

**“ANALISIS BREAK EVENT POINT UNTUK  
MERENCANAKAN PENJUALAN MAINAN KAYU  
PADA CV MAINANKAYU.COM”**

Tugas Akhir

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Akademik Program Pendidikan Diploma IV

Program Studi Manajemen Bisnis Industri

Politeknik STMI d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Kementerian Perindustrian RI



DI SUSUN OLEH

NAMA : SANTI WIJAYANTI

NIM : 1712007

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

POLITEKNIK STMI JAKARTA

d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

2016

**POLITEKNIK STMI JAKARTA**  
**d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**  
**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL TUGAS AKHIR :**

**“ANALISIS *BREAK EVENT POINT* UNTUK MERENCANAKAN PENJUALAN  
MAINAN KAYU PADA CV MAINANKAYU.COM”**

DISUSUN OLEH :

Nama : Santi Wijayanti  
Nim : 1712007  
Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

Telah diuji oleh tim penguji sidang tugas akhir program studi Manajemen Bisnis Industri Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri pada hari Kamis 03 November 2016.

Kamis, 03 November 2016

Penguji 1

Penguji 2

(Drs. P. Immanuel Bangun, MM)

(Drs. Parlindungan Pardosi, MM)

Penguji 3

Penguji 4

(Drs. Marison Sitorus, MM)

(Drs. Atang Sugiyono, M.Si)

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SANTI WIJAYANTI

NIM : 1712007

Berstatus sebagai mahasiswa jurusan Program Studi Manajemen Bisnis Industri di POLITEKNIK STMI Kementerian Perindustrian RI, dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul “**ANALISIS BREAK EVENT POINT UNTUK MERENCANAKAN PENJUALAN MAINAN KAYU PADA CV MAINANKAYU.COM**”

Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survei lapangan, assistensi dengan dosen pembimbing maupun assistensi dosen pembimbing, serta buku-buku maupun jurnal-jurnal ilmiah yang menjadi bahan acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.

- **Bukan** merupakan hasil duplikasi karya tulis yang sudah diduplikasikan atau yang telah dipakai sebelumnya untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas / Perguruan Tinggi lain, kecuali yang telah disebutkan sumbernya dan dicantumkan pada referensi karya Tugas Akhir ini.
- **Bukan** merupakan karya tulis hasil terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir ini.

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

Jakarta, Oktober 2016  
Yang Membuat Pernyataan

(Santi Wijayanti)

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur alhamdulillah kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan rahmat karunia-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir pada CV Mainankayu.com yang terletak di Jl. Budaya No 15 Rt 010/006 Batu Ampar Kramat Jati – Jakarta Timur. Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program Diploma IV pada POLITEKNIK STMI JAKARTA d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI Jakarta Pusat, jurusan Manajemen Bisnis industri.

Dalam kesempatan ini penyusun menjelaskan laporan yang berjudul “ANALISIS *BREAK EVENT POINT* UNTUK MERENCANAKAN PENJUALAN MAINAN KAYU PADA CV MAINANKAYU.COM”, sehingga diharapkan dengan tersusunnya Tugas Akhir ini maka dapat memberikan bahan untuk lebih memperluas wawasan pengetahuan bagi penyusun maupun mahasiswa pada umumnya.

Penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih penyusun sampaikan kepada:

- Bapak Mustofa sebagai Direktur Politeknik STMI Jakarta.
- Bapak Drs. Mulyono, M.M selaku ketua Prodi Manajemen Bisnis Industri.
- Bapak Yulius selaku Sekertaris Prodi Manajemen Bisnis Industri
- Bapak Drs. Atang Sugiyono, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan serta bimbingannya.
- Bapak Drs. Achmad Zawawi, M.A., M.M sebagai dosen wali dari semester awal.
- Bapak Drs. P. Immanuel Bangun, MM, Drs. Parlindungan Pardosi, MM dan Drs. Marison Sitorus, MM selaku dosen penguji sidang.
- Bapak Thamrin dan Ibu Patra Suzanti selaku pemilik perusahaan CV Mainankayu.com yang telah mengizinkan saya untuk Praktik Kerja Lapangan serta membantu dan mempermudah penyusunan untuk penyelesaian Tugas Akhir ini.

- Rekan-rekan seperjuangan Manajemen Bisnis Industri (MBI) 2012 yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penyusun.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih ada kekurangan mengingat kami dalam taraf belajar. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penyusun harapkan.

Akhirnya penyusun hanya mengharapkan agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang berkepentingan.

Jakarta, Agustus 2016

Santi Wijayanti

## ABSTRAK

Perencanaan penjualan merupakan hal paling penting bagi perusahaan, karena berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Oleh karena itu manajemen memerlukan suatu alat bantu didalam menyusun perencanaan penjualan yaitu analisis *break even point*. Atas dasar inilah penulis mengadakan penelitian dan menyajiakan dalam suatu Tugas Akhir dengan judul “Analisis *Break Event Point* Untuk Merencanakan Penjualan Mainan Kayu Pada CV Mainankayu.com”, yang bertujuan untuk menentukan volume penjualan dengan menghitung titik impas dan target penjualan. Hasil dari penelitian untuk tahun 2016 didapat bahwa besarnya biaya variabel Rp. 1.457.412.450 Sedangkan untuk biaya tetap Rp. 232.116.334. Dari perhitungan *Break Even Point* (BEP) CV Mainankayu.com, tahun 2016 dapat telah diketahui BEP terjadi pada tingkat produksi jenis Nobie Truk Pengungkit sebesar 1.704 unit dengan nilai penjualan sebesar 1.427.088 dan untuk produk jenis Nobie Alur Kawat sebesar 1.704 unit dengan nilai penjualan sebesar 1.427.088. Untuk tahun 2016 apabila perusahaan menginginkan keuntungan sebesar 1.000.000.000, maka perusahaan harus dapat menjual produknya sebesar Rp. 738.301.608 untuk keseluruhan produk. Masing-masing produk memiliki kontribusi penjualan, Jadi untuk produk Nobie Truk Pengungkit sebesar Rp. 342.198.867 atau 854 unit dan produk Nobie Alur Kawat sebesar Rp. 657.801.132 atau 1.624 unit.

**Kata Kunci : Semi Variabel, Biaya Tetap, Biaya Variabel, *Break Event Point*, Target Penjualan**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	II	
LEMBAR KEASLIAN .....	III	IV
LEMBAR BIMBINGAN .....	iv	
ABSTRAKSI .....	v	
KATA PENGANTAR .....	vi	
DAFTAR ISI .....	viii	
DAFTAR TABEL .....	xii	
DAFTAR GAMBAR .....	viv	
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1	
1.2 Rumusan Masalah .....	3	
1.3 Batasan Masalah .....	3	
1.4 Tujuan Penelitian .....	3	
1.5 Manfaat Penelitian .....	4	
1.6 Sistematika Penulisan .....	4	
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>	
2.1 Break Event Point .....	6	
2.1.1 Persyaratan Yang Diperlukan Dalam Analisis Break Event Point .....	7	
2.1.2 Biaya .....	8	
2.1.3 Analisis Perilaku Biaya.....	9	
2.1.4 Metode Perhitungan Titik Impas (BEP) .....	11	
2.1.5 Margin Kontribusi.....	12	
2.1.6 Penentuan Penjualan Minimum .....	13	

2.2	Aspek Produksi .....	13
2.3	Aspek Pemasaran .....	16
2.4	Aspek Keuangan .....	19
2.5	Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>26</b>
3.1	Jenis Data .....	26
3.2	Sumber Data.....	26
3.3	Motode Pengumpulan Data.....	29
3.4	Metode Pengolahan Data .....	30
3.5	Teknik Analisis Data.....	30
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>		<b>32</b>
4.1	Profil Perusahaan .....	32
4.1.1	Sejarah Mainan Kayu.....	33
4.1.2	Sejarah Pendiri Perusahaan.....	34
4.1.3	Lokasi Perusahaan .....	38
4.1.4	Struktur Organisasi .....	38
4.1.5	Deskripsi Pekerjaan .....	39
4.1.6	Pekerja Bagian Produksi .....	41
4.2	Aspek Produksi .....	42
4.2.1	Bahan Baku dan Penolong .....	43
4.2.2	Mesin dan Peralatan .....	43
4.2.3	Proses Produksi.....	47
4.2.4	Layout Perusahaan .....	52
4.2.5	Layout Produksi .....	53
4.2.6	Biaya Produksi CV Mainankayu.com.....	54
4.3	Aspek Pemasaran .....	56
4.3.1	Segmentasi Pasar .....	56
4.3.2	Saluran Distribusi.....	56
4.3.3	Kegiatan Promosi Perusahaan.....	58

4.3.4 Fungsi Pemasaran Perusahaan .....	59
4.3.5 Biaya Pemasaran .....	62
4.4 Aspek Personalia .....	63
4.4.1 Perekrutan dan Penempatan Karyawan .....	63
4.4.2 Penilaian Kinerja (Evaluasi) .....	66
4.4.3 Pelatihan dan Pengembangan Karyawan .....	66
4.4.4 Kompensasi .....	67
4.5 Aspek Keuangan .....	68
4.5.1 Dana Penjualan .....	68
4.5.2 Harga Pokok Penjualan .....	70
4.5.3 Laporan Perubahan Modal .....	71
4.5.4 Neraca .....	72
4.5.5 Laporan Laba Rugi .....	74
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>75</b>
5.1 Pengelompokan Biaya .....	75
5.1.1 Biaya Semi Variabel .....	75
5.1.2 Biaya Tetap (FC) .....	80
5.1.3 Biaya Variabel (VC) .....	81
5.2 Perhitungan Break Event Point .....	82
5.2.1 Break Event Point 2011-2015 .....	82
5.2.2 Break Event Point 2016 .....	84
5.2.3 Kontribusi Penjualan .....	86
5.2.4 Target Penjualan .....	89
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>93</b>
6.1 Kesimpulan .....	93
6.2 Saran .....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Produksi .....	42
Tabel 4.2 Mesin Produksi .....	44
Tabel 4.3 Budget dan Realisasi Produksi.....	54
Tabel 4.4 Biaya Promosi CV Mainankayu.com 2011-2015 .....	59
Tabel 4.5 Biaya Pemasaran .....	62
Tabel 4.6 Tenaga Kerja .....	64
Tabel 4.7 Data Penjualan .....	68
Tabel 4.8 Harga Pokok Penjualan .....	70
Tabel 4.9 Laporan Perubahan Modal .....	71
Tabel 4.10 Neraca .....	72
Tabel 4.11 Laporan Laba Rugi.....	74
Tabel 5.1 Biaya Pemeliharaan Mesin.....	75
Tabel 5.2 Titik Tertinggi dan Terendah Biaya Pemeliharaan Mesin .....	76
Tabel 5.3 Biaya Listrik, Air dan Telpon .....	77
Tabel 5.4 Titik Tertinggi dan Terendah Biaya Listrik, Air dan Telpon.....	78
Tabel 5.5 Biaya Tetap (FC) 2011-2015 .....	80
Tabel 5.6 Biaya Variabel (VC) 2011-2015 .....	81
Tabel 5.7 Break Event Point 2011-2015 .....	82
Tabel 5.8 Fixed Cost Tahun 2016.....	84
Tabel 5.9 Variabel Cost 2016.....	85
Tabel 5.10 TVC dan TR 2011-2015 .....	85
Tabel 5.11 Kontribusi Penjualan .....	86
Tabel 5.12 Harga Prodak Nobie Truk Pengungkit.....	87
Tabel 5.13 Harga Prodak Nobie Alur Kawat .....	87
Tabel 5.14 Hasil Penjualan TR .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	39
Gambar 4.2 Mesin Radial Um .....	44
Gambar 4.3 Mesin Gergaji Siku.....	44
Gambar 4.4 Mesin Player.....	44
Gambar 4.5 Mesin Rooter .....	45
Gambar 4.6 Mesin Standing Master .....	45
Gambar 4.7 Mesin Tumbler .....	46
Gambar 4.8 Alur Produksi .....	47
Gambar 4.9 Pemeliharaan Bahan Baku .....	48
Gambar 4.10 Pembuatan Desain .....	48
Gambar 4.11 Memberi Lubang Pada Kayu.....	49
Gambar 4.12 Proses Pengecatan .....	50
Gambar 4.13 Proses Penjemuran .....	50
Gambar 4.14 Finishing.....	51
Gambar 4.15 Layout Perusahaan .....	52
Gambar 4.16 Layout Produksi .....	53
Gambar 4.17 Saluran Distribusi .....	57
Gambar 4.18 Mobil Pengirim Produk.....	61
Gambar 5.1 Titik Impas Nobie Truk Pengungkit Tahun 2016 .....	91
Gambar 5.2 Titik Impas Nobie Alur Kawat Tahun 2016.....	92

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berkembangnya dunia industri di Indonesia sekarang kian pesat, salah satunya adalah di industri mainan yang berbahan utama kayu yang terbukti dengan banyaknya produk yang ditawarkan produsen ke pasar menghasilkan banyak permintaan. Perkembangan ini disebabkan mulai dari tingginya kebutuhan masyarakat akan kegunaan dari mainan berbahan kayu ini salah satunya sebagai media bermain sambil belajar yang banyak di terapkan pada Pendidikan Usia Dini atau Taman Kanak-Kanak.

Kedudukan dari usaha kecil di tengah-tengah kehidupan dunia usaha telah mendapat tempat yang mantap, banyak menyerap tenaga kerja, ikut melancarkan perekonomian negara dan mampu hidup berdampingan dan menopang perusahaan besar tercermin disaat krisis global yang melanda hampir sebagian besar di negara-negara yang ada di dunia, banyak perusahaan yang gulung tikar karena krisis global tersebut. Usaha kecil juga bersifat lincah dan mampu hidup disela-sela perusahaan besar dengan strategi membuat produk yang unik dan khusus sehingga tidak menghadapi perusahaan besar sebagai pesaing. Tetapi untuk usaha kecil krisis tersebut kurang terasa mengganggu kelangsungan usaha. Semua itu tidak terlepas dari program pemerintah yang sekarang lebih mengutamakan kepada sektor reel yaitu usaha kecil dan menengah dengan program seperti UMKM.

Dengan adanya persaingan seperti ini perusahaan harus mampu memilih strategi yang tepat untuk memasarkan hasil produknya, sehingga setiap perusahaan harus berkompetisi dalam menentukan kebijakan yang akan diambil dan dilakukan untuk memenangkan pasar. Untuk mencapai tujuan hal tersebut

tidak terlepas dari kebijakan yang diambil oleh pihak manajemen baik dalam bidang produksi, keuangan, personalia maupun pemasaran.

Setiap perusahaan yang telah menerapkan manajemen pengelolaan perusahaan menuangkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan dalam bentuk laporan. Diantara laporan yang dibuat adalah laporan keuangan yang berisi informasi keuangan perusahaan yang memungkinkan manajer untuk menelaah laporan keuangan dari perusahaan tersebut. Perusahaan CV Mainankayu.com merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan produk mainan anak-anak dari kayu seperti Nobie truk pengungkit dan Nobie alur kawat. Awalnya perusahaan ini merupakan usaha kecil-kecilan, Pemilik perusahaan selalu berusaha untuk mengembangkan usaha yang telah dilakukan.

Menurut Alex S (2000 : 4) Bagi pengusaha-pengusaha yang ingin *survive* dan sukses harus berusaha untuk meningkatkan volume penjualan yang dicapai perusahaan, karena hal ini akan mempengaruhi pencapaian laba usaha yang maksimal. Apabila perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan, maka perusahaan mempunyai kemungkinan mampu meningkatkan jumlah keuntungan yang lebih besar, selain keuntungan yang meningkat dapat pula menaikkan efisiensi perusahaan. Ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Sedangkan laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga jual produk, biaya dan volume penjualan.

Menurut Bambang Riyanto (2012 : 359) Analisis impas (*Breakeven*) adalah suatu alat yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel keuntungan dan volume penjualan. Analisis *Break Event Point* (BEP) atau titik impas yang merupakan teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya total, laba yang diharapkan dan volume penjualan. Analisis ini juga memberikan informasi mengenai *margin of safety* yang mempunyai kegunaan sebagai indikasi dan gambaran kepada manajemen berapakan penurunan penjualan dapat ditaksir sehingga usaha yang dijalankan tidak menderita rugi. Informasi

tentang *margin of safety* ini dapat dinyatakan dalam prosentase atau rasio antara penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan pada tingkat impas.

Untuk dapat menentukan analisis *Break Event Point* (BEP) biaya yang terjadi harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan bertambah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Apabila suatu industri hanya mempunyai biaya variabel, maka tidak akan muncul masalah *Break Event Point* dalam industri tersebut. Masalah *break event point* muncul apabila suatu industri mempunyai biaya variabel dan biaya tetap.

Atas dasar latar belakang diatas maka penulis mengambil judul untuk Tugas Akhir yaitu “**Analisis Break Event Point Untuk Merencanakan Penjualan Mainan Kayu Pada CV Mainankayu.com**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas dapat diketahui rumusan permasalahan pada CV Mainankayu.com yaitu :

1. Berapa besarnya volume penjualan pada saat titik impas *Break Event Point* 2016 ?
2. Berapa besarnya target penjualan untuk tahun 2016 untuk mencapai laba yang direncanakan sebesar Rp.1000.000.000 ?

## 1.3 Batasan Masalah

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

1. Menentukan volume penjualan untuk tahun 2016 dengan menggunakan metode *Break event point* (BEP)
2. Menentukan target penjualan / penjualan minimal untuk tahun 2016

#### **1.4 Tujuan penelitian**

- 1 Untuk menentukan volume penjualan tahun 2016 dengan metode *Break event point* (BEP)
- 2 Untuk menentukan target penjualan / penjualan minimal tahun 2016 dengan mencapai laba yang direncanakan sebesar Rp. 1.000.000.000

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### 2 Bagi Perusahaan

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi CV.Mainankayu.com sendiri adalah untuk mengetahui bagaimana memanfaatkan sumber dana yang diperoleh untuk memenuhi kebutuhan keuangan perusahaan.

##### 3 Bagi Penulis

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi penulis adalah sebagai tambahan pengalaman dan dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan.

##### 4 Bagi Pembaca

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi pembaca adalah sebagai sumber informasi tambahan dan bahan referensi bagi para akademisi dalam menyusun tugas akhir.

##### 5 Bagi POLITEKNIK STMI

Dapat menambah referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai analisis sumber dan penggunaan dana dan perencanaan keuangan.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

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

## BAB I: PENDAHULUAN

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

## BAB II: LANDASAN TEORI

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

## BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian meliputi jenis data yang dibutuhkan, sumber data, cara mengumpulkan data, cara pengolahan data dan teknik analisis.

## BAB IV: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

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

## BAB V: ANALISA DAN PEMBAHASAN

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

## BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

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

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 BREAK EVENT POINT

Menurut Bambang Riyanto (2012 : 359) Analisis *break event point* atau analisis titik impas diperlukan untuk mengetahui hubungan antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya lainnya baik yang bersifat tetap maupun variabel dan laba atau rugi. Oleh karena itu, analisis break event point ini sering disebut *cost-volume-profit analysis*. Analisis *break event point* hanya diperlukan bagi perusahaan-perusahaan yang dalam menyelenggarakan operasinya hanya menanggung beban tetap yaitu berupa biaya disamping adanya biaya variabel yang harus ditutup dari hasil penjualan.

Suatu perusahaan dikatakan dalam keadaan *break event point* (impas) yaitu apabila setelah disusun laporan perhitungan laba rugi untuk periode tertentu perusahaan tersebut tidak mendapatkan keuntungan dan sebaliknya tidak menderita kerugian. Dengan perkataan lain labanya sama dengan nol atau ruginya sama dengan nol. Hasil penjualan (*sales revenue*) yang diperoleh untuk periode tertentu sama besarnya dengan keseluruhan biaya (*total cost*).

Dengan diketahuinya *break event* (titik impas) tersebut dapatlah direncanakan tingkat-tingkat volume produksi atau volume penjualan yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Agar terhindar dari kerugian maka perusahaan harus dapat mengusahakan jumlah penjualan pada *break event* (titik impas) tersebut.

Tercapainya *break event* (titik impas) pada volume penjualan yang relatif rendah merupakan harapan dari setiap perusahaan karena memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk dapat segera merealisasikan adanya

keuntungan. Untuk mengetahui bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam merealisasikan keuntungan (*profit planning*), perusahaan yang bersangkutan perlu membuat perencanaan penjualan, produksi dan biaya produksi.

Tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh laba maksimum. Besar kecilnya laba yang dicapai akan merupakan keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Analisis *break event* merupakan alat bantu bagi manajemen dalam *planning* dan *budgeting* yakni dapat menambah ketepatan dalam membuat peramalan penjualan dan produksi, biaya-biaya, laba atau rugi sehingga dapat meningkatkan reliabilitas dan validitas laporan keuangan yang disusun perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian, *cost-volume-profit analysis* tersebut dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi seorang manajemen dalam membuat keputusan sehubungan dengan kegiatan penjualan atau produksi.

Ada dua pendekatan dalam *break event* yaitu :

1. Pendekatan garis
2. Pendekatan matematis

### **2.1.1 Persyaratan Yang Diperlukan Dalam Analisis Break Event Point**

Menurut Bambang Suryanto (2009 : 360) syarat yang diperlukan untuk menentukan *break event* adalah sebagai berikut :

1. Biaya prinsip variabilitas biaya yang dapat diterapkan dengan tepat
2. Biaya yang dikorbankan harus dapat dipisahkan menjadi dua yakni biaya tetap dan biaya variabel
3. Biaya tetap akan tinggal konstan sepanjang kisaran periode kerja artinya tidak mengalami perubahan
4. Biaya variabel akan berubah sebanding dengan perubahan volume produksi
5. Harga jual per unit barang akan tetap, tidak naik tidak turun

6. Tingkat harga umum tidak akan mengalami perubahan selama kisaran tertentu yang dianalisis
7. Produktivitas tenaga kerja pada perusahaan yang bersangkutan akan tinggal tetap atau tidak berubah
8. Perusahaan yang bersangkutan harus ada sinkronisasi antara volume produksi dengan volume penjualan

Dengan adanya persyaratan tersebut, dalam garis break event, garis hasil penjualan, garis biaya total akan berupa garis lurus karena perusahaan dianggap sebanding dengan volume penjualan.

### **2.1.2 Biaya**

Menurut Mulyadi (2009 : 465) Biaya merupakan salah satu komponen yang sangat penting bagi perusahaan. Oleh karena itu, biaya harus mendapat perhatian yang lebih khusus. Biaya merupakan suatu komponen yang sangat berpengaruh dalam pencapaian tujuan perusahaan dan berpengaruh pula dalam mendukung kemajuan suatu perusahaan dalam hal aktifitas atau kegiatan operasi perusahaan.

Biaya digolongkan menjadi dua, yaitu :

#### **1. Biaya Produksi**

Adalah sumber daya yang diukur dalam satuan uang yang dikorbankan untuk mengolah sumber daya guna menciptakan barang dan jasa yang berguna

Penggolongan biaya produksi, yaitu :

- a. Biaya Bahan Baku
- b. Biaya tenaga kerja langsung
- c. Biaya overhead pabrik

#### **2. Biaya Non Produksi**

Menurut Carter Usry (2005 : 31) adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan diluar biaya produksi. Diantaranya sebagai berikut :

- a. Biaya pemasaran
- b. Biaya Administrasi dan Umum

### **2.1.3 Analisis Perilaku Biaya**

Menurut Mulyadi (2009 : 470) untuk tujuan mengadakan analisis break event, biaya-biaya yang telah terjadi selama periode tertentu harus dianalisis kedalam kelompok biaya tetap dan biaya variabel.

#### **1. Biaya Tetap**

Menurut Mulyadi (2009 : 466) adalah jenis biaya yang selama kisaran waktu operasi tertentu tingkat kapasitas produksi tertentu selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume produksi berubah.

Yang termasuk kelompok biaya tetap antara lain :

- a. Biaya penyusutan atau amortisasi
- b. Biaya gaji
- c. Biaya asuransi
- d. Biaya sewa
- e. Biaya bunga
- f. Biaya pemeliharaan
- g. Biaya tidak langsung lainnya

#### **2. Biaya Variabel**

Menurut Mulyadi (2009 : 468) adalah jenis-jenis biaya yang besar kecilnya tergantung pada banyaknya volume produksi. Apabila volume produksi bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya bila volume produksi berkurang maka biaya variabel akan menurun. Yang termasuk dalam kelompok biaya variabel antara lain :

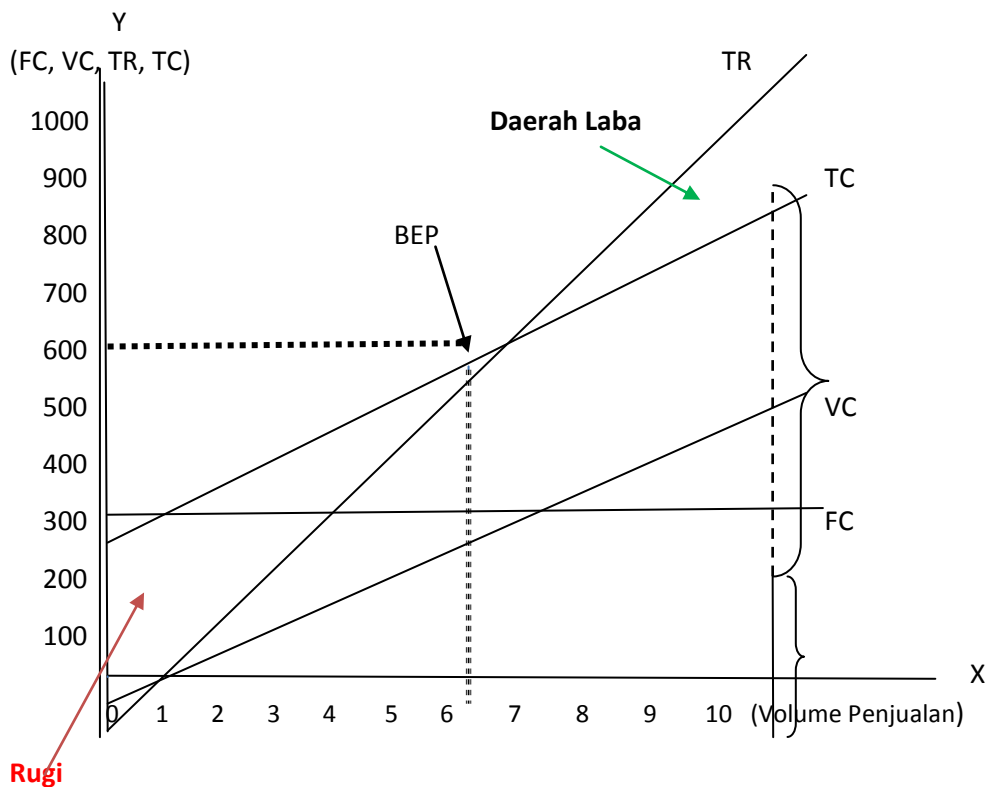
- a. Biaya-biaya langsung :
  - Biaya pemakaian bahan dasar
  - Biaya tenaga kerja langsung

b. Biaya-biaya tidak langsung

- Pemeliharaan
- Biaya penerangan

3. Biaya Total (*total cost*)

Adalah biaya tetap total ditambah dengan biaya variabel total pada masing-masing tingkat atau volume produksi



Dimana :

FC : Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

VC : Biaya Variabel (*Variabel cost*)

TC : Biaya Total (*Total Cost*)

Menurut Mulyadi (2009 : 469) Daerah yang diarsir pada gambar ini menunjukkan besarnya biaya tetap (*Fixed Cost*). Biaya ini selalu tetap berapapun besarnya volume produksi / penjualan. Adapun daerah yang semakin membesar dengan meningkatnya volume produksi adalah menggambarkan adanya biaya variabel (*Variabel Cost*). Garis biaya tetap

dapat dibuat dengan menarik garis horizontal sejajar dengan sumbu mendatar setinggi besarnya biaya tetap atau dimulai dari pangkal biaya total.

Apabila dinyatakan per unit dapatlah bahwa biaya variabel (per unit) adalah tetap sama berapa pun volume produksi atau penjualan yang dilakukan. Adapun biaya tetap (per unit) akan semakin menurun dengan semakin bertambahnya volume penjualan. Menurut persyaratan yang telah disebutkan sebelumnya, harga jual (*sales price*) per unit juga selalu tetap, artinya tidak tergantung pada besar kecilnya volume penjualan. Dengan demikian, antara harga jual dan harga variabel selalu akan sebanding secara tetap berapapun besarnya volume penjualan.

#### 2.1.4 Metode Menghitung Titik Impas (Break Event)

Menurut Bambang Riyanto (2012 : 365) Terdapat berbagai metode dalam menghitung titik impas (pendekatan matematis). Data atau informasi yang diperlukan dalam menghitung titik impas sebagai berikut :

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

Menurut Bambang Riyanto (2012 : 364) Terdapat empat metode atau rumus dalam menghitung titik impas (*break event point*) yaitu :

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

Dimana :

- BEP : penjualan pada titik impas (dalam rupiah)  
 FC : biaya tetap keseluruhan (*fixed cost*)  
 VC : biaya variabel keseluruhan (*variabel cost*)

S : hasil penjualan keseluruhan (*sales*)  
 1 : konstanta

$$\text{➤ BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{MIR}}$$

Dimana :

MIR : margin income ratio (rasio pendapatan marginal dengan penjualan)

$$\text{➤ BEP} = \text{FC} = \text{VC pada BEP} + \text{Nol}$$

Dimana :

VC pada BEP : presentase biaya variabel dari hasil penjualan pada titik impas

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

Dimana :

BEP

: penjualan pada titik impas dalam unit

P : harga jual per unit (*sales price* per unit)

V : biaya variabel per unit (*variabel cost* per unit)

### 2.1.5 Margin Kontribusi

Menurut Mulyadi (2009 : 340) Margin Kontribusi adalah sebuah konsep yang sering digunakan dalam akuntansi manajerial untuk menganalisis tingkat keuntungan suatu produk.

Dihitung menggunakan rumus  $P - V$  dengan P adalah harga produk dan V adalah biaya variabel

### 2.1.6 Penentuan Penjualan Minimum

Penentuan penjualan minimal sama saja seperti penentuan target penjualan karena ada penentuan laba yang ingin dicapai pada periode selanjutnya. Adapun rumus penentuan target penjualan yaitu :

- *Variable Expense Ratio* :

Merupakan biaya variabel dinyatakan dalam persentase dari penjualan. Dalam menghitung target penjualan, harus menentukan *variable expense ratio*. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Sales} &= \text{FC} + \text{VC} \\ \text{VC} &= \text{Sales} - \text{FC} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{Variable expense ratio :} \\ &\frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \end{aligned}$$

Setelah diketahui besarnya “*variable expense ratio*” maka dapatlah ditentukan besarnya penjualan minimal tersebut dengan cara berikut :

- Target Penjualan / Penjualan Minimal :

$$\frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang ditargetkan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

## 2.2 ASPEK PRODUKSI

Menurut Johar Arifin (2007 : 190) adalah suatu kegiatan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang.

Produksi adalah kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupayakan pelayanan, menghasilkan barang dan jasa atau usaha untuk meningkatkan suatu benda agar menjadi lebih berguna bagi kebutuhan manusia yang mempunyai nilai tambah dan memiliki hubungan timbal balik dengan teknologi. Menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan dana) yang ada. Orang atau badan yang mengolah menciptakan dan menghasilkan barang atau jasa disebut sebagai produsen. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran, kemakmuran dapat tercapai jika tersedia barang dan jasa yang mencukupi, orang atau perusahaan yang menjalankan suatu proses produksi disebut produsen.

Produksi dimaksudkan untuk menghasilkan barang konsumsi dan atau jasa, dengan mengubah/mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi hingga menjadi barang jadi, demi meningkatkan kegunaan barang untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Adapun waktu jam operasional CV Mainankayu.com dalam sepekan yakni enam hari jam kerja dengan jam kerja 10 jam per harinya, pada kategori ini seluruh karyawannya dituntut akan kemampuan (*skills*) mereka dengan segala bidang, hal ini berguna jika pada suatu ketika terjadi trouble disatu bagian, karyawan yang lain harus saling membantu, tentunya dengan tidak mengesampingkan *jobdesk* utama.

Bagian daripada produksi mempunyai tugas atau bagian-bagian :

- Mendapatkan tugas/ perintah langsung dari pimpinan melalui kepala bagian produksi untuk membuat pola atau mendesain pola yang akan di produksi.
- Memberikan laporan terkait proses produksi kepada kepala bagian produksi
- Harus mampu menguasai semua proses produksi, menjaga alat-alat produksi dengan baik agar tetap dapat beroperasi

Faktor-faktor dari produksi :

- Alam
- Tenaga kerja
- Modal

Sektor-sektor produksi antara lain :

- Primer
- Sekunder
- Tersier
- Publik
- Swasta
- Konsumsi
- Investasi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi bahan jadi yang siap untuk digunakan. Contohnya adalah biaya depresi mesin dan *equipment*, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian baik langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

Biaya produksi dibedakan menjadi dua jangka waktu, yaitu :

- Jangka pendek, yaitu jangka waktu dimana sebagian faktor produksi tidak dapat ditambah jumlahnya.
- Jangka panjang, yaitu jangka waktu dimana semua faktor produksi dapat mengalami perubahan.

Teori produksi pada dasarnya berusaha menjelaskan bagaimana dengan biaya minimum perusahaan dapat memproduksi output tertentu dan dengan biaya tertentu memaksimalkan produksi. Teori produksi penting dalam manajerial karena merupakandasar dari teori *supply* (penawaran) yang merupakan salah satu dasar bagi penentu harga. Jadi teori produksi adalah teori yang menjelaskan hubungan antara tingkat produksi dengan jumlah faktor-faktor produksi dan hasil jual outputnya.

### **2.3 ASPEK PEMASARAN**

Menurut Johar Arifin (2007 : 121) adalah proses sosial yang didalamnya ada individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Kotler (2000 : 3) pemasaran yaitu sebuah proses social dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang berniali dengan pihak lain

Menurut Basu Swastha (2000 : 5) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran

Menurut Keegan (2000 : 4) pemasaran yaitu proses mengkonsentrasikan berbagai sumber daya dan sasaran dari sebuah organisasi pada kesempatan dan kebutuhan lingkungan

Dari beberapa penjelasan menurut para ahli diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa pemasaran adalah usaha mengenal produk dengan landasan memenuhi kebutuhan konsumen yang termasuk dalam pasar target dengan mengharapkan suatu imbalan

Biaya pemasaran meru[akan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya-biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji

karyawan bagian-bagian yang melaksabakan kegiatan pemasaran, biaya contoh (sampel)

Fungsi pemasaran yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penjualan produk selesai yang siap dijual dengan cara memuaskan pembeli dan dapat memperoleh laba sesuai yang diinginkan perusahaan sampai dengan pengumpulan kas dari hasil penjualan

Tujuannya untuk mempengaruhi tingkat, jangkauan waktu, komposisi permintaan sehingga membantu organisasi mencapai sasarannya.

Menurut Philip Kotler (2000 : 220) Adapun pengertian bauran pemasaran adalah seperangkat pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar pemasaran.

Berikut strategi bauran pemasaran :

- Strategi produk
- Strategi harga
- Strategi lokasi dan distribusi
- Strategi promosi

Menurut Djaslim S. (2003 : 19) mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Pemasaran (*marketing*) mempunyai arti suatu aktivitas yang bertujuan untuk mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhannya. Pemasaran juga biasa diartikan dengan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.

Proses pemasaran yang dilakukan oleh CV Mainankayu.com adalah dengan mengadakan promosi yaitu dari mulut ke mulut, melalui internet dan media sosial, mengikuti pameran dan event-event, menyebarkan brosur dan

kartu nama. Proses tersebut sangatlah penting dan berpengaruh untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh CV Mainankayu.com.

Tujuan pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa ke tangan konsumen, cara untuk memasarkan suatu komoditi adalah melalui fungsi-fungsi yang terdapat dalam pemasaran. Fungsi-fungsi tersebut secara garis besar meliputi fungsi yang memberikan fasilitas atau kemudahan-kemudahan seperti permodalan, fungsi yang melakukan pertukaran, seperti fungsi penjualan dan pembelian, fungsi yang melakukan kegiatan fisik barang, seperti.: perencanaan, pembelian, penyimpanan/ pergudangan, pembungkusan, pengangkutan dan penjualan produk.

#### Bagian Pemasaran

Tugas dari Kepala Bagian Pemasaran antara lain :

- Mencatat barang yang akan dijual,
- Memasarkan / menjual produk,
- Memperluas daerah pemasaran dengan mengadakan analisis pasar,
- Mengatur strategi bersaing,
- Mencari dan mengusulkan kepada Pimpinan mengenai daerah pemasaran yang baru.
- Membuat Pembukuan keuangan.

Pemasaran merupakan bagian perusahaan yang bertugas untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kegiatan pemasaran sendiri dimulai dari mengamati konsumen, melihat apa yang mereka butuhkan sehingga perusahaan dapat membuat produk yang sesuai dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada dasarnya pemasaran yang baik harus mencakup semua kegiatan berpindahnya barang atau jasa dari pihak produsen kepada pihak konsumen yang berkenaan dengan membentuk kepuasan konsumen seutuhnya dan memberikan laba kepada perusahaan dengan menggunakan sumber daya yang tersedia secara maksimum.

Seperti kita ketahui dalam kegiatan-kegiatan tersebut akan mengakibatkan timbulnya biaya dan biaya itu disebut dengan biaya pemasaran, dapat disimpulkan bahwa besar kecilnya biaya pemasaran yang dikeluarkan akan mempengaruhi kegiatan pemasaran produk yang berarti mempengaruhi penjualan.

Besarnya hubungan yang terjadi dalam pengeluaran biaya pemasaran terhadap hasil yang diinginkan yaitu peningkatan penjualan perusahaan dan melihat bagaimana pengaruh dalam perubahan yang terjadi pada biaya pemasaran terhadap hasil penjualan.

## **2.4 ASPEK KEUANGAN**

Menurut Mulyadi (2009 : 1) Adalah seni dan ilmu mengelola uang. Yang dimaksud mengelola uang adalah aktivitas untuk memperoleh sumber kapital (modal) dengan biaya yang semurah-murahnya dan menggunakannya seefektifitas dan seefisien mungkin.

Menurut Husein Umar (2003 : 24) aspek keuangan merupakan suatu aspek yang menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dengan cara membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal dan bagaimana cara memperkirakan kebutuhan dana yang digunakan untuk aktiva tetap maupun untuk modal kerja.

Fungsi keuangan yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan keuangan atau penyediaan dana yang diperlukan perusahaan.

Fungsi keuangan suatu perusahaan adalah :

- Modal harus dicari dari sumber-sumber luar dengan biaya yang semurah-murahnya dan dialokasikan untuk berbagai kegiatan bisnis.
- Arus uang dalam operasi perusahaan harus dicatat atau harus mempunyai sistem akuntansi agar kegiatan bisnis dapat dibuat laporan keuangan.
- Memberi imbalan kepada pemilik sumber-sumber keuangan diberikan dalam bentuk laba, bunga, pembayaran kembali hutang dan modal.

Bagian Keuangan

Tugas dari kordinator keuangan antara lain :

- Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang,

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

### **Harga Pokok Penjualan**

Harga pokok penjualan adalah semua biaya yang muncul dalam rangka menghasilkan suatu produk hingga hingga produk tersebut siap dijual dengan bahasa sederhana, harga pokok penjualan yang biasa disingkat HPP merupakan biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi barang dan jasa yang dapat dihubungkan secara langsung dengan aktivitas proses yang membuat produk barang dan jasa siap dijual

#### Struktur Harga Pokok Penjualan

Dapat didefinisikan Harga Pokok Penjualan diatas, bisa didapatkan struktur dasar dalam harga pokok penjualan umumnya terdiri dari tiga elemen besar :

- Persediaan atau inventory
  - Persediaan awal merupakan nilai jumlah persediaan yang telah dimiliki sebuah proses pada periode berjalan dimulai, artinya persediaan telah ada dahulu sebelum operasi pada periode sekarang dimulai
  - Pembelian, pengeluaran atau *cost* yang terjadi, sehingga jumlah pembelian yang diakui sebesar *cost* yang muncul saja, ini diwujudkan dalam bentuk pengeluaran kas ataupun pengakuan utang dagang, jadi besarnya nilai pembelian yang diakui sebesar nilai *net purchase* atau nilai bersihnya saja. Hal seperti ini perlu dipertegas karena dalam prakteknya sangat sering perusahaan sebagai pembeli. Untuk mendapatkan nilai bersihnya maka diperluakn struktur menjadi : *Gross purchases, discount, return, net purchase*
  - Persediaan akhir, merupakan besarnya nilai persediaan yang dibutuhkan sebagai persediaan pada akhir periode
  - Persediaan yang digunakan atau persediaan untuk dijual
- Tenaga kerja langsung

Tenaga kerja langsung merupakan upah yang diberikan atau dibayarkan kepada karyawan / tenaga kerja yang terlibat secara langsung ke dalam aktivitas pengolahan barang dagang. Disebut biaya tenaga kerja langsung apabila besar kecilnya upah yang dibayar tergantung pada jumlah unit produk yang dihasilkan

- Biaya overhead

*Overhead cost* merupakan biaya yang muncul selain dari elemen-elemen yang telah disebut diatas, biasanya diistilahkan dengan *indirect const.* Jenisnya sangat bervariasi tergantung dari skala usaha, jenis usaha serta jenis sumber daya yang digunakan oleh perusahaan, yang paling sering digunakan oleh perusahaan manufaktur ialah :

- Biaya sewa
- Depresiasi mesin dan peralatan
- Penyusutan gedung pabrik
- Biaya Listrik, air dan telpon
- Biaya pemeliharaan pabrik
- Biaya pengemasan
- Gudang
- Biaya ongkos kirim
- Kontainer

### **Laporan Laba Rugi**

Laporan laba rugi adalah sebagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menjabarkan unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba (atau rugi) bersih.

Laporan laba rugi adalah suatu laporan yang merupakan bagian dari laporan keuangan yang memuat dan menyediakan informasi tentang ukuran keberhasilan operasi perusahaan selama periode waktu tertentu

Unsur-unsur laporan laba rugi :

- Pendapatan dari penjualan - beban pokok penjualan
- Laba/rugi kotor - beban usaha
- Laba/rugi usaha +/- penghasilan/beban lain
- Laba/rugi sebelum pajak – beban pajak

## 2.5 ASPEK MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Menurut Johar Arifin (2007 : 125) Manajemen yang berkaitan dengan mengelola kegiatan pemberdayaan sumber daya manusia disebut manajemen sumber daya manusia. Pada umumnya, kegiatan-kegiatan dibidang sumber daya manusia dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu dari sisi pekerjaan dan sisi pekerja.

Menurut Edwin B. Filippo (2002 : 113) Manajemen Personalia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian atas pengadaan tenaga kerja, pengembangan, kompensasi, integrasi, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja dengan sumber daya manusia untuk mencapai sasaran perseorangan, organisasi dan masyarakat.

Menurut Panggabean (2007 : 15) manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pemimpin dan pengendalian kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, evaluasi pekerjaan, pengadaan, pengembangan, kompensasi promosi dan pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan yang ditetapkan

Menurut Sulistiani dan Rosidah (2009 : 11) manajemen sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan aset dan berfungsi sebagai modal (non meterial/non finansial) didalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata (*real*) secara fisik atau non fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi

Manajemen sebagai ilmu dan seni untuk mencapai suatu tujuan melalui kegiatan orang lain. Artinya, tujuan dapat dicapai bila dilakukan oleh suatu orang atau lebih. Sementara itu manajemen sumber daya manusia sebagai suatu bidang manajemen yang khusus mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam suatu perusahaan.

Menurut Veithzal (2009 : 1) manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian pelaksanaan dan pengendalian

Menurut Yuli (2005 : 15) manajemen sumber daya manusia merupakan kegiatan yang mengatur tentang cara pengadaan tenaga kerja, melakukan pengembangan, memberikan kompensasi, pemeliharaan dan pemisahan tenaga kerja melalui proses-proses manajemen dalam rangka mencapai tujuan organisasi

Manajemen sumber daya manusia terdiri atas serangkaian keputusan yang terintegrasi tentang hubungan ketenagakerjaan yang mengetahui efektivitas karyawan dan organisasi. Manajemen sumber daya manusia merupakan aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan agar sumber daya manusia didalam organisasi dapat digunakan secara efektif guna mencapai berbagai tujuan

Manajemen sumber daya manusia mengatur dan menetapkan program kepegawaian yang mencakup masalah-masalah sebagai berikut :

- Menetapkan jumlah, kualitas dan penempatan tenaga kerja yang efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan *job description* (pembagian tugas dan tanggung jawab), *job specification* (spesifikasi pekerjaan), *job requitment* (syarat pekerjaan) dan *job evaluation* (*evaluasi kerja*)
- Menetapkan penarikan, seleksi dan penempatan karyawan berdasarkan *asa the ringht man in the right place and the right man in the right job* (menempatkan karyawan pada tempat dan kedudukan yang tepat)
- Menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi dan pemberhentian

- Meramalkan penawaran dan permintaan sumber daya manusia pada masa yang akan datang
- Memperkirakan keadaan perekonomian pada umumnya dan perkembangan perusahaan pada khususnya
- Memonitor dengan cermat undang-undang perburuhan dan kebijaksanaan pemberian balas jasa perusahaan-perusahaan sejenis
- Memonitor kemajuan teknik dan perkembangan serikat buruh
- Melaksanakan pendidikan, latihan dan penilaian produktivitas karyawan
- Mengatur mutasi karyawan baik vertikal maupun horizontal
- Mengatur pensiun, pemberhentian dan pesangon

Dari sisi pekerjaan, kegiatan-kegiatan itu terdiri atas analisis pekerjaan dan evaluasi pekerjaan. Sedangkan dari sisi pekerja, kegiatan-kegiatan itu terdiri atas pengadaan tenaga kerja, penilaian prestasi kerja, pelatihan dan pengembangan, promosi, kompensasi dan pemutusan hubungan kerja.

Dengan demikian, manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pemimpin dan pengendalian kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, evaluasi pekerjaan, pengadaa, pengembangan, kompensasi, promosi dan pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah proses serta upaya untuk merekrut, mengembangkan, memotifasi serta mengevaluasi keseluruhan sumber daya manusia yang diperlukan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Manajemen sumber daya manusia adalah manajemen yang mengkhususkan diri dalam bidang pengelolaan sumber daya manusia. Dalam pelaksanaannya CV Mainankayu.com dilakukan langsung oleh pemilik perusahaan. Dalam hal ini pemilik mampu melakukan proses analisis jabatan, perekrutan karyawan, penempatan posisi, pemberian

kompensasi untuk memotivasi karyawan, hingga pemutusan hubungan kerja.

Bidang personalia bagian dari manajemen yang mengkhususkan dalam bidang personalia atau kepegawaian, yang berkaitan dengan manusia khususnya bagaimana menjalin kerja sama dalam mengembangkan dan menumbuhkan kebijaksanaan dalam mempengaruhi orang-orang dalam organisasi maupun membantu para pimpinan untuk mengelola sumberdaya manusia yang dimiliki perusahaan.

Tujuan utama dari manajemen sumber daya manusia adalah untuk meningkatkan kontribusi pegawai terhadap organisasi dalam rangka mencapai produktivitas organisasi yang bersangkutan. Hal ini dapat dipahami karena semua kegiatan organisasi dalam mencapai tujuan, tergantung kepada manusia yang mengelola organisasi yang bersangkutan.

Oleh sebab itu, sumber daya manusia tersebut harus dikelola agar dapat berdaya guna dan berhasil guna dalam mencapai tujuan organisasi.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Data**

Untuk melakukan penelitian penyusunan laporan keuangan pada CV Mainankayu.com penulis memerlukan jenis data yang digunakan dalam break event ini merupakan data-data yang berasal dari berbagai sumber.

#### **3.2 Sumber Data**

##### **1. Data primer**

Menurut James Cashin (2000 : 16) Data Primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya. Misalnya riset yang ingin mengetahui persepsi konsumen. Disini, sumber utama data adalah konsumen sehingga data yang diperoleh langsung dari konsumen ini merupakan data primer.

Jika tidak tersedia informasi dari data sekunder maka diperlukan usaha-usaha untuk memperolehnya dari sumber utama yang merupakan data primer.

Dalam riset pemasaran, pada umumnya data primer diperoleh dari :

- Konsumen
- Distributor
- Tenaga penjual

Konsumen merupakan sumber data primer yang paling sering digunakan pada riset pemasaran. Riset tentang harga, kualitas produk, minat pembeli, kondisi pasar dan lain-lain, datanya diperoleh dari konsumen.

Beberapa riset pemasaran mengambil data dari distributor. Data menyangkut efektifitas penyaluran barang data diketahui dari distributor. Distributor juga dapat memberikan informasi tentang produk perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing. Informasi ini dapat diteruskan ke bagian produksi sehingga bagian produksi dapat memperbaiki produk yang dihasilkan berdasarkan informasi yang diperoleh dari distributor. Distributor dapat pula memberikan informasi tentang sistem promosi dan kebijakan penjualan perusahaan. Dari informasi ini perusahaan dapat mengevaluasi kembali kebijakan promosi dan penjualannya.

Selain itu, tenaga penjualan perusahaan dapat pula menjadi sumber data primer bagi riset pemasaran. Informasi tentang kebijakan penjualan dapat diperoleh dari tenaga penjualan. Selain itu, tenaga penjualan dapat memberikan juga informasi tentang produk/jasa yang diberikan perusahaan dibandingkan dengan produk/jasa yang diberikan pesaing.

Menurut James Cashin (2000 : 18) Manfaat utama dari data primer adalah bahwa unsur-unsur kebohongan tertutup terhadap sumber fenomena. Oleh karena itu data primer lebih mencerminkan kebenaran yang dilihat. Bagaimanapun untuk memperoleh data primer akan menghabiskan dana yang relatif lebih banyak dan menyita waktu yang relatif lebih lama.

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu :

- 1) Metode survei

## 2) Metode observasi.

Data yang digunakan oleh penulis untuk melakukan penelitian bersumber dari perusahaan yang selanjutnya data diolah menjadi bentuk laporan keuangan, karena di perusahaan tersebut tidak terdapat laporan keuangan yang sesuai standar.

### 2. Data sekunder

Menurut James Cashin (2000 : 21) Data sekunder adalah data yang bersumber dari laporan yang telah dibuat pihak lain. Hasil laporan yang dibuat pihak lain tersebut masih dapat digunakan untuk suatu penelitian yang lain. Jadi walaupun data sekunder merupakan data yang diperoleh dari laporan apakah itu laporan dari hasil penelitian yang sudah pernah dilakukan, namun informasi dari hasil penelitian tersebut masih dapat dimanfaatkan untuk penelitian yang lain.

Pada umumnya data sekunder tersedia bagi umum dan tidak membutuhkan dana yang besar untuk memperolehnya. Riset pemasaran tidak akan membuang waktu dan uang untuk mengumpulkan data apabila informasi yang diperlukan telah tersedia.

Perlu diketahui bahwa data sekunder dapat menjadi sumber informasi akhir yang dibutuhkan manajer pemasaran. Banyak informasi yang diperoleh dari laporan yang telah dibuat pihak lain tanpa harus melakukan riset lagi. Bayangkan jika Anda membuat riset pemasaran dengan biaya yang sangat mahal kemudian Anda bisa memperoleh hasil riset tersebut dengan gratis di perpustakaan ?

Menggunakan data sekunder dalam riset pemasaran dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya :

- Diperoleh dengan cepat
- Tidak membutuhkan data yang besar
- Tidak ada cara lain yang dapat dilakukan

Dapat diperoleh dengan cepat oleh karena telah dilakukan oleh orang lain, sehingga laporan tersebut sudah selesai dan tersedia. Pada umumnya data sekunder sudah dalam bentuk laporan sehingga tidak diperlukan waktu yang lama lagi untuk mengumpulkannya.

Data sekunder dapat diperoleh dari perpustakaan, toko buku, perusahaan atau lembaga yang menerbitkan laporan-laporan hasil survei.

Tidak membutuhkan data yang besar untuk memperolehnya oleh karena tidak diperlukan lagi usaha untuk memperolehnya dari sumber utamanya. Tidak diperlukan lagi usaha untuk memperolehnya dari sumber utamanya. Tidak diperlukan teknik pengumpulan data yang rumit yang membutuhkan waktu dan dana yang besar untuk memperolehnya.

Sebagian data sekunder dapat diperoleh dengan gratis sedangkan sebagian lagi harus diperoleh dengan membayar, namun dengan harga yang tidak terlalu mahal jika dibandingkan harus mengumpulkan data secara langsung.

Beberapa riset pemasaran membutuhkan data dimana tidak ada sumber lain yang dapat diperoleh kecuali melalui data sekunder.

Riset yang membutuhkan data atas peristiwa-peristiwa yang sudah terjadi, tidak ada cara lain kecuali mengambil dari hasil laporan pihak lain tentang peristiwa tersebut dan laporan pihak lain ini merupakan data sekunder. Misalnya riset yang ingin mengetahui tren penjualan lima tahun terakhir. Data akan diambil dari laporan penjualan yang telah dibuat selama lima tahun terakhir.

Menurut James Cashin (2000 : 23) Sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Dalam hal ini data sekunder yang diperoleh oleh penulis yaitu :

- Referensi Buku
- Catatan
- Laporan historis yang telah disusun dalam arsip

Manfaat data sekunder adalah diperoleh dengan cepat, lebih meminimalkan biaya dan waktu mengklasifikasikan permasalahan-permasalahan, menciptakan tolak ukur untuk mengevaluasi data primer dan memenuhi kesenjangan-kesenjangan informasi.

Tujuan data sekunder secara fisik sudah tersedia dalam mencari data tersebut kita tidak boleh lakukan secara sembarangan. Untuk mendapatkan data yang tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian, kita memerlukan beberapa pertimbangan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Jenis data harus sesuai dengan tujuan penelitian yang sudah ditentukan.
- b. Peneliti harus selektif dan hati-hati dalam memilih dan menggunakannya.
- c. Data sekunder sebagai data pendukung data primer, oleh karena itu sumber informasi untuk menyelesaikan masalah penelitian.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

**Menurut** Johar Arifin (2007 : 48)

- a. Wawancara

Teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada responden atau subjek peneliti memerlukan komunikasi atau hubungan dengan responden.

- b. Meminta catatan yang ada

Penulis meminta catatan data keuangan yang ada pada perusahaan.

- c. Observasi

Proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

Teknik observasi dalam penelitian bisnis dapat dilakukan dengan observasi langsung oleh peneliti atau dengan bantuan peralatan mekanik. Tipe observasi yang dilakukan langsung oleh peneliti dinamakan **observasi langsung** (*directobservation*), terutama untuk subyek atau obyek penelitian yang sulit

diprediksi. Teknik observasi yang dilakukan dengan bantuan peralatan mekanik, antara lain: kamera foto.

### 3.4 Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah data keuangan yang diperoleh kedalam bentuk laporan keuangan melalui Microsoft Excel dan kemudian dihitung data keuangan secara manual berdasarkan rumus-rumus yang sudah baku.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data yang akan dilakukan terdiri dari beberapa langkah yaitu meliputi:

1. Menurut Bambang Riyanto (2012 : 364) Analisis break event point atau analisis titik impas diperlukan untuk mengetahui hubungan antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya lainnya baik yang bersifat tetap maupun variabel dan laba atau rugi. Dengan diketahuinya *break event* (titik impas) tersebut dapatlah direncanakan tingkat-tingkat volume produksi atau volume penjualan yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan uang bersangkutan. Agar terhindar dari kerugian perusahaan harus dapat mengusahakan jumlah penjujana pada *break event* (titik impas) tersebut. Apabila volume penjualan tidak mencapai break event tersebut berarti perusahaan akan menderita rugi.

Untuk memperoleh titik *break event point* dapat dipakai rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

BEP : penjualan pada titik impas (dalam rupiah)

- FC : biaya tetap keseluruhan (*fixed cost*)  
 VC : biaya variabel keseluruhan (*variabel cost*)  
 S : hasil penjualan keseluruhan (*sales*)  
 1 : konstanta

## 2. Penentuan Penjualan Minimal

Menurut Bambang Riyanto (2012 : 372) Apabila telah menetapkan besarnya keuntungan atau profit margin yang diinginkan, maka perlulah ditentukan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan untuk masa yang akan datang. Adapun rumus penentuan penjualan minimal atau dapat dikatakan target penjualan yaitu :

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang ditargetkan}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

## BAB IV

### PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

#### 4.1 Profil Perusahaan

CV Mainankayu.com berdiri pada tahun 2008 yang didirikan oleh Bapak Thamrin dengan produk yang

dihasilkan adalah Mainan yang berbahan dasar dari kayu.

Adapun profil perusahaan lebih rinci adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : CV. Mainankayu.com  
Nama Pemilik IKM : Thamrin  
Jabatan : Pimpinan (Pemilik)  
Jenis Produk : Mainan Kayu  
Alamat Usaha : Jl. Budaya No.15 Rt  
015/006 Kel. Batu Ampar, Kec.  
Kramat Jati, Jakarta Timur 13520  
Telepon : 021-98496141  
Fax : 021-80876174  
Mulai Berdiri : Tahun 2008  
Jumlah Tenaga Kerja : 47 orang  
No.SIUP : 480/24.1.0/31.75.04/-  
1.824.27/2015  
No.TDP : 09.04.3. 46.23424  
No.NPWP : 71.055.957.6-005.000  
Website : [www.mainankayu.com](http://www.mainankayu.com)

#### **VISI DAN MISI**

Menjadi produsen dan supplier mainan kayu terlengkap dengan kualitas yang memenuhi standard, harga terjangkau dengan produk yang inovatif dalam memenuhi permintaan pasar. Dan menjadi bagian dari pengembangan kecerdasan manusia Indonesia yang bertakwa melalui produk-produk yang berkaitan dengan kegiatan belajar mengajar serta mendukung program pemerintah mewujudkan usaha mandiri dan meningkatkan taraf hidup lingkungan dan individu yang ada dalam usaha.

#### **4.1.1 Sejarah Mainan Kayu**

Mainan telah menjadi bagian penting dari masa kanak-kanak sejak awal peradaban dan saat ini anak-anak jauh berbeda dengan saat ribuan tahun yang lalu. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa mainan jaman sekarang masih ada yang serupa dengan yang telah ada selama berabad-abad. Pada masa dulu, kekaisaran Yunani dan Romawi kuno telah ada mainan boneka, kuda dan kereta. Mainan paling awal ditemukan oleh Arkeolog semuanya terbuat dari bahan kayu.

Mainan kayu terus menjadi bagian penting dari masa kanak-kanak selama ribuan tahun. Pada tahun 1700, produsen mainan dari Jerman mulai menyusun berbagai mainan dari kayu untuk dijual kepada masyarakat umum. Salesman akan melakukan perjalanan ke seluruh Eropa untuk memasarkan mainan kayu yang populer tersebut, menerima pesanan khusus untuk acara-acara tertentu dan sering untuk *custom made* mainan kayu. Mainan boneka dan hewan merupakan yang paling favorit di seluruh Eropa.

Mainan kayu selama abad berikutnya, produsen mainan membuatnya menjadi lebih rumit dan rinci dengan kreasi kayu mereka. Miniatur kayu seperti rumah boneka, mainan tentara dan teater menjadi populer selama abad ke-19. Banyak mainan kayu yang terpopuler selama periode ini seperti kereta kayu bersama dengan treknya yang juga terbuat dari kayu.

Pada akhir Perang Dunia II, sejumlah bahan baru telah diperkenalkan untuk industri manufaktur termasuk plastik. Produksi mainan kayu terus menurun karena semakin banyak produsen mainan memilih bahan modern yang lebih murah. Mainan plastik jauh lebih mudah untuk diproduksi secara massal dan harganya lebih terjangkau untuk keluarga dengan anak-anak.

Saat ini, mainan kayu sudah jarang terlihat di rak-rak toko mainan tradisional tapi pesona dan daya tarik klasiknya telah membuat sejumlah produsen mainan kayu menggeluti dalam bisnis ini. Berbagai mainan kayu dapat dibeli secara online, dari peralatan miniatur untuk permainan dan kado.

Mainan kayu biasanya berbentuk sederhana yang mendorong anak untuk menggunakan imajinasi mereka. Puzzle kayu mendorong anak-anak untuk mengembangkan kognitif serta mengembangkan keterampilan motorik halus.

Mainan mobil kayu dan mobil pedal dapat meningkatkan keterampilan fisik dan perkembangan motorik kasar. Apakah itu adalah stasiun pemadam kebakaran atau rumah pertanian, bermain miniature kayu set membantu dalam pembangunan sosial dan emosional. Mainan kayu memegang nilai edukasi yang besar karena kesederhanaan mereka.

Mainan plastik umumnya lebih murah daripada mainan kayu dan dianggap aman oleh beberapa orang tua karena mainan kayu mudah terbakar dan dapat menimbulkan luka jika permukaannya tidak halus serta dapat dilemparkan atau terjatuh, namun mainan kayu tidak mengandung PVC beracun seperti mainan plastik. Mainan kayu adalah mainan yang paling tahan lama dan biasanya bisa bertahan dari generasi ke generasi.

#### **4.1.2 Sejarah Pendiri Perusahaan**

Lahir menjadi anak pertama dari pasangan Muslim Bin Basuki dan Neneng Sukarsih, Lahir di Jakarta pada Hari Sabtu 03 Mei 1975. Dari keluarga yang pas pasan, hanya tinggal di sebuah ruangan ukuran 5x5 meter tanpa halaman, tanpa dapur, kamar mandi, dalam ruangan itu semuanya jadi satu. Namun dari keprihatinan tersebut banyak yang dapat diambil hikmahnya.

Pada umur 9 tahun diungsikan ke daerah yang agak terpencil di selatan Jakarta, dahulu hanya 1 jam dari asalnya yaitu Manggarai, Jakarta Selatan. Sekarang dibutuhkan hampir 2,5 jam untuk menuju rumahnya. Larangan Indah, Ciledug, Tangerang. Adalah rumah ke-duanya. Dibesarkan di daerah yang banyak rawa dan pepohonan yang rindang, sepi dan menyeramkan tepatnya.

Namun di situ Thamrin kecil mengenal pengajian, pelajaran agama, guru guru pengajian dan sekolahnya, berteman dan menjadi bolang yang sangat menantang. Kehidupan barunya sungguh menyenangkan di sana. Hingga lulus SD, beranjak ke SMP yang lebih jauh lagi di Meruya Selatan, SMA semakin Jauh lagi di daerah Pengumben, Srengseng, Jakarta Barat. Dalam keseharian yang prihatin Thamrin justru menemukan jati dirinya yang memiliki prinsip dan tidak mudah disetir oleh teman-teman dan lingkungannya. Di SMA mental bisnisnya mulai diasah, karena keterpaksaan agar punya uang jajan dan ongkos untuk pulang. Tak jarang sambil memegang gitar dan berkeliling dengan temannya untuk mengamen.

Kenyataan pahit harus ditelannya juga setelah lulus tidak dapat melanjutkan ke sekolah lebih tinggi seperti teman-temannya, karena sang ayah bisnisnya terus menurun. Tapi sekali lagi ia tidak pernah berkecil hati, makin sering ia memegang gitar dan mencari pengalaman dan kehidupan untuk persiapan kedewasaannya. Dari menjaga koin di Block M, mengamen, jualan teh botol di Blok M, jaga sendal di mushola sampai dengan menjadi kenek bangunan di dekat rumahnya. Namun dari semuanya itu, ia merasa tidak akan membawanya ke masa depan yang cerah. Jadi ia terus berusaha untuk melayangkan surat lamaran untuk pekerjaan yang lebih baik.

Pernah ia melamar sebagai waiter di sebuah gerai mie di Pondok Indah Mall, namun sayang pekerjaannya melarang ia untuk sholat jumat. Al hasil terpaksa pekerjaannya ia tinggalkan, ia memilih menjalankan syariat islam yang dipegang teguh olehnya.

Hingga akhirnya pada saat Ia menjadi kenek, datang sebuah surat panggilan dari sebuah perusahaan besar di Jakarta Timur. Langsung Ia datang untuk mengikuti test sesuai dengan aturan, dari 100 orang yang melamar, Thamrin termasuk menjadi 6 besar dan akhirnya lulus dalam test interview dengan pimpinan perusahaannya. Namun setelah diterima Ia harus memiliki SIM C untuk persyaratan pekerjaannya. Padahal Ia tahu banyak membuat SIM C kala itu tidaklah murah, butuh Rp.125.000,- sedangkan sang Ayah tidak memiliki uang sebanyak itu. Dan Ayah menemui ibunya, yaitu Nenekku. Untuk meminjam uang, Nenek merelakan kalungnya agar dijual dan uangnya digunakan untuk membuat SIM C ku. Beruntung sabtu itu SIM C sudah ada di dompetku. Walau hanya gaji Rp.75.000 per bulan dengan uang makan Rp. 2.500 per hari. Ia pikir tidak kenapa yang penting bisa kerja.

Sungguh diluar dugaannya, hari pertama kerja ternyata harus membawa motor dengan boxnya dibelakang. Jualan Baterai di Jakarta. Susah ? Sangat .... tapi terus dijalankan. Pernah suatu hari Ia ingin digebukin oleh seniornya karena menjual produk di pasar tanpa di “mark up” tapi masalah bisa diselesaikan. Setiap bulan prestasinya selalu meningkat, selalu menjadi “Salesman Of The Month” dan mendapat hadiah setiap bulannya. Setelah 8 Bulan, Ia dipromosikan di bagian baru dan memperoleh motor operasional yang boleh dibawa pulang. Wow sangat menyenangkan waktu itu, walaupun motornya adalah motor si Doel apalagi kalau bukan HONDA

WIN100. Tapi prestasi makin naik dan motorpun diganti menjadi HONDA GL PRO. Pada umur 21 pernah coba melamar seorang gadis, namun ditolak. Karena ia tidak mau pakai acara pacar pacaran. Hingga akhirnya pada umur 25, Ia menemukan jodohnya PATRA SUZANTI yang langsung diajak pelaminan. Hingga coba hidup mandiri dengan mengontrak di rumah kecil ukuran 50 meter di daerah Condet, Jakarta Timur.

Pada tahun 2000 dengan modal nekat dan kemandiriannya, Ia belajar membangun rumah tangga. Dari keringatnya sendiri. Dari anak pertama RAIHAN PRI HIJRIANI, dengan nama tengah prihatin adalah pesan dari mbah putri agar menjalani hidup dengan prihantin. 2006 setelah percobaan test haji yang ke 7 barulah Ia lulus dan akhirnya berangkat ke Tanah Suci di akhir tahun 2006. Setelah pulang dari berhaji dikaruniai anak kedua AMRI YAHYA dan mulai berbisnis dengan membuka “RUMAH MAKAN NASI ULAM H.THAMRIN’ Cukup ramai dan laku di daerah Condet namun karena suatu alasan, terpaksa Ia tutup rumah makan tersebut.

Berselang beberapa bulan di tahun 2008, ternyata perusahaan mengeluarkan pengumuman yang mengharuskan Ia untuk berhenti bekerja, seperti langit runtuh ketika mendengarnya. Namun Ia tidak kecil hati, Ia berpikir mungkin in jalan keluar dari kehidupan yang ada padanya. Anak anak masih kecil, rumah masih ngontrak, tidak punya tabungan, belum lulus kuliah dan sebagainya. Dengan ini Ia bertekad lebih kuat lagi, untuk tidak akan menjadi karyawan lagi. Dengan modal uang pensiunannya, yang hanya sebesar 100 jt belum dipotong utang utangnya. Ia nekat untuk berbisnis. Mulai dari membuat tas untuk koin yang mana ini gagal karena produk import dari china lebih murah, disusul dengan membuat lilin

tetapi juga gagal karena sulitnya bersaing dengan produk dari Tangerang.

Hingga suatu saat ketika ia mencari inspirasi di pasar prumpung, ada sebuah toko mainan yang menjual mainan kayu. Masih teringat jelas, produk itu bernama Hammer Set dijual dengan harga Rp. 70.000,- WOW mahal sekali, padahal Cuma dari kayu. Ia berikan untuk anak keduanya yang masih kecil. Ternyata anaknya sangat suka, hingga siang malam terus dimainkan. Sambil memperhatikan anaknya bermain. Ia berpikir, kenapa mainan ini mahal ya ? Coba Ia melakukan penelitian di internet. Ternyata masih jarang sekali produsen dan distributor yang menjual produk ini. Ia terus mempelajarinya dan ternyata ada sebuah agen dekat rumahnya untuk mainan kayu ini. Dan ia pun belajar untuk menjadi agen dari mainan kayu. Ternyata dengan pengalaman dan disiplin ilmunya Ia dapat dengan mudah untuk membuka pasar dan meraih peluang yang ada. Dari membuka gerai baru di Kali Bata Mall dan Metropolitan Mega Mall Bekasi hingga menemukan cara untuk membuat web site sendiri yaitu [www.mainankayu.com](http://www.mainankayu.com) dengan bantuan beberapa temannya akhirnya web ini mulai beroperasi, walaupun hanya menggunakan warnet dan laptop kecil sebagai media kerjanya. Waktu itu belum terkenal Blackberry apalagi tab.

Dengan berkembangnya permintaan terhadap mainan tersebut, mulai Ia menemui kesulitan dalam hal supply barang. Temannya tidak bisa menerima masukan dari pembeli. Karena merasa sudah sempurna dan akhirnya Ia harus berpisah dengan rekan yang telah mengenalkannya ke dunia mainan kayu itu. Dan karena hal ini mulai berpikir untuk membuat produknya sendiri. Dengan modal seadanya dan sepetak tanah dekat rumah orang tuanya Ia mulai memproduksi dengan adik dan

tetangganya. Ternyata setiap produk yang diproduksinya, selalu habis terjual. Hingga akhirnya karyawan bertambah terus dan terus, tempat tidak mencukupi dan harus pindah ke tempat yang lebih besar lagi. Hijrahkan kami ke daerah serpong, dengan tempat yang hampir 6 kali lipat ini Ia terus mengembangkan produksinya. Setelah produksi berjalan ternyata permintaan masih belum bisa dipenuhi juga, dengan masalah inilah akhirnya diputuskan untuk memperbesar produksi dengan sistem plasma.

Hingga saat ini sudah ada 13 plasma dan hampir 150 orang telah bergabung dengannya dan setiap tahun akan terus bertambah, bertambah dan bertambah lagi. Karena potensi permintaan mainan akan terus bertambah seiring dengan bertambahnya jumlah manusia.

#### **4.1.3 Lokasi Perusahaan**

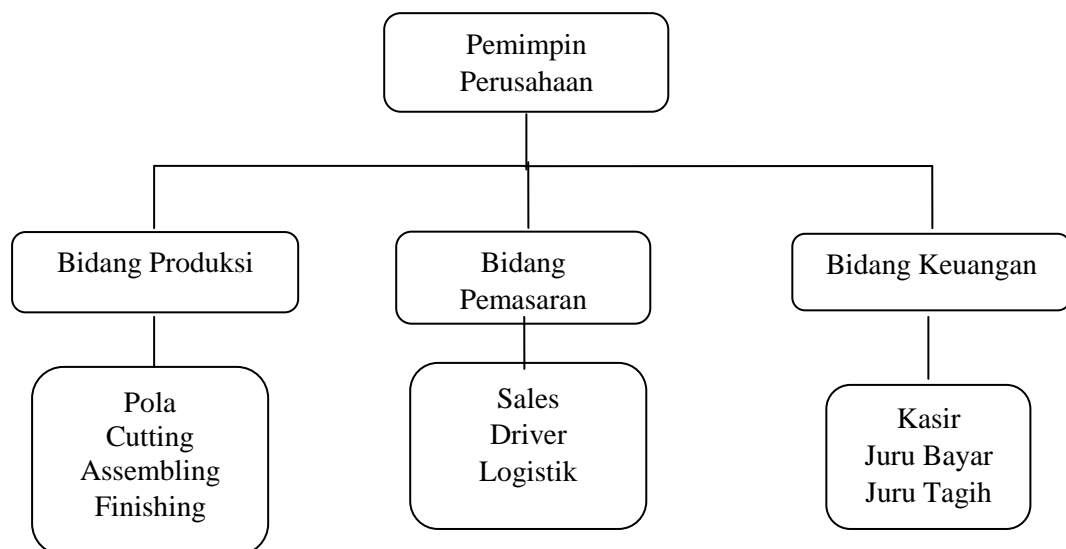
Lokasi sebuah perusahaan sangat menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan. Dengan pemilihan lokasi yang tepat dan strategis, maka akan memudahkan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan dan target perusahaan secara maksimal sehingga pertimbangan pertama di dalam mendirikan sebuah usaha adalah penentuan lokasi atau letak perusahaan. CV Mainankayu.com Jl. Budaya No.15 Rt 015/006 Kel. Batu Ampar, Kec. Kramat Jati, Jakarta Timur

#### **4.1.4 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi. Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut diintegrasikan (koordinasi). Selain dari pada itu struktur organisasi juga menunjukkan

spesialisasi-spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan.

Struktur Organisasi dapat didefinisikan sebagai mekanisme-mekanisme formal organisasi diolah. Struktur organisasi terdiri atas unsur spesialisasi kerja, standarisasi, koordinasi, sentralisasi atau desentralisasi dalam pembuatan keputusan dan ukuran satuan kerja.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi  
Sumber : CV Mainankayu.com

#### 4.1.5 Deskripsi Pekerjaan

1. Pemilik usaha / Pimpinan Perusahaan

Pimpinan adalah pendiri sekaligus pemilik perusahaan.

Tugas pimpinan adalah

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

## 2. Bagian Keuangan

Tugas dari kordinator keuangan antara lain :

- a. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang,
- b. Mencatat dan melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan,
- c. Membuat laporan keuangan.

## 3. Bagian Produksi

- a. Mendapatkan tugas/ perintah langsung dari Pimpinan melalui Ka. Bagian Produksi untuk membuat pola atau mendesain pola yang akan di produksi,
- b. Memberikan laporan terkait proses produksi kepada Ka. Bagian Produksi,
- c. Harus mampu menguasai semua proses produksi,
- d. Menjaga alat-alat produksi dengan baik agar tetap dapat beroperasi.

## 4. 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 analisis pasar,

- d. Mengatur strategi bersaing,
- e. Mencari dan mengusulkan kepada Pimpinan mengenai daerah pemasaran yang baru,
- f. Membuat Pembukuan keuangan.

5. Kepala gudang dan Produksi

Tugas dari Kepala Gudang dan Produksi antara lain :

- a. Menangani masalah penyimpanan dan bahan baku , bahan penolong, 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.

6. Bagian Logistik

- a. Menangani masalah kesediaan bahan baku produksi,
- b. Menangani masalah kesediaan ATK perusahaan,
- c. Bertanggung jawab dalam pendistribusian hasil produksi dari perusahaan ke pelanggan atau kurir jasa pengiriman,
- d. Mewakili pimpinan menemui kurir dari produsen bahan baku produksi,
- e. Menangani masalah kesediaan barang / hasil produksi ketika perusahaan akan mengikuti event atau pameran.

**4.1.6 Pekerja Bagian Produksi**

1. Bagian pola

Tugas dari pekerja bagian pola adalah membuat pola mainan yang akan di produksi. Membuat pola merupakan proses awal setelah dibuatnya desain di dalam menghasilkan produk mainan kayu.

## 2. Bagian Cutting

Tugas dari pekerja bagian cutting adalah memotong kayu menjadi beberapa bagian. Setelah di potong maka selanjutnya di gambar sesuai pola mainan dan di potong dengan mesin cutting mengikuti pola yang telah ada, setelah terpotong kayu-kayu yang sudah membentuk pola tersebut di kumpulkan menjadi satu sesuai model / bentuk pola yang di buat, kemudian di lanjutkan dalam proses perakitan / Assembling.

## 3. Bagian Assembling

Tugas dari pekerja bagian Assembling adalah menggabungkan pola atau menjadikan potongan kayu yang sudah berpola tersebut menjadi sebuah model atau bentuk misal bentuk mobil.

## 4. Bagian Finishing

Tugas dari pekerja bagian finishing melakukan proses merapikan bentuk dan cat, serta menambahkan aksesoris yang dibutuhkan. Selain itu bagian ini juga bertugas melakukan pengecekan barang jadi dan melakukan pengepakan produk ke dalam kardus.

### **4.2 Aspek Produksi**

Produksi adalah kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupayakan pelayanan, menghasilkan barang dan jasa atau usaha untuk meningkatkan suatu benda agar menjadi lebih berguna bagi kebutuhan manusia yang mempunyai nilai tambah dan memiliki hubungan timbal balik dengan teknologi. Menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan dana) yang ada. Orang atau badan yang mengolah menciptakan dan menghasilkan barang atau jasa disebut sebagai produsen.

Proses produksi yang dilakukan CV.Mainankayu.com berlokasi di daerah

Jl. Budaya No.15, Rt 015/006, Kel. Batu Ampar, Kec. Kramat Jati, Jakarta Timur. Mulai dari (*input*)/pengolahan bahan baku hingga terakhir (*output*) produk. CV.Mainankayu.com mengerjakan produk yang berkategori mainan edukasi anak yang aman dan berkualitas yang mempunyai mutu tinggi sehingga anak menjadi cerdas dalam bermain. Total pekerja di CV.Mainankayu.com 47 orang termasuk karyawan dan buruh.

Waktu jam operasional CV.Mainankayu.com dalam sepekan yakni enam hari jam kerja dengan jam kerja 10 jam perharinya, pada kategori ini seluruh karyawannya dituntut akan kemampuan (*skills*) mereka dalam segala bidang, hal ini berguna jika pada suatu ketika terjadi trouble di satu bagian, karyawan yang lain harus saling membantu, tentunya dengan tidak mengesampingkan jobdesk utama

**Tabel 4.1 Produk**

No.	Nama Produk	Keterangan
1.	Nobie Truk Pengungkit	Merupakan truk dengan bahan kayu pinus dengan kombinasi komponen geo metric, kunci pembuka baut dan lengan pengungkit magnet.  Berfungsi untuk melatih motorik halus, koordinasi mata dan tangan dan mengenal alat-alat transportasi.
2.	Nobie Alur Kawat	Merupakan terbuat dari kawat zeng tebal 4mm dan biji-bijinya terbuat dari mdf dan kayu campur, semuanya menggunakan cat non toxid dan sertifikat yang aman untuk anak-anak.  Berfungsi mengenal bentuk dan warna, memecahkan masalah, mencari jalan keluar dengan menyingkirkan rintangan-rintangan.

Sumber : CV Mainankayu.com

#### 4.2.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong (*Supporting Material*)

Untuk menghasilkan produk yang berkualitas maka diperlukan bahan baku yang berkualitas dan memenuhi standar mutu. Bahan baku dan bahan penolong berperan penting dalam berjalannya proses produksi. Berikut adalah bahan baku dan bahan penolong yang digunakan oleh CV. Mainankayu.com :

- Jenis kayu yang digunakan :
  - ✓ Kayu Pinus
- MDF (serat kayu yang dipadatkan)
- Lem
- Plastik
- Cat pewarna

#### 4.2.2 Mesin dan Peralatan

Berikut mesin yang digunakan CV Mainankayu.com dalam memproduksi mainan untuk anak-anak :

- Mesin Radial Um

Mesin ini digunakan untuk memotong kayu



Gambar 4.2 Mesin Radial Um  
Sumber : CV Mainankayu.com

- Mesin Gergaji Siku

Mesin ini digunakan untuk membuat siku-siku dibagian kayu yang akan dibentuk



Gambar 4.3 Mesin Gergaji Siku  
Sumber : CV Mainankayu.com

- Mesin Playner

Mesin ini digunakan untuk meratakan kayu



Gambar 4.4 Mesin Player  
Sumber : CV Mainankayu.com

- Mesin Rooter

Mesin ini digunakan untuk membentuk



Gambar 4.5 Mesin Player  
Sumber : CV Mainankayu.com

- Mesin Standing Master

Mesin ini digunakan untuk menghamplas kayu



Gambar 4.6 Mesin Standing Master  
Sumber : CV Mainankayu.com

- Mesin Tumbler

Mesin ini digunakan untuk menghaluskan kayu



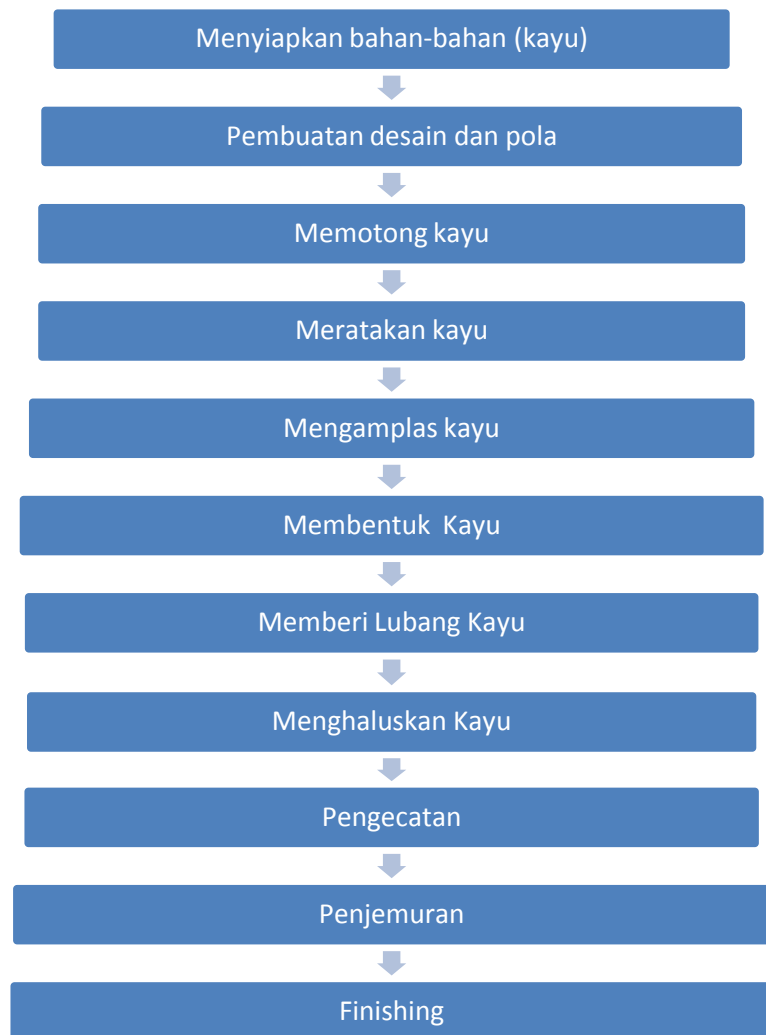
Gambar 4.7 Mesin Tumbler  
Sumber : CV Mainankayu.com

**Tabel 4.2 Mesin Produksi**

<b>NO</b>	<b>Nama</b>	<b>Jumlah</b>
1	Mesin Radial Um	1  Mesin
2	Mesin Gergaji Siku	2  Mesin
3	Mesin Playner	2  Mesin
4	Mesin Ruter	1  Mesin
5	Mesin Standing Master	1  Mesin
6	Mesin Tumbler	1  Mesin

Sumber : CV Mainankayu.com

#### **4.2.3 Proses Produksi**



Gambar 4.8 Alat Produksi  
Sumber : CV Mainankayu.com

## 1. Pemilihan Bahan

Dalam proses pertama ketika mulai dari bahan baku kayu yang sudah di potong dari pohon pinus, karet ataupun mahoni yang layak dan bagus untuk di olah menjadi mainan anak dan siap untuk diproses. Kayu tersebut harus kering supaya gampang untuk di proses.



Gambar 4.9 Pemilihan Bahan Baku  
Sumber : CV Mainankayu.com

## 2. Pembuatan Desain

Ketika sudah menyiapkan bahan baku yang siap untuk di proses maka selanjutnya membuat desain atau bentuk untuk membuat mainan anak, dimana desain-desain atau pola tersebut diciptakan oleh desainer mainan anak yang sudah profesional maka dari itu mainan yang diciptakan berbentuk sangat kreatif dan cocok untuk kecerdasan anak

Seorang desainer harus mampu menciptakan ide-ide baru atau bentuk mainan baru supaya mainan tersebut banyak model dan konsumen tidak merasa bosan dengan bentuk atau model mainan tersebut.



Gambar 4.10 Pembuatan Desain  
Sumber : CV Mainankayu.com

## 3. Memotong Kayu

Ketika bahan baku sudah siap yaitu kayu yang sudah layak di olah menjadi mainan anak maka selanjutnya kayu tersebut di potong sesuai dengan ukuran yang akan di buat supaya ketika proses pembentukan barang mudah untuk dikerjakan.

#### **4. Meratakan Kayu**

Kayu harus diratakan atau diluruskan sisi satu dengan sisi yang lainnya, supaya permukaan kayu tersebut rata satu sama lain

#### **5. Mengamplas kayu**

Proses ini dimana kayu yang awalnya kasar di olah menjadi halus tetapi proses ini tidak menjadikan kayu tersebut menjadi terlalu halus hanya menghilangkan kekasaran pada kayu-kayu yang akan di buat mainan anak tersebut.

#### **6. Membentuk kayu**

Pembentukan kayu di lakukan oleh seorang profesional karena proses ini lah yang sangat sulit diantara proses-proses yang lainnya, dimana proses ini harus membutuhkan konsentrasi dan ketelitian dalam melakukan proses pembentukan

#### **7. Memberi lubang pada kayu**

Memberi lubang atau bolongan-bolongan pada kayu ini proses yang mudah tetapi dalam kemudahan itu butuh ketelitian karena memberi lubang pada potongan kayu yang sudah dibentuk harus sama dengan yang lainnya



Gambar 4.11 Memberi Lubang Pada Kayu  
Sumber : CV Mainankayu.com

#### **8. Menghaluskan kayu**

Proses ini hampir sama dengan menghamplas kayu, tetapi proses ini menjadikan kayu-kayu tersebut menjadi benar-benar halus, baik dan tidak khawatir ketika anak memegang atau memainkan mainan tersebut karena kayu yang dihasilkan sangatlah aman untuk anak-anak

## **9. Pengecatan**

Cat ini tidak berbahaya untuk anak-anak ketika digenggam karena cat ini menggunakan cat air yang berstandar mutu, warna yang dihasilkan sangatlah cerah.

Proses pengecatan ini ada yang menggunakan semprotan untuk mengecat dan ada juga yang manual yang menggunakan koas cat



Gambar 4.12 Proses pengecatan  
Sumber : CV Mainankayu.com

## **10. Proses penjemuran**



Gambar 4.13 Proses penjemuran  
Sumber : CV Mainankayu.com

## **11. Finishing**

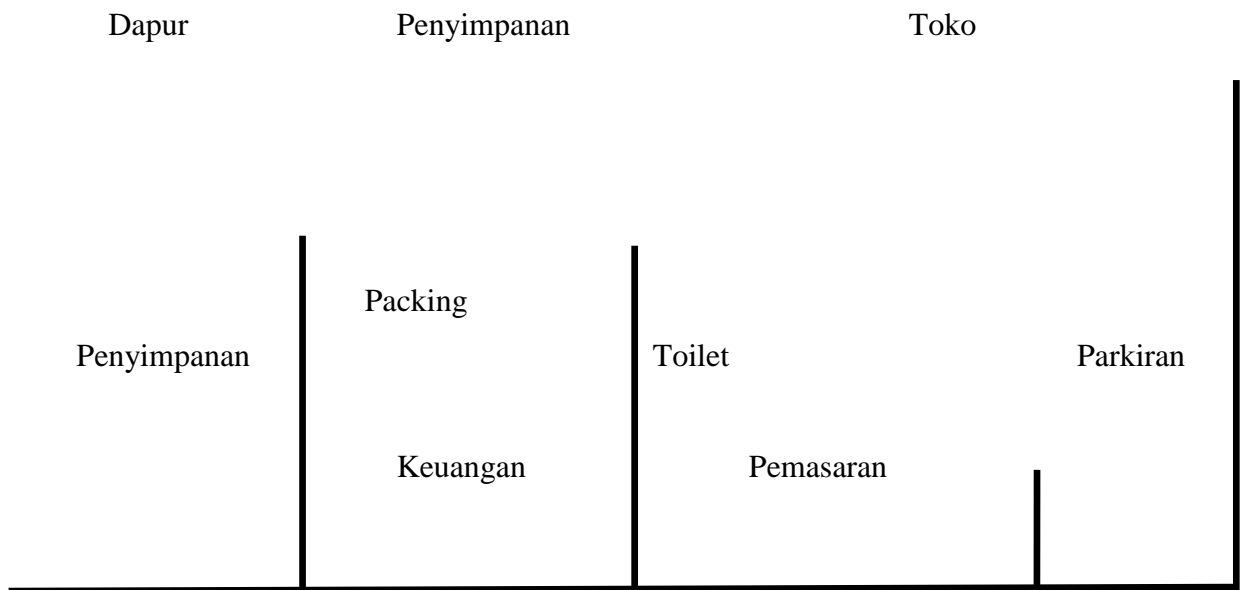
Proses ini terakhir setelah di jemur yaitu mainan tersebut di scap atau di bungkus oleh plastik bening dan diberi SNI ( Standar Nasional Indonesia )

Ketika pembungkusan sudah selesai maka siap untuk dipasarkan



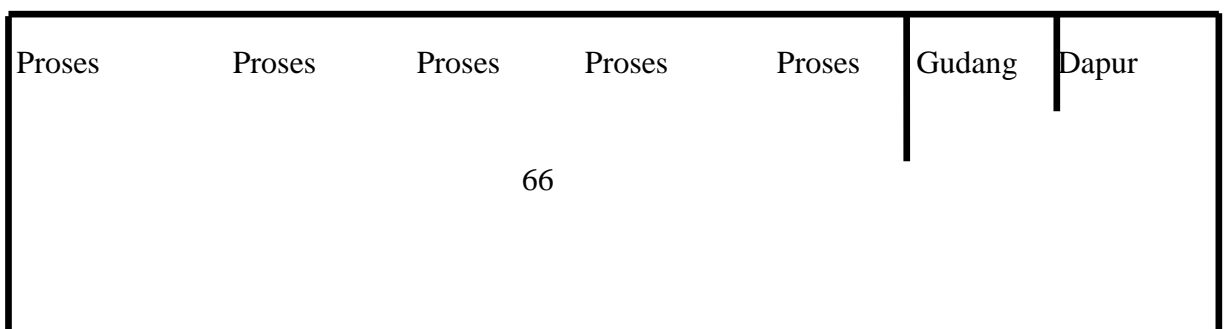
Gambar 4.14 Fisihing  
Sumber : CV Mainankayu.com

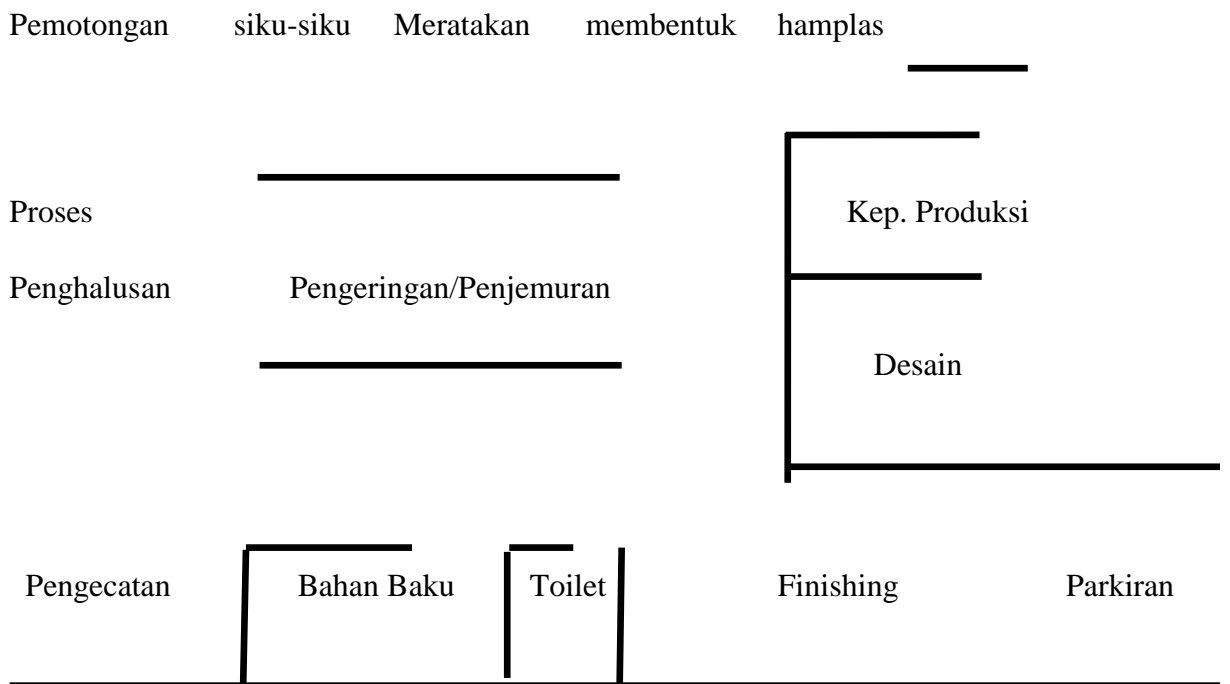
#### 4.2.4 *Layout* Perusahaan



Gambar 4.15 Layout Pemasaran, Penyimpanan dan KA Keuangan CV  
Mainankayu.com  
Sumber : CV Mainankayu.com

#### 4.2.5 *Layout* Bagian Produksi





Gambar 4.16 Layout Produksi, Desain dan KA Produksi CV Mainankayu.com  
 Sumber : CV Mainankayu.com

#### 4.2.6 Biaya Produksi CV Mainankayu.com

Berikut ini merupakan biaya produksi yang ditetapkan CV. Mainankayu.com dan realisasi biaya produksi yang dikeluarkan oleh CV. Mainankayu dari tahun 2011 – 2015 sebagai berikut:

**Tabel 4.3 Budget dan Realisasi Produksi 2011-2013**

Jenis Biaya Produksi	Tahun					
	2011		2012		2013	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi	Budget Produksi	Realisasi Produksi	Budget Produksi	Realisasi Produksi
<b>Bahan baku dan penolong</b>						
Kayu Pinus	150,000,000	150,000,000	200,000,000	204,000,000	250,000,000	240,500,000
Kayu MDF 9 mm	190,000,000	190,000,000	208,000,000	207,000,000	250,000,000	245,000,000
Bahan penolong	6,400,000	6,420,000	10,000,000	10,612,500	12,000,000	13,412,500
<b>Jumlah</b>	<b>346,400,000</b>	<b>346,420,000</b>	<b>418,000,000</b>	<b>421,612,500</b>	<b>512,000,000</b>	<b>498,912,500</b>
<b>Biaya administrasi dan umum</b>						
Gaji pekerja langsung	150,000,000	150,000,000	159,600,000	159,600,000	165,600,000	165,600,000
Jumlah	150,000,000	150,000,000	<b>159,600,000</b>	<b>159,600,000</b>	<b>165,600,000</b>	<b>165,600,000</b>
BOP	30,000,000	29,620,000	35,000,000	34,312,500	40,000,000	38,162,500
<b>Jumlah</b>	<b>526,400,000</b>	<b>526,040,000</b>	<b>612,600,000</b>	<b>615,525,000</b>	<b>717,600,000</b>	<b>702,675,000</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

**Tabel 4.3 Budget dan Realisasi Produksi 2014-2015**

Jenis Biaya Produksi	Tahun			
	2014		2015	
	Budget Produksi	Realisasi Produksi	Budget Produksi	Realisasi Produksi
<b>Bahan baku dan penolong</b>				
Kayu Pinus	300,000,000	315,000,000	400,000,000	400,000,000
Kayu MDF 9 mm	240,000,000	250,000,000	270,000,000	267,750,000
Bahan penolong	18,000,000	15,810,000	18,000,000	18,050,000
<b>Jumlah</b>	<b>558,000,000</b>	<b>580,810,000</b>	<b>688,000,000</b>	<b>685,800,000</b>
<b>Biaya administrasi dan umum</b>				
Gaji pekerja langsung	172,800,000	172,800,000	180,000,000	180,000,000
<b>Jumlah</b>	<b>172,800,000</b>	<b>172,800,000</b>	<b>180,000,000</b>	<b>180,000,000</b>
BOP	43,000,000	42,210,000	36,000,000	35,546,000
<b>Jumlah</b>	<b>773,800,000</b>	<b>795,820,000</b>	<b>904,000,000</b>	<b>901,346,000</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

### **4.3 Aspek Pemasaran**

Pemasaran (*marketing*) mempunyai arti suatu aktivitas yang bertujuan untuk mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhannya. Pemasaran juga biasa diartikan dengan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.

#### **4.3.1 Segmentasi Pasar**

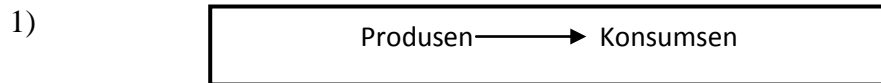
Segmen Pasar adalah sesuatu kelompok konsumen yang sudah ada atau prospek, yang memiliki karakteristik sama dalam memberikan respon atas program pemasaran. Dalam hal ini segmen pasar yang akan dituju oleh perusahaan CV Mainankayu.com dalam menjual produknya adalah masyarakat (konsumen/pelanggan) berjenis kelamin Laki-laki dan Perempuan, usia dari umur 2 – 7 tahun. Ini dibuktikan dengan fokus perusahaan yang menjual mainan edukasi dari kayu dengan berbagai macam jenis mainan sehingga dapat menarik banyak konsumen yang menjadikan anak-anak lebih cerdas dalam bermain sambil belajar.

#### **4.3.2 Saluran Distribusi**

Saluran distribusi adalah semua kegiatan yang ditujukan untuk menyampaikan barang dari produsen kepada konsumen supaya barang atau jasa mudah di dapatkan konsumen di perlukan peranan distribusi. Disinilah hubungan antara Produsen, distributor, agen, dropship dan konsumen. Jenis saluran distribusi yang di gunakan oleh perusahaan CV Mainankayu.com ini adalah Saluran Distribusi tidak langsung.

Saluran distribusi tidak langsung adalah suatu alternatif keputusan saluran distribusi atau pemasaran dalam penjualan produk kepada pelanggan dengan menggunakan satu atau lebih jenis prantara.

Berikut adalah jenis saluran distribusi yang digunakan CV. Mainankayu.com dalam memasarkan produknya :



Gambar 4.17 Saluran Distribusi CV Mainankayu.com

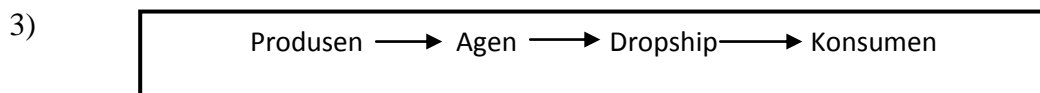
Saluran distribusi dari produsen ke konsumen merupakan saluran distribusi paling pendek dan sederhana, dimana produsen menyalurkan barangnya langsung kekonsumen tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang di hasilkan melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.



Gambar Saluran Distribusi CV

Mainankayu.com

Jenis saluran distributor ini dilaksanakan oleh produsen yang tidak ingin menjual secara langsung tetapi menginginkan suatu lembaga guna menyalurkan produknya, sehingga dalam hal ini produsen menjual kepada pedagang besar saja. Kemudian pedagang besarlah yang menjual kepada konsumen, jadi disini produsen hanya berhubungan dengan distributor atau pedagang besar.



Gambar Saluran Distribusi CV. Mainankayu.com

Dalam saluran distribusi ini produsen memilih agen yang akan dipertemukan produsen untuk menjalankan kegiatan penjualan kepada dropship atau pengecer dan selanjutnya dropship menjualnya kepada konsumen. Pada dasarnya saluran distribusi yang dipakai baik itu agen maupun dropship tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan dengan sasaran konsumennya.

Agen di sini bertugas mempertemukan pembeli dengan penjual. Agen tidak mengambil alih kepemilikan dari barang tersebut

### 4.3.3 Kegiatan Promosi Perusahaan

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 Mainankayu.com :

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 anak usia 2-7 tahun, sekolah PAUD atau Taman Kanak-Kanak maupun lembaga pemerintah atau swasta.

2. Melalui internet dan media sosial

Salah satu cara promosi yang paling mudah, efektif dan tidak mengeluarkan banyak biaya adalah melalui internet. Dimana saja dan kapan saja semua orang dapat mengakses internet karena perkembangan zaman sudah banyak tersedia telepon genggam yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan untuk mengakses internet. Oleh karena itu CV Mainankayu.com memilih promosi lewat internet dan media sosial.

Website resmi dari CV Mainankayu.com adalah [www.mainankayu.com](http://www.mainankayu.com). Dalam website tersebut, perusahaan ini memberikan informasi mengenai berbagai macam model mainan atau produk yang dijualnya, disertai gambar model-model produk beserta harganya dan aktivitas yang dilakukan CV. Mainankayu.com untuk mempromosikan barang tersebut, juga *contact person* yang dapat dihubungi jika ingin membeli produk dari CV Mainankayu.com.

3. Mengikuti pameran dan event-event

CV Mainankayu.com juga rutin mengikuti pameran dan event yang diadakan oleh beberapa instansi misalnya yang diadakan oleh kementerian

perindustrian dan kementrian perdagangan dan perusahaan CV Mainankayu.com ini sering di panggil oleh beberapa chanel televisi tertentu yang ada di Indonesia. Atau menjadi trainer dalam seminar-seminar tertentu. Dengan cara demikian, CV Mainankayu.com dapat memperkenalkan produknya lebih lagi kepada masyarakat Indonesia.

4. Brosur dan kartu nama

Dengan rutinnnya CV Mainankayu.com mengikuti pameran-pameran untuk memperkenalkan produknya, maka diperlukanlah brosur berisi informasi produk dan kartu nama yang dapat dibagikan pada saat pameran dan event berlangsung.

**Tabel 4.4 Biaya Promosi CV Mainankayu.com Periode 2011 - 2015**

<b>Keterangan</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Pulsa Modem	2.040.000	2.040.000	2.040.000	2.280.000	2.280.000
Borsur	350.000	420.000	490.000	455.000	455.000
Kartu Nama	105.000	140.000	210.000	350.000	315.000
Pameran UKM	600.000	500.000	900.000	1.000.000	850.000
<b>Total Biaya Iklan</b>	<b>3.095.000</b>	<b>3.100.000</b>	<b>3.640.000</b>	<b>4.085.000</b>	<b>3.900.000</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

**4.3.4 Fungsi Pemasaran Perusahaan**

Tujuan pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa ke tangan konsumen. Dalam melakukan proses fungsi pemasarannya berikut adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh CV Mainankayu.com, yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)

Dalam melakukan proses perencanaan, perusahaan CV Mainankayu.com terlebih dahulu harus

mengetahui jenis-jenis mainan kayu apa saja yang mampu membantu dalam proses belajar anak. Sehingga mainan kayu yang akan diproduksi perusahaan dapat masuk pasar dan laku di pasaran. Setelah mengetahui jenis mainan kayu yang akan di buat, maka perusahaan membuat desain dan pola mainan kayu yang akan diproduksinya untuk dijadikan *sample* mainan kayu tersebut.

## 2. Pembelian (*Buying*)

Setelah tahap perencanaan selesai dilakukan, Untuk menjalankan fungsi pembelian dalam hal pembelian bahan baku maka perusahaan membeli bahan-bahan apa saja yang dibutuhkan dalam memproduksi mainan kayu sesuai dengan yang sudah direncanakan sebelumnya. Seperti berapa banyak kayu yang dibutuhkan, serta aksesoris-aksesoris apa saja yang dibutuhkan. Bahan baku yang dibeli adalah bahan-bahan yang berkualitas, untuk jenis kayu menggunakan kayu pinus, dan untuk cat menggunakan cat non toxid sehingga aman untuk anak-anak.

## 3. Penyimpanan/penggudangan (*Storage*)

Penyimpanan mempunyai peranan penting dalam suatu produksi. Karena dengan adanya penyimpanan, perusahaan akan mempunyai suatu stock produk sehingga jika permintaan akan suatu produk meningkat dan produksi yang dihasilkan kurang mencukupi, maka kekurangan tersebut mampu ditutupi oleh stock yang tersedia.

Selain itu aspek keamanan dan kerapihan juga diperhatikan, banyaknya susunan atau tumpukan barang pada gudang penyimpanan tidak boleh terlalu tinggi karena dapat merusak bentuk terutama pada box yang terletak di bagian bawah tumpukan.

## 4. Pembungkusan (*Packing*)

Pembungkusan mempunyai peranan penting dalam pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan selain untuk mewadahi produk selama distribusi hingga ke konsumen, dan meningkatkan efisiensi produk, pembungkusan ini juga berguna sebagai identitas produk. Oleh karena itu dengan pembungkusan yang menarik dan berkualitas, maka dapat menambah daya tarik konsumen .

Perusahaan dalam hal pembungkusan menggunakan kardus bertulisan merk dagang dari CV Mainankayu.com yaitu Nobie toys dan Atham toys bertujuan untuk menjaga mainan kayu agar tetap rapih serta terlihat lebih flexible untuk satuan langsung ke tangan konsumen dan jika untuk di paketkan dalam jumlah besar CV Mainankayu.com membungkus dengan kardus besaar agar dapat disusun dengan rapi.

#### 5. Pengangkutan (*Transportation*)

CV Mainankayu.com melakukan pengiriman ke pedagang besar dengan cara; pengiriman secara langsung yang dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran (driver) dengan menggunakan mobil untuk wilayah jabodetabek dan bandung, dengan menggunakan jasa pengiriman ekspedisi untuk wilayah di luar jabodetabek, atau pedagang besar langsung mengambil sendiri ke pabrik.



Gambar 4.18 Mobil Pengiriman Produk  
 Sumber : CV Mainankayu.com

Pengiriman ini dilakukan secara langsung dan cepat (dimana setiap ada pesanan untuk dikirim atau pembelian, CV MainanKayu.com 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.

#### 6. Penjualan

Penjualan adalah untuk mencapai hasil perkembangan bisnis seperti yang telah di rencanakan, dengan memotivasi anggota tim penjualan untuk menampilkan kemampuan terbaik. Penjualan juga salah satu bagian dari keseluruhan aktivitas pemasaran, termasuk di dalamnya aktivitas promosi. CV Mainankayu.com dalam melakukan penjualannya yaitu menjual produk tersebut langsung kepada konsumen dan ke pedagang besar yang mempunyai outlet di beberapa kota besar di Indonesia misalnya Gramedia, Carrefour, tip top dan lain-lain.

#### 4.3.5 Biaya Pemasaran

Berikut merupakan budget biaya pemasaran yang ditetapkan CV Mainankayu.com dan realisasi biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam lima (5) tahun terakhir adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.5 Biaya Pemasaran**

Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
	Budget	Budget	Budget	Budget	Budget
B.Transfotransi	4.860.000	5.640.000	6.840.000	8.450.000	10.280.000
<b>Total Biaya</b>	<b>4.860.000</b>	<b>5.640.000</b>	<b>6.840.000</b>	<b>8.450.000</b>	<b>10.280.000</b>

<b>Transportasi</b>					
Label,Handtag	5.550.000	8.654.400	6.500.000	7.000.000	9.878.000
Plastik Packing	5.500.000	6.500.00	3.500.000	7.039.000	6.765.000
Kardus	1.500.000	1.701.000	239.170	2.325.000	1.965.000
Buble wrap	3.750.000	4.850.000	6.400.000	6.500.000	6.950.000
<b>Total Biaya Packing</b>	<b>16.300.000</b>	<b>19.329.000</b>	<b>16.639.170</b>	<b>22.864.000</b>	<b>21.383.000</b>
<b>B.Iklan dan Promosi</b>					
Internet	2.040.000	2.040.000	2.040.000	2.280.000	2.280.000
Brosur	350.000	420.000	490.000	455.000	455.000
Kartu Nama	105.000	140.000	210.000	350.000	315.000
Pameran UKM	600.000	500.000	900.000	1.000.000	850.000
<b>Total Biaya Iklan</b>	<b>3.095.000</b>	<b>3.100.000</b>	<b>3.640.000</b>	<b>4.085.000</b>	<b>3.900.000</b>
<b>Total Biaya Pemasaran</b>	<b>24.255.000</b>	<b>28.069.000</b>	<b>27.119.170</b>	<b>35.399.000</b>	<b>35.563.000</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

#### 4.4 Aspek Personalia

Bidang personalia bagian dari manajemen yang mengkhususkan dalam bidang personalia atau kepegawaian, yang berkaitan dengan manusia khususnya bagaimana menjalin kerja sama dalam mengembangkan dan menumbuhkan kebijaksanaan dalam mempengaruhi orang-orang dalam organisasi maupun membantu para pimpinan untuk mengelola sumberdaya manusia yang dimiliki perusahaan.

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah proses serta upaya untuk merekrut, mengembangkan, memotifasi serta

mengevaluasi keseluruhan sumber daya manusia yang diperlukan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Manajemen MSDM adalah manajemen yang mengkhususkan diri dalam bidang pengelolaan sumber daya manusia. Dalam pelaksanaannya CV Mainankayu.com dilakukan langsung oleh pemilik perusahaan. Dalam hal ini pemilik mampu melakukan proses analisis jabatan, perekrutan karyawan, penempatan posisi, pemberian kompensasi untuk memotivasi karyawan, hingga pemutusan hubungan kerja.

#### 4.4.1 Perekrutan dan Penempatan Karyawan

Perencanaan sumber daya manusia adalah perencanaan strategis untuk mendapatkan dan memelihara kualifikasi sumber daya manusia yang diperlukan bagi organisasi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Rekrutment merupakan upaya perusahaan untuk mendapatkan tenaga kerja yang diperlukan sesuai dengan kualifikasi yang telah ditetapkan dalam perencanaan tenaga kerja.

Dalam melakukan perekrutan karyawan CV.Mainankayu.com melakukan percobaan dalam masa kerja dengan jangka waktu tertentu dan berdasarkan pengalaman yang telah dimiliki oleh calon karyawan tersebut.

Adapun rincian tenaga kerja yang terdapat dalam CV.Mainankayu.com dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.6 Tenaga Kerja**

No.	Bagian	Jenis Kelamin		Jumlah Karyawan
		Laki – Laki	Perempuan	
1	Marketing	3	1	4 orang
2	Produksi	1		1 orang
3	Administrasi & keuangan	3	2	5 orang

4	Distribusi	3		3 orang
<b>Total Karyawan</b>				13 orang

Sumber : CV Mainankayu.com

Bidang produksi adalah bagian yang membutuhkan tenaga kerja lebih untuk menyelesaikan target produksi yang ditentukan. Pada bagian produksi CV Mainankayu.com memperkerjakan karyawannya sebanyak 34 orang dengan rincian jobdes sebagai berikut :

**Tabel Tenaga Kerja**

No.	Bagian	Jenis Kelamin		Jumlah Karyawan
		Laki – Laki	Perempuan	
1	Pengawas pabrik (quality control)	2	1	3 orang
2	Gudang	4	1	5 orang
3	Desain/pola	2	-	2 orang
4	Potong	2	-	2 orang
5	Assembling	4	2	6 orang
6	Preparing	2	6	8 orang
7	Finishing & packaging	4	4	8 Orang
<b>Total Karyawan</b>				34 orang

Sumber : CV Mainankayu.com

Adapun proses-proses perekrutan karyawan yang dilakukan oleh CV Mainankayu.com adalah sebagai berikut :

**1. Membuat Surat Lamaran**

- Surat Lamaran
- Melampirkan beberapa surat yang dibutuhkan seperti, foto copy ijazah, daftar riwayat hidup, foto copy ktp, foto copy kartu keluarga , dan foto ukuran 4x6.
- Wawancara

**2. Pengenalan dan Orientasi**

Dalam pengenalan dan orientasi yang pertama dilakukan calon karyawan adalah melakukan pengenalan kepada para karyawan yang terlebih dahulu bekerja, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan mesin-mesin yang akan dipergunakan selama proses produksi yang dilakukan perusahaan.

**3. Training / Masa Percobaan Karyawan Baru**

Perusahaan akan memberikan pelatihan terlebih dahulu kepada calon karyawan yang akan bekerja nantinya sampai karyawan benar-benar memahami, mengerti dan mampu melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan bidangnya dengan baik.

- Masa orientasi satu minggu
- Masa percobaan tiga bulan (sudah terima gaji 80 % dari semestinya).

**4. Masa Evaluasi**

Masa evaluasi calon karyawan baru berkisar antara tiga bulan. Pemilik perusahaan akan mengawasi secara langsung perkembangan karyawan baru tersebut. Jika pekerjaannya bagus, maka itu artinya karyawan tersebut akan terus bekerja. Tetapi jika tidak, dan pekerjaannya terus

mengalami penurunan, maka karyawan tersebut akan ditegur langsung oleh pemilik.

#### **4.4.2 Penilaian Kinerja (Evaluasi)**

Tujuan evaluasi kinerja adalah untuk menjamin pencapaian sasaran dan tujuan perusahaan dan juga untuk mengetahui posisi perusahaan dan tingkat pencapaian sasaran perusahaan, terutama untuk mengetahui bila terjadi keterlambatan atau penyimpangan supaya segera diperbaiki.

#### **4.4.3 Pelatihan dan Pengembangan Karyawan**

Pelatihan SDM pada hakekatnya merupakan upaya untuk meningkatkan kecakapan dan pengetahuan pelaksanaan tugas tertentu. Pelatihan merupakan proses membantu para tenaga kerja untuk memperoleh efektivitas dalam pekerjaan mereka melalui pengembangan kebiasaan tentang pikiran, tindakan, kecakapan, pengetahuan dan sikap yang layak. Pelatihan berhubungan dengan efektivitas pekerjaan individu tenaga kerja dan hubungan antar tenaga kerja yang dikembangkan. Tujuan pelaksanaan pelatihan adalah agar para karyawan memperoleh pengetahuan tentang sikap dan kelakuan tenaga kerja yang diperlukan agar kondisi perusahaan efektif.

#### **4.4.4 Kompensasi**

Kompensasi adalah penghargaan yang diberikan perusahaan sebagai balasan atas prestasi kerja yang diberikan oleh tenaga kerja. Kompensasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi bagaimana dan mengapa orang-orang bekerja pada suatu organisasi dan bukan pada organisasi lainnya. Pengusaha harus cukup kompetitif dengan beberapa jenis kompensasi untuk memperkerjakan, memperhatikan dan memberi imbalan terhadap kinerja setiap individu di dalam organisasi.

Jenis-Jenis Kompensasi :

- a.) Gaji Merupakan bayaran yang konsisten dari suatu periode ke periode lain dengan tidak memandang jumlah jam kerja.

- b.) Upah Merupakan bayaran yang secara langsung dihitung berdasarkan jumlah waktu kerja. Upah yang diberikan CV.Mainankayu.com berkisar Rp 1.700.000 s/d RP 3.200.000 per bulan.
- c.) Tunjangan diluar gaji yang dimaksud CV.Mainankayu.com adalah tunjangan yang diberikan pada karyawan diluar hasil produksi yang dihasilkan setiap minggunya. Tunjangan yang diberikan CV Mainankayu.com adalah tunjangan pada karyawan menjelang hari raya seperti sejumlah uang dan sembako pada setiap karyawan.

## 4.5 Aspek keuangan

### 4.5.1 Data Penjualan

Dalam menentukan harga jual produknya, perusahaan mempertimbangkan beberapa hal, antara lain lamanya proses produksi dan besarnya biaya produksi seperti penggunaan bahan dan/atau aksesoris tertentu yang menyebabkan biaya produksi meningkat.

**Tabel 4.7 Data Penjualan**

Keterangan	2011		
	Jumlah	Harga	Pendapatan
Nobie Truk Pengungkit	1.111	225.869	251.000.000
Nobie Alur Kawat	2.989	225.869	675.173.835

<b>Total</b>	<b>4.100</b>	<b>451.739</b>	<b>926.173.835</b>
--------------	--------------	----------------	--------------------

Sumber : CV Mainankayu.com

<b>Keterangan</b>	<b>2012</b>		
	<b>Jumlah</b>	<b>Harga</b>	<b>Pendapatan</b>
Nobie Truk Pengungkit	1.257	237.757	299.000.000
Nobie Alur Kawat	2.946	237.757	700.496.674
<b>Total</b>	<b>4.221</b>	<b>475.515</b>	<b>999.496.674</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

<b>Keterangan</b>	<b>2013</b>		
	<b>Jumlah</b>	<b>Harga</b>	<b>Pendapatan</b>
Nobie Truk Pengungkit	1.234	264.175	326.000.000
Nobie Alur Kawat	3.055	264.175	807.199.056
<b>Total</b>	<b>4.289</b>	<b>528.350</b>	<b>1.133.199.056</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

<b>Keterangan</b>	<b>2014</b>		
	<b>Jumlah</b>	<b>Harga</b>	<b>Pendapatan</b>
Nobie Truk Pengungkit	1.509	310.794	469.000.200
Nobie Alur Kawat	2.863	310.794	890.041.000
<b>Total</b>	<b>4.372</b>	<b>621.588</b>	<b>1.359.041.200</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

<b>Keterangan</b>	<b>2015</b>		
	<b>Jumlah</b>	<b>Harga</b>	<b>Pendapatan</b>
Nobie Truk Pengungkit	1.992	388.493	774.000.250
Nobie Alur Kawat	2.575	388.493	1.000.396.000
<b>Total</b>	<b>4.567</b>	<b>776.985</b>	<b>1.774.396.250</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

#### 4.5.2 Harga Pokok Penjualan

**Tabel 4.8 Harga Pokok Penjualan**

No	Rincian	Tahun
----	---------	-------

		2011	2012	2013	2014	2015
<b>A</b>	<b>Pemakaian Bahan Baku</b>					
	Persediaan Awal Bahan Baku	59.750.000	60.560.000	71.500.000	73.500.000	74.000.000
	Pembelian Bahan Baku	385.000.000	458.000.000	544.900.000	627.100.000	733.750.000
	Persediaan Bahan Baku Siap Pakai	444.750.000	518.560.000	616.400.000	700.600.000	807.750.000
	Persediaan Akhir Bahan Baku	60.560.000	71.500.000	73.500.000	74.000.000	79.500.000
	<b>Total Pemakaian Bahan Baku</b>	<b>384.190.000</b>	<b>447.060.000</b>	<b>542.900.000</b>	<b>626.600.000</b>	<b>728.250.000</b>
<b>B</b>	Biaya upah pekerja langsung	98.500.000	103.800.000	103.486.000	106.292.800	110.425.000
	Biaya upah pekerja tidak langsung	5.500.000	5.650.000	5.700.000	5.850.000	5.900.000
	Biaya bahan baku penolong	6.500.000	10.612.500	13.412.500	15.810.000	18.050.000
	Biaya listrik,air,telpon	12.900.000	13.200.000	13.500.000	13.900.000	14.596.000
	Biaya perawatan mesin	5.300.000	5.500.000	6.250.000	7.500.000	7.900.000
	Biaya penyusutan mesin & peralatan	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
<b>C</b>	<b>Total BOP</b>	<b>133.700.000</b>	<b>143.762.500</b>	<b>147.348.500</b>	<b>154.352.800</b>	<b>161.871.000</b>
<b>D</b>	Harga Pokok Produksi (A+B+C)	616.390.000	694.622.500	793.734.500	887.245.600	1.000.546.000
	Persediaan Awal Barang Jadi	55.000.000	83.200.000	98.500.000	120.000.000	155.000.000
	Barang Jadi Siap dijual	671.390.000	777.822.500	892.234.500	1.007.245.600	1.155.546.000
	Persediaan Akhir Barang jadi	83.200.000	98.500.000	120.000.000	155.000.000	174.300.000
	<b>Harga Pokok Penjualan</b>	<b>590.190.000</b>	<b>679.322.500</b>	<b>772.234.500</b>	<b>852.245.600</b>	<b>971.246.000</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

### 4.5.3 Laporan Perubahan Modal

**Tabel 4.9 Perubahan Modal**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun</b>				
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Modal Awal	605.000.000	712.305.852	796.550.509	877.961.356	1.073.848.296
Laba Setelah Pajak	143.665.952	121.774.657	155.335.847	274.946.940	537.288.525
Penambahan	748.665.952	834.080.509	951.886.356	1.152.908.296	1.611.136.821
Prive			35.000.000	40.000.000	
<b>Modal Akhir</b>	<b>712.305.852</b>	<b>834.080.509</b>	<b>916.886.356</b>	<b>1.112.908.296</b>	<b>1.611.136.821</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

#### 4.5.4 Neraca

Tabel 4.10 Neraca

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>AKTIVA</b>					
<b>1. AKTIVA LANCAR</b>					
Kas	514.285.000	673.504.000	836.223.170	1.011.872.170	1.192.385.170
Piutang Dagang	85.730.000	108.590.000	110.000.000	53.300.000	94.700.000
Persediaan Bahan Baku	60.560.000	71.500.000	73.500.000	74.000.000	79.500.000
Persediaan Barang Jadi	83.200.000	98.500.000	120.000.000	155.000.000	174.300.000
<b>Total Harta Lancar</b>	<b>743.775.000</b>	<b>952.094.000</b>	<b>1.139.723.170</b>	<b>1.294.172.170</b>	<b>1.540.885.170</b>
<b>2. AKTIVA TETAP</b>					
Tanah	106.000.000	106.000.000	106.000.000	106.000.000	106.000.000
Rumah	200.000.000	200.000.000	200.000.000	200.000.000	200.000.000
Akumulasi Penyusutan	20.000.000	25.000.000	30.000.000	35.000.000	40.000.000
<b>Nilai Akhir</b>	<b>180.000.000</b>	<b>175.000.000</b>	<b>170.000.000</b>	<b>165.000.000</b>	<b>160.000.000</b>
Mesin Dan Peralatan	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000
Akumulasi Penyusutan Mesin dan Peralatan	12.000.000	16.000.000	20.000.000	24.000.000	28.000.000
<b>Nilai Akhir</b>	<b>13.000.000</b>	<b>9.000.000</b>	<b>5.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>(3.000.000)</b>

Inventaris Kantor	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
Akumulasi Penyusutan Inventaris Kantor	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
<b>Nilai Akhir</b>	<b>10.000.000</b>	<b>10.000.000</b>	<b>10.000.000</b>	<b>10.000.000</b>	<b>10.000.000</b>
Kendaraan	180.000.000	180.000.000	180.000.000	180.000.000	180.000.000
Akumulasi Penyusutan Kendaraan	15.000.000	20.000.000	25.000.000	30.000.000	35.000.000
<b>Nilai Akhir</b>	<b>165.000.000</b>	<b>160.000.000</b>	<b>155.000.000</b>	<b>150.000.000</b>	<b>145.000.000</b>
<b>Total Harta Tetap</b>	<b>474.000.000</b>	<b>460.000.000</b>	<b>446.000.000</b>	<b>432.000.000</b>	<b>418.000.000</b>
Perizinan	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Amortisasi	1.800.000	2.400.000	3.000.000	3.600.000	4.200.000
<b>Nilai Akhir</b>	<b>1.200.000</b>	<b>600.000</b>	<b>-</b>	<b>(600.000)</b>	<b>(1.200.000)</b>
<b>Total Aktiva Tetap</b>	<b>475.200.000</b>	<b>460.600.000</b>	<b>446.000.000</b>	<b>431.400.000</b>	<b>416.800.000</b>
<b>Total Aktiva ( 1+2 )</b>	<b>1.218.975.000</b>	<b>1.412.694.000</b>	<b>1.585.723.170</b>	<b>1.725.572.170</b>	<b>1.957.685.170</b>
<b>PASIVA</b>					
1. Hutang Usaha	493.803.050	411.673.393	536.481.716	558.973.776	221.458.251
2.Modal	725.171.950	1.001.020.607	1.049.241.454	1.166.598.394	1.736.226.919
<b>Total Pasiva</b>	<b>1.218.975.000</b>	<b>1.412.694.000</b>	<b>1.585.723.170</b>	<b>1.725.572.170</b>	<b>1.957.685.170</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

#### 4.5.5 Laporan Laba Rugi

Tabel 4.11 Laporan Laba Rugi

No	Rincian	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>A</b>	Hasil Penjualan	926.173.835	999.496.674	1.133.199.056	1.359.041.200	1.774.396.250
<b>B</b>	Harga Pokok Penjualan	590.190.000	679.322.500	772.234.500	852.245.600	971.246.000
<b>C</b>	<b>Lab Kotor (A-B)</b>	<b>335.983.835</b>	<b>320.174.174</b>	<b>360.964.556</b>	<b>506.795.600</b>	<b>803.150.250</b>
<b>D</b>	Biaya Usaha :					
	Biaya Gaji Karyawan	94.000.000	98.700.000	103.150.000	107.800.000	112.500.000
	Biaya Pemasaran	<b>24.255.000</b>	<b>28.069.000</b>	<b>27.119.170</b>	<b>35.399.000</b>	<b>35.563.000</b>
	Biaya Penyusutan	18.100.000	18.100.000	18.100.000	18.100.000	18.100.000
	Biaya Inventaris Kantor	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
	<b>Total Biaya Usaha</b>	<b>176.355.000</b>	<b>184.869.000</b>	<b>188.369.170</b>	<b>201.299.000</b>	<b>206.163.000</b>
<b>E</b>	Lab Usaha EBIT (C-D)	159.628.835	135.305.174	172.595.386	305.496.600	596.987.250
<b>F</b>	Pajak (10%)	15.962.884	13.530.517	17.259.539	30.549.660	59.698.725
<b>G</b>	<b>Lab Bersih (E-F)</b>	<b>143.665.952</b>	<b>121.774.657</b>	<b>155.335.847</b>	<b>274.946.940</b>	<b>537.288.525</b>

Sumber : CV Mainankayu.com

## BAB V

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Pengelompokan Biaya

##### 5.1.1 Biaya Semi Variabel

Menurut Mulyadi (2009 : 469) Untuk menghitung biaya semi variabel digunakan metode titik tertinggi dan titik terendah. Cara menentukan pola perilaku biaya dengan metode ini adalah menganalisis biaya laba pada volume kegiatan yang tertinggi dan volume kegiatan terendah.

- a. Menghitung biaya semi variabel untuk Biaya Pemeliharaan Mesin

**Tabel 5.1 Biaya Pemeliharaan Mesin**

No	Bulan	Volume Produksi	Jumlah Biaya Pemeliharaan Mesin
1	Januari	395	485.000
2	Februari	390	490.000
3	Maret	400	500.000
4	April	460	550.000
5	Mei	410	530.000
6	Juni	390	545.000
7	Juli	385	540.000
8	Agustus	386	490.000
9	September	415	510.000
10	Oktober	380	470.000
11	Nopember	400	530.000
12	Desember	390	520.000
<b>Total</b>		<b>4.801</b>	<b>6.170.000</b>

Sumber : Pengolahan Data

Berdasarkan data diatas, biaya dan volume produksi yang paling rendah terdapat pada bulan Oktober dengan volume produksi sebesar 300 unit dan jumlah biaya Rp. 420.000, sedangkan biaya dan volume yang paling tinggi terdapat dibulan April dengan volume 480 unit dan jumlah biaya Rp. 580.000.

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

**Tabel 5.2 Titik Tertinggi dan Terendah Biaya Pemeliharaan Mesin**

Bulan	Volume Produksi	Jumlah Biaya Pemeliharaan Mesin	Keterangan
April	460	550.000	Tertinggi
Oktober	380	470.000	Terendah
	80	80.000	

Sumber : Pengolahan Data

Selisih tersebut merupakan unsur variabel dari biaya yang bersangkutan. Selisih per unit yakni dengan membagi selisih biaya dengan selisih volume merupakan biaya variabel per unit atau dalam fungsi biaya tersebut diatas dinyatakan dengan symbol b dengan demikian maka :

$$\frac{b}{80} = \frac{80.000}{80} = \text{Rp. } 1.000$$

Maka pemisahan biaya tetap dan biaya variabel , yaitu :

Total biaya	=	6.170.000
Total biaya variabel = 1.000 x 4.801	=	4.801.000 -
Total biaya tetap	=	1.369.000

Maka dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa untuk biaya pemeliharaan total biaya variabel adalah 4.801.000 dan biaya tetap adalah 1.369.000.

b. Menghitung biaya semi variabel untuk Biaya Listrik, Air dan Telpon

**Tabel 5.3 Biaya Listrik, Air dan Telpon**

No	Bulan	Volume Produksi	Jumlah Biaya Listrik, Air dan Telpon
1	Januari	450	550.000
2	Februari	460	560.000
3	Maret	450	550.000
4	April	480	560.000
5	Mei	430	530.000
6	Juni	440	570.000
7	Juli	460	550.000
8	Agustus	500	600.000
9	September	470	540.000
10	Oktober	490	590.000
11	Nopember	480	580.000
12	Desember	450	540.000
<b>Total</b>		<b>5.560</b>	<b>6.720.000</b>

Sumber : Pengolahan Data

Berdasarkan data diatas, biaya dan volume produksi yang paling rendah terdapat pada bulan Mei dengan volume produksi sebesar 430 unit dan jumlah biaya Rp. 530.000, sedangkan biaya dan volume yang paling tinggi

terdapat dibulan Agustus dengan volume 500 unit dan jumlah biaya Rp. 600.000.

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

**Tabel 5.4 Titik Tertinggi dan Terendah pada Biaya Listrik, Air dan Telpon**

Bulan	Volume Produksi	Jumlah Biaya Listrik, Air dan Telpon	Keterangan
Agustus	500	600.000	Tertinggi
Mei	430	530.000	Terendah
	70	70.000	

Sumber : Pengolahan Data

Selisih tersebut merupakan unsur variabel dari biaya yang bersangkutan. Selisih per unit yakni dengan membagi selisih biaya dengan selisih volume merupakan biaya variabel per unit atau dalam fungsi biaya tersebut diatas dinyatakan dengan symbol b dengan demikian maka :

$$\frac{b}{70} = \frac{70.000}{70} = \text{Rp. } 1.000$$

Maka pemisahan biaya tetap dan biaya variabel , yaitu :

$$\text{Total biaya} = 6.720.000$$



### 5.1.2 Biaya Tetap (FC)

**Tabel 5.5 Biaya Tetap (FC) 2011-2015**

<b>Biaya Tetap</b>					
<b>Uraian</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>A. Biaya Produksi</b>					
Biaya gaji/upah pekerja tidak langsung	5.500.000	5.650.000	5.700.000	5.850.000	5.900.000
Biaya penyusutan mesin dan peralatan	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Biaya pemeliharaan mesin	1.369.000	1.369.000	1.369.000	1.369.000	1.369.000
Biaya listrik, air dan telpon	1.160.000	1.160.000	1.160.000	1.160.000	1.160.000
<b>B. Biaya Pemasaran</b>					
Biaya gaji karyawan	94.000.000	98.700.000	103.150.000	107.800.000	112.500.000
Biaya pemasaran	24.255.000	28.069.000	27.119.170	35.399.000	35.563.000
Biaya promosi	3.095.000	3.100.000	3.640.000	4.085.000	3.900.000
Biaya penyusutan kendaraan	18.100.000	18.100.000	18.100.000	18.100.000	18.100.000
Biaya penyusutan inventaris kantor	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>192.479.000</b>	<b>201.148.000</b>	<b>205.238.170</b>	<b>218.763.000</b>	<b>223.492.000</b>

Sumber : Pengolahan Data

### 5.1.3 Biaya Variabel (VC)

**Tabel 5.6 Biaya Variabel (VC) 2011-2015**

<b>Biaya Variabel</b>					
<b>Biaya Bahan</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Biaya Produksi</b>					
Biaya gaji/upah tenaga kerja langsung	98.500.000	103.800.000	103.486.000	106.292.800	110.425.000
Biaya bahan penolong	6.500.000	10.612.500	13.412.500	15.810.000	18.050.000
Biaya bahan baku	385.000.000	458.000.000	544.900.000	627.100.000	733.750.000
Biaya Listrik, air dan telpon	5.560.000	5.560.000	5.560.000	5.560.000	5.560.000
Biaya pemeliharaan mesin	4.801.000	4.801.000	4.801.000	4.801.000	4.801.000
<b>Biaya Variabel</b>	<b>500.361.000</b>	<b>582.773.500</b>	<b>672.159.500</b>	<b>759.563.800</b>	<b>872.586.000</b>

Sumber : Pengolahan Data

## 5.2 Perhitungan Break Event Point

### 5.2.1 Break Event Point

Setelah menggolongkan biaya-biaya kedalam biaya tetap dan biaya variabel maka perusahaan akan menentukan biaya margin yang tersedia untuk biaya tetap dan laba :

**Tabel 5.7 Break Event Point 2011-2015**

<b>Uraian</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Total Produksi (unit)	4.100	4.221	4.289	4.372	4.567
Harga Jual/Unit (Rp)	451.739	475.515	528.350	621.588	776.985
Hasil Penjualan (Rp)	926.173.835	999.496.674	1.133.199.056	1.359.041.200	1.774.396.250
Biaya Variabel (Rp) -	550.361.000	582.773.500	672.159.500	759.563.800	872.586.000
Laba Kontribusi (Rp)	375.812.835	416.723.174	461.039.556	599.477.400	901.810.250
Biaya Tetap Total (Rp) -	192.479.000	201.148.000	205.238.170	218.763.000	223.492.000
Laba Bersih (Rp)	143.665.952	121.774.657	155.335.847	274.946.940	537.288.525

Sumber : Pengolahan Data

5.2.2 Break Event Point tahun 2016

$$\text{BEP}_{2016} = \frac{\text{FC}_{2016}}{\frac{1 - \text{TVC}_{2016}}{\text{TR}_{2016}}}$$

- Fixed Cost

Tabel 5.8 Fixed Cost Tahun 2016

Tahun	T	Y	X	X	X
2011	2	1	-	4	-
2012	2	2	-	1	-

	8 . 0 0 0			4 8 . 0 0 0
0 1 3	2 2 0 5 . 2 3 8 . 1 7 0	2 0	0	0
0 1 4	2 2 1 8 . 7 6 3 . 0 0 0	1	1	2 1 8 . 7 6 3 . 0 0 0
0	2 2 2	2	4	4 4

1 5	3 . 4 9 2 . 0 0 0			6 . 9 8 4 . 0 0 0
<b>T</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>7</b>
<b>o t a l</b>	<b>. 0 4 1 . 1 2 0 . 1 7 0</b>		<b>0</b>	<b>9 . 6 4 1 . 0 0 0</b>

Sumber : Pengolahan Data

$$a = \frac{\text{Rp. } 1.041.120.170}{5} = \text{Rp. } 208.224.034$$

$$b = \frac{\text{Rp. } 79.641.000}{10} = \text{Rp. } 7.964.100$$

$$\mathbf{FC}_{2016} = \mathbf{a + b X} = \text{Rp. } 232.116.334$$

- *Variabel Cost*

**Tabel 5.9 Variabel Cost Tahun 2016**

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>
2011	550.36 1.000	- 2	4
2012	582.77 3.500	- 1	1
2013	672.15 9.500	0	0
2014	759.56 3.800	1	1
2015	872.58 6.000	2	4
<b>T</b>	<b>3.437.</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>total</b>	<b>443.800</b>		<b>0</b>

Sumber : Pengolahan Data

$$a = \frac{\text{Rp. } 3.437.443.800}{5} = \text{Rp. } 687.488.760$$

$$b = \frac{\text{Rp. } 2.566.412.300}{10} = \text{Rp. } 256.641.230$$

$$\text{VC}_{2016} = a + b X = \text{Rp. } 1.457.412.450$$

- *Total Variabel Cost (TVC) dan Total Revenue (TR)*

**Tabel 5.10 TVC dan TR Tahun**

**2011-2015**

Tahun	TVC	TR
2011	3.694.835	26.173.885
2012	9.834.867	9.496.677
2013	9.201.200	1.100.000

1 3	7. 9 6 0. 8 8 6	3 3. 1 9 9. 0 5 6
2 0 1 4	1 .1 4 0. 2 7 8. 2 0 0	1 .3 5 9. 0 4 1. 2 0 0
2 0 1 5	1 .5 5 0. 9 0 4. 2 5 0	1 .7 7 4. 3 9 6. 2 5 0
<b>T</b>	<b>5</b>	<b>6</b>

o	.1	.1
t	5	9
a	1.	2.
l	1	3
	8	0
	6.	7.
	8	0
	4	1
	5	5

Sumber : Pengolahan Data

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{2016} &= \frac{\text{FC}_{2016}}{1 - \frac{\text{TVC}_{2016}}{\text{TR}_{2016}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 232.116.334}}{1 - \frac{\text{Rp. 5.151.186.845}}{\text{Rp. 6.192.307.015}}}
 \end{aligned}$$

6.192.307.015

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Rp. 232.116.334}}{0,168131226} \\
 &= \text{Rp. 1.380.566.474}
 \end{aligned}$$

### 5.2.3 Kontribusi Penjualan

Tabel 5.11 Kontribusi Penjualan

<b>T</b>	<b>N</b>	<b>N</b>	<b>J</b>
<b>a</b>	<b>o</b>	<b>o</b>	<b>u</b>
<b>h</b>	<b>b</b>	<b>b</b>	<b>m</b>

<b>u n</b>	<b>i e</b>  <b>T r u k</b>  <b>P e n g u n g k i t</b>  <b>( A )</b>	<b>i e</b>  <b>A l u r</b>  <b>K a w a t</b>  <b>( B )</b>	<b>l a h</b>
2  0 1 1	2  2 5 · 8 6 9	2  2 5 · 8 6 9	4  5 1 · 7 3 8
2	2	2	4

0	3	3	7
1	7	7	5
2	.	.	.
	7	7	5
	5	5	1
	7	7	4
2	2	2	5
0	6	6	2
1	4	4	8
3	.	.	.
	1	1	3
	7	7	5
	5	5	0
2	3	3	6
0	1	1	2
1	0	0	1
4	.	.	.
	7	7	5
	9	9	8
	4	4	8
2	3	3	7
0	8	8	7
1	8	8	6
5	.	.	.
	4	4	9
	9	9	8
	3	3	6
<b>T</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>o</b>	.	.	.

<b>t</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>
<b>a</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>5</b>
<b>l</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>4</b>
	<b>.</b>	<b>.</b>	<b>.</b>
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>7</b>
	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>6</b>

Sumber : Pengolahan Data

$$WA = \frac{Rp. 1.427.088}{Rp. 2.854.176} = Rp. 50 \%$$

$$WB = \frac{Rp. 1.427.088}{Rp. 2.854.176} = Rp. 50 \%$$

Rp. 2.854.176

Rp. 2.854.176

- **Harga Jual**

**Tabel 5.12 Harga Produk Nobie Truk**

**Pengungkit**

<b>T</b>	<b>Nobie Truk Pengungkit (A)</b>	<b>X</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>X.Y</b>
2	225. 869	- 2	4	- 451.738
2	237. 757	- 1	1	- 237.757
2	264. 175	0	0	0
2	310. 794	1	1	3 10.794
2	388.	2	4	7

	493			76.986
<b>T</b>	<b>1.42</b> <b>7.088</b>	<b>0</b>	<b>1</b> <b>0</b>	<b>3</b> <b>98.285</b>

Sumber : Pengolahan Data

$$a = \frac{\text{Rp. } 1.427.088}{5} = \text{Rp. } 285.417$$

$$b = \frac{\text{Rp. } 398.285}{10} = \text{Rp. } 39.828$$

$$\text{Harga Jual A}_{2016} = a + b X = \text{Rp. } 404.901$$

**Tabel 5.13 Harga Produk Nobie Alur**

**Kawat**

<b>T</b>	<b>N</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>n</b>	<b>obie</b>		<sup>2</sup>	<b>.Y</b>
	<b>Alur</b>			
	<b>Kawat</b>			
	<b>(B)</b>			
2	22	-	4	-
1	5.869	2		451.738
2	23	-	1	-
2	7.757	1		237.757
2	26	0	0	0
3	4.175			
2	31	1	1	3
4	0.794			10.794
2	38	2	4	7

5	8.493			76.986
T	1.	0	1	3
l	427.088		0	98.285

Sumber : Pengolahan Data

$$a = \frac{\text{Rp. } 1.427.088}{5} = \text{Rp. } 285.417$$

$$b = \frac{\text{Rp. } 398.285}{10} = \text{Rp. } 39.828$$

$$\text{Harga Jual B}_{2016} = a + b X = \text{Rp. } 404.901$$

- $\text{BEP}_{2016} = \text{Rp. } 1.380.566.474$

Untuk produk Nobie Truk Pengungkit A

$$= 50 \% = \text{Rp. } 690.278.237 : \text{Rp. } 404.901 = 1.704 \text{ Unit}$$

Untuk produk Nobie Truk Pengungkit B

$$= 50 \% = \text{Rp. } 690.278.237 : \text{Rp. } 404.901 = 1.704 \text{ Unit}$$

#### 5.2.4 Target Penjualan

$$\text{Target Penjualan (Rp)} = \frac{\text{FC}_{2016}}{1.000.000.000} +$$

1 - TVC 2016

TR

2016

$$= \frac{\text{Rp. } 232.116.334 + 1.000.000.000}{0,16813226}$$

$$= \text{Rp. } 7.328.301.608$$

- Hasil Penjualan (TR)

Tabel 5.14 Hasil Penjualan (TR)

T	N	N	J
a	o	o	u
h	b	b	m
u	i	i	l
n	e	e	a
			h
	T	A	
	r	l	
	u	u	
	k	r	
	P	K	
	e	a	
	n	w	
	g	a	
	u	t	
	n		
	g	(	
	k	B	
	i	)	

	t		
	( A )		
0 1 1	2 5 1 . 0 0 0 . 0 0 0	2 7 5 . 1 7 3 . 8 3 5	9 2 6 . 1 7 3 . 8 3 5
0 1 2	2 9 9 . 0 0 0 . 0 0 0	7 0 0 . 4 9 6 . 6 7 4	9 9 9 . 4 9 6 . 6 7 4
0 1	2 6	8 0 7	1 . 1

3	.	.	3
	0	1	3
	0	9	.
	0	9	1
	.	.	9
	0	0	9
	0	5	.
	0	6	0
			5
			6
	2	4	1
0	6	9	.
1	9	0	3
4	.	.	5
	0	0	9
	0	4	.
	0	1	0
	.	.	4
	2	0	1
	0	0	.
	0	0	2
			0
			0
	2	1	1
0	7	.	.
1	4	0	7
5	.	0	7
	0	0	4
	0	.	.
	0	3	3

	.	9	9
	2	6	6
	5	.	.
	0	0	2
		0	5
		0	0
<b>T</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
<b>o</b>	.	.	.
<b>t</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>a</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>9</b>
<b>l</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
	.	.	.
	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
	.	.	.
	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

Sumber : Pengolahan Data

$$WA = \text{Rp. } 2.119.000.450 : \text{Rp. } 6.192.307.015 = \text{Rp. } 0,342198867$$

$$WB = \text{Rp. } 4.073.306.565 : \text{Rp. } 6.192.307.015 = \text{Rp. } 0,657801132$$

- Untuk produk Nobie Truk Pengungkit A

$$= \text{Rp. } 1.000.000.000 \times \text{Rp. } 0,342198867 = \text{Rp. } 342.198.867$$

Untuk produk Nobie Alur Kawat B

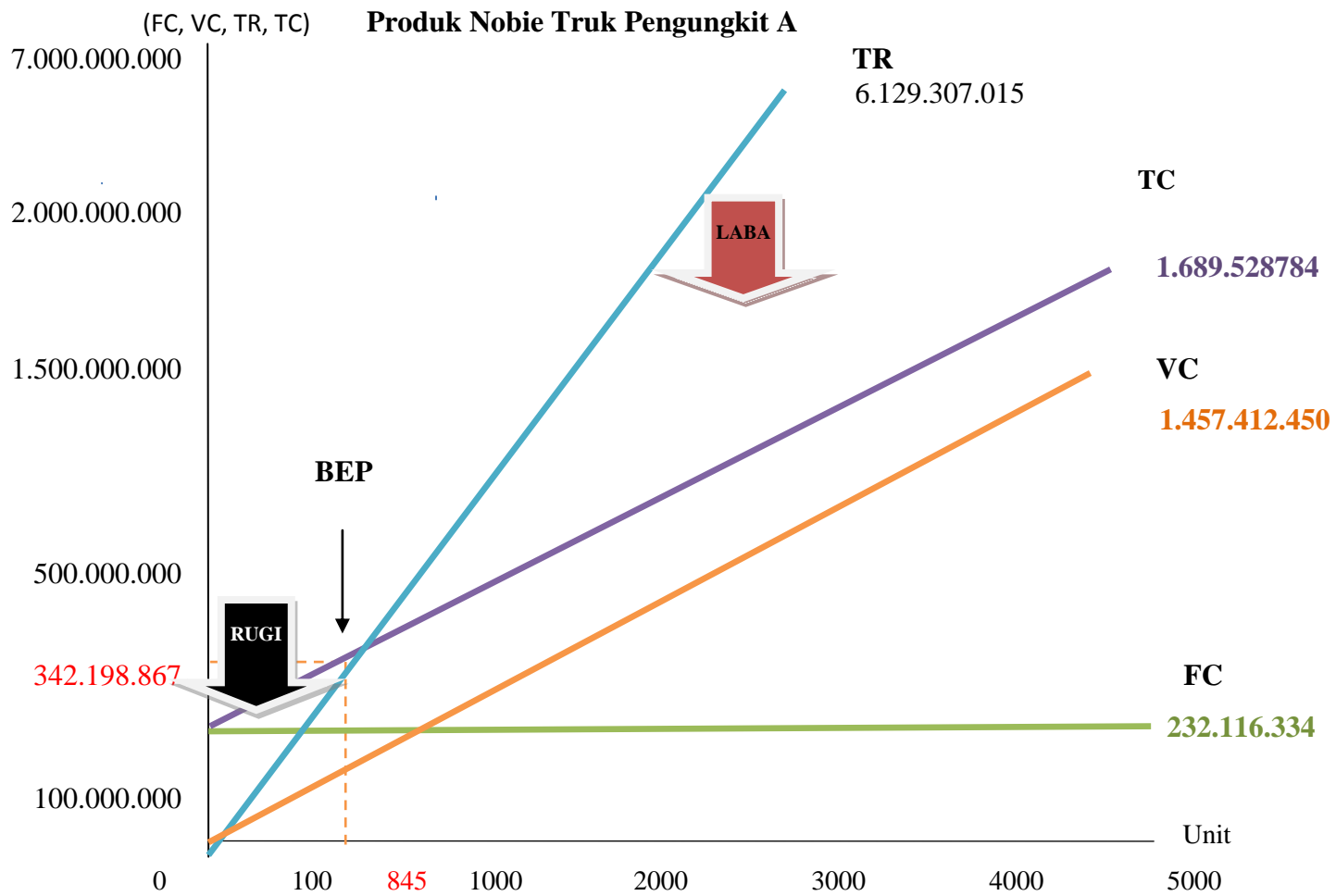
$$= \text{Rp. } 1.000.000.000 \times \text{Rp. } 0,657801132 = \text{Rp. } 657.801.132$$

- Untuk produk Nobie Truk Pengungkit A

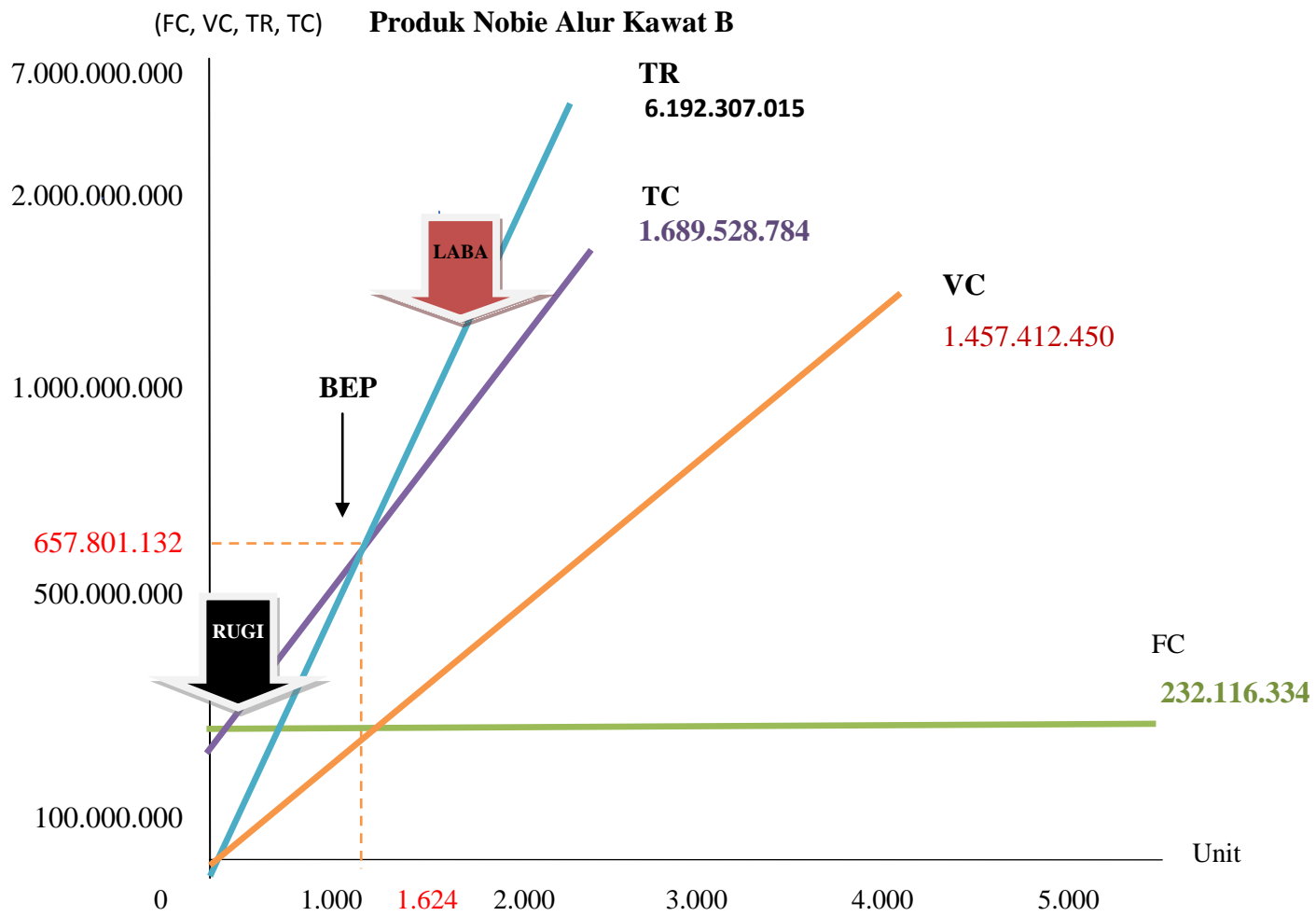
$$= \text{Rp. } 342.198.867 : \text{Rp. } 404.901 = 854 \text{ Unit}$$

Untuk produk Nobie Alur Kawat B

$$= \text{Rp. } 657.801.132 : \text{Rp. } 404.901 = 1.624 \text{ Unit}$$



**Gambar 5.1 Titik Impas Pada Tahun 2016**



**Gambar 5.2 Titik Impas Pada Tahun 2016**

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

1. Dari hasil yang telah diketahui bahwa tingkat *Break Event Point* adalah sebesar Rp. 1.380.566.474 yang diketahui dari penjualan produk jenis Nobie Truk Pengungkit sebesar Rp. 1.427.088 atau 1.704 unit dan produk jenis Nobie Alur Kawat sebesar Rp. 1.427.088 atau 1.704 unit.
2. Tingkat penjualan minimum yang diperlukan untuk mencapai laba yang direncanakan sebesar Rp. 1.000.000.000 adalah sebesar Rp. 7.328.301.608 yang terdiri dari penjualan produk Nobie Truk Pengungkit sebesar Rp. 342.198.867 atau 854 unit dan produk Nobie Alur Kawat sebesar Rp. 657.801.132 atau 1.624 unit.

#### 6.2 Saran

Saran yang diberikan oleh penulis sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya melakukan perhitungan break event point dengan tepat, dimana biaya-biaya yang ada dalam perusahaan digolongkan kedalam kelompok seperti biaya tetap dan biaya variabel.
2. Pihak manajemen CV Mainankayu.com hendaknya tetap melakukan analisis break event point untuk perencanaan penjualan pada tahun yang akan datang, terbukti bahwa analisis break event point yang tepat akan bermanfaat dalam pencapaian efektivitas penjualan.
3. Perusahaan dimasa yang akan datang hendaknya tidak hanya memanfaatkan analisis break event point untuk perencanaan perusahaannya tetapi analisis break event point bisa dimanfaatkan lebih daripada itu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Firdaus. 2012. Akuntansi Biaya Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat
- Arifin, Johar. 2007. Cara Cerdas Menilai Kinerja Perusahaan. Jakarta : PT Alex Media Komputindo
- Budisantoso, Indrasto dan Gunanto. 2010. Cara Gampang Mengelola Keuangan. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Cashin, James. 2000. Akuntansi Biaya. Jakarta : Erlangga
- Dermawan, Sjahrial. 2012. Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Kasmir. 2010. Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip. 2000. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : Bumi Aksa
- Mulyadi. 2009. Akuntansi Biaya Edisi 5. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) YKPN
- Munawir. 2014. Analisis Laporan Keuangan . Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Prawironegoro, Darsono. 2010. Penganggaran Perusahaan. Jakarta : Nusantara Consulting
- Riyanto, Bambang. 2012. Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan. Yogyakarta : BPFE-YOGYAKARTA
- Samryn. 2012. Pengantar Akuntansi Mudah Membuat Jurnal Dengan Pendekatan Siklus Transaksi. Jakarta : Rajawali
- Sanusi, Anwar. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat

# LAMPIRAN