analysis*. Dalam perencanaan keuntungan, analisa *Break Even Point* merupakan *profit planning approach* yang mendasarkan pada hubungan antara biaya (*cost*) dan penghasilan penjualan (*revenue*) (Bambang Riyanto, 2013:359).

Analisa *Break Event Point* atau Analisa Titik Impas dimana tidak terjadi kerugian maupun keuntungan ($TR=TC$) dalam penjualan. Analisa *Break Even Point* menggambarkan hubungan antara variabel biaya, volume (produksi atau penjualan) dan laba/rugi serta seberapa besar perubahan-perubahan variabel biaya, volume, dan harga jual yang berdampak terhadap laba perusahaan.

Maka Analisa *Break Event Point* merupakan alat bantu bagi manajemen dalam *planning* dan *budgeting*, yakni dapat menambah ketepatan dalam membuat peramalan penjualan atau produksi, biaya-biaya, laba atau rugi sehingga dapat meningkatkan reabilitas dan validitas laporan keuangan yang disusun perusahaan yang bersangkutan. Analisa *break even point* dipakai untuk menentukan jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh pada persyaratan tertentu, misalnya penjualan yang memberikan sejumlah laba tertentu.

Jumlah penjualan yang seharusnya diperoleh akan sama dengan penjualan pada keadaan *break even point* ditambah sejumlah penjualan yang lain yang diperlukan untuk memperoleh laba yang dimaksud. Dengan demikian, analisa *Break Even Point* tersebut dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi seorang manajer dalam membuat keputusan sehubungan dengan kegiatan penjualan atau produksi, untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan atau merencanakan laba yang diinginkan.

II.15. Cara Pendekatan Grafik

Salah satu cara untuk menentukan *Break Even Point* adalah dengan membuat gambar grafik *Break Even Point*. Dalam gambar tersebut akan nampak garis biaya tetap, garis biaya variabel, garis total biaya, dan garis penghasilan penjualan. Besarnya volume

produksi/penjualan dalam unit nampak pada sumbu horizontal (sumbu X) dan besarnya biaya serta penghasilan penjualan akan nampak pada sumbu vertikal (sumbu Y) (Bambang Riyanto, 2013:361).

Dalam gambar grafik *Break Even Point* tersebut titik impas dapat ditentukan, yaitu pada titik dimana terjadi persilangan antara garis penghasilan penjualan dengan garis total biaya. Apabila dari titik tersebut kita tarik garis lurus vertikal ke bawah sampai sumbu X akan nampak besarnya *Break Even Point* dalam unit. Kalau dari titik itu ditarik garis lurus horizontal ke samping sampai sumbu Y, akan nampak besarnya *Break Even Point* dalam rupiah.

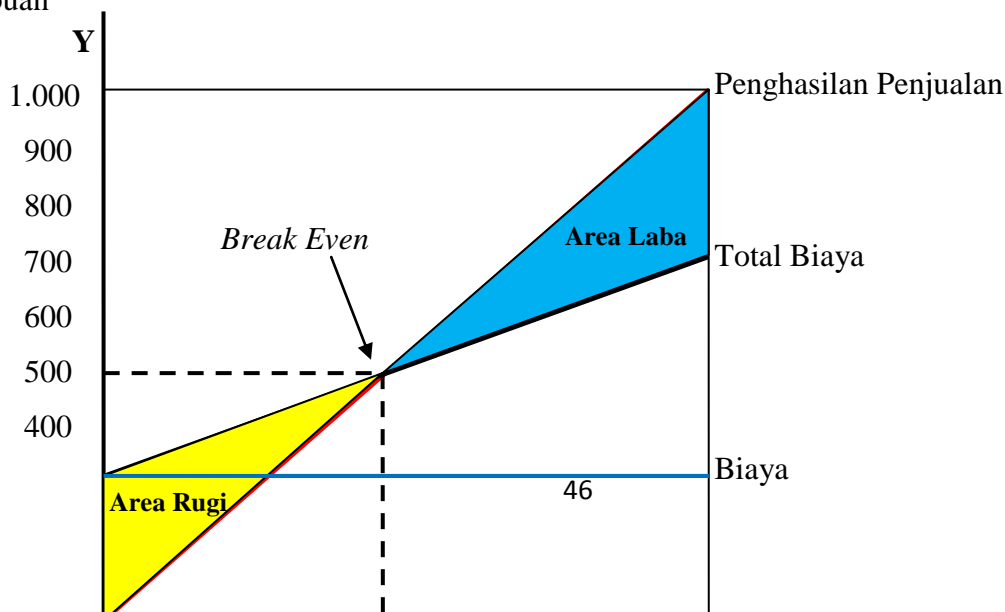
Dalam mengetahui biaya tetap dalam grafik *Break Even Point* itu dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan menggambarkan garis biaya tetap secara horizontal sejajar dengan sumbu X, atau dengan menggambarkan garis total biaya sejajar dengan garis biaya variabel. Pada cara yang kedua, besarnya *Contribution Margin* akan nampak pada gambar grafik *Break Even Point* tersebut. Untuk jelasnya dapatlah diberikan contoh di bawah ini.

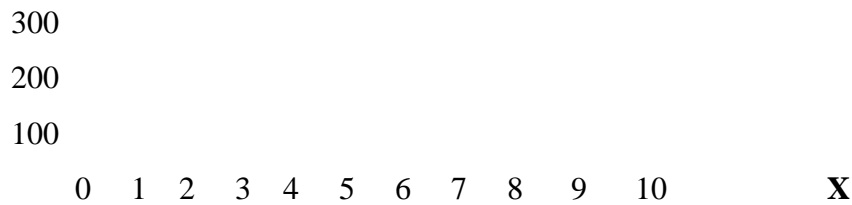
Suatu perusahaan bekerja dengan:

- a. Biaya tetap sebesar Rp300.000,-
- b. Biaya variabel per unit Rp40,-
- c. Harga jual per unit Rp100,-
- d. Kapasitas produksi maksimal 10.000 unit.

Atas dasar data tersebut, kita dapat membuat dua gambar grafik *Break Even Point* seperti nampak di bawah ini.

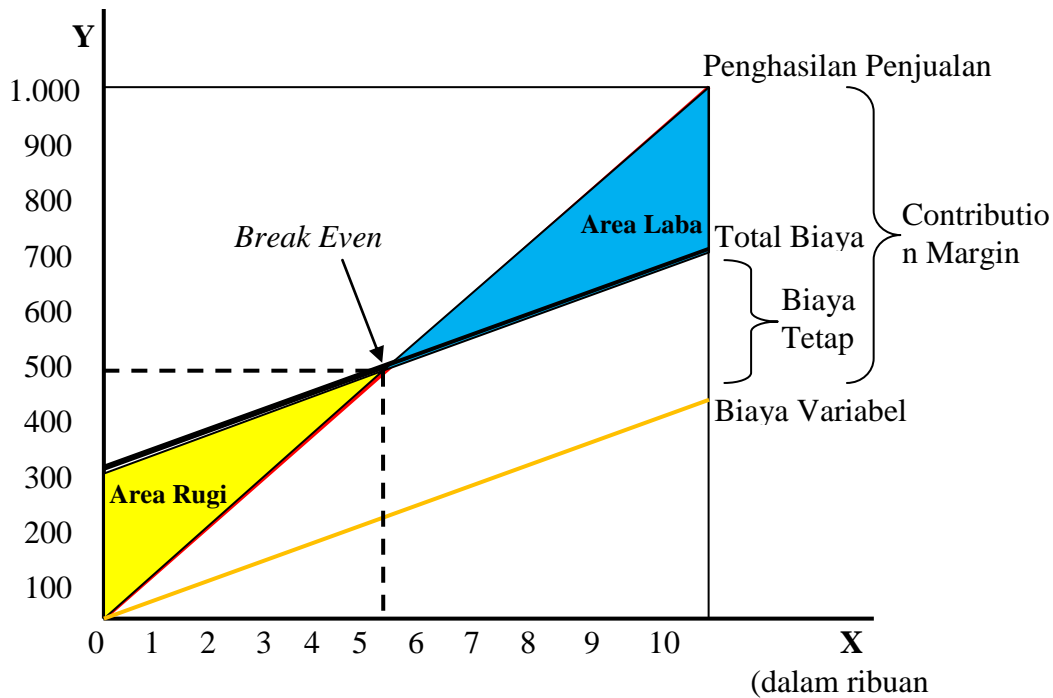
(dalam ribuan)





Gambar II.6. Grafik BEP garis biaya tetap sejajar dengan sumbu X

(dalam ribuan



Gambar II.7. Grafik BEP garis total biaya sejajar dengan garis biaya variabel

Dari kedua gambar tersebut di atas nampak bahwa *Break Even Point* tercapai pada volume penjualan sebesar Rp500.000,- atau dinyatakan dalam unit sebanyak 5.000 unit. Pada gambar II.7. adalah lebih baik karena pada gambar tersebut nampak konsep *Contribution Margin*.

II.16. Margin Pengaman (*Margin of Safety* atau MOS)

Margin Pengaman (*Margin of Safety*) adalah selisih unit yang terjual atau yang diharapkan terjual untuk melebihi tingkat penjualan pada titik impas (kondisi BEP) atau dengan kata lain, berapa besar penjualan riil boleh turun dari penjualan yang dianggarkan sampai titik BEP sebelum perusahaan menderita kerugian. Perusahaan senantiasa menginginkan *Margin of Safety* yang besar karena memperbesar proyeksi penjualan serta untuk memperkecil BEP yang dapat dilakukan dengan cara memperkecil biaya tetap dan memperbesar margin kontribusi (Arief Sugiono & Ishak, 2015:95).

Besarnya *Margin of Safety* (MOS) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Bambang Riyanto, 2013:366):

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

Keterangan:

MOS (*Margin of Safety*) = Hubungan antara volume penjualan yang direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas.

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

Penjualan tingkat BEP = Titik Impas dalam satuan rupiah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

III.1. Jenis dan Sumber Data

III.1.1. Jenis Data

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

1. Data Subyek

Merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individual atau secara kelompok, data subyek ini berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau kelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden).

2. Data Fisik

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

3. Data Dokumenter

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

III.1.2.Sumber Data

Data dari CV Waringin Sida Rasa yang merupakan topik dari penelitian ini, dapat dipertanggungjawabkan segala keakuratan dan kebenarannya dalam pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun data yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini antara lain:

III.1.2.1.Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti (tidak melalui perantara) dan biasanya data yang diperoleh masih belum mengalami modifikasi atau pengolahan lebih lanjut. Seperti data yang langsung diperoleh dari responden, data hasil pengamatan langsung maupun hasil wawancara dari beberapa pihak yang memiliki potensi untuk mendapatkan informasi penting lainnya, dasar pengaturan, serta dasar teori agar diperoleh kerangka pikir dan pemecahan secara teoritis terhadap apa yang diteliti. Data primer ini berasal dari dalam perusahaan CV Waringin Sida Rasa yang merupakan obyek utama dalam penelitian. Seperti data gambaran umum perusahaan, data struktur organisasi, data biaya bahan baku, data gaji karyawan, dan data biaya produksi.

III.1.2.2.Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari luar perusahaan atau diperoleh dari literatur-literatur yang masih berhubungan dengan masalah dari topik penelitian. 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

III.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, digunakan metode pengumpulan data melalui penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan.

III.2.1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian Lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung mengamati obyek yang diteliti. Metode ini dilakukan melalui dua cara, yaitu :

III.2.1.1. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan atau obyek yang sedang diteliti untuk mendapatkan data yang diperlukan sebagai bahan masalah kegiatan yang dilakukan oleh penulis. Penelitian tugas akhir ini dilakukan di perusahaan CV Waringin Sida Rasa, Bekasi Jawa Barat.

III.2.1.2. Wawancara (*Interview*)

Metode ini dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak terkait untuk mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam melengkapi data yang dibutuhkan untuk tugas akhir. Dimana narasumber dari proses wawancara ini adalah pemilik serta karyawan yang terlibat langsung di dalam Perusahaan CV Waringin Sida Rasa, Bekasi Jawa Barat.

III.2.2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data sekunder, dengan mencari atau membaca dan mempelajari berbagai kepustakaan atau referensi dari literatur, mengumpulkan petikan-petikan dari berbagai buku, majalah dan sumber lainnya dalam menganalisis permasalahan. Selain melalui buku dan literatur lainnya, penulis juga mencari referensi melalui media internet. Hal ini dilakukan dengan maksud agar dalam pemecahan masalah dapat didukung dengan teori-teori yang telah ada.

III.3. Metode Analisis Data

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

III.4. Analisa Kuantitatif

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

III.4.1. Menghitung *Break Even Point* Multi Produk

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

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

Sedangkan rumus yang digunakan untuk *Break Even Point* multi produk (Tita Deitiana, 2011 : 96) adalah:

- a. Atas dasar rupiah

$$BEP \text{ rupiah} = \frac{FC}{\sum \left[\left(1 - \frac{VC_i}{P_i} \right) \times W_i \right]}$$

- b. Atas dasar unit

$$BEP \text{ unit } (i) = \frac{W_i \times BEP \text{ rupiah}}{P_i}$$

Keterangan :

VC	= Biaya variabel per unit
P	= Harga per unit
FC	= Biaya tetap
W	= Presentase setiap produk dari total penjualan
i	= Masing – masing Produk
BEP <i>rupiah</i>	= Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam rupiah
BEP <i>unit</i>	= Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam unit

III.4.2. Menentukan Penjualan Minimal

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

Rumus Menentukan Penjualan Minimal Multi Produk:

$$\text{Penjualan minimal (dalam Rupiah)} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{1 - (\sum VC_i/S)}$$

Keterangan :

FC	= Biaya Tetap
VC	= Biaya Variabel
i	= Masing – masing Produk
Keuntungan	= Keuntungan yang Diinginkan
S	= Volume Penjualan

III.4.3. Menentukan *Margin Of Safety*

Merupakan batasan aman penurunan volume penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Besarnya *Margin of Safety* (MOS) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Bambang Riyanto, 2013:366):

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

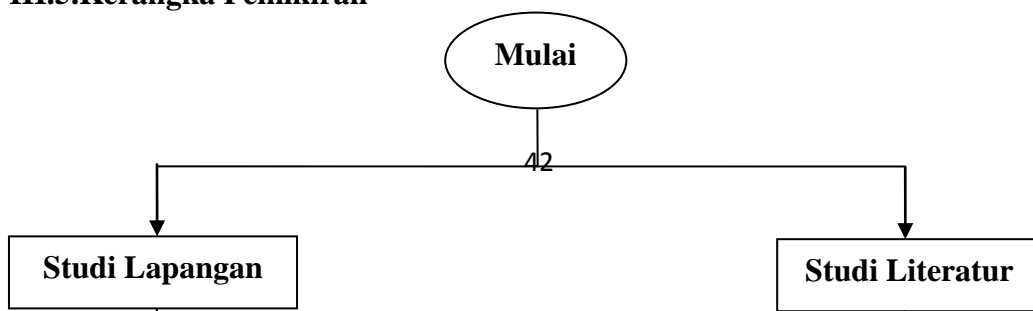
Keterangan:

MOS (*Margin of Safety*) = Hubungan antara volume penjualan yang direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas.

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

Penjualan tingkat BEP = Titik Impas dalam satuan rupiah.

III.5. Kerangka Pemikiran



Gambar III.1. Kerangka Pemikiran

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

IV.1. Pengumpulan Data

IV.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

IV.1.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

CV Waringin Sida Rasa adalah sebuah perusahaan di bidang kuliner yang memproduksi roti dan kue. Pada tahun 1990, Ibu Simen selaku pemilik CV Waringin Sida Rasa adalah pendatang dari Kebumen yang merantau ke Bekasi. Di Bekasi, Ibu Simen bekerja sebagai pembuat roti di suatu perusahaan roti. Ibu Simen selama bekerja sebagai pembuat roti semakin menjadi mahir, dia merasa memiliki *passion* akan roti. Karena dia menyukai apa yang dia kerjakan selama bekerja di perusahaan roti, akhirnya, muncul pikiran di benak beliau, mengapa dia tidak mencoba untuk membuka usaha roti saja.

Tentu saja untuk membuka usaha sendiri diperlukan modal, maka Ibu Simen mengumpulkan modal untuk membuka usaha sendiri dengan terus tekun bekerja menjadi pembuat roti. Ketekunan Ibu Simen membuahkan hasil, pada tahun 2002 beliau membuka usaha sendiri yang diberi nama CV Waringin Sida Rasa. Tidak hanya memproduksi roti saja, tetapi Ibu Simen juga belajar cara membuat kue dari buku dan dari saudara-saudaranya.

Ia mulai membeli rumah kecil dan peralatan untuk memproduksi kue dan roti, dan mulai mencari tenaga kerja beberapa orang saja untuk membantunya dalam membuat kue dan roti. Tenaga kerja yang membantunya memproduksi kue dan roti adalah orang-orang terdekat Ibu Simen seperti saudara-saudaranya dan beberapa tetangganya yang juga berasal dari Kebumen.

Hingga saat ini, produk dari CV Waringin Sida Rasa berupa kue dan roti semakin dikenal masyarakat luas dan sudah dipasarkan di Jakarta, Bogor, Depok,

Tangerang, dan Bekasi. Perusahaan CV Waringin Sida Rasa sudah memiliki surat izin yang lengkap seperti SIUP, TDP, NPWP, dan Surat Domisili Perusahaan. Perusahaan Ibu Simen mulai berkembang dan memperoleh keuntungan bersih hingga belasan juta rupiah setiap bulan.

IV.1.1.2. Klasifikasi Perusahaan

Nama perusahaan	: CV Waringin Sida Rasa
Nama pemilik	: Bu Simen
Tahun berdiri	: 2002
Klasifikasi kelas	: Kecil
Jenis usaha	: Produksi roti dan kue
Daerah kerja	: Kota Bekasi
Alamat/ tempat usaha	: Jl. Kemang Raya No. 59 RT 06/02 Jati Bening, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat
Telepon	: 021-84973982
Nomor SIUP	: 510/PK/1601/BPPT.4
Nomor TDP	: 10.26.3.46.13601
Nomor NPWP	: 73.313.611.3-432.000
Jumlah pekerja	: 12 orang

IV.1.1.3. Penentuan Lokasi Perusahaan

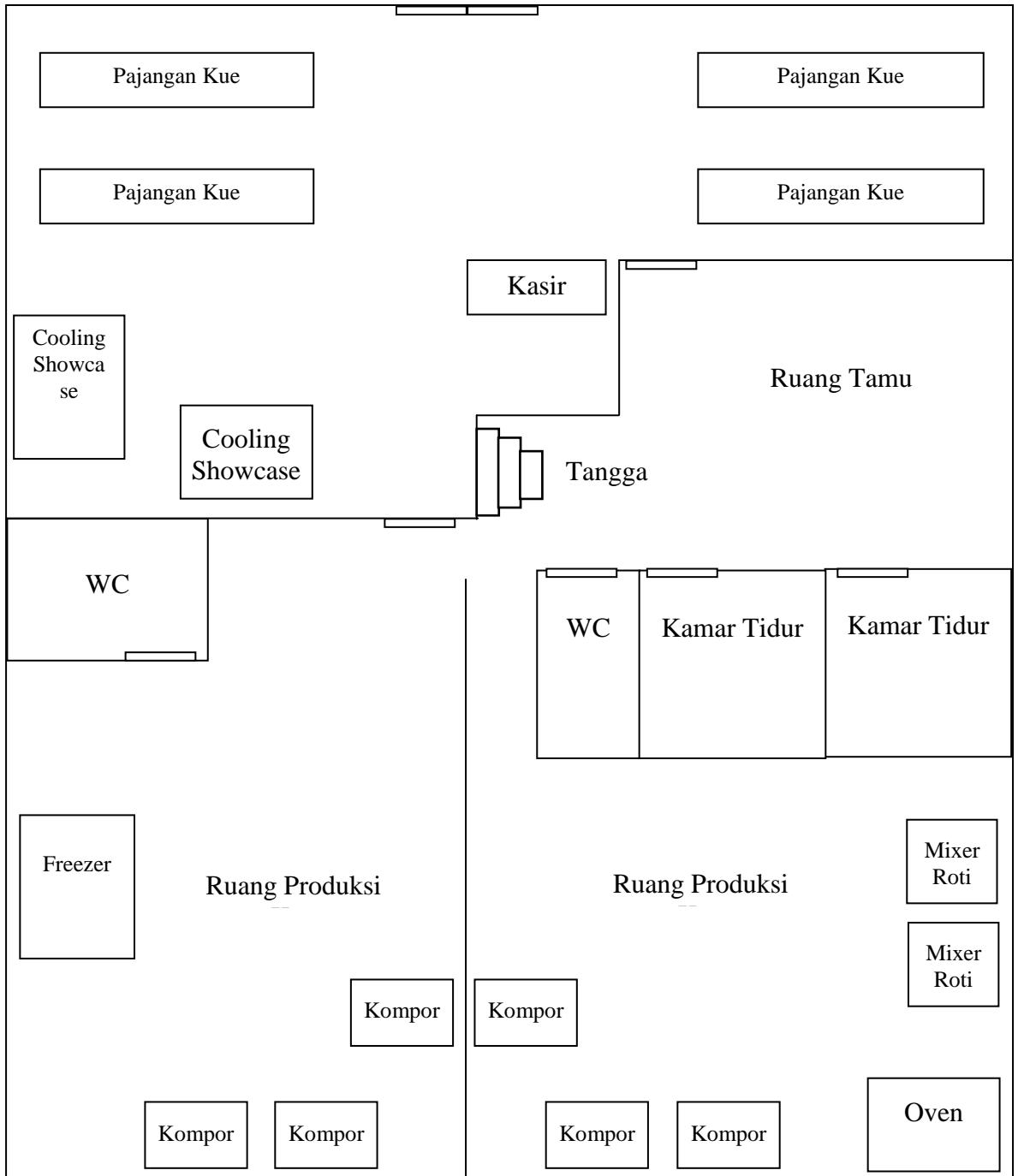
Lokasi perusahaan merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya. CV Waringin Sida Rasa berlokasi di Jl. Kemang Raya No. 59 RT 06/02 Jati Bening, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat. Untuk menentukan lokasi perusahaan yang efektif memerlukan pikiran dan pertimbangan yang luas dari pemimpin perusahaan. Adapun pertimbangan mengenai lokasi perusahaan tersebut diantaranya :

- a. Harga beli tanah dan bangunan yang sangat terjangkau untuk penempatan di pinggir jalan raya.
- b. Tenaga kerja yang dibutuhkan tidak memerlukan kualifikasi yang tinggi sehingga upah tenaga kerja juga terjangkau.
- c. Fasilitas lingkungan yang memenuhi syarat kecukupan listrik, air, telepon, dan kelancaran lalu lintas.
- d. Penyediaan bahan baku yang bisa diperoleh dengan mudah.

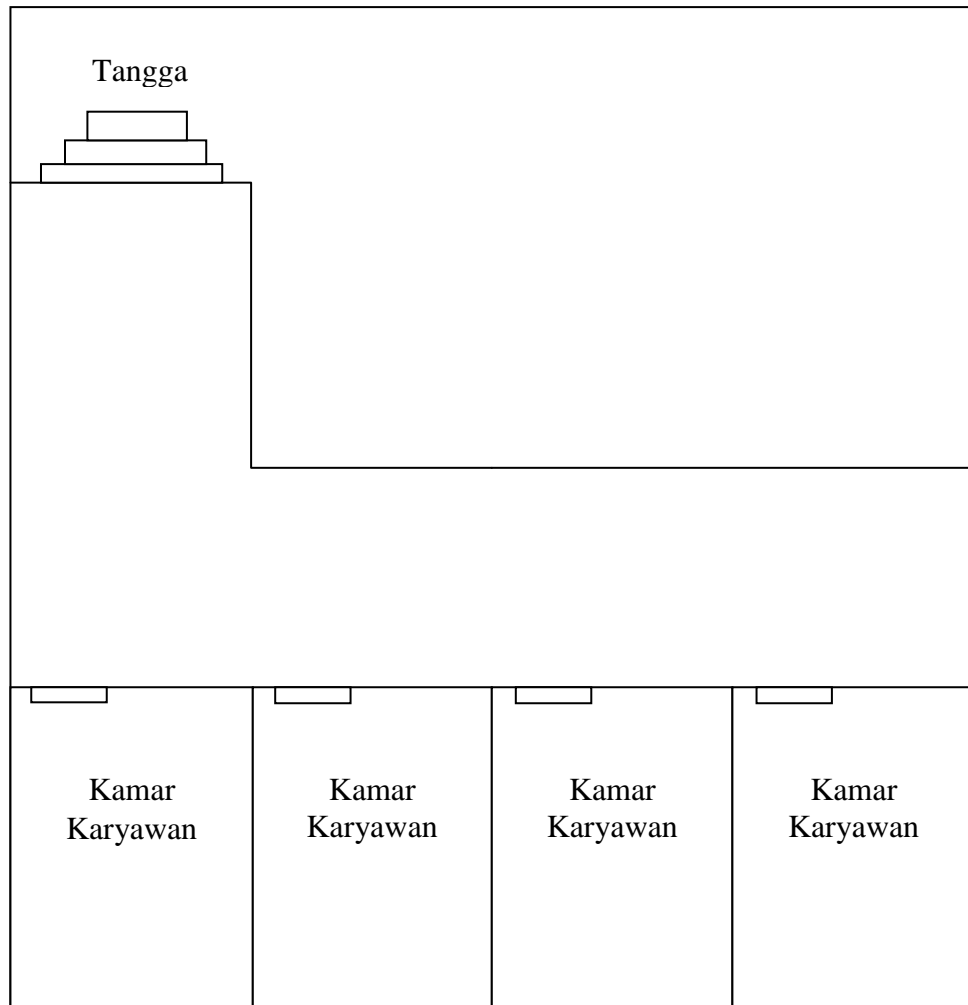
IV.1.1.4. Layout Pabrik CV Waringin Sida Rasa

Gambar IV.1. Layout CV Waringin Sida Rasa

Lantai 1



Lantai 2



IV.1.2. Bidang Pemasaran

IV.1.2.1. Gambaran Umum Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu aktivitas utama yang harus dilakukan perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa ketika berupaya menjaga, mempertahankan, dan mengembangkan kelangsungan hidup usahanya. Hal ini terjadi karena, pemasaran merupakan perantara kegiatan produksi dan konsumsi. Pemasaran menjembatani upaya penyaluran produk dari produsen ke konsumen sehingga tercipta proses tawar-menawar dan transaksi jual-beli.

Dalam pemasaran tentu berbicara bagaimana strategi yang akan digunakan oleh manajer pemasaran untuk merencanakan produk sampai kepada konsumen dengan cepat dan bisa menciptakan pelanggan setia. Perencanaan dalam pemasaran mencakup penentuan strategi yang akan dipersiapkan manajer pemasaran, sehingga memiliki nilai efisiensi dan efektivitas ekonomi dalam memasarkan produk.

Hal ini berarti bahwa kegiatan manajemen pemasaran adalah bagaimana mengkomunikasikan keberadaan produk kepada pasar sehingga dalam pikiran konsumen muncul perhatian akan produk tersebut, merasa tertarik, dan kemudian konsumen memutuskan untuk membelinya. Sebagaimana diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis, selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat serta adanya keterkaitan antara satu dengan lainnya.

Sehingga produk yang dihasilkan perusahaan harus selalu mendapat perhatian manajer, supaya sesuai dengan keinginan kebutuhan konsumen. Dalam pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran yang artinya bahwa manajer pemasaran sudah selayaknya memperhatikan dan mengkombinasikan konsep 7P dalam bauran pemasaran yaitu:

1. *Product*/produk
2. *Place*/tempat distribusi
3. *Promotion*/promosi
4. *Price*/harga
5. *Process*/proses
6. *Physcal Evidence*/lingkungan fisik
7. *People*/partisipan

1. *Product/Produk CV Waringin Sida Rasa*

a. Produk yang dihasilkan CV Waringin Sida Rasa

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi kue dan roti, dalam kegiatan sehari-harinya CV Waringin Sida Rasa memproduksi dua (2) jenis produk yaitu, pastel dan roti coklat. Produk pastel dikemas menjadi satu kotak yang berisi 20 buah pastel dan produk roti coklat dikemas menjadi satu kotak yang berisi 20 buah roti coklat yang dihasilkan CV Waringin Sida Rasa sangat enak dan banyak diminati semua kalangan.

Komposisi pembuatan kue dan roti juga sangat diperhatikan oleh perusahaan ini sehingga kualitas terjaga dan terutama ketika pembuatan produknya kebersihan diperhatikan. Memang produk kue dan roti CV Waringin Sida Rasa ini belum memiliki sertifikat label Halal dari MUI, namun Ibu Simen selaku pemilik usaha ini berencana secepatnya akan mengurus sertifikat tersebut untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pada konsumen.





Gambar IV.3. Produk Roti Coklat

b. Wilayah Pemasaran CV Waringin Sida Rasa

Wilayah pemasaran dari produksi kue dan roti CV Waringin Sida Rasa ini terfokus di wilayah Jati Bening. Dalam memasarkan produknya di Jati Bening, CV Waringin Sida Rasa menggunakan mobil pribadinya bermerek Innova untuk mengantarkan roti dan kue bagi konsumen yang melakukan pemesanan *delivery*. CV Waringin Sida Rasa juga sering menerima pesanan dari luar Jati Bening seperti banyak daerah di Jakarta yang sudah mengetahui produk-produk dari CV Waringin Sida Rasa.

c. Segmen Pasar CV Waringin Sida Rasa

Segmen pasar yang dituju oleh perusahaan dalam menjual produknya, dalam hal ini segmen pasar dari CV Waringin Sida Rasa adalah masyarakat (konsumen/pelanggan) berjenis kelamin wanita dan pria, dari segala usia baik remaja hingga dewasa dari kelas menengah ke bawah hingga menengah ke atas.

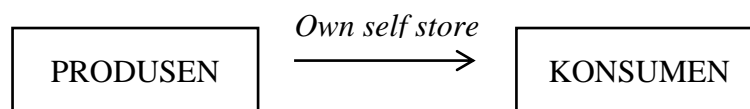
Hal ini dikarenakan harga jual produk yang diberikan CV Waringin Sida Rasa kepada masyarakat bisa dikatakan relatif murah. Jadi untuk pedagang atau *reseller* yang ingin berjualan kue bisa membeli kue dari CV Waringin Sida Rasa karena harganya relatif murah untuk dijual kembali.

2. *Place*/Tempat Distribusi CV Waringin Sida Rasa

Place berbicara mengenai tempat penyaluran atau sistem pendistribusian barang yang digunakan oleh perusahaan. Fungsi utama saluran distribusi adalah untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Dalam hal ini, perusahaan terutama manajer pemasaran ketika melaksanakan dan menentukan sistem distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik dan memberi perhatian penuh pada keputusan yang diambil.

Untuk menyampaikan produk yang dihasilkan kepada konsumen dibutuhkan strategi distribusi yang tepat. Saluran yang dipilih akan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran yang lainnya. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat perkembangan atau bahkan tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha. CV Waringin Sida Rasa menggunakan 1 macam saluran distribusi, yaitu menyalurkan produknya melalui jaringan tokonya.

Gambar IV.4. Saluran Distribusi CV Waringin Sida Rasa



Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Untuk mendapatkan produk kue dan roti dari CV Waringin Sida Rasa, konsumen dapat datang ke outlet yang berada di JL.Kemang Raya No 59 RT 06/02 Jati Bening, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat. Bukan itu saja, konsumen juga dapat memesan langsung via telepon di: 021-84973982 (Ibu Simen),

Sehingga lebih memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan dalam jumlah yang besar, karena CV Waringin Sida Rasa juga menyediakan jasa *Delivery* (antar langsung).

3. Kegiatan Promosi (*promotion*) CV Waringin Sida Rasa

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

1. Promosi dari mulut ke mulut

Promosi dengan cara ini merupakan cara promosi yang paling sederhana dan efisien. Biasa dilakukan pemilik perusahaan atau karyawan bagian pemasaran kepada rekan atau kerabat yang mempunyai bisnis penjualan roti dan kue.

2. Mengikuti pameran UKM

CV Waringin Sida Rasa juga rutin mengikuti pameran-pameran UKM yang diadakan oleh beberapa instansi. Dengan cara demikian, CV Waringin Sida Rasa dapat memperkenalkan produknya lebih lagi kepada masyarakat.

3. Brosur dan kartu nama

Dengan rutinnnya CV Waringin Sida Rasa mengikuti pameran-pameran UKM untuk memperkenalkan produknya, maka diperlukanlah brosur berisi informasi produk dan kartu nama yang dapat dibagikan pada saat pameran berlangsung. Oleh karena itu, CV Waringin Sida Rasa rutin memesan brosur dan kartu nama pada perusahaan percetakan.

Berikut ini adalah biaya promosi yang dikeluarkan CV Waringin Sida Rasa terhitung dari tahun 2011 - 2015, yaitu:

Tabel IV.1. Biaya Promosi CV Waringin Sida Rasa

Keterangan	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
1. Pameran	6,000,000	6,000,000	6,500,000	7,000,000	7,000,000

2. Brosur	550,000	550,000	550,000	580,000	600,000
3. Kartu nama	200,000	200,000	200,000	250,000	300,000
Total biaya	6,750,000	6,750,000	7,250,000	7,830,000	7,900,000

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

4. Penetapan harga (*Price*) CV Waringin Sida Rasa

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

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

5. Process/Proses CV Waringin Sida Rasa

Proses adalah aktivitas yang mencerminkan bagaimana kualitas yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Pengelola usaha melalui *front liner* sering menawarkan berbagai macam bentuk pelayanan untuk tujuan menarik konsumen. Fasilitas jasa konsultasi gratis, pengiriman produk, *credit card*, *card member*, dan fasilitas layanan yang berpengaruh pada *image* perusahaan yang tentu akan menunjang *company appeal* (daya tarik perusahaan).

Pada CV Waringin Sida Rasa melakukan proses dengan cara pengiriman produk (*delivery*) atau menerima pesanan langsung dari tokonya. Memang hampir seluruh perusahaan di Indonesia sudah menerapkan secara langsung konsep ini, baik secara sadar atau tidak, namun dalam persaingannya setiap perusahaan punya cara masing-masing dalam melakukan pelayanan demi memikat konsumen. Tentu pada CV Waringin Sida Rasa sudah memiliki kualitas layanan yang terbaik untuk konsumen agar konsumen bisa menjadi langganan. Dari segi kesopanan berbicara dan menghargai konsumen merupakan penerapan awal dari proses pada CV Waringin Sida Rasa.

6. Physcal Evidence/Lingkungan Fisik CV Waringin Sida Rasa

Lingkungan fisik adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi kondisi geografi, lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakan, dan *layout* yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai obyek stimuli (Belk 1974 dalam Assael 1992).

Pada CV Waringin Sida Rasa, untuk lingkungan fisik yang berbicara mengenai dekorasi, ruangan, dan *layout* bisa dikatakan rapih dan bersih, sehingga konsumen yang ingin membeli produk dari perusahaan tersebut sudah dapat terstimulir secara tak sadar karena toko didesain sudah bagus dan interior serta ruangnya bisa dikatakan membuat nyaman konsumen yang datang untuk membeli produk. Pencahayaan yang cukup terang dikombinasikan dengan warna

cat tembok yang cerah bisa memikat konsumen yang ingin mencari-cari kue dan roti yang ingin dibeli, itu artinya tempat usaha sudah berhasil melalui dekorasi, ruangan, dan *layout* sudah memberi sebuah nilai *plus* untuk membuat konsumen betah didalam toko ketika melakukan pemilihan produk.

7. *People/Partisipan CV Waringin Sida Rasa*

People merupakan karyawan penyedia jasa layanan penjualan atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri. Terlebih lagi *people* sangat berkaitan dengan karyawan yang punya *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan *danknowledge* (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik di luar.

Pada konsep ini hal yang perlu juga yaitu mengenai *attitude* karyawan. Hal ini sangat penting, dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspektasikan atau diharapkan. CV Waringin Sida Rasa menerapkan konsep ini bisa dilihat dari penampilan para karyawan ketika bekerja dan cara mereka berbicara yang sopan untuk melayani konsumen serta memiliki *attitude* yang baik. Hal tersebutlah yang akan mendorong penjualan sehingga konsep ini dapat dikatakan teori yang menunjang peningkatan penjualan pada CV Waringin Sida Rasa.

IV.1.2.2.Fungsi Pemasaran pada CV Waringin Sida Rasa

1. Pembelian

CV Waringin Sida Rasa menerapkan fungsi pembelian dalam hal bahan baku, yaitu dengan memilih bahan baku yang berkualitas baik dan sesuai dengan standar mutu agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat, sehingga fungsi pemasaran yang dilakukan CV Waringin Sida Rasa berhasil dilaksanakan dan menunjang peningkatan penjualan.

Pembelian konsumen ke produsen (CV Waringin Sida Rasa) dilakukan dengan menggunakan saluran distribusi yang dijelaskan pada gambar IV.4. konsumen datang ke outlet toko roti dan kue langsung atau juga bisa melakukan pemesanan via *telephone*. Sedangkan untuk administrasi yang dilakukan oleh perusahaan CV Waringin Sida Rasa dalam situasi pemesanan adalah dengan cara administrasi pembelian dengan pemesanan besar atau kecil.

Administrasi dalam pembelian produk melalui via pemesanan, khususnya pedagang yang ingin menjual kembali produk atau perkantoran maupun sekolahan dapat langsung datang ke CV Waringin Sida Rasa menggunakan bon/kwitansi dengan bayar di tempat (langsung atau *cash*) atau bayar uang muka dahulu (DP) yang pelunasannya setelah produk diterima konsumen.

Dalam administrasi yang dilakukan CV Waringin Sida Rasa pada konsumen yang ingin langsung membeli produk atau melakukan pemesanan, dapat menggunakan telepon/*contact person* yang ada pada brosur perusahaan ini atau datang langsung ke CV Waringin Sida Rasa yang selanjutnya akan disepakati dengan sistem administrasi berikutnya.

2. Penjualan

Untuk hal penjualan, CV Waringin Sida Rasa melakukannya dengan cara menyiapkan produk-produk di outlet toko yang sudah disediakan dilemari kaca, sehingga konsumen dapat melihat dan memilih-milih langsung produk-produk yang disajikan di perusahaan tersebut. Penjualan dilakukan di sekitar wilayah Jati Bening Bekasi dan konsumen perusahaan tersebut juga rata-rata orang di wilayah tersebut, walaupun ada dari luar daerah, itu karena perusahaannya sudah memiliki

nama dan konsumen di sekitar sudah menceritakan bagaimana rasa dan kualitas produk roti dan kue dari CV Waringin Sida Rasa pada kerabat keluarga lain mereka.

Tabel IV.2. Penjualan Selama 5 Tahun Produk Pastel

Tahun	Produk Pastel	
	Kotak	Total Penjualan
2011	11.340	Rp453.600.000,-
2012	11.520	Rp518.400.000,-
2013	11.250	Rp540.000.000,-
2014	11.664	Rp583.200.000,-
2015	10.800	Rp648.000.000,-

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Tabel IV.3. Penjualan Selama 5 Tahun Produk Roti Coklat

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

3. Pengiriman Produk

Tahun	Produk Roti Coklat	
	Kotak	Total Penjualan
2011	7.800	Rp234.000.000,-
2012	7.875	Rp252.000.000,-
2013	8.000	Rp288.000.000,-
2014	8.100	Rp324.000.000,-
2015	7.200	Rp360.000.000,-

CV Waringin Sida Rasa melakukan pengiriman secara langsung yang dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran (*driver*) dengan menggunakan mobil Innova yang dimilikinya. Pengiriman ini dilakukan dengan tujuan untuk

memberikan pelayanan yang maksimal sehingga menciptakan loyalitas pelanggan (konsumen) terhadap produk dari CV Waringin Sida Rasa.

Pengiriman ini dilakukan secara langsung dan cepat (dimana setiap ada pesanan untuk dikirim atau pembelian, CV Waringin Sida Rasa langsung melakukan pengiriman) sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku di perusahaan serta kesepakatan antara perusahaan dengan pembeli (konsumen) mengenai pembayaran maupun pengiriman itu sendiri.



Gambar IV.5. Mobil yang Digunakan Dalam Pengiriman Produk

Pengiriman biasanya dilakukan pada pagi dan siang hari, dimana tergantung pada jauh dekatnya alamat konsumen. Dalam setiap kali melakukan pengiriman, CV Waringin Sida Rasa mampu membawa sekitar 200 sampai 300 kotak. Dalam pengiriman, CV Waringin Sida Rasa selalu menjaga produk yang akan dikirim dengan tingkat pengamanan yang berlaku di perusahaan (seperti: tingkat batas kecepatan, tingkat penumpukan dus, dan prosedur penempatan dus).

4. Penyimpanan Produk

Penyimpanan produk ditempatkan pada gudang penyimpanan yang disediakan pada lemari kaca di outlet toko juga. Dalam hal ini tentu untuk penyimpanan sangat efisien serta efektif sekali karena dalam outlet tempat untuk memasarkan produk pada CV Waringin Sida Rasa dijadikan multifungsi *place* atau satu tempat memiliki kegunaan lebih dari satu yaitu untuk penyimpanan dan pemasaran produk roti. Situasi ini sangatlah membantu dalam mengefisiensi biaya yang dikeluarkan CV Waringin Sida Rasa dalam hal penyimpanan barang bisa dikatakan sangat minim atau sedikit sehingga biaya yang tadinya untuk penyimpanan bisa dipakai untuk keperluan lain.

5. Standarisasi

Pada standarisasi pemasaran yang dilaksanakan CV Waringin Sida Rasa adalah dengan berbasis kepada standarisasi pemasaran yang berlaku di usaha tersebut. Secara rutin sejak tahun 2007 perusahaan ini rajin mengikuti pameran-pameran UKM guna mempromosikan produknya sehingga penjualan meningkat. Untuk mendukung pameran yang diikutinya, CV Waringin Sida Rasa juga mencetak kartu nama dan brosur yang dapat dibagikan saat pameran.

Selain standarisasi pemasaran dalam bidang promosi, CV Waringin Sida Rasajuga melakukan standarisasi pemasaran dalam bidang pembungkusan atau penempatan (*packaging*) produk. Adapun standarisasi pembungkusan yang dilakukan CV Waringin Sida Rasa adalah dengan menggunakan label merek yang ditempelkan di dus ukuran panjang 25 cm, lebar 25 cm, dan tinggi 7 cm, dimana dus tersebut dipilih guna mengefisienkan ruang dalam penyimpanan produk jadi yang siap dipasarkan.

6. Pembungkusan Produk

CV Waringin Sida Rasa dalam melakukan pembungkusan atau *packaging* dilakukan dengan disusun didalam dus yang berbentuk persegi berukuran panjang 25 cm, lebar 25 cm, dan tinggi 7 cm. Saat penyusunan dus, CV Waringin Sida

Rasa melakukannya dengan sangat hati-hati, dikarenakan jika dus tergecet akan merusak permukaan luar dus sehingga dilihat kurang menarik.

7. Periklanan Produk

CV Waringin Sida Rasadalam melakukan periklanan menggunakan kartu nama perusahaan dan brosur yang dibagikan saat mengikuti pameran kemudian ketika konsumen juga datang ke outlet toko langsung diberikan brosur dan kartu nama untuk memudahkan pemesanan, karena dalam brosur dan kartu nama itu ada nomor telepon juga, sehingga sangat memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan serta masih menggunakan metode manual (promosi dari mulut ke mulut).

8. Pendanaan

Untuk hal pendanaan, CV Waringin Sida Rasa melaksanakan pendanaan dengan menggunakan kas (uang hasil pendapatan) dengan kata lain perusahaan ini mempunyai alokasi untuk pos pendanaan pemasaran yang besarnya disesuaikan. Perusahaan CV Waringin Sida Rasa ini juga tidak melakukan peminjaman baik dari pihak bank maupun dari rekanan.

IV.1.2.3. Biaya Pemasaran CV Waringin Sida Rasa

Berikut ini merupakan biaya pemasaran yang ditetapkan CV Waringin Sida Rasa dan realisasi biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh CV Waringin Sida Rasa dalam lima (5) tahun terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel IV.4. Biaya Pemasaran Tahun 2011 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2011	
	Budget pemasaran	Realisasi pemasaran
1. Gaji/upah bagian pemasaran:		
a. Ka. Pemasaran	36,000,000	36,000,000
b. Driver	9,600,000	9,600,000
Total	45,600,000	45,600,000
2. Biaya operasi kendaraan:		
a. Bahan bakar minyak	15,000,000	12,000,000
b. Pemeliharaan mobil	5,000,000	3,000,000
Total	20,000,000	15,000,000
3. Biaya packaging:		
Label merek	30,000,000	25,200,000
4. Biaya promosi:		
a. Pameran	8,000,000	6,000,000
b. Brosur	1,000,000	550,000
c. Kartu nama	500,000	200,000
Total	9,500,000	6,750,000
Total biaya pemasaran	105,100,000	92,550,000

Sumber: hasil wawancara diolah

Tabel IV.5. Biaya Pemasaran Tahun 2012 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2012	
	Budget pemasaran	Realisasi pemasaran
1. Gaji/upah bagian pemasaran:		
a. Ka. Pemasaran	36,000,000	36,000,000
b. Driver	9,600,000	9,600,000
Total	45,600,000	45,600,000
2. Biaya operasi kendaraan:		
a. Bahan bakar minyak	15,000,000	12,000,000
b. Pemeliharaan mobil	5,000,000	3,200,000
Total	20,000,000	15,200,000
3. Biaya packaging:		
a. Label merek	35,000,000	34,560,000
4. Biaya promosi:		
a. Pameran	8,000,000	6,000,000
b. Brosur	1,000,000	550,000
c. Kartu nama	500,000	200,000
Total	9,500,000	6,750,000
Total biaya pemasaran	110,100,000	102,110,000

Sumber: hasil wawancara diolah

Tabel IV.6. Biaya Pemasaran Tahun 2013 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2013	
	Budget pemasaran	Realisasi pemasaran
1. Gaji/upah bagian pemasaran:		
a. Ka. Pemasaran	36,000,000	36,000,000
b. Driver	9,600,000	9,600,000
Total	45,600,000	45,600,000
2. Biaya operasi kendaraan:		
a. Bahan bakar minyak	15,000,000	14,400,000
b. Pemeliharaan mobil	5,000,000	3,200,000
Total	20,000,000	17,600,000
3. Biaya packaging:		
a. Label merek	45,000,000	45,000,000
4. Biaya promosi:		
a. Pameran	8,000,000	6,500,000
b. Brosur	1,000,000	550,000
c. Kartu nama	500,000	200,000
Total	9,500,000	7,250,000
Total biaya pemasaran	120,100,000	115,450,000

Sumber: hasil wawancara diolah

Tabel IV.7. Biaya Pemasaran Tahun 2014 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2014	
	Budget pemasaran	Realisasi pemasaran
1. Gaji/upah bagian pemasaran:		
a. Ka. Pemasaran	36,000,000	36,000,000
b. Driver	9,600,000	9,600,000
Total	45,600,000	45,600,000
2. Biaya operasi kendaraan:		
a. Bahan bakar minyak	15,000,000	14,400,000
b. Pemeliharaan mobil	5,000,000	3,300,000
Total	20,000,000	17,700,000
3. Biaya packaging:		
a. Label merek	50,000,000	49,500,000
4. Biaya promosi:		
a. Pameran	8,000,000	7,000,000
b. Brosur	1,000,000	580,000
c. Kartu nama	500,000	250,000
Total	9,500,000	7,830,000
Total biaya pemasaran	125,100,000	120,630,000

Sumber: hasil wawancara diolah

Tabel IV.8. Biaya Pemasaran Tahun 2015 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2015	
	Budget pemasaran	Realisasi pemasaran
1. Gaji/upah bagian pemasaran:		
a. Ka. Pemasaran	36,000,000	36,000,000
b. Driver	9,600,000	9,600,000
Total	45,600,000	45,600,000
2. Biaya operasi kendaraan:		
a. Bahan bakar minyak	15,000,000	14,400,000
b. Pemeliharaan mobil	5,000,000	3,200,000
Total	20,000,000	17,600,000
3. Biaya packaging:		
a. Label merek	65,000,000	64,800,000
4. Biaya promosi:		
a. Pameran	8,000,000	7,000,000
b. Brosur	1,000,000	600,000
c. Kartu nama	500,000	300,000
Total	9,500,000	7,900,000
Total biaya pemasaran	140,100,000	135,900,000

Sumber: hasil wawancara diolah

IV.1.3. Bidang Produksi

Produksi adalah proses mengubah barang mentah ke barang setengah jadi atau barang jadi atau juga barang setengah jadi ke barang jadi. Dalam hal ini berarti produksi juga bisa dikatakan salah satu aktivitas yang memiliki hubungan erat dalam kegiatan ekonomi. Melalui suatu proses produksi, perusahaan dapat menghasilkan berbagai jenis barang yang dibutuhkan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini produksi juga dapat dikatakan sebagai sebuah sistem, yang berarti bahwa terdapat hubungan yang saling memberikan pengaruh dan mempengaruhi antara faktor produksi yang satu dengan yang lainnya. Produksi dapat disebut sebagai proses produksi, jika dilakukan melalui tahap demi tahap secara berurutan.

IV.1.3.1. Produk Yang dihasilkan CV Waringin Sida Rasa

a. Pastel



Gambar IV.6. Produk Pastel

Sebuah empanada atau dikenal dengan nama pastel adalah roti isi atau *pastry* panggang atau goreng. Namanya berasal dari kata kerja *empanar*, yang berarti bungkus atau mantel dalam roti. Empanada dibuat dengan melipat adonan patty atau roti disekitar isian. Isian dapat terdiri dari antara lain berbagai daging, keju, sayuran, atau buah-buahan.

b. Roti Coklat



Gambar IV.7. Produk Roti Coklat

Roti adalah produk makanan yang terbentuk dari fermentasi terigu dengan menggunakan ragi (*Saccharomyces cerevisiae*) dan bahan pengembang lainnya yang kemudian dipanggang (Mudjajanto dan Yulianti, 2004). Roti ada juga yang tidak menggunakan ragi. Namun kemajuan teknologi manusia membuat roti diolah dengan berbagai bahan seperti garam, minyak, mentega, ataupun telur

untuk menambahkan kadar protein di dalamnya sehingga didapat tekstur dan rasa tertentu.

Roti termasuk makanan pokok di banyak negara barat. Roti adalah bahan dasar pizza dan lapisan luar roti lapis. Roti biasanya dijual dalam bentuk sudah diiris, dan dalam kondisi "*fresh*" yang dikemas rapi dalam plastik. Roti biasanya juga dijual dengan berbagai isi yang beragam seperti isi daging, keju, dan coklat.

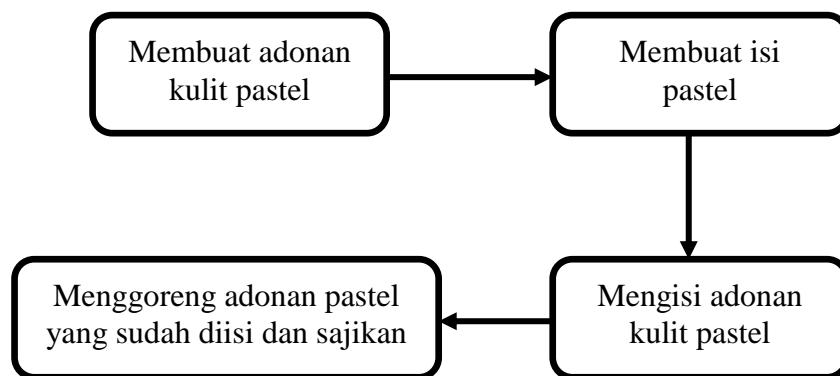
IV.1.3.2. Alur Proses Produksi

Proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, peralatan, bahan baku, dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Proses produksi adalah kegiatan mengolah masukan (input, sumber daya produksi) dalam proses dengan menggunakan metode tertentu untuk menghasilkan keluaran (output, barang maupun jasa) yang sesuai dengan ketentuan.

a. Proses Produksi Kue Pastel

Berikut adalah proses produksi kue pastel CV Waringin Sida Rasa:

Gambar IV.8. Diagram Alur Produksi Kue Pastel



Sumber: CV Waringin Sida Rasa

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

1. Membuat adonan kulit pastel

Campur semua bahan kulit, tuang air sedikit demi sedikit sambil mengaduk adonan hingga lembut, tidak lengket di tangan dan dapat dibentuk. Gilas adonan, cetak bulat diameter 8-10 cm dengan ketebalan sekitar 2,5 mm di atas meja yang sudah ditabur sedikit tepung terigu. Sisihkan.

2. Membuat isi pastel

Panaskan margarin, tumis bawang putih dan bawang merah hingga harum. Setelah itu, masukkan wortel, buncis, garam, lada dan gula, aduk lalu tuangkan susu, masak hingga matang. Masukkan irisan daun bawang dan seledri, aduk. Angkat dan dinginkan.

3. Mengisi adonan kulit pastel

Ambil selembar adonan kulit, beri adonan isi dan potongan telur rebus.

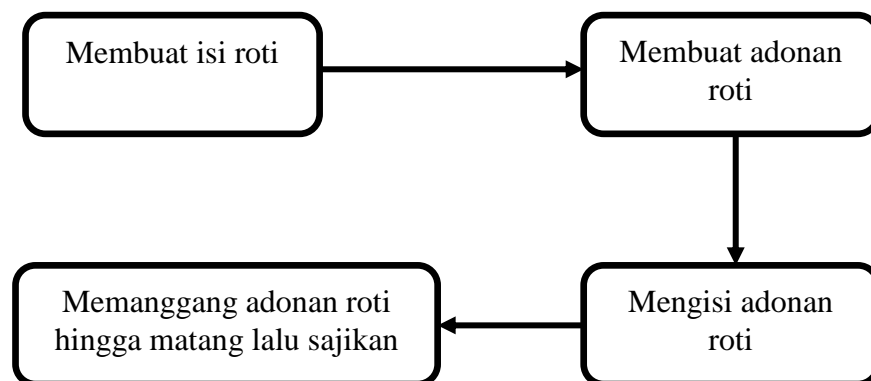
4. Menggoreng adonan pastel yang sudah diisi dan sajikan

Olesi tepi adonan kulit dengan air lalu lipat menjadi setengah lingkaran. Tekan-tekan tepinya sebagai hiasan, goreng dengan minyak yang agak panas sampai kuning kecokelatan. Angkat dan tiriskan. Kue pastel yang gurih dan renyah siap untuk disajikan.

b. Proses Produksi Roti Coklat

Berikut adalah proses produksi roti coklat CV Waringin Sida Rasa:

Gambar IV.9. Diagram Alur Produksi Roti Coklat



Sumber: CV Waringin Sida Rasa

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

1. Membuat isi roti

Larutkan tepung maizena, gula pasir dan garam ke dalam susu tawar cair, aduk rata. Rebus sambil diaduk-aduk hingga mendidih, tambahkan cokelat blok, vanili, mentega dan cokelat bubuk. Masak hingga mengental dan matang. Angkat.

2. Membuat adonan roti

Campur tepung terigu, gula pasir, ragi instan, susu bubuk, *bread improver* dan garam. Aduk rata. Masukkan adonan ke dalam mangkuk *mixer*/mangkuk adonan, tuang air, kuning telur dan margarin/mentega sedikit demi sedikit sambil dikocok menggunakan *mixer* kecepatan sedang. Lakukan pengadukan selama 12 menit atau hingga adonan kalis. Pengocokan bisa dilakukan secara manual menggunakan tangan hingga adonan kalis dan elastis. Bulatkan adonan, diamkan selama 30 menit atau hingga adonan mengembang dua kali lipat. Kempeskan adonan dengan cara digiling atau dipukul-pukul dengan telapak tangan. Bagi adonan menjadi tiga bagian. Giling masing-masing bagian dengan ketebalan $\frac{1}{2}$ cm.

3. Mengisi adonan roti

Tuang sebagian bahan isi ke atas adonan pertama, ratakan. Tumpuk dengan lembaran adonan kedua, olesi kembali dengan bahan isi dan tutup atasnya dengan lembaran adonan terakhir sehingga terbentuk tiga lapisan adonan. Potong-potong adonan bentuk segi empat. Olesi permukaannya dengan campuran susu tawar cair dan gula halus. Letakkan di atas loyang beroles margarin.

4. Memanggang adonan roti hingga matang lalu sajikan

Panggang di dalam oven bertemperatur 200° C selama 30 menit atau hingga roti matang dan berwarna kuning kecokelatan. Angkat, dinginkan. Atur di dalam piring saji. Hidangkan.

IV.1.3.3. Bahan Baku dan Penolong

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

- Tepung terigu
- Telur ayam
- Margarin
- Garam
- Bawang merah
- Bawang putih
- Minyak goreng
- Wortel
- buncis
- Lada bubuk
- Gula pasir
- Susu bubuk
- Daun bawang
- Daun Seledri
- Ragi instan
- *Bread improver*
- Tepung maizena
- Coklat blok
- Coklat bubuk
- Vanili bubuk
- Air matang

- Gas LPG 3kg
- Dus kotak makanan

Tabel IV.9. Pemakaian Bahan Baku untuk Memproduksi 15 Kotak Pastel

No	Nama Bahan Baku	Jumlah
1.	Tepung terigu	3500 gram
2.	Telur	45 butir
3.	Margarin	1200 gram
4.	Air matang	1400 ml
5.	Garam	60 gram
6.	Minyak goreng	3000 ml
7.	Bawang merah	300 gram
8.	Bawang putih	400 gram
9.	Wortel	1100 gram
10.	Buncis	1100 gram
11.	Lada bubuk	56 gram
12.	Gula pasir	56 gram
13.	Susu bubuk	84 gram
14.	Daun bawang	400 gram
15.	Daun seledri	420 gram

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Tabel IV.10. Pemakaian Bahan Baku untuk Memproduksi 15 Kotak Roti Coklat

No	Nama Bahan Baku	Jumlah
1.	Tepung terigu	5000 gram
2.	Gula pasir	1500 gram
3.	Margarin	1400 gram
4.	Ragi instan	100 gram
5.	Telur	40 butir
6.	Air matang	1500 ml
7.	<i>Bread improver</i>	150 gram
8.	Susu bubuk	500 gram
9.	Garam	60 gram
10.	Tepung maizena	450 gram
11.	Coklat blok	1500 gram
12.	Coklat bubuk	300 gram
13.	Vanili bubuk	10 gram

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Tabel IV.11. Pemakaian Bahan Penolong untuk Memproduksi 15 Kotak Pastel dan 15 Kotak Roti coklat

No	Nama Bahan Penolong	Jumlah
1.	Dus kotak makanan	30 kotak
2.	Gas LPG 3kg	2 kali isi ulang

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Tabel IV.12. Harga Bahan Penolong Tahun 2015

Nama Bahan Penolong	Harga
• Dus kotak makanan	Rp. 40.000/100 kotak
• Gas LPG 3kg	Rp. 19.000/sekali isi ulang

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Tabel IV.13. Harga Bahan Baku Tahun 2015

No	Nama Bahan Baku	Jumlah	Harga
1.	Tepung terigu	1000 gram	Rp. 7.500
2.	Telur	1000 gram	Rp. 20.000
3.	Margarin	200 gram	Rp. 4.500
4.	Air matang	1000 ml	Rp. 0
5.	Garam	200 gram	Rp. 2.000
6.	Minyak goreng	1000 ml	Rp. 9.500
7.	Bawang merah	1000 gram	Rp. 42.000
8.	Bawang putih	1000 gram	Rp. 37.000
9.	Wortel	1000 gram	Rp. 8.000
10.	Buncis	1000 gram	Rp. 10.000
11.	Lada bubuk	7 gram	Rp. 1.000
12.	Gula pasir	1000 gram	Rp. 14.000
13.	Susu bubuk	400 gram	Rp. 43.000
14.	Daun bawang	1000 gram	Rp. 25.000
15.	Daun seledri	1000 gram	Rp. 25.000
16.	Ragi instan	500 gram	Rp. 39.000
17.	<i>Bread improver</i>	100 gram	Rp 10.500
18.	Tepung maizena	200 gram	Rp 7.500
19.	Coklat blok	1000 gram	Rp 40.000
20.	Coklat bubuk	90 gram	Rp 16.500
21.	Vanili bubuk	5 gram	Rp 3.500

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

IV.1.3.4.Mesin dan Peralatan

Berikut adalah mesin dan peralatan yang digunakan CV Waringin Sida Rasa dalam memproduksi kue dan roti:

- *Cooling showcase*, untuk menyimpan adonan dan bahan baku kue.
- *Mixer* roti, untuk mengaduk bahan baku roti menjadi adonan.

- Oven besar, untuk memanggang roti.
- Teflon, untuk memasak kulit pastel.
- Timbangan, untuk mengukur berat adonan dan bahan baku.
- Loyang, untuk alas memanggang roti di oven.
- Saringan minyak, untuk meniriskan minyak dari pastel setelah digoreng.
- Wajan, untuk menggoreng pastel.
- Pisau, untuk memotong-motong bahan baku.
- Asah, untuk mengasah pisau.
- *Freezer*, untuk menyimpan sayuran segar.
- Kompor gas, untuk memasak.
- Tabung gas 3kg, untuk suplai kompor gas.

Tabel IV.14. Data Mesin Dalam Proses Produksi

No.	Nama Mesin	Jumlah
1.	<i>Mixerroti</i>	2
2.	<i>Cooling showcase</i>	2
3.	Oven besar	1
4.	<i>Freezer</i>	1
5.	Kompor gas	6

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

IV.1.3.5. Biaya Produksi

Tabel IV.15. Biaya Produksi Tahun 2011 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2011	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Gaji/upah bagian produksi:		
a. Ka. produksi	36,000,000	36,000,000
b. Upah tenaga kerja langsung	120,000,000	120,000,000
Total	156,000,000	156,000,000
2. Biaya bahan baku	205,000,000	204,753,600
Total	205,000,000	204,753,600
3. BOP:		
a. Listrik	32,000,000	31,200,000
b. Pemeliharaan mesin& peralatan	2,000,000	1,200,000
c. Bahan penolong	10,500,000	10,368,000
Total	44,500,000	42,768,000
Total biaya produksi	405,500,000	403,521,600

Sumber: hasil wawancara diolah

Tabel IV.16. Biaya Produksi Tahun 2012 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2012	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Gaji/upah bagian produksi:		
a. Ka. produksi	36,000,000	36,000,000
b. Upah tenaga kerja langsung	120,000,000	120,000,000
Total	156,000,000	156,000,000
2. Biaya bahan baku	228,000,000	227,224,800
Total	228,000,000	227,224,800
3. BOP:		
a. Listrik	33,000,000	32,400,000
b. Pemeliharaan mesin& peralatan	2,000,000	1,800,000
c. Bahan penolong	11,000,000	10,944,000
Total	46,000,000	45,144,000
Total biaya produksi	430,000,000	428,368,800

Sumber: hasil wawancara diolah

Tabel IV.17. Biaya Produksi Tahun 2013 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2013	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Gaji/upah bagian produksi:		
a. Ka. produksi	36,000,000	36,000,000
b. Upah tenaga kerja langsung	120,000,000	120,000,000
Total	156,000,000	156,000,000
2. Biaya bahan baku	248,000,000	247,897,200
Total	248,000,000	247,897,200
3. BOP:		
a. Listrik	33,000,000	32,400,000
b. Pemeliharaan mesin& peralatan	2,500,000	2,400,000
c. Bahan penolong	11,500,000	11,376,000
Total	47,000,000	46,176,000
Total biaya produksi	451,000,000	450,073,200

Sumber: hasil wawancara diolah

Tabel IV.18. Biaya Produksi Tahun 2014 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2014	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Gaji/upah bagian produksi:		
a. Ka. produksi	36,000,000	36,000,000
b. Upah tenaga kerja langsung	120,000,000	120,000,000
Total	156,000,000	156,000,000
2. Biaya bahan baku	274,000,000	273,423,600
Total	274,000,000	273,423,600
3. BOP:		
a. Listrik	34,000,000	33,600,000
b. Pemeliharaan mesin& peralatan	2,500,000	2,400,000
c. Bahan penolong	12,000,000	11,952,000
Total	48,500,000	47,952,000
Total biaya produksi	478,500,000	477,375,600

Sumber: hasil wawancara diolah

Tabel IV.19. Biaya Produksi Tahun 2015 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2015	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi
1. Gaji/upah bagian produksi:		
a. Ka. produksi	36,000,000	36,000,000
b. Upah tenaga kerja langsung	120,000,000	120,000,000
Total	156,000,000	156,000,000
2. Biaya bahan baku	304,000,000	303,804,000
Total	304,000,000	303,804,000
3. BOP:		
a. Listrik	35,000,000	34,800,000
b. Pemeliharaan mesin& peralatan	4,000,000	3,600,000
c. Bahan penolong	13,000,000	12,672,000
Total	52,000,000	51,072,000
Total biaya produksi	512,000,000	510,876,000

Sumber: hasil wawancara diolah

IV.1.4. Bidang Personalia

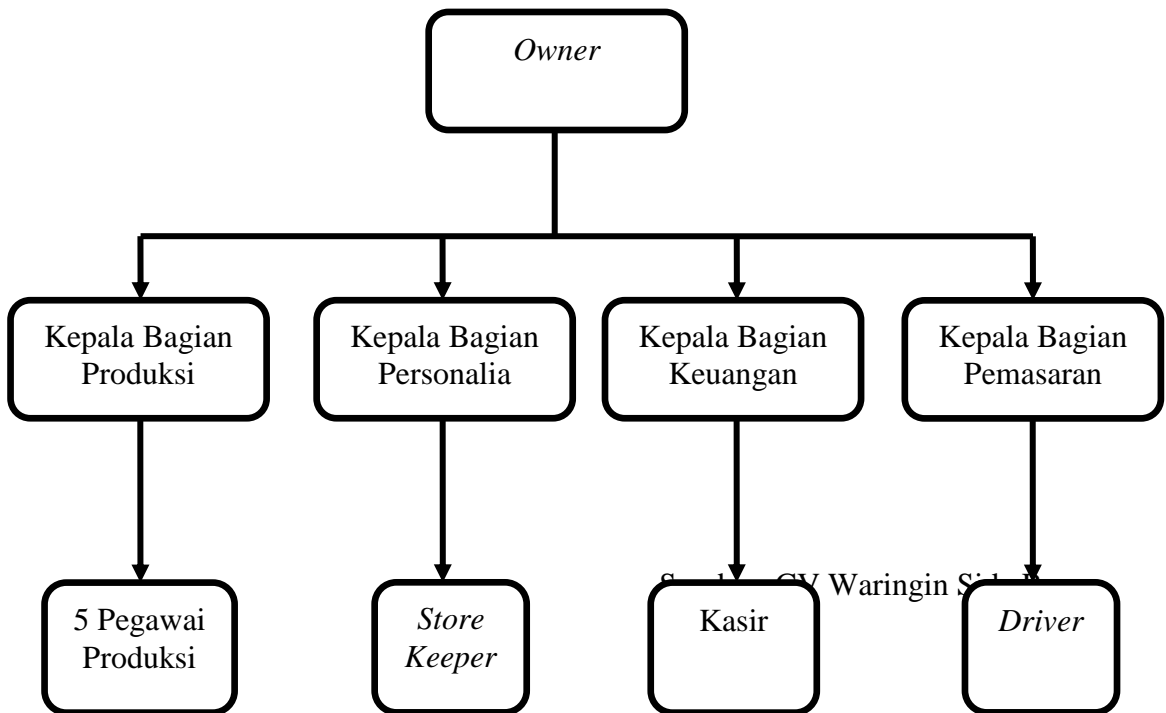
Pada aspek personalia akan memberi penjelasan bagaimana sebuah sistem dalam perusahaan yang akan diterapkan untuk mengusahakan pencapaian *goal*/keberhasilan tujuan perusahaan. Tentu dalam hal ini sangat dibutuhkan suatu organisasi yang baik untuk mengelola perusahaan dengan bidang dan wewenang yang berbeda untuk membentuk suatu hubungan kerjasama yang terpadu. Bidang ini akan membahas tentang struktur organisasi, deskripsi jabatan, spesifikasi jabatan, dan proyeksi kebutuhan tenaga kerja.

IV.1.4.1. Struktur Organisasi

Dalam hal mengelola sebuah perusahaan yang baik dapat dicapai melalui pembentukan suatu struktur organisasi yang tepat, artinya orang-orang yang ditempatkan di setiap bidang atau posisi jabatan masing-masing disesuaikan juga dengan keahlian mereka. Melalui struktur organisasi, akan lebih mempermudah setiap anggota organisasi yang sudah ditempatkan pada jabatan/bidang tertentu dapat mengerjakan dan mengetahui tugasnya secara terstruktur. Struktur organisasi dalam perusahaan akan mengaitkan jabatan, tugas, dan cara pengoperasian.

Struktur organisasi pada perusahaan ini, adalah sebagai berikut:

Gambar IV.10. Struktur Organisasi CV Waringin Sida Rasa



IV.1.4.2.Deskripsi Jabatan

1. *Owner*

Owner perusahaan adalah pendiri sekaligus pemilik dari perusahaan.

Tugas *owner* perusahaan antara lain:

- a. Melaksanakan koordinasi antar kepala bagian dan bawahannya.
- b. Menentukan kebijaksanaan yang menyangkut keuangan, tata-usaha, kepegawaian, dan rencana induk perusahaan.
- c. Melakukan pengawasan terhadap setiap kegiatan agar berjalan sesuai dengan program yang telah ditetapkan.
- d. Ikut serta aktif dalam mempromosikan produk perusahaannya.
- e. Melaksanakan tugas lain yang berkaitan dengan fungsinya.

2. Kepala bagian keuangan

Tugas dari kepala bagian keuangan antara lain:

- a. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.

- b. Mencatat dan melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan.
- c. Membuat laporan keuangan.

- Kasir

Tugas dari kasir adalah melakukan pencatatan atas semua transaksi di perusahaan, melakukan pembungkusan produk, serta melaksanakan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang.

3. Kepala bagian produksi

Tugas dari kepala bagian produksi antara lain:

- a. Menangani masalah penyimpanan dan bahan baku, bahan pelengkap produksi, hasil produksi, serta alat-alat produksi.
- b. Bertanggung jawab terhadap proses dan hasil produksi, baik kualitas maupun kontinuitasnya.
- c. Melaporkan dan mendistribusikan ke bagian pemasaran.
- d. Melakukan pencatatan seluruh aktifitas produksi.

- Karyawan Produksi

Karyawan produksi adalah orang yang membuat langsung produk kue dan roti dengan mengikuti instruksi dari kepala bagian produksi.

4. Kepala bagian pemasaran

Tugas dari kepala bagian pemasaran antara lain:

- a. Mencatat barang yang akan dijual.
- b. Memasarkan/menjual produk.
- c. Memperluas daerah pemasaran dengan mengadakan analisa pasar.
- d. Mengatur strategi bersaing.
- e. Mencari dan mengusulkan kepada direktur mengenai daerah pemasaran yang baru.

- *Driver*

Tugas dari *driver* adalah mengantarkan produk kue dan roti ke agen/konsumen yang berada di Jabodetabek.

5. Kepala bagian personalia

Tugas dari kepala bagian personalia antara lain:

- Menerima pemesanan konsumen.
- Membuat *invoice*.
- Melakukan pengawasan dan pengecekan pada penyimpanan produk.
- Menerima informasi dan keluhan konsumen.

- *Store Keeper*

Tugas dari *store keeper* adalah melakukan penyimpanan kue dan roti pada gudang penyimpanan, melakukan pengawasan pada keamanan penyimpanan roti dan kue, serta mengatur jumlah *stock* kue dan roti yang ada di penyimpanan agar terkontrol.

IV.1.4.3.Ketenagakerjaan

Tenaga kerja pada suatu perusahaan merupakan bagian penting yang akan melaksanakan kegiatan secara keseluruhan untuk proses produksi dan manajemen perusahaan. Tenaga kerja pada perusahaan ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.20. Data Tenaga Kerja Tahun 2015

Keterangan	Laki-laki	Perempuan	Total
Karyawan	8 orang	4 orang	12 orang

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Total keseluruhan tenaga kerja adalah 12 orang, dengan jumlah laki-laki sebanyak 8 orang dan perempuan sebanyak 4 orang tenaga kerja. Tenaga kerja perempuan itu dibagikan tugas pada bagian keuangan dan *finishing*, sedangkan tenaga kerja laki-laki dibagikan tugas pada produksi, bagian penyimpanan, dan *driver*.

Tabel IV.21. Data Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
21 – 30 tahun	9 orang
31 – 40 tahun	3 orang

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Dengan berdasarkan pada tingkat usia, tenaga kerja di CV Waringin Sida Rasa banyak dari usia-usia yang produktif. Yaitu orang-orang yang mempunyai tekad dan semangat kerja yang tinggi.

Tabel IV.22. Data Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah
SMP	9 orang
SMA/SMK	3 orang

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Tingkat pendidikan tenaga kerja di CV Waringin Sida Rasa tidak harus berasal dari tingkat pendidikan tertentu, yang terpenting adalah orang tersebut mau bekerja dan memiliki daya tangkap yang baik, khususnya untuk bagian administrasi perusahaan. Sedangkan untuk bagian produksi, yang terpenting adalah orang tersebut memiliki keahlian/keterampilan di bidang produksi kue dan roti.

Tabel IV.23. Data Jam Kerja

Jam Kerja	Mulai	Istirahat	Selesai
Normal	03.00	Selama 3 jam Disesuaikan	18.00
Lembur	18.00	-	20.00

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Jam/waktu kerja efektif pada CV Waringin Sida Rasa adalah 12 jam kerja karena semua karyawannya bertempat tinggal di dalam gedung pabrik yang sudah tersedia kamar untuk para karyawan. Jam kerja dimulai dari pukul 03.00 pagi sampai dengan pukul 18.00, dimana waktu istirahat selama 3 jam disesuaikan dengan keinginan pekerja dan kondisi pekerjaannya, tidak ada jam khusus untuk istirahat. Jika permintaan akan kue bertambah, CV Waringin Sida Rasa memberlakukan jam kerja lembur yang dimulai dari pukul 18.00 sampai dengan pukul 20.00. Untuk hari Minggu perusahaan ini tetap melakukan kegiatan proses produksi dan memasarkan, jadi perusahaan ini memiliki jam kerja setiap hari.

IV.1.4.4. Legalitas Perusahaan

Dalam mendirikan suatu usaha, perlu memiliki suatu kajian mengenai segala prosedur yang berkaitan dengan perizinan atau berbagai persyaratan yang terlebih dahulu harus dipenuhi untuk menjalankan suatu usaha, sehingga tidak terjadi konflik dikemudian hari. Legalitas usaha dibutuhkan demi kelangsungan hidup perusahaan, ketika keberadaannya diterima lingkungan karena memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan memberikan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah (pajak).

1. Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan : CV Waringin Sida Rasa
 Lokasi : Jl. Kemang Raya NO.59 RT 06/02
 Jatibening, PondokGede, Bekasi,

Jawa Barat

Bentuk Badan Hukum : *Commmanditaire Vennootschaap (CV)*

Bidang Usaha : Produksi roti dan kue

2. Dokumen dan Perizinan

Adapun jenis-jenis dokumen dan surat izin yang sudah didapat oleh CV Waringin Sida Rasa antara lain :

- a. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP),
- b. Surat Domisili Perusahaan
- c. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- d. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

IV.1.4.5. Perekrutan Sampai Pemberhentian Karyawan

Adapun proses-proses perekrutan karyawan yang dilaksanakan oleh CV Waringin Sida Rasa adalah sebagai berikut:

1. Pendaftaran Calon Karyawan

Sistem perekrutan tenaga kerja pada perusahaan ini adalah masih bersifat kekeluargaan. Selain itu, perusahaan juga memberitahukan hak-hak dan kewajiban yang akan mereka dapatkan agar tidak terjadi konflik dikemudian hari. Adapun klasifikasi yaitu pendidikan minimal SLTA atau sederajat.

2. Training karyawan Baru

Perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan pada saat permulaan kerja sampai karyawan benar-benar mengerti, memahami, dan mampu melaksanakan pekerjaannya dengan baik. Bentuk pelatihan ini hanya diperuntukan untuk bidang pekerjaan yang tidak membutuhkan keahlian khusus. Untuk jenis pekerjaan yang memerlukan keahlian khusus perusahaan

hanya menerima karyawan yang dapat langsung siap kerja dan memiliki keahlian dan pengalaman yang baik dalam bidang tersebut sehingga hal ini tidak akan memberikan pengaruh atas produktifitas perusahaan.

Ditahap ini perusahaan memberikan masa percobaan 3 bulan kepada karyawan barunya untuk menentukan jumlah gaji yang akan diterimanya, karena jumlah gaji tergantung dari kerajinan yang dimiliki karyawan. Karyawan yang sudah mempunyai kerajinan dan kedisiplinan lebih tinggi dibanding karyawan lain, maka akan menerima gaji yang lebih tinggi pula. Jumlah tambahan gaji yang akan diterima karyawan adalah Rp1.000.000,-.

3. Masa Evaluasi

Dalam hal ini masa evaluasi karyawan baru berkisar antara 3-6 bulan. Pemilik perusahaan akan melaksanakan rapat evaluasi untuk memantau perkembangan karyawan baru tersebut serta mengawasi pekerjaannya. Jika pekerjaannya bagus, maka karyawan tersebut akan terus bekerja. Tetapi jika tidak, maka kepala bagian yang akan menegurnya. Tetapi jika masih saja pekerjaannya terus mengalami penurunan, maka karyawan tersebut akan ditegur langsung oleh pemilik langsung dengan cara memanggilnya ke ruangan pemilik agar karyawan lain tidak melihatnya. Jika karyawan masih tidak menunjukkan perkembangan, maka dengan berat hati pemilik harus memberhentikannya dari perusahaan.

4. Penempatan

Dalam hal penempatan karyawan di posisi mana dia akan bekerja, disesuaikan dengan kebutuhan pekerjaan dan bagian yang sedang kosong.

5. Pemberhentian Kerja

Perusahaan ini tidak memiliki jangka waktu tertentu serta tidak mempunyai peraturan yang mengikat dalam pemberhentian tenaga kerja.

Pemberhentian pekerjaan biasanya terjadi atas keinginan karyawannya sendiri dan/atau ada karyawan yang tidak jujur dalam bekerja sehingga terpaksa dipecat.

IV.1.4.6. Kesejahteraan Karyawan

Cara perusahaan untuk mensejahterakan karyawannya sebagai berikut:

1. Gaji Karyawan

Perusahaan memberi gaji karyawannya berdasarkan kerajinan dan kedisiplinan dalam bekerja yang dimiliki oleh masing-masing karyawan. Semakin tinggi kerajinan dan kedisiplinan tersebut, maka semakin tinggi gaji yang diberikan perusahaan.

Tabel IV.24.Data Upah Karyawan (perbulan)

Keterangan	Kisaran Upah (Rp)
Kepala Produksi	3.000.000
Kepala Pemasaran	3.000.000
Kepala Personalia	3.000.000
Kepala Keuangan	3.000.000
Pegawai Produksi (5)	5 x 2.000.000 = 10.000.000
Kasir	2.000.000
<i>Store Keeper</i>	2.000.000
<i>Driver</i>	800.000

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Sistem pengupahan pada CV Waringin Sida Rasa khususnya pada seluruh kepala bagian disetiap bidang berkisar Rp 3.000.000/bulan sedangkan untuk setiap karyawan pada perusahaan ini berkisar Rp 2.000.000/bulan serta yang terakhir untuk *driver* diberikan upah Rp 800.000/bulan.

Ada 2 cara gaji mengalami kenaikan:

- a. Inflasi, setiap tahun seluruh karyawan akan mengalami kenaikan gaji meskipun persentasenya kecil.

- b. Prestasi, dalam menaikkan upahnya pemilik akan bekerjasama dengan kepala dari masing-masing bagian, untuk melihat perkembangan anak buahnya apakah sudah pantas upahnya untuk dinaikkan atau tidak. Jadi dalam hal ini bukan pemilik sendiri saja yang menilai.

Adapun kepala bagian tiap-tiap bagian dipilih berdasarkan prioritas:

- a. Lama bekerja (loyalitas terhadap perusahaan).
- b. Keahlian yang dimilikinya diatas karyawan yang lain (prestasi).
- c. Memiliki jiwa senioritas (disegani oleh karyawan lainnya).
- d. Dan dapat dipercaya.

2. Penyediaan Insentif dan Kesejahteraan

- a. Setiap tahunnya masing-masing karyawan mendapatkan THR.
- b. Bagi kepala bagian dan bagian tertentu (Sekretaris dan Keuangan) mendapatkan tunjangan jabatan setiap bulannya.
- c. Jika sakit, maka pengobatan akan diganti sesuai dengan jumlah kwitansi pembayaran dari dokter, berlaku untuk karyawan.
- d. Pemilik perusahaan akan datang menjenguk langsung dan memberi uang pengobatan sesuai kondisinya, jika karyawan mengalami sakit parah.

IV.1.5. Bidang Keuangan

Pada bidang keuangan akan membahas tentang biaya investasi dan modal kerja yang dibutuhkan serta sumber pendanaan untuk pembiayaan operasional CV Waringin Sida Rasa ini. Secara rinci akan diulas setiap bagian biaya-biaya yang dibutuhkan. Dari analisis bidang keuangan akan tergambar kemampuan perusahaan menghasilkan uang, selama lima tahun terakhir. Kondisi keuangan perusahaan dapat dilihat pada laporan neraca, rugi/laba, serta data lain pada pembahasan aspek keuangan berikut ini.

IV.1.5.1. Kebutuhan Investasi Awal CV Waringin Sida Rasa

Kebutuhan investasi untuk pendirian pabrik ini sebesar Rp449.855.000,- dengan perincian sebagai berikut :

1. Tanah	Rp 100.000.000
2. Bangunan:	
- Jenis bangunan: Gedung	
- Sifat bangunan: Permanen	
- Nilai	Rp 250.000.000
3. Mesin:	
- Mesin <i>mixer</i> roti (2)	Rp 7.000.000
- Mesin <i>freezer</i> (1)	Rp 3.800.000
- Mesin kompor gas (6)	Rp 7.200.000
- Mesin <i>cooling showcase</i> (2)	Rp 18.000.000
- Mesin oven besar (1)	Rp 15.725.000 +
Total nilai	<hr/> Rp 51.725.000
4. Peralatan:	
- Teflon (6)	Rp 3.000.000
- Timbangan (2)	Rp 600.000
- Loyang (12)	Rp 1.140.000
- Saringan minyak (6)	Rp 210.000
- Wajan (4)	Rp 1.000.000

- Pisau (6)	Rp 300.000	
- Asah (2)	Rp 60.000	
- Tabung gas 3kg (6)	Rp 720.000+	
Total nilai		Rp 7.030.000
5. Inventarisasi kantor:		
- Meja kerja (2 set)	Rp 3.000.000	
- Kipas angin (3)	Rp 300.000	
- Dispenser (2)	Rp 550.000	
- Mesin kasir	Rp 3.000.000	
- Telepon	Rp 150.000 +	
Total nilai		Rp 7.000.000
6. Alat tulis kantor		Rp 2.100.000
7. Kendaraan:		
- Motor		Rp 8.000.000
8. Biaya pra operasi:		
- Biaya perizinan	Rp 4.000.000	
- Biaya produksi percobaan	Rp 20.000.000 +	
Total nilai		Rp 24.000.000 +
Jumlah modal awal		Rp 449.855.000

Modal awal yang dikeluarkan oleh Ibu Simendalam mendirikan CV Waringin Sida Rasa yaitu sebesar Rp449.855.000,- (*empat ratus empat puluh sembilan juta delapanratus lima puluh lima ribu rupiah*). Modal tersebut merupakan modal sendiri tanpa ada pinjaman dari bank maupun pihak ketiga. Penentuan/pemberian nilai pada masing-masing investasi merupakan nilai yang berlaku pada saat pendirian CV Waringin Sida Rasa (bukan nilai sekarang).

IV.1.5.2. Data Penjualan CV Waringin Sida Rasa

Tabel IV.25. Penjualan Selama 5 Tahun Produk Pastel

Tahun	Produk Pastel	
	Kotak	Total Penjualan
2011	11.340	Rp453.600.000,-
2012	11.520	Rp518.400.000,-
2013	11.250	Rp540.000.000,-
2014	11.664	Rp583.200.000,-
2015	10.800	Rp648.000.000,-

Tabel IV.26. Penjualan Selama 5 Tahun Produk Roti Coklat

Tahun	Produk Roti Coklat	
	Kotak	Total Penjualan
2011	7.800	Rp234.000.000,-
2012	7.875	Rp252.000.000,-
2013	8.000	Rp288.000.000,-
2014	8.100	Rp324.000.000,-
2015	7.200	Rp360.000.000,-

IV.1.5.3. Laporan Harga Pokok Penjualan CV Waringin Sida Rasa 2015

CVWARINGIN SIDA RASA
LAPORAN HARGA POKOK PENJUALAN
PERIODE JANUARI-DESEMBER 2015

KETERANGAN	BIAYAPRODUK		TOTAL BIAYA
	Pastel	Roti Coklat	
A. PEMAKAIAN BAHAN BAKU			
1. Persediaan bahan baku 1 Januari 2015	Rp 6.080.000	Rp 4.670.000	Rp 10.750.000
2. Pembelian bahan baku	Rp145.620.000	Rp 158.184.000	Rp 303.804.000
3. Persediaan bahan baku siap pakai	Rp 151.700.000	Rp 162.854.000	Rp 314.554.000
4. Persediaan bahan baku 31 Desember 2015	Rp 7.260.000	Rp 7.680.000	Rp 14.940.000
Total Pemakaian Bahan Baku	Rp 144.440.000	Rp 155.174.000	Rp 299.614.000
B. BIAYA UPAHPEKERJA LANGSUNG	Rp 72.000.000	Rp 48.000.000	Rp 120.000.000
C. BIAYA OVERHEAD PABRIK			
Dus kotak makanan	Rp 4.320.000	Rp 2.880.000	Rp 7.200.000
Gas LPG 3kg	Rp 3.420.000	Rp 2.052.000	Rp 5.472.000
Total Biaya Bahan Penolong	Rp 7.740.000	Rp 4.932.000	Rp12.672.000
Biaya listrik	Rp18.300.000	Rp 16.500.000	Rp 34.800.000
Biaya pemeliharaan mesin & peralatan	Rp 2.000.000	Rp1.600.000	Rp 3.600.000
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp28.040.000	Rp23.032.000	Rp 51.072.000
HARGA POKOK PRODUKSI (A+B+C)	Rp244.480.000	Rp226.206.000	Rp 470.686.000
Persediaan Barang Jadi, 1 Januari 2015	-	-	-
Barang yang tersedia untuk dijual	Rp 244.480.000	Rp226.206.000	Rp 470.686.000
Persediaan Barang Jadi, 31 Desember 2015	-	-	-
HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 244.480.000	Rp 226.206.000	Rp 470.686.000

Tabel IV.27. Harga Pokok Penjualan Tahun 2015

CVWARINGIN SIDA RASA		
BIAYA PRODUKSI PER UNIT		
PERIODE JANUARI-DESEMBER 2015		
Keterangan	Produk Pastel	Produk Roti Coklat
Harga Pokok Produksi	Rp 244.480.000	Rp226.206.000
Total Produksi (Unit)	10.800	7.200
Biaya Produksi Per Unit	Rp 22.638	Rp 31.418

Tabel IV.28. Biaya Produksi Per Unit Tahun 2015

IV.1.5.4. Laporan Rugi/Laba CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011-2015

LAPORAN RUGI/LABA CV WARINGIN SIDA RASA

TAHUN 2011–2015 (dalam Rupiah)

KETERANGAN	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
A. HASIL PENJUALAN/PENDAPATAN	687,600,000	770,400,000	828,000,000	907,200,000	1,008,000,000
B. HARGA POKOK PENJUALAN	365,526,600	393,323,800	416,723,200	439,545,600	470,686,000
C. LABA KOTOR (A-B)	322,073,400	377,076,200	411,276,800	467,654,400	537,314,000
D. BIAYA USAHA:					
Gaji karyawan	156,000,000	156,000,000	156,000,000	156,000,000	156,000,000
Suplai kantor (ATK)	2,100,000	2,100,000	2,310,000	2,310,000	2,310,000
Biaya pemasaran	92,550,000	102,110,000	115,450,000	120,630,000	135,900,000
Biaya telepon kantor	840,000	1,200,000	1,320,000	1,680,000	2,160,000
Biaya pemeliharaan inventaris kantor	70,000	130,000	160,000	190,000	220,000
Biaya usaha sebelum penyusutan	251,560,000	261,540,000	275,240,000	280,810,000	296,590,000
Penyusutan & amortisasi	29,437,750	29,437,750	29,437,750	29,437,750	29,437,750
Total Biaya Usaha	280,997,750	290,977,750	304,677,750	310,247,750	326,027,750
E. LABA USAHA (C-D)	41,075,650	86,098,450	106,599,050	157,406,650	211,286,250
F. BIAYA BUNGA PINJAMAN	-	-	-	-	-
G. LABA SEBELUM PAJAK (E-F)	41,075,650	86,098,450	106,599,050	157,406,650	211,286,250
H. PAJAK DARI PENJUALAN (1%)	6,876,000	7,704,000	8,280,000	9,072,000	10,080,000
I. LABA BERSIH (G-H)	34,199,650	78,394,450	98,319,050	148,334,650	201,206,250

Tabel IV.29. Laporan Rugi/Laba CV Waringin Sida Rasa (dalam Rupiah)

IV.2. Pengolahan Data

IV.2.1. Penggolongan Biaya

Dalam pembahasan sebelumnya, diperlihatkan laporan rugi/laba yang memaparkan biaya-biaya yang dikeluarkan CV Waringin Sida Rasa. Berikut merupakan tabel penggolongan biaya berdasarkan sifatnya, sehingga dengan penggolongan ini dapat diketahui biaya yang termasuk biaya variabel, biaya tetap, dan biaya semivariabel.

Daftar biaya ini diambil dari laporan rugi/laba CV Waringin Sida Rasa tahun 2015. Setelah dilakukan penggolongan biaya berdasarkan sifatnya, kemudian diketahui biaya-biaya yang termasuk biaya semivariabel. Selanjutnya akan dilakukan pemisahan biaya semivariabel tersebut ke dalam biaya variabel dan biaya tetap dengan menggunakan metode *High Low Point* (Titik Tertinggi Terendah).

IV.2.1.1. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel harus dipisahkan elemen biaya tetapnya sehingga dapat diketahui elemen biaya variabelnya. Biaya yang mengalami pemisahan meliputi biaya listrik, biaya telepon, biaya pemeliharaan mesin dan peralatan, dan lain-lain. Berikut perhitungan pemisahan biaya semivariabel dan hasil pemisahan realisasi biaya semivariabel tahun 2015.

IV.2.1.2. Biaya Tetap

Biaya tetap terdiri dari biaya gaji kepala bagian, biaya gaji karyawan, biaya depresiasi kendaraan, biaya sewa gedung, asuransi, dan lain-lain. Tabel di bawah ini menggambarkan biaya tetap realisasi tahun 2011-2015.

Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011 (dalam Rupiah)

Rincian Biaya Tetap	Total Biaya
A. Biaya Produksi	
Biaya Gaji Kepala Bagian Produksi	36.000.000
Biaya Gaji Tenaga Kerja Langsung	120.000.000
Biaya Penyusutan Bangunan	10.000.000
Biaya Penyusutan Mesin	2.586.250
Biaya Penyusutan Peralatan	351.500
Biaya Listrik	3.046.665
Biaya Gas LPG 3 Kg	148.754
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	178.546
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Gaji Kepala Bagian Pemasaran	36.000.000
Biaya Gaji <i>Driver</i>	9.600.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	15.000.000
Biaya Bahan Bakar Minyak	2.059.643
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	544.787
Biaya Promosi	6.750.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Gaji Kepala Bagian Keuangan	36.000.000
Biaya Gaji Kepala Bagian Personalia	36.000.000
Biaya Gaji <i>Store Keeper</i>	24.000.000
Biaya Gaji Kasir	24.000.000
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	700.000
Biaya Amortisasi Perizinan	800.000
Biaya Suplai Kantor	2.100.000
Biaya Telepon	142.889
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	16.676
Total Biaya Tetap	366.025.710

Tabel IV.38. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011

Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2012 (dalam Rupiah)

Rincian Biaya Tetap	Total Biaya
A. Biaya Produksi	
Biaya Gaji Kepala Bagian Produksi	36.000.000
Biaya Gaji Tenaga Kerja Langsung	120.000.000
Biaya Penyusutan Bangunan	10.000.000
Biaya Penyusutan Mesin	2.586.250
Biaya Penyusutan Peralatan	351.500
Biaya Listrik	3.149.684
Biaya Gas LPG 3 Kg	172.779
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	205.854
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Gaji Kepala Bagian Pemasaran	36.000.000
Biaya Gaji <i>Driver</i>	9.600.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	15.000.000
Biaya Bahan Bakar Minyak	2.285.329
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	599.786
Biaya Promosi	6.750.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Gaji Kepala Bagian Keuangan	36.000.000
Biaya Gaji Kepala Bagian Personalia	36.000.000
Biaya Gaji <i>Store Keeper</i>	24.000.000
Biaya Gaji Kasir	24.000.000
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	700.000
Biaya Amortisasi Perizinan	800.000
Biaya Suplai Kantor	2.100.000
Biaya Telepon	166.343
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	25.769
Total Biaya Tetap	366.493.294

Tabel IV.39. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2012

Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2013 (dalam Rupiah)

Rincian Biaya Tetap	Total Biaya
A. Biaya Produksi	
Biaya Gaji Kepala Bagian Produksi	36.000.000
Biaya Gaji Tenaga Kerja Langsung	120.000.000
Biaya Penyusutan Bangunan	10.000.000
Biaya Penyusutan Mesin	2.586.250
Biaya Penyusutan Peralatan	351.500
Biaya Listrik	3.355.395
Biaya Gas LPG 3 Kg	195.336
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	275.343
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Gaji Kepala Bagian Pemasaran	36.000.000
Biaya Gaji <i>Driver</i>	9.600.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	15.000.000
Biaya Bahan Bakar Minyak	2.443.636
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	630.877
Biaya Promosi	7.250.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Gaji Kepala Bagian Keuangan	36.000.000
Biaya Gaji Kepala Bagian Personalia	36.000.000
Biaya Gaji <i>Store Keeper</i>	24.000.000
Biaya Gaji Kasir	24.000.000
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	700.000
Biaya Amortisasi Perizinan	800.000
Biaya Suplai Kantor	2.310.000
Biaya Telepon	193.887
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	29.868
Total Biaya Tetap	367.722.092

Tabel IV.40. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2013

Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2014 (dalam Rupiah)

Rincian Biaya Tetap	Total Biaya
A. Biaya Produksi	
Biaya Gaji Kepala Bagian Produksi	36.000.000
Biaya Gaji Tenaga Kerja Langsung	120.000.000
Biaya Penyusutan Bangunan	10.000.000
Biaya Penyusutan Mesin	2.586.250
Biaya Penyusutan Peralatan	351.500
Biaya Listrik	3.679.987
Biaya Gas LPG 3 Kg	228.772
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	298.767
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Gaji Kepala Bagian Pemasaran	36.000.000
Biaya Gaji <i>Driver</i>	9.600.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	15.000.000
Biaya Bahan Bakar Minyak	2.677.753
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	685.533
Biaya Promosi	7.830.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Gaji Kepala Bagian Keuangan	36.000.000
Biaya Gaji Kepala Bagian Personalia	36.000.000
Biaya Gaji <i>Store Keeper</i>	24.000.000
Biaya Gaji Kasir	24.000.000
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	700.000
Biaya Amortisasi Perizinan	800.000
Biaya Suplai Kantor	2.310.000
Biaya Telepon	231.798
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	34.245
Total Biaya Tetap	369.014.605

Tabel IV.41. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2014

Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2015 (dalam Rupiah)

Rincian Biaya Tetap	Total Biaya
A. Biaya Produksi	
Biaya Gaji Kepala Bagian Produksi	36.000.000
Biaya Gaji Tenaga Kerja Langsung	120.000.000
Biaya Penyusutan Bangunan	10.000.000
Biaya Penyusutan Mesin	2.586.250
Biaya Penyusutan Peralatan	351.500
Biaya Listrik	4.084.106
Biaya Gas LPG 3 Kg	249.652
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	432.522
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Gaji Kepala Bagian Pemasaran	36.000.000
Biaya Gaji <i>Driver</i>	9.600.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	15.000.000
Biaya Bahan Bakar Minyak	2.971.991
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	715.532
Biaya Promosi	7.900.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Gaji Kepala Bagian Keuangan	36.000.000
Biaya Gaji Kepala Bagian Personalia	36.000.000
Biaya Gaji <i>Store Keeper</i>	24.000.000
Biaya Gaji Kasir	24.000.000
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	700.000
Biaya Amortisasi Perizinan	800.000
Biaya Suplai Kantor	2.310.000
Biaya Telepon	264.593
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	39.498
Total Biaya Tetap	370.005.644

Tabel IV.42. Biaya Tetap CV Waringin Sida Rasa Tahun 2015

IV.2.1.2. Biaya Variabel

Biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya kemasan, biaya listrik, biaya pemeliharaan mesin, biaya pemeliharaan peralatan, biaya pemeliharaan inventaris kantor, biaya kemasan, biaya telepon, dan lain-lain. Tabel di bawah ini menggambarkan biaya variabel realisasi tahun 2011-2015.

Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2011
A. Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	204.753.600
Biaya Listrik	30.562.595
Biaya Dus Kotak Makanan	4.896.000
Biaya Gas LPG 3 Kg	3.683.012
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	1.123.900
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Bahan Bakar Minyak	9.679.816
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	2.220.248
Biaya Kemasan Label Merek	25.200.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Telepon	814.634
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	57.236
Total Biaya Variabel	282.991.041

Tabel IV.43. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011

**Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa
Tahun 2012 (dalam Rupiah)**

Keterangan	Tahun 2012
A. Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	227.224.800
Biaya Listrik	30.772.239
Biaya Dus Kotak Makanan	5.472.000
Biaya Gas LPG 3 Kg	4.183.493
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	1.656.390
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Bahan Bakar Minyak	9.979.031
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	2.296.329
Biaya Kemasan Label Merek	34.560.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Telepon	1.082.044
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	106.236
Total Biaya Variabel	317.332.562

Tabel IV.44. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2012

**Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa
Tahun 2013 (dalam Rupiah)**

Keterangan	Tahun 2013
A. Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	247.897.200
Biaya Listrik	31.980.595
Biaya Dus Kotak Makanan	5.904.000
Biaya Gas LPG 3 Kg	4.683.468
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	2.160.206
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Bahan Bakar Minyak	10.479.330
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	2.370.532
Biaya Kemasan Label Merek	45.000.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Telepon	1.307.852
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	130.336
Total Biaya Variabel	351.913.519

Tabel IV.45. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2013

Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa
Tahun 2014 (dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2014
A. Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	273.423.600
Biaya Listrik	32.235.595
Biaya Dus Kotak Makanan	6.480.000
Biaya Gas LPG 3 Kg	5.002.559
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	2.153.267
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Bahan Bakar Minyak	10.979.646
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	2.446.481
Biaya Kemasan Label Merek	49.500.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Telepon	1.473.877
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	158.236
Total Biaya Variabel	383.853.261

Tabel IV.46. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2014

**Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa
Tahun 2015 (dalam Rupiah)**

Keterangan	Tahun 2015
A. Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	303.804.000
Biaya Listrik	33.770.595
Biaya Dus Kotak Makanan	7.200.000
Biaya Gas LPG 3 Kg	5.282.609
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	3.326.087
B. Biaya Pemasaran	
Biaya Bahan Bakar Minyak	11.578.490
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	2.520.824
Biaya Kemasan Label Merek	64.800.000
C. Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Telepon	1.933.868
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	181.236
Total Biaya Variabel	434.397.709

Tabel IV.47. Biaya Variabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2015

Biaya Variabel Per Unit CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011-2015

Tahun	Biaya Variabel Per Unit	
	Pastel	Roti Coklat
2011	Rp 13.676,6983	Rp 16.397,0874
2012	Rp 15.598,8523	Rp 17.477,3059
2013	Rp 16.942,9751	Rp 20.163,1311
2014	Rp 17.174,1926	Rp 22.658,4541
2015	Rp 20.705,3881	Rp 29.274,9331

Tabel IV.48. Biaya Variabel Per Unit CV Waringin Sida Rasa Tahun 2011-2015

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

V.1. Analisis Data

V.1.1. Menghitung *Break Even Point* Multi Produk Tahun 2015

Rumus BEP Multi Produk :

$$BEP\ rp = \frac{FC}{\sum[(1 - \frac{VCi}{Pi}) \times Wi]}$$

Keterangan :

- VC = Biaya variabel per unit
- P = Harga per unit
- FC = Biaya tetap
- W = Presentase setiap produk dari total penjualan
- i = Masing – masing produk

Produk	Pi	VCi	VCi/Pi	1- (VCi/Pi)	Penjualan	Wi	1- (VCi/Pi)Wi
Pastel	Rp60.000	Rp20.705,4	0,34509	0,65491	Rp648.000.000	0,64285714	0,42101357
Roti Coklat	Rp50.000	Rp29.274,9	0,585498	0,414502	Rp360.000.000	0,35714286	0,14803643
JUMLAH					Rp1.008.000.000	1	0,569049999

Tabel V.1. Data untuk BEP Tahun 2015

V.1.1.1. Menghitung BEP Rupiah Tahun 2015

$$BEP\ Rp = \frac{FC}{\sum[(1 - \frac{VCi}{Pi}) \times Wi]}$$

Diketahui :

$$FC = \text{Rp } 370.005.644$$

$$\sum \left[\left(1 - \frac{V_i}{P_i} \right) \times W_i \right] = 0,569049999$$

Jawab :

$$BEP \text{ Rp} = \frac{\text{Rp } 370.005.644}{0,569049999}$$

$$BEP \text{ Rp} = \underline{\text{Rp } 650.216.404} \text{ (Total)}$$

V.1.1.2. Menghitung Kontribusi Penjualan Produk Pastel dan Produk Roti Coklat Terhadap BEP Tahun 2015

$$\text{Kontribusi Penjualan (Produk i)} = BEP \text{ rp} \times W_i$$

Keterangan :

Kontribusi Penjualan (Produk i)	= Kontribusi Pejualan dalam satuan Rupiah pada Produk i
BEP Rp	= Titik impas dalam satuan Rupiah Total
Wi	= Presentase setiap produk dari total penjualan

1. Kontribusi Penjualan Produk Pastel Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \text{Rp } 650.216.404$$

$$\text{W Pastel} = 0,64285714$$

Jawab :

$$\begin{aligned}\text{Kontribusi penjualan produk pastel} &= \text{Rp } 650.216.404 \times 0,64285714 \\ &= \underline{\text{Rp } 417.996.258}\end{aligned}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Pastel} = \frac{\text{Rp } 417.996.258}{\text{Rp } 60.000}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Pastel} = 6.966,6043 \text{ Kotak}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Pastel} = 6.967 \text{ Kotak (dibulatkan)}$$

2. Kontribusi Penjualan Produk Roti Coklat Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \text{Rp } 650.216.404$$

$$\text{W Roti Coklat} = 0,35714286$$

Jawab :

$$\begin{aligned}\text{Kontribusi penjualan produk Roti Coklat} &= \text{Rp } 650.216.404 \times 0,35714286 \\ &= \underline{\text{Rp } 232.220.146}\end{aligned}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Roti Coklat} = \frac{\text{Rp } 232.220.146}{\text{Rp } 50.000}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Roti Coklat} = 4.644,40292 \text{ Kotak}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Roti Coklat} = 4.644 \text{ Kotak (dibulatkan)}$$

V.1.1.3. Pembuktian BEP Tahun 2015

LAPORAN		
A. PENJUALAN		
Produk Pastel	6.966,6043 x Rp60.000 = Rp417.996.258	
Produk Roti Coklat	4.644,40292 x Rp50.000 = Rp232.220.146	
Total Penjualan		Rp650.216.404
B. BIAYA		
Biaya Tetap	Rp370.005.644	
Biaya Variabel :		
Produk Pastel	6.966,6043 x Rp20.705,4 = Rp144.246.329	
Produk Roti Coklat	4.644,40292 x Rp29.274,9 = Rp135.964.431	
Total Biaya		(Rp650.216.404)
C. RUGI/LABA		Rp 0

Tabel V.2. Pembuktian BEP Tahun 2015

V.1.2. Perencanaan Laba Tahun 2016

V.1.2.1. Menentukan Asumsi-asumsi di tahun 2016 dengan Analisa

Trend Metode Moment

$$\begin{aligned} \text{Rumus : } \sum Y &= n.a + b. \sum X \\ \text{Rp } 1.839.261.345 &= 5a + 10b \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rumus : } \sum XY &= a. \sum X + b. \sum (X)^2 \\ \text{Rp } 3.689.003.869 &= 10a + 30b \end{aligned}$$

Dari kedua persamaan di atas kemudian akan diperoleh:

$$a = \text{Rp}365.756.033$$

$$b = \text{Rp}1.048.118$$

Sehingga persamaan trend:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = \text{Rp}365.756.033 + \text{Rp}1.048.118X$$

Tahun (X)	Biaya Tetap (Y)	X	XY	(X) ²
2011	Rp 366.025.710	0	Rp 0	0
2012	Rp 366.493.294	1	Rp 366.493.294	1
2013	Rp 367.722.092	2	Rp 735.444.184	4
2014	Rp 369.014.605	3	Rp 1.107.043.815	9
2015	Rp 370.005.644	4	Rp 1.480.022.576	16
Σ	Rp 1.839.261.345	10	Rp 3.689.003.869	30

Tabel V.3. Biaya Tetap Metode Moment Tahun 2011-2015

Maka dapat dihitung proyeksi biaya tetap tahun 2016 yaitu:

$$\hat{Y} = \text{Rp}365.756.033 + \text{Rp}1.048.118 (5)$$

$$\hat{Y} = \text{Rp } 370.996.623$$

Dari perhitungan di atas maka dapat ditentukan biaya tetap di tahun 2016 adalah Rp 370.996.623.

$$\begin{aligned} \text{Rumus : } \sum Y &= n.a + b. \sum X \\ \text{Rp } 243.000 &= 5a + 10b \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rumus : } \sum XY &= a. \sum X + b. \sum (X)^2 \\ \text{Rp } 531.000 &= 10a + 30b \end{aligned}$$

Dari kedua persamaan di atas kemudian akan diperoleh:

$$a = \text{Rp}39.600$$

$$b = \text{Rp}4.500$$

Sehingga persamaan trend:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = \text{Rp}39.600 + \text{Rp}4.500X$$

Tahun (X)	Harga Pastel Per Unit (Y)	X	XY	(X) ²
2011	Rp 40.000	0	Rp 0	0
2012	Rp 45.000	1	Rp 45.000	1
2013	Rp 48.000	2	Rp 96.000	4
2014	Rp 50.000	3	Rp 150.000	9
2015	Rp 60.000	4	Rp 240.000	16
Σ	Rp 243.000	10	Rp 531.000	30

Tabel V.4. Harga Pastel Per Unit Metode Moment Tahun 2011-2015

Maka dapat dihitung proyeksi harga pastel per unit tahun 2016 yaitu:

$$\hat{Y} = \text{Rp}39.600 + \text{Rp}4.500 (5)$$

$$\hat{Y} = \text{Rp} 62.100$$

Dari perhitungan di atas maka dapat ditentukan harga pastel per unit di tahun 2016 adalah Rp 62.100.

$$\begin{aligned} \text{Rumus : } \sum Y &= n \cdot a + b \cdot \sum X \\ \text{Rp } 188.000 &= 5a + 10b \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rumus : } \sum XY &= a \cdot \sum X + b \cdot \sum (X)^2 \\ \text{Rp } 424.000 &= 10a + 30b \end{aligned}$$

Dari kedua persamaan di atas kemudian akan diperoleh:

$$a = \text{Rp}28.000$$

$$b = \text{Rp}4.800$$

Sehingga persamaan trend:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = \text{Rp}28.000 + \text{Rp}4.800X$$

Tahun (X)	Harga Roti Coklat Per Unit (Y)	X	XY	(X) ²
2011	Rp 30.000	0	Rp 0	0
2012	Rp 32.000	1	Rp 32.000	1
2013	Rp 36.000	2	Rp 72.000	4
2014	Rp 40.000	3	Rp 120.000	9
2015	Rp 50.000	4	Rp 200.000	16
Σ	Rp 188.000	10	Rp 424.000	30

Tabel V.5. Harga Roti Coklat Per Unit Metode Moment Tahun 2011-2015

Maka dapat dihitung proyeksi harga roti coklat per unit tahun 2016 yaitu:

$$\hat{Y} = \text{Rp}28.000 + \text{Rp}4.800 (5)$$

$$\hat{Y} = \text{Rp } 52.000$$

Dari perhitungan di atas maka dapat ditentukan harga roti coklat per unit di tahun 2016 adalah Rp 52.000.

$$\text{Rumus : } \sum Y = n \cdot a + b \cdot \sum X$$

$$\text{Rp } 949.338.981 = 5a + 10b$$

$$\text{Rumus : } \sum XY = a \cdot \sum X + b \cdot \sum (X)^2$$

$$\text{Rp } 2.056.347.831 = 10a + 30b$$

Dari kedua persamaan di atas kemudian akan diperoleh:

$$a = \text{Rp}158.333.822$$

$$b = \text{Rp}15.766.987$$

Sehingga persamaan trend:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = \text{Rp}158.333.822 + \text{Rp}15.766.987X$$

Tahun (X)	Biaya Variabel Produk Pastel (Y)	X	XY	(X) ²
2011	Rp 155.093.759	0	Rp 0	0
2012	Rp 179.698.778	1	Rp 179.698.778	1
2013	Rp 190.608.470	2	Rp 381.216.940	4
2014	Rp 200.319.783	3	Rp 600.959.349	9
2015	Rp 223.618.191	4	Rp 894.472.764	16
Σ	Rp 949.338.981	10	Rp 2.056.347.831	30

Tabel V.6. Biaya Variabel Produk Pastel Metode Moment Tahun 2011-2015

Maka dapat dihitung proyeksi biaya variabel produk pastel tahun 2016 yaitu:

$$\hat{Y} = \text{Rp}158.333.822 + \text{Rp}15.766.987 (5)$$

$$\hat{Y} = \text{Rp } 237.168.757$$

Dari perhitungan di atas maka dapat ditentukan biaya variabel produk pastel di tahun 2016 adalah Rp 237.168.757.

$$\text{Rumus : } \sum Y = n \cdot a + b \cdot \sum X$$

$$\text{Rp } 821.149.111 = 5a + 10b$$

$$\text{Rumus : } \sum XY = a \cdot \sum X + b \cdot \sum (X)^2$$

$$\text{Rp } 1.853.962.388 = 10a + 30b$$

Dari kedua persamaan di atas kemudian akan diperoleh:

$$a = \text{Rp}121.896.989$$

$$b = \text{Rp}21.166.417$$

Sehingga persamaan trend:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = \text{Rp}121.896.989 + \text{Rp}21.166.417X$$

Tahun (X)	Biaya Variabel Produk Roti Coklat (Y)	X	XY	(X) ²
2011	Rp 127.897.282	0	Rp 0	0
2012	Rp 137.633.784	1	Rp 137.633.784	1
2013	Rp 161.305.049	2	Rp 322.610.098	4
2014	Rp 183.533.478	3	Rp 550.600.434	9
2015	Rp 210.779.518	4	Rp 843.118.072	16
Σ	Rp 821.149.111	10	Rp 1.853.962.388	30

Tabel V.7. Biaya Variabel Produk Roti Coklat Metode Moment Tahun 2011-2015

Maka dapat dihitung proyeksi biaya variabel produk roti coklat tahun 2016 yaitu:

$$\hat{Y} = \text{Rp}121.896.989 + \text{Rp}21.166.417 (5)$$

$$\hat{Y} = \text{Rp } 227.729.074$$

Dari perhitungan di atas maka dapat ditentukan biaya variabel produk roti coklat di tahun 2016 adalah Rp 227.729.074.

$$\text{Rumus : } \sum Y = n \cdot a + b \cdot \sum X$$

$$\text{Rp } 84.097 = 5a + 10b$$

$$\text{Rumus : } \sum XY = a \cdot \sum X + b \cdot \sum (X)^2$$

$$\text{Rp } 183.825 = 10a + 30b$$

Dari kedua persamaan di atas kemudian akan diperoleh:

$$a = \text{Rp}13.693$$

$$b = \text{Rp}1.563$$

Sehingga persamaan trend:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = \text{Rp}13.693 + \text{Rp}1.563X$$

Tahun (X)	Biaya Variabel Per Unit Pastel (Y)	X	XY	(X) ²
2011	Rp 13.677	0	Rp 0	0
2012	Rp 15.599	1	Rp 15.599	1
2013	Rp 16.942	2	Rp 33.884	4
2014	Rp 17.174	3	Rp 51.522	9
2015	Rp 20.705	4	Rp 82.820	16
Σ	Rp 84.097	10	Rp 183.825	30

Tabel V.8. Biaya Variabel Per Unit Pastel Metode Moment Tahun 2011-2015

Maka dapat dihitung proyeksi biaya variabel per unit pastel tahun 2016 yaitu:

$$\hat{Y} = \text{Rp}13.693 + \text{Rp}1.563 (5)$$

$$\hat{Y} = \text{Rp } 21.508$$

Dari perhitungan di atas maka dapat ditentukan biaya variabel per unit pastel di tahun 2016 adalah Rp 21.508.

$$\text{Rumus : } \sum Y = n \cdot a + b \cdot \sum X$$

$$\text{Rp } 105.970 = 5a + 10b$$

$$\text{Rumus : } \sum XY = a \cdot \sum X + b \cdot \sum (X)^2$$

$$\text{Rp } 242.877 = 10a + 30b$$

Dari kedua persamaan di atas kemudian akan diperoleh:

$$a = \text{Rp}15.007$$

$$b = \text{Rp}3.094$$

Sehingga persamaan trend:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = \text{Rp}15.007 + \text{Rp}3.094X$$

Tahun (X)	Biaya Variabel Per Unit Roti Coklat (Y)	X	XY	(X) ²
2011	Rp 16.397	0	Rp 0	0
2012	Rp 17.477	1	Rp 17.477	1
2013	Rp 20.163	2	Rp 40.326	4
2014	Rp 22.658	3	Rp 67.974	9
2015	Rp 29.275	4	Rp 117.100	16
Σ	Rp 105.970	10	Rp 242.877	30

Tabel V.9. Biaya Variabel Per Unit Roti Coklat Metode Moment Tahun 2011-2015

Maka dapat dihitung proyeksi biaya variabel per unit roti coklat tahun 2016 yaitu:

$$\hat{Y} = \text{Rp}15.007 + \text{Rp}3.094 (5)$$

$$\hat{Y} = \text{Rp } 30.477$$

Dari perhitungan di atas maka dapat ditentukan biaya variabel per unit roti coklat di tahun 2016 adalah Rp 30.477.

V.1.2.2. Beberapa Asumsi CV Waringin Sida Rasa di Tahun 2016

Manajemen perusahaan menginginkan laba usaha di tahun 2016 sebesar Rp240.000.000. Untuk merealisasikan rencana perusahaan tersebut, maka Penulis membuat beberapa asumsi berdasarkan perhitungan peramalan di tahun 2016 menggunakan analisa trend metode moment sebelumnya. Berikut beberapa asumsi di tahun 2016.

1. Target laba usaha di tahun 2016 adalah Rp240.000.000.
2. Untuk biaya tetap di tahun 2016 diasumsikan sebesar Rp370.996.623.
3. Sedangkan, untuk biaya variabel untuk masing-masing produk pastel dan roti coklat di tahun 2016 diasumsikan sebagai berikut.
 - Biaya variabel produk pastel tahun 2016 = Rp237.168.757
 - Biaya variabel produk roti coklat tahun 2016 = Rp227.729.074
4. Harga jual diasumsikan di tahun 2016 yaitu Rp62.100/kotak untuk produk pastel dan Rp52.000/kotak untuk produk roti coklat.

Produk	Harga Jual Per unit (Pi)	Biaya Variabel (VCi)	Biaya Variabel Per Unit	Biaya Tetap (FC)	Target Laba 2016
Pastel	Rp62.100	Rp237.168.757	Rp 21.508	Rp370.996.623	Rp240.000.000
Roti Coklat	Rp52.000	Rp227.729.074	Rp 30.477		
	$\sum VC_i =$	Rp464.897.831			

Tabel V.10. Data Asumsi Tahun 2016

V.1.2.3. Menentukan Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016

Rumus Penentuan Penjualan Minimal Multi Produk:

$$\text{Penjualan minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - (\sum \text{VC}_i / S)}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan minimal (dalam Rupiah)} \\ &= \frac{\text{Rp } 370.996.623 + \text{Rp } 240.000.000}{1 - (\text{Rp } 464.897.831 / \text{Rp } 1.008.000.000)} \end{aligned}$$

$$\text{Penjualan minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{Rp } 610.996.623}{1 - (0,46120817)}$$

$$\text{Penjualan minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{Rp } 610.996.623}{0,53879183}$$

$$\text{Penjualan minimal (dalam Rupiah)} = \text{Rp } 1.134.012.413$$

V.1.2.4. Menentukan Kontribusi Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016

Rumus:

Kontribusi penjualan minimal produk i = Penjualan minimal (Rupiah) x Wi

1. Kontribusi penjualan minimal pastel

$$\begin{aligned} \text{Kontribusi penjualan minimal pastel} &= \text{Rp } 1.134.012.413 \times 0,64285714 \\ &= \text{Rp } 729.007.977 \end{aligned}$$

2. Kontribusi penjualan minimal roti coklat

$$\begin{aligned} \text{Kontribusi penjualan minimal roti coklat} &= \text{Rp } 1.134.012.413 \times 0,35714286 \\ &= \text{Rp } 405.004.436 \end{aligned}$$

**V.1.2.5. Menentukan Jumlah Penjualan Minimal Multi Produk
Tahun 2016**

Rumus:

$$\text{Jumlah Penjualan Minimal (Unit)} = \frac{\text{Kontribusi Penjualan Minimal Produk } i}{P_i}$$

1. Jumlah penjualan minimal pastel

$$\text{Jumlah penjualan minimal} = \frac{\text{Rp } 729.007.977}{\text{Rp } 62.100} = 11.739,2589 \text{ Kotak}$$

2. Jumlah penjualan minimal roti coklat

$$\text{Jumlah penjualan minimal} = \frac{\text{Rp } 405.004.436}{\text{Rp } 52.000} = 7.788,54685 \text{ Kotak}$$

**V.1.2.6. Pembuktian Penentuan Penjualan Minimal Multi Produk
Tahun 2016**

Catatan: Perhitungan pada pembuktian metode penentuan penjualan minimal adalah hasil pembulatan.

LAPORAN		
A. PENJUALAN		
Produk Pastel	11.739,2589 x Rp62.100 = Rp729.007.978	
Produk Roti Coklat	7.788,54685 x Rp52.000 = Rp405.004.436	
Total Penjualan		Rp1.134.012.414
B. BIAYA		
Biaya Tetap	Rp370.996.623	
Biaya Variabel :		
Produk Pastel	11.739,2589 x Rp21.508 = Rp252.487.980	
Produk Roti Coklat	7.788,54685 x Rp30.477 = Rp237.371.542	
Total Biaya 128		(Rp860.856.145)
C. RUGI/LABA		Rp273.156.269

Tabel V.11. Pembuktian Penentuan Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016

V.1.3. BEP Multi Produk Tahun 2016

Rumus BEP Multi Produk :

$$BEP_{rp} = \frac{FC}{\sum \left[\left(1 - \frac{VC_i}{P_i} \right) \times W_i \right]}$$

Keterangan :

- VC = Biaya variabel per unit
- P = Harga per unit
- FC = Biaya tetap
- W = Presentase setiap produk dari total penjualan
- i = Masing – masing produk

Produk	Pi	VCi	VCi/Pi	1- (VCi/Pi)	Penjualan	Wi	1- (VCi/Pi)Wi
Pastel	Rp62.100	Rp21.508	0,34634461	0,65365539	Rp729.007.977	0,6428571	0,420207037
Roti Coklat	Rp52.000	Rp30.477	0,58609615	0,41390385	Rp405.004.436	0,3571429	0,147822803
JUMLAH					Rp1.134.012.413	1	0,568029841

Tabel V.12. Data untuk BEP Tahun 2016

V.1.3.1. Menghitung BEP Rupiah Tahun 2016

$$BEP Rp = \frac{FC}{\sum \left[\left(1 - \frac{VCi}{Pi} \right) x Wi \right]}$$

Diketahui :

$$FC = Rp370.996.623$$

$$\sum \left[\left(1 - \frac{Vi}{Pi} \right) x Wi \right] = 0,568029841$$

Jawab :

$$BEP Rp = \frac{Rp370.996.623}{0,568029841}$$

$$BEP Rp = \underline{Rp653.128.755} \text{ (Total)}$$

V.1.3.2. Menghitung Kontribusi Penjualan Produk Pastel dan Produk Roti Coklat Terhadap BEP Tahun 2016

$$\text{Kontribusi Penjualan (Produk i)} = BEP rp \times Wi$$

Keterangan :

Kontribusi Penjualan (Produk i) = Kontribusi Penjualan dalam satuan Rupiah pada Produk i

BEP Rp = Titik impas dalam satuan Rupiah Total

Wi = Presentase setiap produk dari total penjualan

1. Kontribusi Penjualan Produk Pastel Terhadap BEP

Diketahui :

$$\begin{aligned} \text{BEP Rp} &= \text{Rp}653.128.755 \\ \text{W Pastel} &= 0,64285714 \end{aligned}$$

Jawab :

$$\begin{aligned} \text{Kontribusi penjualan produk pastel} &= \text{Rp}653.128.755 \times 0,64285714 \\ &= \underline{\text{Rp} 419.868.483} \end{aligned}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Pastel} = \frac{\text{Rp} 419.868.483}{\text{Rp} 62.100}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Pastel} = 6.761,1672 \text{ Kotak}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Pastel} = 6.761 \text{ Kotak (dibulatkan)}$$

2. Kontribusi Penjualan Produk Roti Coklat Terhadap BEP

Diketahui :

$$\begin{aligned} \text{BEP Rp} &= \text{Rp}653.128.755 \\ \text{W Roti Coklat} &= 0,35714286 \end{aligned}$$

Jawab :

$$\begin{aligned} \text{Kontribusi penjualan produk Roti Coklat} &= \text{Rp}653.128.755 \times 0,35714286 \\ &= \underline{\text{Rp} 233.260.272} \end{aligned}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Roti Coklat} = \frac{\text{Rp} 233.260.272}{\text{Rp} 52.000}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Roti Coklat} = 4.485,77446 \text{ Kotak}$$

$$\text{Jumlah Penjualan Unit Produk Roti Coklat} = 4.486 \text{ Kotak (dibulatkan)}$$

V.1.3.3. Pembuktian BEP Tahun 2016

Tabel V.13. Pembuktian BEP Tahun 2016

V.1.4. Margin of Safety Tahun 2016

Rumus :

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

LAPORAN		
A. PENJUALAN		
Produk Pastel	6.761,1672 x Rp62.100 = Rp419.868.483	
Produk Roti Coklat	4.485,77446 x Rp52.000 = Rp233.260.272	
Total Penjualan		Rp653.128.755
B. BIAYA		
Biaya Tetap	Rp370.996.623	
Biaya Variabel :		
Produk Pastel	6.761,1672 x Rp21.508 = Rp145.419.184	
Produk Roti Coklat	4.485,77446 x Rp30.477 = Rp136.712.948	
Total Biaya		(Rp653.128.755)
C. RUGI/LABA		Rp 0

Keterangan :

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

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

Penjualan Tingkat BEP = Titik impas dalam satuan Rupiah

Diketahui :

Penjualan yang direncanakan = Rp 1.134.012.413

Penjualan Tingkat BEP = Rp 653.128.755

Jawab :

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Rp } 1.134.012.413 - \text{Rp } 653.128.755}{\text{Rp } 1.134.012.413} \times 100\%$$

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Rp } 480.883.658}{\text{Rp } 1.134.012.413} \times 100\%$$

$$\text{Margin of Safety} = 0,42405502 \times 100\%$$

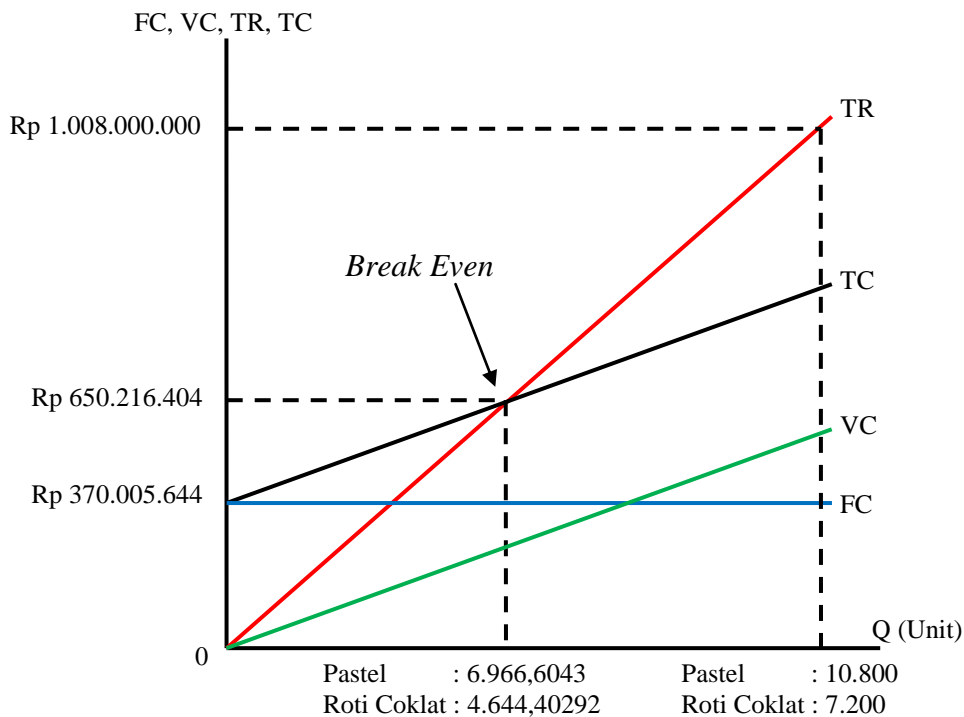
$$\text{Margin of Safety} = 42,405502\%$$

V.2. Pembahasan

V.2.1. Penggolongan Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Biaya Semivariabel

Berdasarkan data realisasi laporan keuangan CV Waringin Sida Rasa dapat diketahui data biaya tahun 2015. Selanjutnya data biaya tersebut digolongkan ke dalam biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel. Total biaya variabel tahun 2015 adalah Rp434.397.709 sedangkan untuk biaya tetap sebesar Rp370.005.644. Lalu juga ada biaya semivariabel pada CV Waringin Sida Rasa yang telah dipisahkan ke biaya tetap dan biaya variabel dengan metode *High Low Point* (Titik Tertinggi dan Terendah).

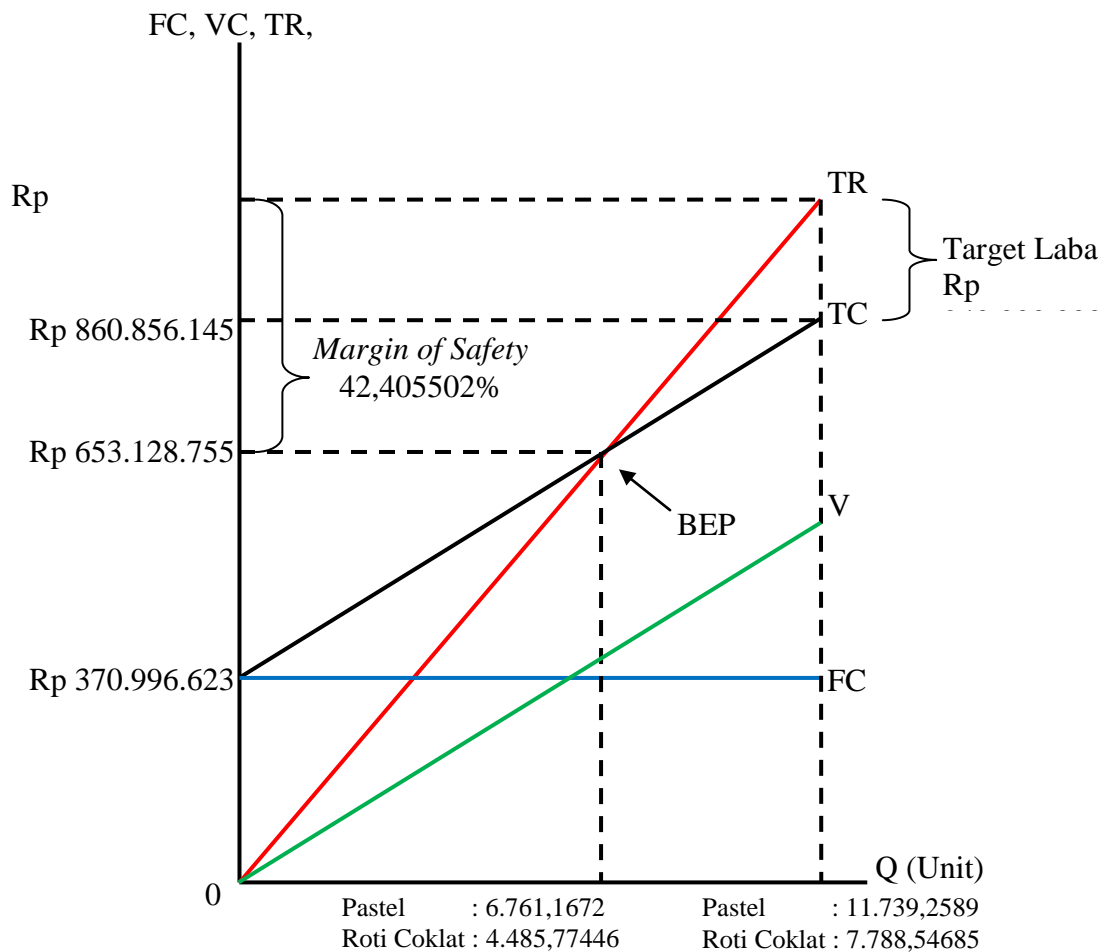
V.2.2. Penghitungan *Break Even Point* Multi Produk Tahun 2015



Gambar V.1. Grafik BEP Multi Produk Tahun 2015

Berdasarkan penghitungan *Break Even Point* menggunakan data perusahaan tahun 2015 diketahui titik impas tahun 2015 dimana $TR = TC$ berada pada titik penjualan produk pastel = 6.966,6043 unit (pembulatan 6.967 Unit) dan produk roti coklat = 4.644,40292 unit (pembulatan 4.644 unit) dengan biaya total sama dengan pendapatan total yaitu sebesar Rp 650.216.404.

V.2.3. Perencanaan Laba Tahun 2016 dengan Menggunakan Metode Penentuan Penjualan Minimal, *Break Even Point*, dan *Margin of Safety* (MOS)



Gambar V.2. Grafik Penjualan Minimal, BEP, dan MOS Tahun 2016

Agar pada tahun 2016 dapat tercapai laba yang diinginkan perusahaan yaitu sebesar Rp240.000.000, maka digunakan penentuan penjualan minimal. Untuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan sebesar Rp240.000.000 perusahaan harus memproduksi dan menjual produk pastel sebanyak 11.739,2589 kotak (pembulatan 11.739 kotak) dan produk roti coklat sebanyak 7.788,54685 kotak (pembulatan 7.788 kotak), dengan penjualan total yang didapatkan oleh perusahaan sebesar Rp1.134.012.413 yang terdiri dari kontribusi penjualan produk pastel : Rp729.007.977 dan kontribusi penjualan produk roti coklat : Rp405.004.436 dan biaya total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp860.856.145.

Berdasarkan penghitungan penentuan penjualan minimal di atas maka diketahui titik impas atau *Break Even Point* tahun 2016 dimana $TR = TC$ berada pada titik penjualan produk pastel = 6.761,1672 kotak (pembulatan 6.761 kotak) dan produk roti coklat = 4.485,77446 kotak (pembulatan 4.486 kotak) dengan biaya total sama dengan pendapatan total yaitu sebesar Rp653.128.755.

Margin of Safety atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan adalah 42,405502% dari penjualan yang direncanakan, atau dengan kata lain volume penjualan yang dicapai tidak boleh turun melebihi Rp480.883.656 dari penjualan yang direncanakan yaitu sebesar Rp1.134.012.413 agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1. Kesimpulan

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

1. Dari perhitungan pada Bab V dapat diketahui *Break Even Point* tahun 2016 dimana $TR = TC$ berada pada titik penjualan produk pastel sebanyak 6.761 kotak dan produk roti coklat sebanyak 4.486 kotak dengan biaya total sama dengan pendapatan total yaitu sebesar Rp653.128.755 yang terdiri dari kontribusi penjualan produk pastel sebesar Rp419.868.483 dan kontribusi penjualan produk roti coklat sebesar Rp233.260.272.
2. Laba yang diinginkan oleh perusahaan di tahun 2016 yaitu sebesar Rp240.000.000. Jumlah produk yang harus diproduksi dan dijual perusahaan untuk memperoleh laba tersebut di tahun 2016 yaitu produk pastel sebanyak 11.739 unit dan produk roti coklat sebanyak 7.788 unit, dengan pendapatan total yang didapatkan oleh perusahaan sebesar Rp1.134.012.413 yang terdiri dari kontribusi penjualan produk pastel sebesar Rp729.007.977 dan kontribusi penjualan produk roti coklat sebesar Rp405.004.436, dan biaya total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp860.856.145.
3. *Margin of Safety* atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan tahun 2016 adalah 42,405502% dari penjualan yang direncanakan, atau dengan kata lain volume penjualan yang dicapai tidak boleh turun melebihi Rp480.883.656 dari penjualan yang direncanakan yaitu sebesar Rp1.134.012.413.

VI.2. Saran

Saran yang diberikan oleh penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

- Perusahaan harus melakukan perhitungan titik impas atau *Break Even Point* jika pemilik perusahaan ingin merencanakan laba di tahun 2016. Agar tercapai *Break Even Point* di tahun 2016 perusahaan harus memproduksi dan menjual produk pastel sebanyak 6.761 unit dan produk roti coklat sebanyak 4.486 unit dengan biaya total sama dengan pendapatan total yaitu sebesar Rp653.128.755.
- Agar perusahaan dapat mencapai laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp240.000.000 di tahun 2016 maka perusahaan harus memproduksi dan menjual produk pastel sebanyak 11.739 unit dan produk roti coklat sebanyak 7.788 unit di tahun 2016 dengan pendapatan total yang didapatkan oleh perusahaan sebesar Rp1.134.012.413 dan biaya total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp860.856.145.
- Perusahaan hendaknya melakukan perhitungan *margin of safety* agar perusahaan dapat menentukan seberapa besar batas aman penurunan penjualan produk untuk tahun 2016. *Margin of safety* atau batas aman perusahaan di tahun 2016 yaitu 42,405502%, dengan kata lain volume penjualan perusahaan yang dicapai tidak boleh turun melebihi Rp480.883.656 dari penjualan yang direncanakan yaitu sebesar Rp1.134.012.413 agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan dan Marwan Asri. 2013. *Anggaran Perusahaan Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Carter, William K. dan Milton F. Usry. 2004. *Akuntansi Biaya Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hery. 2012. *Cara Mudah Memahami Akuntansi: Inti Sari Konsep Dasar Akuntansi*. Jakarta: Prenada.
- Husnan, Suad. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang) Edisi Keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Riyanto, Bambang. 2013. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan Edisi Keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sjahrial, Dermawan dan Djahotman Purba. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tanupruwito, Djoni dan Said Khaerul. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Hartomo Media Pustaka.
- The, Ishak dan Arief Sugiono. 2015. *Akuntansi Informasi dalam Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT Grasindo.

CV WARINGIN SIDA RASA
PEMISAHAN BIAYA LISTRIK
TAHUN 2015

Bulan	Volume Produksi	Biaya Listrik
1	1.834	Rp 3.345.700
2	2.454	Rp 4.944.400
3	1.735	Rp 3.354.300
4	1.015	Rp 1.962.300
5	1.445	Rp 2.493.700
6	2.183	Rp 4.520.500
7	1.546	Rp 2.988.900
8	1.430	Rp 2.464.700
9	989	Rp 2.112.100
10	1.631	Rp 2.953.300
11	1.032	Rp 1.995.200
12	706	Rp 1.664.900
Σ	18.000	Rp 34.800.000

Keterangan	Jumlah Produksi	Biaya Listrik
Titik Tertinggi	2.454	Rp 4.944.400
Titik Terendah	706	Rp 1.664.900
Selisih	1.748	Rp 3.279.500

Biaya Variabel = Rp 3.279.500 : 1.748

Biaya Tetap

= Rp 1.876,14416/unit

Biaya Variabel Per Tahun

Rp 1.876,14416 x 18.000 = Rp 33.770.594,9

Keterangan	Rendah	Tinggi
Total Biaya Listrik	Rp 1.664.900	Rp 4.944.400
Biaya Variabel Rp1.876,14416/unit	Rp1.324.557,8	Rp4.604.057,8
Biaya Tetap Per Bulan	Rp 340.342,2	Rp 340.342,2
Biaya Tetap Per Tahun	Rp 4.084.106,4	

Tabel IV.30. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2015

CV WARINGIN SIDA RASA
 PEMISAHAN BIAYA PEMELIHARAAN MESIN& PERALATAN
 TAHUN 2015

Bulan	Volume Produksi	Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan
1	1.834	Rp 371.000
2	2.454	Rp 489.500
3	1.735	Rp 340.500
4	1.015	Rp 211.000
5	1.445	Rp 273.000
6	2.183	Rp 423.000
7	1.546	Rp 321.000
8	1.430	Rp 267.000
9	989	Rp 205.000
10	1.631	Rp 318.500
11	1.032	Rp 214.000
12	706	Rp 166.500
Σ	18.000	Rp 3.600.000

Keterangan	Jumlah Produksi	Biaya
Titik Tertinggi	2.454	Rp 489.500
Titik Terendah	706	Rp 166.500
Selisih	1.748	Rp 323.000

Biaya Variabel = Rp 323.000 : 1.748

Biaya Tetap

= Rp 184,7826/unit

Biaya Variabel Per Tahun

Rp 184,7826 x 18.000 = Rp 3.326.086,8

Keterangan	Rendah	Tinggi
Total Biaya	Rp 166.500	Rp 489.500
Biaya Variabel Rp184,7826/unit	Rp 130.456,5	Rp 453.456,5
Biaya Tetap Per Bulan	Rp 36.043,5	Rp 36.043,5
Biaya Tetap Per Tahun	Rp 432.522	

Tabel IV.31. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan Tahun 2015

CV WARINGIN SIDA RASA

PEMISAHAN BIAYA TELEPON
TAHUN 2015

Bulan	Volume Produksi	Biaya Telepon
1	1.834	Rp 228.500
2	2.454	Rp 285.700
3	1.735	Rp 216.100
4	1.015	Rp 116.400
5	1.445	Rp 182.200
6	2.183	Rp 231.900
7	1.546	Rp 192.600
8	1.430	Rp 178.100
9	989	Rp 103.200
10	1.631	Rp 203.200
11	1.032	Rp 124.200
12	706	Rp 97.900
Σ	18.000	Rp 2.160.000

Keterangan	Jumlah Produksi	Biaya
Titik Tertinggi	2.454	Rp 285.700
Titik Terendah	706	Rp 97.900
Selisih	1.748	Rp 187.800

Biaya Variabel = Rp 187.800 : 1.748

Biaya Tetap

= Rp 107,4371/unit

Biaya Variabel Per Tahun

Rp 107,4371 x 18.000 = Rp 1.933.867,8

Keterangan	Rendah	Tinggi
Total Biaya	Rp 97.900	Rp 285.700
Biaya Variabel Rp107,4371/unit	Rp 75.850,6	Rp 263.650,6
Biaya Tetap Per Bulan	Rp 22.049,4	Rp 22.049,4
Biaya Tetap Per Tahun		Rp 264.592,8

Tabel IV.32. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Telepon Tahun 2015

CV WARINGIN SIDA RASA
PEMISAHAN BIAYA GAS LPG 3 KG

TAHUN 2015

Bulan	Volume Produksi	Biaya Gas LPG 3kg
1	1.834	Rp 551.000
2	2.454	Rp 741.000
3	1.735	Rp 532.000
4	1.015	Rp 304.000
5	1.445	Rp 437.000
6	2.183	Rp 665.000
7	1.546	Rp 475.000
8	1.430	Rp 437.000
9	989	Rp 304.000
10	1.631	Rp 494.000
11	1.032	Rp 304.000
12	706	Rp 228.000
Σ	18.000	Rp 5.472.000

Keterangan	Jumlah Produksi	Biaya
Titik Tertinggi	2.454	Rp 741.000
Titik Terendah	706	Rp 228.000
Selisih	1.748	Rp 513.000

Biaya Variabel = Rp 513.000 : 1.748

Biaya Tetap

= Rp 293,4783/unit

Biaya Variabel Per Tahun

Rp 293,4783 x 18.000 = Rp 5.282.609,4

Keterangan	Rendah	Tinggi
Total Biaya	Rp 228.000	Rp 741.000
Biaya Variabel Rp293,4783/unit	Rp 207.195,7	Rp 720.195,7
Biaya Tetap Per Bulan	Rp 20.804,3	Rp 20.804,3
Biaya Tetap Per Tahun	Rp 249.651,6	

Tabel IV.33. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Gas LPG 3kg Tahun 2015

CV WARINGIN SIDA RASA
 PEMISAHAN BIAYA BAHAN BAKAR MINYAK
 TAHUN 2015

Bulan	Volume Produksi	Biaya Bahan Bakar Minyak
1	1.834	Rp 1.467.200
2	2.454	Rp 1.826.200
3	1.735	Rp 1.388.000
4	1.015	Rp 812.000
5	1.445	Rp 1.156.000
6	2.183	Rp 1.746.400
7	1.546	Rp 1.236.800
8	1.430	Rp 1.144.000
9	989	Rp 791.200
10	1.631	Rp 1.304.800
11	1.032	Rp 825.600
12	706	Rp 701.800
Σ	18.000	Rp 14.400.000

Keterangan	Jumlah Produksi	Biaya
Titik Tertinggi	2.454	Rp 1.826.200
Titik Terendah	706	Rp 701.800
Selisih	1.748	Rp 1.124.400

Biaya Variabel = Rp 1.124.400 : 1.748

Biaya Tetap

= Rp 643,249428/unit

Biaya Variabel Per Tahun

Rp 643,249428 x 18.000 = Rp 11.578.489,7

Keterangan	Rendah	Tinggi
Total Biaya	Rp 701.800	Rp 1.826.200
Biaya Variabel	Rp	Rp
Rp643,249428/unit	454.134,1	1.578.534,1
Biaya Tetap Per Bulan	Rp 247.665,9	Rp 247.665,9
Biaya Tetap Per Tahun	Rp 2.971.990,8	

Tabel IV.34. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Bahan Bakar Minyak Tahun 2015

CV WARINGIN SIDA RASA

PEMISAHAN BIAYA PEMELIHARAAN KENDARAAN MOBIL

TAHUN 2015

Bulan	Volume	Biaya Pemeliharaan
-------	--------	--------------------

	Produksi	Kendaraan Mobil
1	1.834	Rp 326.000
2	2.454	Rp 403.300
3	1.735	Rp 308.400
4	1.015	Rp 180.400
5	1.445	Rp 256.900
6	2.183	Rp 388.200
7	1.546	Rp 274.800
8	1.430	Rp 254.200
9	989	Rp 175.800
10	1.631	Rp 290.000
11	1.032	Rp 183.500
12	706	Rp 158.500
Σ	18.000	Rp 3.200.000

Biaya Variabel = Rp 1.124.400 : 1.748

Biaya Tetap

= Rp 140,045767/unit

Biaya Variabel Per Tahun

Rp 140,045767 x 18.000 = Rp 2.520.823,8

Keterangan	Jumlah Produksi	Biaya
Titik Tertinggi	2.454	Rp 403.300
Titik Terendah	706	Rp 158.500
Selisih	1.748	Rp 244.800

Keterangan	Rendah	Tinggi
Total Biaya	Rp 158.500	Rp 403.300
Biaya Variabel Rp140,045767/unit	Rp 98.872,3	Rp 343.672,3
Biaya Tetap Per Bulan	Rp 59.627,7	Rp 59.627,7
Biaya Tetap Per Tahun	Rp 715.532,4	

Tabel IV.35. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil Tahun 2015

CV WARINGIN SIDA RASA
PEMISAHAN BIAYA PEMELIHARAAN INVENTARIS KANTOR
TAHUN 2015

Bulan	Volume Produksi	Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor
1	1.834	Rp 22.400

2	2.454	Rp 28.000
3	1.735	Rp 21.200
4	1.015	Rp 12.400
5	1.445	Rp 17.700
6	2.183	Rp 26.700
7	1.546	Rp 18.900
8	1.430	Rp 17.500
9	989	Rp 12.200
10	1.631	Rp 20.000
11	1.032	Rp 12.600
12	706	Rp 10.400
Σ	18.000	Rp 220.000

Biaya Variabel = Rp 17.600 : 1.748

Biaya Tetap

= Rp 10,06865/unit

Biaya Variabel Per Tahun

Rp 10,06865 x 18.000 = Rp 181.235,7

Keterangan	Jumlah Produksi	Biaya
Titik Tertinggi	2.454	Rp 28.000
Titik Terendah	706	Rp 10.400

Keterangan	Rendah	Tinggi
Selisih	1.748	17.600
Total Biaya	Rp 10.400	Rp 28.000
Biaya Variabel Rp10,06865/unit	Rp 7.108,5	Rp 24.708,5
Biaya Tetap Per Bulan	Rp 3.291,5	Rp 3.291,5
Biaya Tetap Per Tahun	Rp 39.498	

Tabel IV.36. Perhitungan Biaya Semivariabel Pemisahan Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor Tahun 2015

Hasil Pemisahan Biaya Semivariabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2015

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya Listrik	Rp 4.084.106	Rp 33.770.595
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	Rp 432.522	Rp 3.326.087
Biaya Telepon	Rp 264.593	Rp 1.933.868
Biaya Gas LPG 3 Kg	Rp 249.652	Rp 5.282.609
Biaya Bahan Bakar Minyak	Rp 2.971.991	Rp 11.578.490
Biaya Pemeliharaan Kendaraan Mobil	Rp 715.532	Rp 2.520.824
Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor	Rp 39.498	Rp 181.236

Sumber :
Pengolahan Data
Tabel IV.37.
Hasil Pemisahan

Hasil Pemisahan Biaya Semivariabel CV Waringin Sida Rasa Tahun 2015

LAMPIRAN

**LAPORAN PERUBAHAN MODAL
CV WARINGIN SIDA RASA
2011–2015 (dalam Rupiah)**

KETERANGAN	TAHUN			
	2011	2012	2013	2014
Modal awal	210,000,000	219,199,650	247,594,100	270,913,150
Penambahan:				
Laba setelah pajak	34,199,650	78,394,450	98,319,050	148,334,650
Modal setelah penambahan	244,199,650	297,594,100	345,913,150	419,247,800
Pengurangan:				
Prive	25,000,000	50,000,000	75,000,000	100,000,000
Modal akhir	219,199,650	247,594,100	270,913,150	319,247,800

**LAPORAN NERACA
CV WARINGIN SIDA RASA
2011–2015**

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
AKTIVA					
Aktiva Lancar:					
Kas	Rp 261.112.400	Rp 378.099.250	Rp 536.900.500	Rp 736.161.950	Rp 1.010.950
Persed. Bahan Baku	Rp 12.525.000	Rp 11.570.000	Rp 8.920.000	Rp 10.750.000	Rp 14.940.000
Persed. Barang Jadi	-	-	-	-	-
Piutang Usaha	-	-	-	-	-
Total Aktiva Lancar	Rp 273.637.400	Rp 389.669.250	Rp 545.820.500	Rp 746.911.950	Rp 1.025.890
Aktiva Tetap Berwujud					
Tanah	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000
Bangunan	Rp 250.000.000	Rp 250.000.000	Rp 250.000.000	Rp 250.000.000	Rp 250.000.000
Akum. Penyusutan	Rp 90.000.000	Rp 100.000.000	Rp 110.000.000	Rp 120.000.000	Rp 130.000.000
Nilai Buku	Rp 160.000.000	Rp 150.000.000	Rp 140.000.000	Rp 130.000.000	Rp 120.000.000
Mesin	Rp 51.725.000	Rp 51.725.000	Rp 51.725.000	Rp 51.725.000	Rp 51.725.000
Akum. Penyusutan	Rp 23.276.250	Rp 25.862.500	Rp 28.448.750	Rp 31.035.000	Rp 33.620.000
Nilai Buku	Rp 28.448.750	Rp 25.862.500	Rp 23.276.250	Rp 20.690.000	Rp 18.100.000
Peralatan	Rp 7.030.000	Rp 7.030.000	Rp 7.030.000	Rp 7.030.000	Rp 7.030.000
Akum. Penyusutan	Rp 3.163.500	Rp 3.515.000	Rp 3.866.500	Rp 4.218.000	Rp 4.560.000

Nilai Buku	Rp 3.866.500	Rp 3.515.000	Rp 3.163.500	Rp 2.812.000	Rp 2.466.000
Inventaris Kantor	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000
Akum.Penyusutan	Rp 2.800.000	Rp 3.500.000	Rp 4.200.000	Rp 4.900.000	Rp 5.600.000
Nilai Buku	Rp 4.200.000	Rp 3.500.000	Rp 2.800.000	Rp 2.100.000	Rp 1.400.000
Kendaraan	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000
Akumulasi Penyusutan	Rp 45.000.000	Rp 60.000.000	Rp 75.000.000	Rp 90.000.000	Rp 105.000.000
Nilai Buku	Rp 105.000.000	Rp 90.000.000	Rp 75.000.000	Rp 60.000.000	Rp 45.000.000
Total Aktiva Tetap Berwujud	Rp 301.515.250	Rp 272.877.500	Rp 244.239.750	Rp 215.602.000	Rp 186.966.000
Aktiva Tetap Tak Berwujud					
Dokumen Surat	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000
Akum. Penyusutan	Rp 3.200.000	Rp 4.000.000	Rp 800.000	Rp 1.600.000	Rp 2.400.000
Aktiva Tetap Tak Berwujud	Rp 800.000	-	Rp 3.200.000	Rp 2.400.000	Rp 1.600.000
TOTAL AKTIVA (1+2+3)	Rp 575.952.650	Rp 662.546.750	Rp 793.260.250	Rp 964.913.950	Rp 1.214.456.000
PASSIVA					
Hutang Lancar					
Hutang dagang	-	-	-	-	-
Hutang Bank jangka pendek	-	-	-	-	-
Hutang lain-lain	-	-	-	-	-
Hutang Jangka Panjang					
Kredit modal kerja	-	-	-	-	-
Kredit investasi	-	-	-	-	-
Total Hutang (1+2)	-	-	-	-	-
Modal Sendiri					
Total Modal	Rp 575.952.650	Rp 662.546.750	Rp 793.260.250	Rp 964.913.950	Rp 1.214.456.000
TOTAL PASSIVA (1+2+3)	Rp 575.952.650	Rp 662.546.750	Rp 793.260.250	Rp 964.913.950	Rp 1.214.456.000