

**ANALISIS PENENTUAN PENJUALAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *BREAK EVEN POINT*
PADA PO BONEKAKU di BEKASI**

TUGAS AKHIR

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



DISUSUN OLEH :

RIBKA MARIANA PASARIBU

1712013

**POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI**

JAKARTA

2016

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

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

Nama : Ribka Mariana Pasaribu
NIM : 1712013
Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :
**ANALISIS PENENTUAN PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *BREAK EVEN POINT* PADA PO BONEKAKU di BEKASI**

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

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

Jakarta, Juli 2016
Yang Membuat Pernyataan

Ribka Mariana Pasaribu

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

JUDUL TUGAS AKHIR
“ANALISIS PENENTUAN PENJUALAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *BREAK EVEN POINT*
PADA PO BONEKAKU di BEKASI”

DISUSUN OLEH :

NAMA : RIBKA MARIANA PASARIBU

NIM : 1712013

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Bisnis Industri pada hari Kamis, 11 Agustus 2016.

Jakarta, 11 Agustus 2016

Penguji 2,

Penguji 1,

Dra. Sri Daryuni, MM

Drs. Mulyono, MM

Penguji 4

Penguji 3,

Drs. A. Zawawi, MA, MM

Drs. Ubaldus Upa, MS

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR
“ANALISIS PENENTUAN PENJUALAN DENGAN
MENGGUNAKAN METODE *BREAK EVEN POINT*
PADA PO BONEKAKU di BEKASI”

DISUSUN OLEH :

NAMA : RIBKA MARIANA PASARIBU
NIM : 1712013
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan
Dan Dipertahankan dalam Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta

Jakarta, Juli 2016
Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Drs. Mulyono, MM
NIP. 195309011983031001

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I
JAKARTA

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Ribka Mariana Pasaribu
NIM : 1712013
Nama Dosen Pembimbing : Drs, Mulyono, MM

No.	Tanggal	Pokok Bahasan	Keterangan	Paraf Dosen
1.	17 Mei 2016	Pengajuan Proposal	Revisi	
2.	24 Mei 2016	Persetujuan Proposal	Acc	
3.	14 Juni 2016	Bab I, Bab II	Revisi	
4.	30 Juni 2016	Bab I, Bab II	Acc	
5.	30 Juni 2016	Bab III, Bab IV	Revisi	
6.	01 Juli 2016	Bab III, Bab IV	Revisi	
7.	13 Juli 2016	Bab III, Bab IV	Acc	
8.	13 Juli 2016	Bab V, Bab VI	Revisi	
9.	18 Juli 2016	Bab V, Bab VI	Acc	

Jakarta, 18 Juli 2016

Dosen Pembimbing,

Drs. Mulyono, MM
NIP. 195309011983031001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai, memelihara dan menuntun setiap langkah dalam kehidupan penulis. Setelah penulis selesai membuat Laporan Praktik Kerja Lapangan, akhirnya penulis juga selesai menyusun Tugas Akhir dengan judul “Analisa Penentuan Penjualan dengan menggunakan metode Break Even Point Pada PO Bonekaku di Bekasi”. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan Program Studi D-IV di Politeknik STMI Jakarta, Kementerian Perindustrian RI, Jurusan Manajemen Bisnis Industri.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan, baik menyangkut etika penulisan, maupun bahasa. Sehubungan dengan kekurangan tersebut, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak sehingga dapat diperbaiki agar lebih baik lagi di masa yang akan datang.

Selanjutnya, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian laporan ini. Ucapan terima kasih saya sampaikan terutama kepada :

1. Allah yang Mahakuasa, Tuhan Yesus Kristus atas pertolongan-Nya telah memberi kekuatan kesehatan dan hikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja lapangan ini.
2. Bapak Dr. Mustofa, ST, MT selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta yang memberikan dukungan bagi terselenggaranya Praktek Kerja Lapangan tahun 2016.
3. Bapak Drs. Mulyono, MM selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Industri sekaligus dosen pembimbing yang senantiasa memberikan motivasi, saran, dan koreksi di tengah kesibukan beliau, demi penyempurnaan tugas akhir ini.
4. Kepada Direktur PO Bonekaku Bapak Rony Anggono Oktavianto, ST yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan praktik kerja lapangan di perusahaan tersebut.

5. Kepada Ibu Sonya selaku manajer pemasaran yang senantiasa membantu saya ketika direktur PO Bonekaku tidak hadir di tempat saat saya membutuhkan informasi tentang pengelolaan usaha.
6. Kepada Mba Dhea selaku staf keuangan yang dengan sabar membantu mengelola data keuangan perusahaan.
7. Kepada para staf, pekerja/buruh yang tidak mampu saya sebutkan satu persatu di mana telah membantu dan memberikan banyak informasi dan penjelasan bermanfaat dalam praktik kerja lapangan.
8. Kepada Marion Sitanggang selaku partner selama praktik kerja lapangan di PO Bonekaku yang senantiasa menemani bersama dalam suka dan duka, termasuk diskusi mengenai pembuatan beberapa laporan dalam tugas akhir ini.
9. Kepada kawan-kawan seperjuangan jurusan Manajemen Bisnis Industri angkatan 2012 yang juga memberikan motivasi, semangat, dan atas kesediaannya untuk saling berbagi ilmu, informasi, dan pengetahuan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
10. Untuk semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis baik moril, materil, tenaga, dan lain-lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Jakarta, Juli 2016

Penulis

Ribka Mariana Pasaribu

ABSTRAK

PO. Bonekaku adalah Industri Kecil Menengah yang bergerak dibidang mainan anak, memproduksi boneka beruang dalam beberapa ukuran, yaitu boneka ukuran besar (BB), ukuran sedang (BS), dan ukuran kecil (BK). Pemilik perusahaan yaitu Pak Roni menyadari keuntungan yang terus meningkat akan membuat perusahaannya dapat terus eksis ditengah persaingan produk sejenis di pasaran. Akhirnya, Pak Roni merencanakan laba pada periode selanjutnya yaitu sebesar Rp. 400,000,000. Untuk itu, perlu dibuat penentuan penjualan untuk menentukan seberapa besar tingkat penjualan PO Bonekaku untuk mencapai laba tersebut. Dalam penelitian ini penulis akan menghitung perencanaan penjualan untuk PO Bonekaku. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Break Even Point MultiProduk*, Metode Penentuan Penjualan Minimal dan Margin Of Safety. Dari analisis Break Even Point tersebut diketahui total pendapatan dan total pengeluaran yaitu sebesar Rp. 518,336,625. Analisis selanjutnya dengan menggunakan metode penentuan penjualan minimal, untuk mendapatkan laba yang direncanakan sebesar Rp. 400,000,000 pada tahun 2016 perusahaan harus memproduksi dan menjual Produk BB sebanyak 32,671 unit, Produk BS sebanyak 55,823 unit, dan produk BK sebanyak 68,423 unit. Dengan menjual produk-produk tersebut perusahaan akan memperoleh pendapatan Rp. 2,918,168,021 yang terdiri dari penjualan Produk BB Rp. 1,515,988,287 ditambah penjualan Produk BS Rp. 820,588,874.60, dan ditambah Produk BK sebesar Rp. 581,590,886.4. Biaya total yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi produk-produk tersebut sebesar Rp.2,518,168,021. Margin of safety atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan tidak boleh turun lebih dari 82,24 % dari penjualan yang di rencanakan, atau dengan kata lain volume penjualan yang di capai tidak boleh turun sebanyak Rp. 2,396,399,578.85 dari penjualan yang direncanakan yaitu sebesar Rp. 2,918,168,021 agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Kata Kunci : Penentuan Penjualan, Biaya, Volume, Laba, *Break Even Point*, *Margin Of Safety*,

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN	iii
LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Sistematika Penulisan	4

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Akuntansi Biaya	6
2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya.....	6
2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya.....	7
2.2 Biaya	8
2.3.1 Pengertian Biaya	8
2.3.2 Penggolongan Biaya.....	9
2.3 Hubungan Biaya, Volume, Laba	13
2.4 <i>Break Even Point</i>	15
2.4.1 Pengertian <i>Break Even Point</i>	15
2.4.2 Asumsi Dasar <i>Break Even Point</i>	16

2.4.3 Metode Analisis <i>Break Even Point</i>	17
2.4.3.1 Metode Persamaan	18
2.4.3.2 Metode Pendekatan Grafik.....	19
2.5 Laba (Profit)	20
2.5.1 Pengertian Laba.....	20
2.5.2 Perhitungan Laba Operasi	21
2.5.3 Batas Keamanan (<i>Margin of Safety</i>)	23
2.6 Peranan <i>Break Even Point</i> terhadap Laba	24

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Data	25
3.2 Sumber Data.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.3.1 Observasi	27
3.3.2 Wawancara	27
3.3.3 Penelitian Kepustakaan.....	27
3.4 Metode Pengolahan Data	27
3.5 Teknik Analisis	28

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data.....	31
4.1.1 Profil Perusahaan	31
4.1.2 Sejarah Perusahaan.....	32
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	34
4.1.3.1 Visi Perusahaan.....	34
4.1.3.2 Misi Perusahaan	34
4.1.4 Lokasi Perusahaan.....	34
4.1.5 Layout Perusahaan	36
4.2 Pengolahan Data	37
4.2.1 Bidang Produksi	37

4.2.1.1 Uraian Produk	37
4.2.1.2 Alur Proses Produksi.....	38
4.2.1.3 Bahan Baku dan Bahan Penolong.....	39
4.2.1.4 Peralatan dan Perlengkapan Produksi.....	39
4.2.1.5 Biaya Produksi	42
4.2.2 Bidang Pemasaran.....	44
4.2.2.1 Produk yang Dijual di PO Bonekaku	44
4.2.2.2 Wilayah Pemasaran PO Bonekaku	45
4.2.2.3 Segmen Pasar PO Bonekaku.....	46
4.2.2.4 Saluran Distribusi PO Bonekaku	46
4.2.2.5 Biaya Promosi PO Bonekaku.....	47
4.2.2.6 Harga Jual Per Unit Produk	48
4.2.2.7 Fungsi Pemasaran PO Bonekaku	48
4.2.2.8 Biaya Pemasaran PO Bonekaku.....	53
4.2.3 Bidang Personalia.....	54
4.2.3.1 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan	54
4.2.3.2 Kesejahteraan Karyawan.....	57
4.2.3.3 Upah	58
4.2.3.4 Intensif	58
4.2.3.5 Pemberian Pinjaman.....	59
4.2.3.6 Pemberhentian Kerja.....	59
4.2.4 Bidang Keuangan	60
4.2.4.1 Modal Awal PO Bonekaku	60
4.2.4.2 Data Penjualan PO Bonekaku	63
4.2.4.3 Klasifikasi Jenis Biaya	67

BAB V Analisis dan Pembahasan

5.1. Analisa Data	77
5.1.1 Menghitung BEP Multi Produk.....	77
5.1.1.1 Menghitung BEP Rupiah.....	77
5.1.1.2 Menghitung Kontribusi Penjualan.....	78

5.1.1.3 Menghitung Tingkat Penjualan Tiap-tiap Produk Terhadap BEP	78
5.1.1.4 Grafik BEP PO Bonekaku Tahun 2015	83
5.1.2 Menghitung Penjualan Minimal	84
5.1.2.1 Menentukan Penjualan Minimal dalam Rupiah	85
5.1.2.2 Menentukan Kontribusi Penjualan	86
5.1.2.3 Menentukan Kapasitas Penjualan Minimal	88
5.1.2.4 Grafik Penjualan Minimal Tahun 2015	91
5.1.3 Menghitung <i>Margin of Safety</i>	92
5.1.3.1 Grafik Margin of Safety	93
5.2 Pembahasan Analisis Data.....	94

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	96
6.2. Saran	97

DAFTAR PUSTAKA	98
----------------------	----

LAMPIRAN.....	98
---------------	----

DAFTAR GAMBAR

2.1 Grafik Biaya Tetap.....	10
2.2 Grafik Biaya Variabel.....	11
2.3 Grafik Biaya Semi Variabel.....	12
2.4 Grafik Break Even Point.....	19
4.1 Layout Pabrik PO Bonekaku.....	36
4.2 Alur Proses Produksi.....	38
4.3 Saluran Distribusi PO Bonekaku.....	47
4.4 Struktur Organisasi PO Bonekaku.....	54
5.1 Grafik Break Even Point.....	83
5.2 Grafik Penjualan Minimal.....	91
5.3 Grafik <i>Margin Of Safety</i>	93
5.4 Grafik Pembahasan BEP.....	94

DAFTAR TABEL

4.1	Jumlah Produksi Boneka PO Bonekaku.....	37
4.2	Bahan Baku dan Penolong Po Bonekaku	39
4.3	Peralatan PO Bonekaku	39
4.4	Perlengkapan PO Bonekaku	40
4.5	Biaya Produksi Tahun 2011-2015	42
4.6	Biaya Bahan Baku Tahun 2015	43
4.7	Biaya Bahan Penolong Tahun 2015	43
4.8	Biaya Pemeliharaan Mesin Tahun 2015.....	43
4.9	Biaya Pemeliharaan Kendaraan Tahun 2015	44
4.10	Data Pengelompokan Jenis Boneka	45
4.11	Biaya Promosi PO Bonekaku	47
4.12	Harga Jual Per Unit PO Bonekaku	48
4.13	Persentase Tingkat Penjualan berdasarkan Kelompok Produk	49
4.14	Biaya Pemasaran Tahun 2011-2015.....	53
4.15	Daftar Gaji Pekerja PO Bonekaku.....	58
4.16	Investasi Awal PO Bonekaku.....	60
4.17	Data Penjualan Produk PO Bonekaku tahun 2011	63
4.18	Data Penjualan Produk PO Bonekaku tahun 2012.....	64
4.19	Data Penjualan Produk PO Bonekaku tahun 2013.....	64
4.20	Data Penjualan Produk PO Bonekaku tahun 2014.....	64
4.21	Data Penjualan Produk PO Bonekaku tahun 2015.....	65
4.22	Persentase Penjualan PO Bonekaku Tahun 2015.....	66
4.23	Klasifikasi Jenis Biaya	67
4.24	Data Kegiatan Biaya Listrik tahun 2015	69
4.25	Biaya Listrik pada Tingkat Kegiatan Tertinggi dan Terendah	70
4.26	Data Kegiatan Biaya Pemeliharaan Peralatan tahun 2015	71

4.27 Biaya Pemeliharaan Perlatan pada Tingkat Kegiatan	
Tertinggi dan Terendah	71
4.28 Data Kegiatan Biaya Pemeliharaan Kendaraan	
tahun 2015	73
4.29 Biaya Pemeliharaan Kendaraan pada Tingkat Kegiatan	
Tertinggi dan Terendah	73
4.30 Kelompok Biaya Tetap.....	75
4.31 Kelompok Biaya Variabel	75
4.32 Biaya Variabel Per Unit	76
5.1 Data BEP Tahun 2015	77
5.2 Hasil Perhitungan BEP	82
5.3 Data Perhitungan Penjualan Minimal Tahun 2016	84
5.4 Persentase Penjualan PO Bonekaku Tahun 2015	85
5.5 Hasil Perhitungan Penjualan Minimal 2016.....	89
5.6 Rencana Produksi 2015	94

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia usaha merupakan kumpulan jenis-jenis usaha yang menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dengan tujuan memperoleh laba dari apa yang dihasilkan. Saat ini, dunia usaha di Indonesia terus berkembang seiring dengan perkembangan globalisasi yang terjadi di Indonesia. Perkembangan dunia usaha yang cukup pesat menyebabkan tingginya persaingan antar jenis usaha, terkhusus usaha-usaha yang menghasilkan produk sejenis. Persaingan usaha sejenis tersebut dapat memberikan ancaman bila tidak segera ditindaklanjuti, karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan/kelanggungan suatu usaha.

Mengatasi hal ini, para pengusaha melakukan berbagai strategi untuk memenangkan persaingan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menekan biaya produksi dan operasional, sehingga diperoleh laba yang diinginkan. Namun, kenyataannya penurunan biaya produksi diikuti dengan penurunan kualitas produk yang dihasilkan. Untuk selalu siap menghadapi persaingan dan kendala-kendala yang ada, maka suatu perusahaan dituntut agar benar-benar bisa membuat perencanaan yang tepat dan cermat. Hal ini diperlukan untuk dapat bertahan dan mampu berkompetisi di dalam bisnis yang mereka tekuni.

Untuk itu, para pengusaha perlu menganalisis biaya-biaya dalam usahanya, sehingga di tengah tingginya persaingan usaha, para pengusaha tetap mendapatkan keuntungan yang sesuai. Tingkat keuntungan merupakan sesuatu hal yang penting untuk diketahui para pengusaha, dan sebagai seorang pemilik perusahaan harus mampu merencanakan dan mengatur tingkat keuntungan pada perusahaannya.

Pak Roni sebagai pemilik perusahaan PO Bonekaku memiliki visi yang besar untuk usahanya. Hal yang pokok yang menjadi tujuannya adalah perolehan laba yang meningkat dari tahun ke tahun. Untuk tahun berikutnya, Pak Roni merencanakan laba sebesar Rp 400,000,000 (empat ratus juta rupiah). Namun, Pak Roni tidak memiliki perencanaan mengenai tingkat keuntungan tersebut. Sehingga, perlu diketahui tingkat biaya dan volume penjualan yang diproduksi dalam jangka waktu tertentu. Dengan kata lain, Pak Roni perlu mengetahui seberapa besar kapasitas produksi perusahaan untuk mencapai laba yang direncanakan.

Melalui penelitian ini, penulis akan menggunakan data tahun 2015 dan Analisis Break Even Point untuk perencanaan penjualan PO Bonekaku. Analisis *Break Even Point* (BEP) atau dapat disebut juga sebagai Titik Pulang Pokok merupakan salah satu metode analisis yang sederhana untuk merencanakan tingkat penjualan produk, sehingga dapat dijadikan dasar strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan baik dalam Bidang Keuangan, Bidang Pemasaran, Bidang Produksi dan Bidang Personalia.

Berdasarkan uraian diatas, penulis membuat penelitian dengan judul “**Analisis Penentuan Penjualan dengan menggunakan metode *Break Even Point* Pada PO Bonekaku di Bekasi**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Berapa tingkat penjualan PO Bonekaku berada pada titik impas.
2. Berapa tingkat penjualan yang dilakukan PO Bonekaku untuk memperoleh tingkat laba yang diinginkan.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penelitian dilakukan pada PO Bonekaku.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data tahun 2015.
3. Mengutamakan menggunakan data dari aspek keuangan, dalam hal ini biaya tetap, biaya variabel, dan harga produk per unit, serta data-data yang bersangkutan lainnya dari aspek pemasaran, aspek produksi, dan aspek personalia.

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui tingkat penjualan PO Bonekaku akan mencapai titik impas.
2. Untuk menentukan tingkat penjualan PO Bonekaku supaya memperoleh keuntungan yang diinginkan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui tingkat penjualan unit produk yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan dan sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik perusahaan ketika merencanakan tingkat keuntungan perusahaan pertahun.

2. Bagi STMI

Dapat menambah buku referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai metode *Break Even Point*, terutama untuk jurusan Manajemen Bisnis Industri.

3. Bagi Mahasiswa

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

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

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

BAB III METODOLOGI PEMECAHAN MASALAH

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

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

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

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

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

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

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

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Akuntansi Biaya

2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan bidang akuntansi yang dapat digunakan dalam organisasi baik pemerintah atau non-pemerintah perusahaan jasa, dagang maupun manufaktur. Akuntansi biaya dibutuhkan oleh perusahaan baik yang berorientasi pada laba maupun nirlaba. Fungsi dari akuntansi biaya adalah sebagai alat guna pelaporan baik kepada pihak internal dan eksternal perusahaan. Dalam intern perusahaan akuntansi biaya dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja masing-masing devisi perusahaan serta dapat juga digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan oleh pihak manajemen perusahaan. Sedangkan untuk fungsinya

bagi pihak ektern perusahaan adalah untuk digunakan sebagai bentuk pelaporan usaha kepada pihak investor dan pajak.

Menurut Supriyono (2011:21) pengertian akuntansi biaya adalah :

“Akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan menekan transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya”

Sedangkan menurut Horngren (2005) definisi akuntansi biaya adalah :

“Akuntansi biaya adalah akuntansi biaya menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan. Akuntansi biaya mengukur dan melaporkan setiap informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau pemanfaatan sumber daya dalam suatu organisasi”

Menurut Bastian Bustami dan Nurlala (2010:3) menyatakan bahwa definisi dari akuntansi biaya adalah :

“Suatu bidang akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan melaporkan tentang informasi biaya yang digunakan”.

Dari definisi-definisi akuntansi biaya tersebut, maka penulis menyimpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan sebuah bidang akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur serta melaporkan tentang informasi biaya yang dapat digunakan sebagai alat perencanaan maupun pengendalian.

2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Tujuan akuntansi biaya adalah membantu manajemen dalam memberikan informasi yang memadai mengenai harga pokok juga sebagai alat pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan yang diperlukan. Menurut Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah Abdullah (2012:4) adalah sebagai berikut :

“Tujuan atau manfaat akuntansi biaya adalah menyajikan informasi yang berguna kepada pihak- pihak yang berkepentingan untuk pengambilan keputusan ekonomi”.

Tujuan atau manfaat akuntansi biaya adalah menyediakan salah satu informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan, yaitu untuk :

1. Penentuan harga pokok produksi.

Untuk memenuhi tujuan penentuan harga pokok produk dilakukan pencatatan, penggolongan, dan peringkasan biaya-biaya yang pembuatan produk atau penyerahan jasa dengan cara-cara tertentu.

2. Pengendalian biaya.

Untuk memenuhi tujuan pengendalian biaya, maka biaya pembuatan produk yang seharusnya terjadi ditetapkan lebih dahulu.

3. Pengambilan keputusan oleh manajemen.

Untuk pengambilan keputusan, akuntansi biaya menyediakan informasi masa yang akan datang karena pengambilan keputusan berhubungan dengan masa depan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan akuntansi biaya adalah memberikan informasi bagi kepentingan manajemen dalam melakukan penganalisaan data yang telah disimpulkan sehingga akan membantu dalam melakukan perencanaan, pengawasan dan pengendalian biaya yang diperlukan dalam membuat suatu produk dan juga membantu dalam menghitung harga pokok produk atau jasa yang dihasilkan secara tepat dan teliti.

2.2 Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Dalam menjalankan usaha setiap perusahaan membutuhkan dana yang akan dikeluarkan yaitu biaya. Beberapa ahli mengemukakan pengertian biaya sebagai berikut:

Menurut Usry dan Hamer (1991:26)

“Biaya merupakan suatu nilai tukar prasyarat atau pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat”

Menurut Supriyono (2000:16)

“Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan”

Menurut Henry Simamora (2002:36)

“ Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa yang akan datang bagi organisasi.”

Dari ketiga pendapat diatas penulis menyimpulkan biaya adalah aliran dana yang dikorbankan guna perolehan hasil yang lebih baik pada periode yang akan datang.

2.2.2 Penggolongan Biaya

Penggolongan Biaya diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu dalam mencapai tujuan perusahaan, dimana yang utama adalah penentuan penjualan. Menurut Adolph Matz, Milton F. Usry, dan Lawrence Hammer (1992:26-27) penggolongan biaya didasarkan pada hubungan antar biaya dengan volume produksi yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variable.

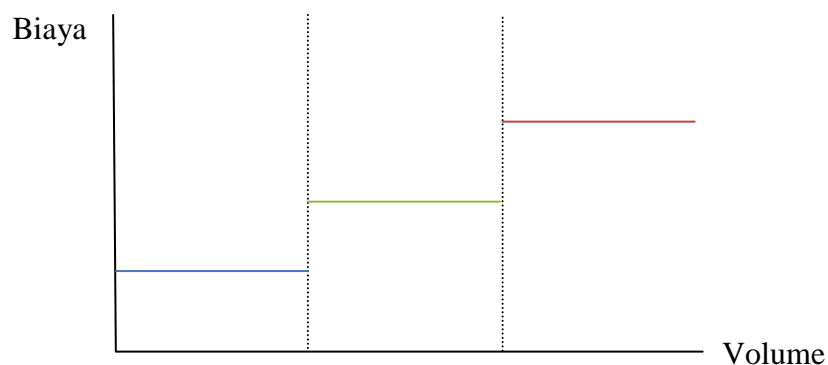
a) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang sebagian keseluruhan tidak ikut berubah seiring dengan perubahan volume. Secara umum ciri-ciri biaya tetap adalah sebagai berikut :

1. Jumlah yang relatif tetap sebanding dengan hasil produksi
2. Menurunnya biaya tetap perunit dibandingkan pada kenaikan hasil produksi
3. Dapat dibebankan kepada departemen-departemen berdasarkan keputusan manajemen atau menurut metode alokasi biaya
4. Pengawasan atas kejadiannya pada pokoknya bergantung pada manajemen pelaksana dan bukan pada pengawas kerja

Contoh Dari Biaya Tetap adalah :

1. Biaya penyusutan
2. Biaya gaji dan upah
3. Biaya asuransi –aktiva tetap dan kewajiban
4. Biaya Pajak
5. Biaya sewa rumah dan kantor
6. Biaya Perizinan



Gambar 2.1 : Grafik Biaya Tetap

b) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

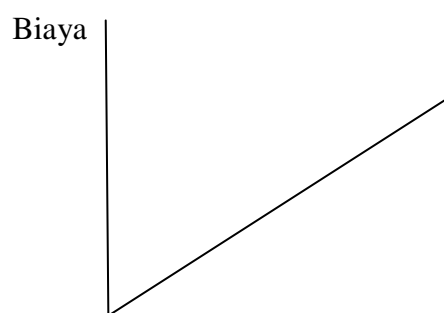
Biaya variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang sebagian keseluruhannya ikut berubah seiring dengan perubahan volume, (D. Hartono 1981 :122). Apabila volume produksi bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya apabila volume produksi berkurang maka biaya variabel akan menurun. Dalam analisis titik impas disyaratkan bahwa perubahan biaya variabel ini sebanding dengan perubahan volume produksi, sehingga biaya variabel per unit barang yang diproduksi bersifat tetap.

Secara umum ciri-ciri biaya variabel adalah sebagai berikut :

1. Bervariabel secara keseluruhan dengan volume kegiatan
2. Biaya perunit tetap konstan walaupun terjadi perubahan volume dalam batas-batas tertentu
3. Mudah dan secara seksama dapat dibagikan pada bagian tertentu
4. Pengawasan dari kejadian dan pemakaiannya berada ditangan kepala bagian

Contoh dari biaya variabel adalah :

1. Biaya pemakaian bahan baku
2. Biaya pemasaran dan produksi
3. Harga Pokok Penjualan
4. Biaya tenaga kerja tidak langsung



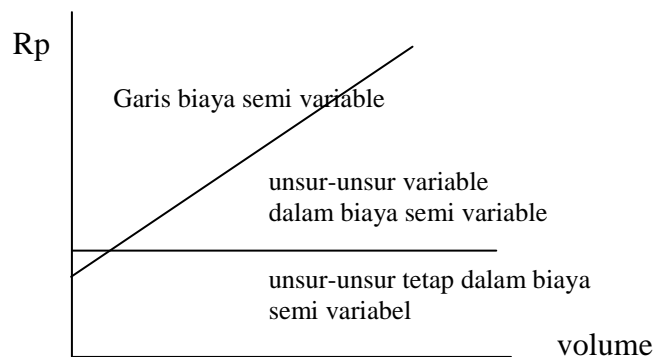
Gambar 2.2 : Grafik Biaya Variable

Volume

Selain kedua jenis biaya tersebut diatas, dalam hal-hal tertentu ada biaya-biaya yang sifatnya merupakan kombinasi dari biaya tetap dan biaya variabel yaitu biaya semi variabel (*semi variable cost*) oleh karena itu didalam perhitungan analisis *Break Even Point* hanya kedua bentuk biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel maka dengan menggunakan beberapa metode perhitungan tertentu semi variabel ini haruslah dialokasikan baik kedalam biaya tetap maupun biaya variabel.

c) Biaya Semi Variable

Biaya semi variable adalah biaya yang jumlah totalnya sesuai dengan perubahan volume kegiatan, tetapi sifat-sifat perubahannya tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan, semakin besar jumlah total biaya, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah pula jumlah biaya total, tetapi perubahannya tidak sebanding (*non proporsional*). Contohnya adalah biaya pemeliharaan aktiva tetap dan biaya listrik.



Gambar 2.3 : Grafik Biaya Semi Variable

2.3 Hubungan Biaya-Laba-Volume

Secara umum pengertian Biaya-Laba-Volume yaitu :

1. Biaya : jumlah uang yang dikeluarkan atau dapat berbentuk hutang untuk barang-barang atau jasa-jasa yang kesemuanya diarahkan untuk kegiatan operasi perusahaan
2. Laba : kelebihan yang diperoleh dari jumlah penerimaan penghasilan dikurangi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan atau penerimaan kotor perusahaan akibat dari penjualan barang-barang
3. Volume : jumlah barang yang diproduksi atau dijual pada periode tertentu.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam pencapaian laba dikeluarkan sejumlah biaya untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan produk. Untuk itu sangat penting bagi pemilik perusahaan untuk melakukan perencanaan yang baik.

Teknik matematis yang menggambarkan hubungan antara Biaya Volume-Laba adalah teknik Margin Kontribusi. Yang dimaksud dengan metode margin kontribusi adalah selisih antara hasil penjualan dengan biaya variable.

$$CM (\text{unit}) = P - VC$$

Keterangan :

CM : Margin Kontribusi

P : Harga Jual per unit

VC : Biaya Variable per unit

Margin kontribusi per unit merupakan alat yang sangat berguna untuk menghitung margin kontribusi. Kontribusi margin per unit adalah perbedaan antara harga jual dan biaya variable per unit. Sehingga dapat diperoleh total margin kontribusi sebagai berikut :

$$\text{CM (total)} = \text{CM (unit)} \times Q$$

Keterangan :

CM : Margin Kontribusi

Q : Jumlah unit yang terjual

Margin kontribusi menunjukkan bagaimana laba berubah seiring dengan jumlah unit yang terjual. Terdapat hubungan yang positif antara margin kontribusi dengan jumlah unit yang terjual, dimana ketika jumlah unit yang terjual banyak maka margin kontribusi yang diperolehpun besar, dan ketika jumlah unit yang terjual sedikit, maka margin kontribusi yang diperoleh kecil.

Margin kontribusi mencerminkan jumlah pendapatan dikurangi biaya variable yang berkontribusi untuk menutupi biaya tetap. Setelah biaya tetap terpenuhi, margin kontribusi untuk margin tersisa akan menciptakan laba operasi.

$$(P \times Q) - (VCU \times Q) - FC = Lo$$

$$[(P - VCU)Q] - FC = Lo$$

$$(CMU \times Q) - FC = Lo$$

$$CM - FC = Lo$$

Laporan Laba Rugi Kontribusi

Pendapatan	xxx	
<u>Biaya Variabel</u>	<u>xxx</u>	-
Margin Kontribusi	xxx	
<u>Biaya Tetap</u>	<u>xxx</u>	-
Laba Operasi	xxx	

2.4 Break Even Point

2.4.1 Pengertian *Break Even Point*

Setiap pengusaha perlu melakukan perencanaan dalam perjalanan usahanya. Perencanaan ini dilakukan untuk dapat menggambarkan keadaan usahanya di waktu yang akan datang. Dalam perencanaan ini, terdapat kegiatan pokok yaitu pengambilan keputusan dari berbagai macam alternatif dan perumusan kebijaksanaan. Seringkali keputusan yang diambil itu mempunyai pengaruh terhadap laju pertumbuhan perusahaan sehingga diperlukan beberapa pertimbangan sebelum keputusan akhir diambil. Dalam kaitannya dengan perencanaan laba, salah satu alat analisis dalam pembelanjaan yang dapat digunakan oleh manajemen adalah Analisis *Break Even Point*.

Untuk lebih jelasnya mengenai pengertian analisis *Break Even Point*, penulis sajikan pendapat dari beberapa ahli, antara lain :

Menurut Jumingan (2006:183)

“ Analisis *Break Even Point* 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.”

Menurut Susan Irawati (2007:161)

“Break even point merupakan teknik analisis yang mempelajari bagaimana pengaruh dari volume produksi atau volume penjualan yang berubah terhadap struktur biaya tetap dan biaya variable serta tingkat hasil penjualan, sehingga pada akhirnya memiliki pengaruh terhadap tingkat rugi atau laba.”

Menurut Rainborn dan Kinney (2011:477)

“Titik impas atau break even point adalah tingkat aktivitas, dalam unit atau nominal pada total pendapatan yang sama dengan total biaya”

Dapat disimpulkan *Break Even Point* adalah salah satu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan dan merupakan teknik untuk

menggabungkan, mengkoordinasikan, menafsirkan data dan distribusi untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan.

2.4.2 Asumsi Dasar *Break Even Point*

Menurut Supriyono, (2000:332) dalam perencanaan laba dengan teknik break even point digunakan asumsi sebagai berikut :

1. Harga jual produk per unit (satuan) yang dianggarkan tetap dan konstan pada berbagai tingkatan volume penjualan dalam periode tertentu.
2. Semua biaya yang dianggarkan dapat dikelompokkan ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variable yang mempunyai tingkat variabilitas terhadap produk yang diproduksi atau dijual, bukan terhadap dasar kegiatan yang lain.
3. Harga dari biaya atau masukan yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai tingkat kegiatan, sehingga biaya dapat digambarkan dalam garis lurus.
4. Kapasitas yang dimiliki perusahaan tidak berubah, misalnya karena adanya ekspansi, karena perubahan kapasitas yang dimiliki akan mengubah pola hubungan, biaya, volume, dan laba.
5. Tingkat efisiensi dari perusahaan tidak berubah karena program efisiensi yang sangat berhasil atau terjadinya pemborosan yang luar biasa akan berpengaruh pada pola hubungan biaya, volume, dan laba.
6. Tingkat dan metode teknologi yang dimiliki perusahaan tidak berubah, perubahan teknologi juga dapat mengubah pola hubungan biaya, volume, dan laba.
7. Apabila perusahaan menjual beberapa macam produk, maka komposisi produk yang dianggarkan pada berbagai tingkatan penjualan tidak berubah, perubahan komposisi akan berakibat berubahnya persentase batas kontribusi.

2.4.3 Metode Analisis *Break Even Point*

Perhitungan untuk menentukan luas operasi tingkat *Break Even Point* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus tertentu dan juga menggambarkan tingkat volume, biaya dan laba yang diperlukan serta grafik atau bagan dari *Break Even Point*. Ada tiga cara untuk menentukan break even yaitu dengan metode persamaan, metode margin kontribusi dan metode grafik (Charles Horngen 2005:75-78).

2.4.3.1 Metode Persamaan

Metode persamaan adalah metode yang mengetahui keadaan *break even* dalam unit dan rupiah dengan laba sama dengan nol. Akan diperoleh, laba sama dengan pendapatan penjualan dikurangi dengan biaya, atau dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\text{Laba Operasi} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya Variabel} - \text{Biaya Tetap}$$

Keterangan :

OI : Laba Operasi (*Operating Income*)

P : Harga Jual per unit (*Price*)

Q : Jumlah unit terjual (*Quantity*)

VCU : Biaya Variabel per Unit (*Variable Cost per Unit*)

FC : Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Selanjutnya adalah menentukan jumlah unit yang dijual pada saat perusahaan mengalami break even (Laba = Nol)

Syarat $OI = 0$, sehingga :

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

$$Q (P - VCU) = FC$$

$$Q = \frac{FC}{P - VCU}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{FC}{P - VCU}$$

Adapun rumus break even point untuk multiple produk dalam unit adalah :

$$\text{BEP (Unit)} = \text{BEP (Rp)} \times \text{Persentasi produk dari total penjualan}$$

Break even point dalam rupiah dapat dicari rumusnya dengan cara mengalikan rumus titik impas dalam unit dengan P, yaitu harga jual per unit.

$$P \times Q = \frac{FC}{P - VCU} \cdot P$$

$$P \times Q = \frac{FC \times P}{P - VCU}$$

$$P \times Q = \frac{FC}{\frac{P - VCU}{P}}$$

$$P \times Q = \frac{FC}{1 - \frac{VCU}{P}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC}{1 - \frac{VCU}{P}}$$

Sedangkan rumus break even point untuk multiple produk dalam rupiah adalah :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC}{\sum \left(1 - \frac{VCU_i}{P_i} \right) \times W_i}$$

Keterangan :

VCU : Biaya Variabel per unit (*Variable Cost per Unit*)

P : Harga jual per unit (*Price*)

FC : Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

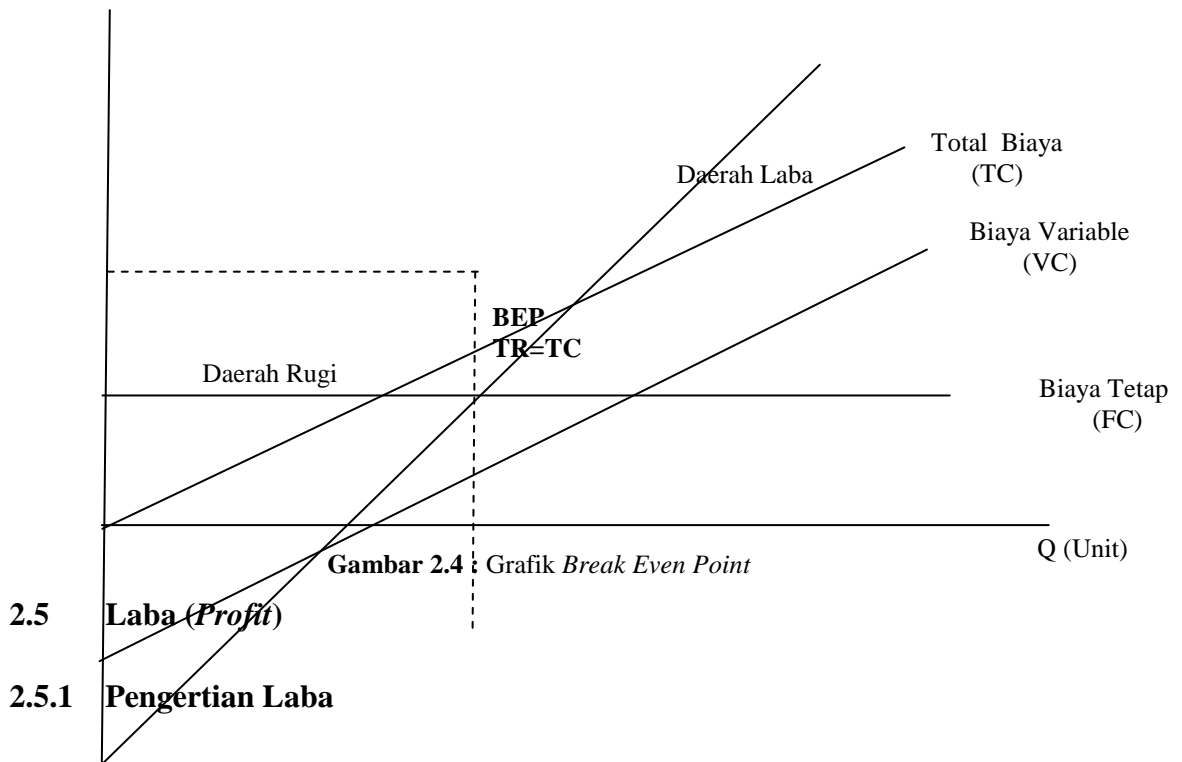
W : Persentase setiap produk dari total penjualan

i : Masing-masing produk

2.5.3.2 Metode Pendekatan Grafik

Metode lainnya adalah dengan menggambarkan unsur-unsur biaya dan penghasilan ke dalam suatu gambar grafik. Pada grafik tersebut

nampak garis-garis biaya variabel, biaya tetap, total biaya, dan garis total penghasilan. Grafik *BEP* akan nampak berikut:



Perusahaan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang memproses masukan untuk menghasilkan keluaran. Perusahaan berusaha menghasilkan keluaran yang nilainya lebih tinggi daripada nilai masukannya agar menghasilkan laba. Dengan laba yang diperoleh perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan mengembangkan dirinya.

Akan tetapi, dalam memperoleh laba setiap perusahaan tidak mudah untuk memperolehnya, hal ini terjadi karena banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba. Salah satunya adalah biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan kegiatan

operasionalnya dalam menghasilkan produk dan memperoleh pendapatan dari hasil penjualan produk tersebut setelah dikurangi biaya-biaya.

Menurut Soemarso (2000:57)

“Laba adalah selisih lebih pendapatan atas biaya-biaya yang dibebankan dan yang merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha dengan meningkatkan biaya produksi, menentukan harga jual dan meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.”

Menurut Skounse Stice (2001:51)

“Laba adalah ukuran dari kinerja suatu perusahaan hasil dari pendapatan dikurangi biaya-biaya.”

Sedangkan menurut Sofyan Syafri Harahap (2002:227)

”Laba ialah semua biaya yang telah dikenankan dan dapat dikurangkan pada penghasilan.”

Dapat disimpulkan bahwa laba perusahaan merupakan selisih antara penjualan dan biaya dalam periode akuntansi tertentu. Laba ialah kelebihan yang diperoleh dari jumlah penerimaan penghasilan dikurangi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan atau penerimaan kotor perusahaan akibat dari penjualan barang-barang.

Untuk mencapai laba yang besar manajemen dapat menempuh langkah misalnya :

1. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan.
2. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang diinginkan.
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin

Perencanaan laba adalah suatu uraian keuntungan dengan jelas menangani hasil-hasil yang diharapkan dari keputusan-keputusan. karena

menunjukkan dengan jelas sasaran menurut harapan waktu dan hasil keuangan yang diharapkan untuk tiap segmen kesatuan untuk pelaporan bulanan kepada manajemen.

2.5.2 Perhitungan Target Laba Operasi

Penentuan target laba dapat dilakukan dengan menggunakan metode margin kontribusi, dimana pembagi atas adalah biaya tetap ditambah laba operasi :

$$Q = \frac{FC + OI}{CM}$$

atau,

$$Q = \frac{FC + OI}{P - VCU}$$

atau,

$$Q = \frac{FC + OI}{1 - \frac{VCU}{P}}$$

Keterangan :

OI : Laba Operasi (*Operating Income*)

P : Harga Jual per unit (*Price*)

Q : Jumlah unit terjual (*Quantity*)

VCU : Biaya Variabel per Unit (*Variable Cost per Unit*)

FC : Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

CM : Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Sedangkan perhitungan target laba operasi untuk multiple produk, diperoleh dengan rumus :

$$PM = \frac{FC + OI}{1 - \frac{\sum VCU}{P}}$$

Keterangan :

OI : Laba Operasi yang direncanakan (*Operating Income*)

SP : Hasil Penjualan Keseluruhan per tahun

PM : Penjualan Minimal (dalam Rupiah)

ΣVCU : Total Biaya Variabel

FC : Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

2.5.3 Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Dalam analisa *Break Even Point* perlu juga dipahami konsep *Margin of Safety* yaitu tingkat keamanan yang merupakan hubungan selisih antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada titik impas.

Batas aman digunakan untuk mengetahui berapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian.

Margin of Safety merupakan angka yang menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan atau di budgetkan dengan penjualan pada *break even*. Dengan demikian *margin of safety* akan menggambarkan batas jarak aman jumlah produksi suatu perusahaan, sehingga ketika perusahaan memproduksi kurang dari batas aman perusahaan akan mengalami kerugian.

Besarnya *Margin of Safety* dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

2.6 Peranan *Break Even Point* Terhadap Perolehan Laba

Tujuan dari analisis *Break Even Point* secara umum dapat dikatakan untuk menyajikan dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan yang erat atas ketiga variabel berikat yaitu biaya, volume penjualan dan laba. Selanjutnya dapat memudahkan pimpinan perusahaan untuk melihat bagaimana perubahan faktor-faktor yang

mempengaruhi laba dengan cara penyajian yang ringkas sehingga pimpinan perusahaan dapat dibantu dalam pengambilan keputusan. Jadi, analisis *Break Even Point* merupakan salah satu sarana bagi manajemen dalam menentukan laba perusahaan.

Analisis *Break Even Point* juga memberikan keuntungan bagi manajemen untuk menilai perencanaan laba secara jelas serta memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan dan hubungannya dengan kemungkinan mendapat laba menurut tingkat penjualan yang terjadi.

Menurut Muslich (2003:308)

“ Teknik analisis *Break Even Point* memberikan dasar hubungan antara berbagai variabel untuk menentukan aktivitas perusahaan dalam suatu proses perencanaan keuangan dalam mencapai target laba yang ditentukan.”

Jadi, analisis *Break Even Point* akan memberikan dasar hubungan antara berbagai variabel untuk menentukan aktivitas perusahaan dalam suatu proses perencanaan keuangan dalam mencapai target laba yang ditentukan.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

Dalam rangka penyelesaian masalah, maka diperlukan pengumpulan data dan pengolahannya. Pada bab ini akan dilakukan langkah-langkah untuk pemecahan masalah seperti berikut ini:

1.1 Jenis Data

Dalam pelaksanaan penelitian, jenis data yang digunakan untuk mendukung variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Data Kualitatif

Data kualitatif yaitu data yang berupa penjelasan yang tidak berbentuk angka-angka. Data Kualitatif yang digunakan, terdiri dari:

- Gambaran umum perusahaan.
- Struktur organisasi.
- Proses produksi.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu data yang berupa data yang dapat diukur dengan angka. Data Kuantitatif yang digunakan, terdiri dari:

- Data mengenai biaya-biaya produksi selama periode 2011-2015.
- Data mengenai total penjualan dari tahun 2011-2015.

1.2 Sumber Data

Untuk melakukan penelitian ini data yang digunakan dan diperoleh penulis bersumber dari perusahaan PO Bonekaku, yang merupakan perusahaan industry kecil yang berada di Kp. Ciketing Selatan RT 001 RW 007 Kelurahan Ciketing Udik, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi. Data ini, dapat dipertanggungjawabkan segala keakuratan dan kebenarannya dalam pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun data yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini antara lain:

a. Data Primer

Merupakan sumber data yang didapatkan peneliti secara langsung dari sumber asli (tanpa melalui media perantara) dengan teknik yang digunakan penulis melalui observasi dan wawancara.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer untuk memperoleh data-data kegiatan perusahaan PO Bonekaku yang menyangkut produksi, pemasaran, personalia, dan keuangan.

b. Data Sekunder

Merupakan jenis data yang diperoleh secara tidak langsung, atau data diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Dalam hal ini data sekunder diperoleh oleh penulis salah satunya dari buku.

1.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, digunakan metode pengumpulan data melalui metode deskriptif analisis. Metode ini berguna untuk memecahkan masalah yang terjadi pada saat mengadakan penelitian sebagai suatu usaha untuk mengumpulkan data, menyusun, mencatat, mengklasifikasikan, dan menganalisa fakta-fakta mengenai suatu masalah.

Untuk membuat Tugas Akhir ini, digunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu :

3.3.1. Observasi

Metode ini dilakukan secara langsung ke lapangan atau objek yang sedang di teliti untuk meminta data keuangan yang diperlukan sebagai bahan masalah kegiatan yang dilakukan oleh penulis. Penelitian tugas akhir ini dilakukan di perusahaan PO Bonekaku di Bekasi, Jawa Barat.

3.3.2 Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak terkait untuk mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam melengkapi data yang dibutuhkan untuk tugas akhir. Dimana narasumber dari proses wawancara ini adalah pemilik serta karyawan yang terlibat langsung di dalam Perusahaan PO Bonekaku.

3.3.3 Penelitian Kepustakaan

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

3.4 Metode Pengolahan Data

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai teknik pengolahan dan analisis data, namun sebelumnya akan dijelaskan data apa saja yang digunakan dalam penelitian ini. Yang pertama ialah data primer yang berasal dari dalam perusahaan dan yang kedua ialah data sekunder yang berasal dari luar perusahaan. Langkah awal yang dilakukan penulis adalah mengorganisasikan data, menghitung dengan alat ukur yang relevan secara kuantitatif (matematis), dan kemudian hasilnya diinterpertasikan sehingga data menjadi lebih mudah dimengerti.

Pengolahan data bertujuan untuk menyederhanakan data sehingga lebih dimengerti, sedangkan teknik analisis data digunakan untuk menghitung dan menguji data yang dikumpulkan serta menentukan keputusan yang tepat di setiap aspek perusahaan.

Data yang telah didapat dari penelitian akan diuji dengan menggunakan perhitungan total biaya pengeluaran dan pemasukan dengan pendekatan *break even point*. Hal ini dilakukan untuk menelusuri objek biaya tetap dan variable (tidak tetap) serta mengetahui titik inpas dari perusahaan tersebut. Data yang diperoleh kemudian dirinci dan diolah menggunakan program *Microsoft Excel*. Hasil perhitungan kemudian dianalisis untuk melihat biaya dan volume produksi, kemudian dijadikan

dasar perencanaan laba yang paling efektif dan efisien bagi perusahaan untuk periode selanjutnya.

3.5 Teknik Analisis

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode kualitatif dengan melakukan perhitungan terhadap data-data kuantitatif. Data yang digunakan sebagai analisa adalah data biaya-biaya produksi, arus kas, dan total penjualan selama 5 periode, yaitu mulai dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015.

Tahap-tahap yang dilakukan untuk menganalisis data adalah dengan menghitung data dari laporan biaya produksi PO Bonekaku dengan menggolongkan biaya-biaya tersebut menjadi biaya tetap dan biaya variable. Kemudian, mengitung besar total pendapatan ketika sama dengan total pengeluaran dengan menggunakan pendekatan *break even point*.

Analisa *Break Even Point* (BEP) atau dapat disebut juga sebagai Titik Pulang Pokok merupakan salah satu metode analisis yang sederhana untuk merencanakan tingkat keuntungan dan target volume penjualan produk sehingga dapat dijadikan dasar strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan baik dalam bidang keuangan, bidang pemasaran, bidang produksi dan bidang personalia.

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

Cara untuk Menemukan Sebuah Titik, dalam satu Rupiah dan Unit, dimana Biaya sama dengan Keuntungan. Merupakan cara untuk menetapkan kapasitas yang harus dimiliki oleh sebuah fasilitas untuk Mendapatkan Keuntungan. Tujuan analisis ini adalah untuk menemukan sebuah titik dalam unit dan satuan nilai uang, dimana biaya – biaya sama dengan pendapatan. Titik tersebut disebut titik impas, perusahaan harus beroperasi

di atas tingkat ini untuk mencapai keuntungan. Untuk menghitung besar BEP multiproduk dengan menggunakan metode persamaan (Charles Horngen 2005:75).

a. Penentuan titik impas (*break even point*) dalam unit dan rupiah :

$$BEP (Rp) = \frac{FC}{\sum \left(1 - \frac{VCU_i}{SP_i}\right) \times W_i}$$

$$BEP (Unit) = BEP (Rp) \times \text{Persentasi produk dari total penjualan}$$

Keterangan :

VCU : Biaya Variabel per unit (*Variable Cost per Unit*)

SP : Harga jual per unit (*Sales price*)

FC : Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

W : Persentase setiap produk dari total penjualan

i : Masing-masing produk

b. Penentuan Target Laba Operasi :

$$PM = \frac{FC + OI}{1 - \frac{\sum VCU}{S}}$$

Keterangan :

OI : Laba Operasi yang direncanakan (*Operating Income*)

SP : Hasil Penjualan Keseluruhan per tahun

PM : Penjualan Minimal (dalam Rupiah)

$\sum VCU$: Total Biaya Variabel

FC : Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGELOLAAN DATA

Setelah ditemukan masalah maka perlu diadakan pengumpulan data agar dapat diolah, dengan beberapa data antara lain :

4.1 Pengumpulan Data

Pada bagian ini akan diutarakan gambaran singkat mengenai perusahaan dan aktivitas yang dilakukan sejak 2011 sampai dengan 2015.

4.1.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PO Bonekaku

Nama Pemilik : Roni Anggono Oktavianto, ST

Mulai berdiri : Tahun 2011

Klasifikasi Kelas : Menengah

Jenis Usaha : Mainan Anak

Daerah Kerja : Kota Bekasi, Jawa Barat

Alamat Perusahaan : Kp. Ciketing Selatan RT 003 RW 007
Kelurahan Ciketing Udik
Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi

Telepon : (021) 71454010

Nomor SIUP : 510/2016 –BPPT/PM/X/2011

Nomor TDP : 10.26.5.47.03006
NPWP : 24.107.618.1-009.000
Jumlah Pekerja : 46 orang
Blog : www.bonekaku.blogspot.com

4.1.2 Sejarah Perusahaan

PO Bonekaku merupakan salah satu UKM di Kota Bekasi yang bergerak di bidang mainan anak. Nama PO Bonekaku berasal dari ide kreatif pemilik yang berharap boneka beruang yang diproduksi dapat menjadi kebanggaan bagi setiap orang yang memilikinya. Selain itu, nama Bonekaku dapat dengan mudah diingat.

PO Bonekaku didirikan pada tanggal 27 Oktober 2011 di Kp. Ciketing Selatan RT 001 RW 007 Kelurahan Ciketing Udik, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi. Modal awal yang digunakan keseluruhannya merupakan modal yang berasal modal sendiri sebesar Rp. 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah). Pendiri Usaha ini adalah Bapak Roni Anggono Oktavianto dan Ibu Sonya. Pada awalnya Pak Roni adalah seorang pekerja di perusahaan swasta. Setelah lulus sebagai Sarjana Teknik Penerbangan dari Institut Teknologi Bandung pada tahun 2000, Pak Roni langsung bekerja pada *Indonesian Airlines*. Namun, Pak Roni tidak bertahan lama di sana, dikarenakan adanya tawaran di perusahaan pesawat China dengan tawaran posisi yang lebih baik dari posisi sebelumnya. Singkat cerita, Pak Roni bekerja di perusahaan pesawat China tersebut, tetapi perusahaan mengalami kerugian sehingga perusahaan tersebut melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) kepada para pegawainya, termasuk Pak Roni. Setelah mengalami PHK Pak Roni mulai merasakan ketidaknyamanan sebagai seorang pekerja (*job seekers*) dan pada saat inilah Pak Roni memiliki keinginan untuk menjadi pengusaha yang mandiri (*job creator*). Akan tetapi, keinginan Pak Roni tidak dengan mudah terwujud, salah satu kendalanya adalah kebutuhan modal awal yang belum tersedia.

Kendala tersebut tidak membuat Pak Roni berhenti melangkah. Pak Roni mencoba berjualan dengan menjual barang-barang dari Pasar Tanah Abang dan beberapa *supplier*. Barang-barang yang dijual antara lain kerudung, baju koko, gamis, termasuk boneka. Selain sebagai “makelar” barang-barang tersebut, ia pun kembali bekerja sebagai karyawan di perusahaan penerbangan dalam negeri lainnya. Namun, Pak Roni kembali mengalami PHK karena alasan yang sama pula, yaitu kerugian yang dialami perusahaan tempat ia bekerja.

Pada tahun 2008 Pak Roni menjadi seorang konsultan *freelance* di Departemen Perhubungan dan pada saat yang bersamaan pula Pak Roni dan istri masih menjual berbagai macam jenis barang kepada orang-orang terdekatnya. Namun, karena banyaknya jenis produk yang di jual, Pak Roni merasa tidak nyaman dan mulai berfikir untuk melakukan spesialisasi terhadap suatu produk tertentu.

Seiring berjalannya waktu, permintaan terhadap boneka mengalami peningkatan dibandingkan barang lainnya. Hingga pada tahun 2010 Pak Roni menerima pesanan boneka dari BNI Syariah sebanyak 15.000 unit. Pak Roni memenuhi pesanan tersebut dengan membagi-bagikan kepada beberapa produsen boneka. Dari pesanan ini Pak Roni memperoleh keuntungan sebesar Rp 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah). Keuntungan inilah yang digunakan Pak Roni sebagai modal awal mendirikan pabrik boneka. Pada saat inilah Pak Roni memutuskan untuk tidak bekerja lagi sebagai konsultan dan memfokuskan diri sebagai pengusaha boneka dengan nama PO Bonekaku.

Dalam memasarkan produknya, Pak Roni membuat sebuah blog yang menampilkan dan menjelaskan berbagai jenis boneka yang dijual. PO Bonekaku terus mengalami peningkatan permintaan dari waktu ke waktu, sehingga Pak Roni memutuskan untuk mencari tempat proses produksi yang lebih besar dengan membeli sebidang tanah di daerah Ciketing Udik,

Kota Bekasi. Lokasi ini dipilih karena dekat dengan lokasi pabrik yang disewa sebelumnya. Tempat ini digunakan sebagai tempat produksi dan toko PO Bonekaku. Dalam perkembangannya, perusahaan ini telah tercatat di Dinas Perindustrian dan Perdagangan sebagai industry kecil dengan Surat Izin Usaha Dagang (SIUP) nomor 510/2016 –BPPT/PM/X/2011 yang disertai dengan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) nomor 10.26.5.47.03006. Perusahaan ini termasuk dalam bentuk badan usaha Perusahaan Perorangan (PO) yang disahkan oleh Kepala Badan Pelayanan Terpadu di Kota Bekasi pada tanggal 27 Oktober 2011.

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.3.1 Visi Perusahaan

“ Menjadikan PO Bonekaku Perusahaan Modern dan professional sehingga memiliki valuasi perusahaan senilai Rp 500 milliar dalam 5 sampai 6 tahun ke depan.”

4.1.3.2 Misi Perusahaan

- Membentuk tim fungsional perusahaan dan sistem yang komperhensif
- Membuat kemasan yang premium untuk setiap produk
- Mendapatkan sertifikat ISO
- Membuat System Online Control Produksi

4.1.4 Lokasi Perusahaan

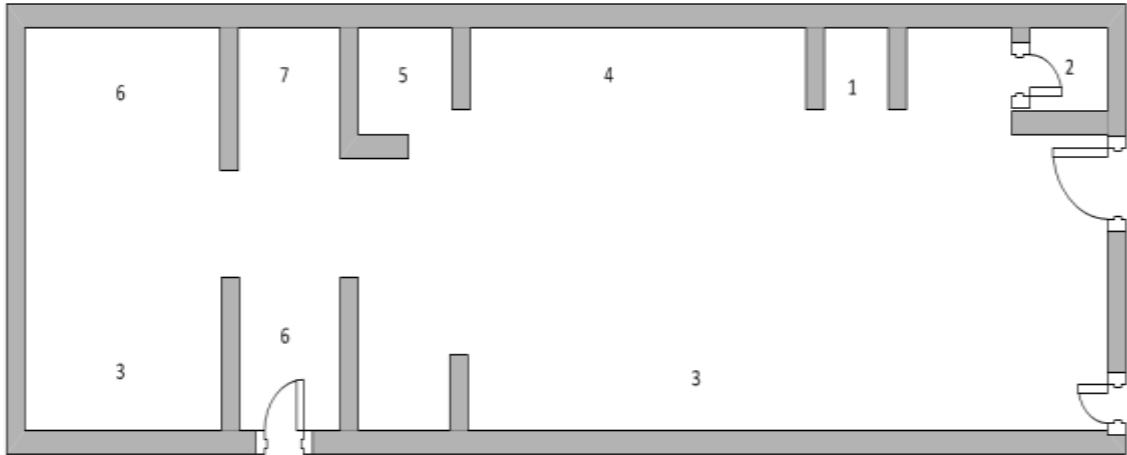
Lokasi perusahaan merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya, baik kegiatan produksi dan penjualan. Lokasi perusahaan boneka PO Bonekaku berada di Kp. Ciketing Selatan RT 003 RW 007 Kelurahan Ciketing Udik, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi.

Untuk menentukan lokasi perusahaan yang efektif memerlukan pikiran dan pertimbangan yang luas dari pemimpin perusahaan.

Adapun pertimbangan mengenai lokasi perusahaan tersebut diantaranya .:

- Lokasi bebas banjir atau terendam air pada musim hujan.
- Lokasi tersedia prasarana listrik, air bersih, dekat dengan jalan raya dan transportasi.
- Lokasi dekat dengan sumber daya manusia, sumber bahan baku maupun bahan pembantu.
- Tenaga kerja yang dibutuhkan tidak memerlukan kualifikasi yang tinggi sehingga upah tenaga kerja juga terjangkau.

4.1.5 Layout Perusahaan



Gambar 4.1 : Layout Pabrik PO Bonekaku

Nomor Layout	Keterangan Layout
1	Ruang Kerja Direktur
2	Toilet
3	Ruang Produksi
4	Gudang Barang Setengah Jadi
5	Mussolah
6	Gudang Bahan
7	Ruang Kerja Produksi

Sumber : PO Bonekaku

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Bidang Produksi

4.2.1.1 Uraian Produk

a. Ukuran Besar

Boneka beruang berukuran 50 cm yang terbuat dari bahan rasfur. Boneka ini biasa digunakan untuk souvenir seperti hadiah untuk ulang tahun, pernikahan, perusahaan dan lain-lain.

b. Ukuran Sedang

Boneka beruang berukuran 20 cm yang terbuat dari bahan yelfo atau velboa. Boneka ini biasa digunakan untuk souvenir atau mainan anak.

c. Ukuran Kecil

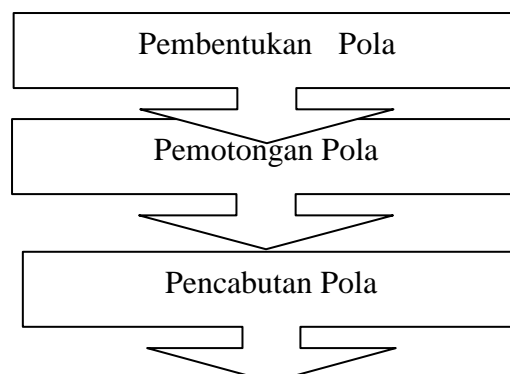
Boneka beruang berukuran 12 cm yang terbuat dari bahan velboa. Boneka ini biasa digunakan untuk promosi, souvenir, atau dekorasi ruangan atau mobil.

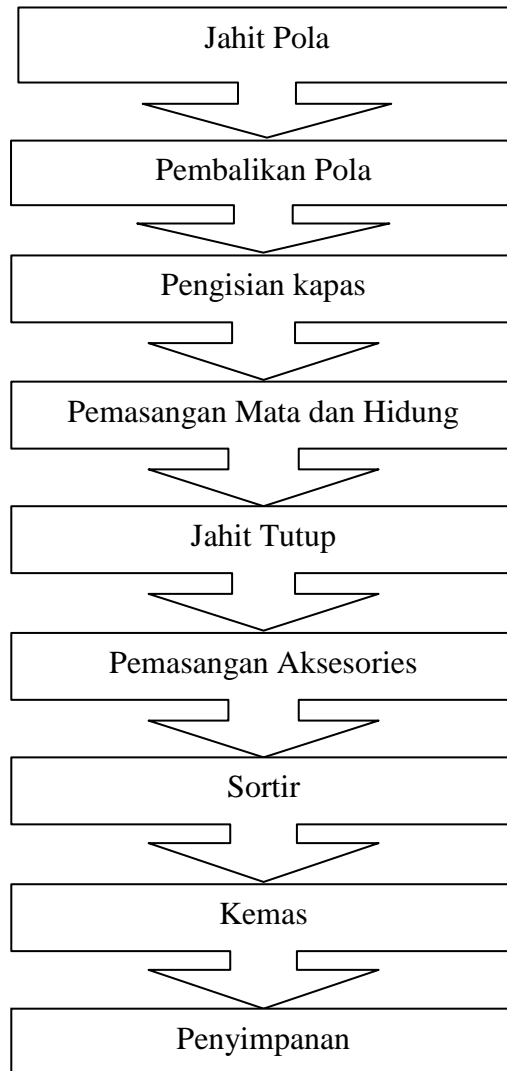
Tabel 4. 2 Jumlah produksi boneka PO Bonekaku (dalam unit)

Jenis produk \ Tahun	2011	2012	2013	2014	2015
Ukuran Besar (50 cm)	15,210	16,710	19,124	13,840	21,205
Ukuran Sedang (20 cm)	21,217	24,320	29,139	24,400	33,189
Ukuran Kecil (12 cm)	30,047	39,778	42,115	40,115	40,633

Sumber :Data Diola

4.2.1.2 Alur proses produksi





Gambar 4.2 : Alur proses dan produksi PO Bonekaku

4.2.1.3 Bahan Baku dan Bahan Penolong

Bahan baku sangatlah penting dalam menunjang keberhasilan kegiatan proses produksi. Hal ini disebabkan karena bahan baku sangat mempengaruhi bentuk, kualitas produk serta harga jual produk. Berikut adalah bahan baku dan bahan penolong yang digunakan PO Bonekaku :

Tabel 4. 2 Bahan Baku dan Penolong PO Bonekaku

Bahan Baku	Bahan Penolong
1. Kain Boneka - Velboa - Resfur - Yilfo - Nylex 2. Kapas Poliester	1. Aksesories Mata 2. Aksesories Hidung 3. Kain flannel 4. Tile 5. Supbon (penahan mulut)

Sumber :PO Bonekaku

4.2.1.4 Peralatan dan Perlengkapan Produksi

Peralatan adalah suatu alat atau tempat untuk mendukung berjalannya proses produksi. Pada umumnya peralatan digunakan dalam jangka waktu yang panjang dan mengalami penyusutan.

Tabel 4.3 Peralatan PO Bonekaku

Nama Peralatan	Kegunaan	Jumlah
- Generator	Digunakan untuk energi pengganti listrik untuk pemotongan pola.	2 unit
- Asbes	Digunakan untuk membuat cetakan pola bagian tubuh boneka. Cetakan asbes akan dihubungkan dengan generator sehingga dapat digunakan sebagai alat potong bahan.	20 unit
- Bor	Digunakan untuk melubangi asbes sebagai alat cetak bahan.	2 unit
- Papan potong	Digunakan untuk tempat pemotongan bahan sehingga hasil cetakan yang dihasilkan rapih dan sesuai pola.	2 unit
- Mesin Jahit	Digunakan untuk menjahit pola yang telah dibentuk.	10 unit
- Papan finishing	Tempat untuk melakukan proses finishing dari jahit tutup, pemasangan aksesories, dan sortir.	1 unit
- Rak Barang	Tempat untuk menyimpan boneka yang setengah	4 unit

	jadi dan boneka jadi yang siap dikirim	
--	--	--

Sumber : Data Diolah

Perlengkapan adalah suatu pelengkap atau yang melengkapi dalam proses produksi. Perlengkapan lebih mudah habis dan digunakan dalam jangka waktu pendek.

Tabel 4.4 Perlengkapan PO Bonekaku

Nama Peralatan	Kegunaan	Jumlah
- Jarum	Digunakan untuk menjahit pola boneka dan menutup pola boneka setelah pengisian kapas.	10 Set
- Gunting	Alat untuk mencabut pola yang masih belum terpotong sempurna dari cetakan asbes. Berguna untuk mencabut sisa benang pada proses <i>finishing</i> .	6 unit
- Timbangan	Berguna untuk menimbang berat kapas yang akan digunakan sesuai dengan ukuran boneka.	3 unit
- Benang	Digunakan untuk menjahit pola dan menutup pola boneka setelah pengisian kapas, pada penggunaannya bersamaan dengan jarum.	100 unit
- Palu	Digunakan untuk memasang mata dan mulut pada boneka yang telah dijahit, sehingga menempel dengan kuat dan kencang.	2 unit
- Obeng	Berguna untuk menekan kapas kedalam boneka sehingga kapas yang dimasukkan dapat membentuk boneka secara sempurna.	3 unit

Sumber : PO Bonekaku

4.2.1.5 Biaya Produksi

Tabel 4.5 Biaya produksi tahun 2011 - 2015 (dalam rupiah)

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
1. Biaya bahan baku	239,525,000	391,050,000	506,725,000	307,084,000	587,900,000
2. Biaya tenaga kerja langsung					
- Bagian Kating	46,800,000	52,800,000	69,600,000	72,000,000	88,800,000
- Bagian Jahit					
- Bagian Finishing	178,235,000	208,002,200	210,400,000	220,800,000	293,260,900
	76,800,000	88,800,000	134,400,000	148,800,000	295,200,000
Sub total	301,835,000	349,602,000	414,400,000	450,600,000	577,260,900
3. BOP :					
- Biaya Penolong	45,800,000	63,400,000	81,400,000	67,900,000	154,000,000
- Biaya Bordir	5,670,000	4,900,000	11,100,000	-	43,954,100
- Biaya Sablon	1,400,000	4,257,000	23,530,000	2,520,000	48,760,000
- Biaya listrik	4,700,000	5,800,000	6,500,000	5,244,000	8,884,000
- Biaya air	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
- Biaya pemeliharaan peralatan produksi	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,830,000	7,682,000
- Biaya Pemeliharaan Kendaraan	1,500,000	1,740,000	2,075,000	1,111,000	3,330,000
- Biaya Penyusutan Peralatan	1,395,000	1,395,000	1,395,000	1,395,000	1,395,000
- Biaya Penyusutan Kendaraan	8,900,000	8,900,000	8,900,000	8,900,000	8,900,000

Sub total	71,565,000	92,592,000	137,100,000	90,100,000	278,105,100
Total	612,925,000	833,244,000	1,058,225,000	847,784,000	1,443,266,000

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.6 Biaya Bahan Baku tahun 2015 (dalam rupiah)

No.	Nama Bahan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Jumlah biaya
1.	Kain Velboa	5,150	Yard	25,000	128,750,000
2.	Kain Rasfur	5,320	Yard	34,000	180,880,000
3.	Kain Yelfo	5,250	Yard	27,500	143,000,000
4.	Kain Nylex	6,128	Yard	10,500	64,350,000
5.	Kapas Poliester	2,580	Kgs	24,000	61,920,000
Total					578,900,000

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.7 Biaya Bahan Penolong tahun 2015 (dalam rupiah)

No.	Nama Bahan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Jumlah biaya
1.	Benang TL 40/2	950	Lusin	98,000	93,100,000
2.	Aksesories Mata	90,000	Pcs	180	16,200,000
3.	Aksesories Hidung	90,000	Pcs	330	29,700,000
4.	Kain Flannel	125	Meter	17,500	2,187,500
5.	Kain Tile	62.5	Roll	205,000	12,812,500
Total					154,000,000

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.8 Biaya Pemeliharaan Mesin tahun 2015 (dalam rupiah)

No.	Jenis Biaya	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Jumlah biaya
1.	Oli Gemuk	143	Pcs	9,000	1,282,000
2.	Biaya Service	15	Kali	305,000	4,595,000
3.	Rak Pola	2	Unit	500,000	1,000,000
4.	Ganti Rotary Hook	7	Kali	115,000	805,000
Total					7,682,000

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.9 Biaya Pemeliharaan Kendaraan tahun 2015 (dalam rupiah)

No.	Jenis Biaya	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Jumlah biaya
1.	Service Kendaraan	4	Kali	180,000	720,000
2.	Biaya Bengkel	2	Kali	650,000	1,300,000
3.	Pergantian Oli	2	Kali	155,000	310,000
4.	Accu GS N4OZL	2	Pcs	500,000	1,000,000
Total					3,330,000

Sumber : Data Diolah

4.2.2 Bidang Pemasaran

4.2.2.1 Produk yang dijual di PO Bonekaku

Produk utama yang ditawarkan PO Bonekaku yaitu boneka berbentuk beruang dengan beraneka macam ukuran, warna, dan aksesoris. Boneka beruang ini diproduksi menggunakan material yang lembut dan nyaman. Bahan baku yang digunakan yaitu velboa, resfur, yilfo dan nylex. Bahan penolong lainnya adalah kapas polyester, kain flannel, dan berbagai aksesoris yang unik dan menarik. Bahan-bahan ini dijahit dengan rapih sesuai bentuk pola boneka yang mirip dengan bentuk sebenarnya, sehingga dalam pembuatan pola boneka PO Bonekaku selalu berusaha menghasilkan bentuk boneka yang simetris dalam setiap produknya. Karena bentuk yang simetris dan tekstur yang lembut, bonekaku menarik untuk dilihat dan nyaman untuk dibawa kemanapun. Produk boneka beruang yang dihasilkan PO Bonekaku dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, antara lain :

Tabel 4.10 Data pengelompokkan jenis boneka produk PO Bonekaku

No	Kategori	Keterangan
		Boneka beruang berukuran 50 cm yang terbuat dari

1.	Besar	bahan rasfur. Boneka ini biasa digunakan untuk souvenir seperti hadiah untuk ulang tahun, pernikahan, perusahaan dan lain-lain.
2.	Sedang	Boneka beruang berukuran 20 cm yang terbuat dari bahan yelfo atau velboa. Boneka ini biasa digunakan untuk souvenir atau mainan anak.
3.	Kecil	Boneka beruang berukuran 12 cm yang terbuat dari bahan velboa. Boneka ini biasa digunakan untuk promosi, souvenir, atau dekorasi ruangan atau mobil

Sumber : PO Bonekaku

4.2.2.2 Wilayah pemasaran PO Bonekaku

Saluran distribusi terkait dengan berbagai aktivitas PO Bonekaku dalam menyediakan produk boneka yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen agar produk dapat disalurkan pada waktu dan tempat yang tepat. Wilayah pemasaran produk boneka PO Bonekaku tidak hanya fokus untuk daerah Bekasi atau Jakarta saja, bahkan sudah mencapai ke beberapa kota besar di Indonesia. Untuk pasar lokal, PO Bonekaku mendistribusikan produknya ke Pulau Jawa, Bali dan Sumatera bahkan Indonesia bagian timur. Untuk pasar mancanegara, PO Bonekaku pernah menerima pesanan dari Turki. Sistem pendistribusian produk boneka yang dilakukan PO Bonekaku terdiri dari 2 cara, yaitu :

1. Cara langsung

Cara langsung adalah penjualan produk yang dilakukan secara langsung kepada konsumen. Penjualan langsung bertujuan untuk membantu konsumen melihat dan memilih sendiri koleksi beragam produk boneka yang ditawarkan PO Bonekaku. Konsumen dapat datang langsung dan mengunjungi ruang pameran PO Bonekaku yang terletak di Kp. Ciketing Selatan RT 003 RW 007 Kelurahan Ciketing Udik, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi. Disini konsumen dapat memilih produk boneka yang diinginkan dan disukai. Proses pembayaran dapat dilakukan dengan cara pembayaran tunai atau pembayaran dengan kredit.

2. Cara tak langsung

Cara tak langsung adalah penjualan produk yang dilakukan secara tidak langsung. Konsumen yang ingin melakukan pembelian dapat memesan melalui telepon atau mengunjungi laman www.bonekaku.blogspot.com kepada pihak pemasaran PO Bonekaku. Barang yang telah dipesan akan disiapkan sesuai dengan pesanan konsumen dan kemudian akan dikirim ke alamat yang dituju. Apabila proses pengiriman membutuhkan biaya pengiriman, maka biaya tersebut akan ditambahkan dengan produk pesanan konsumen.

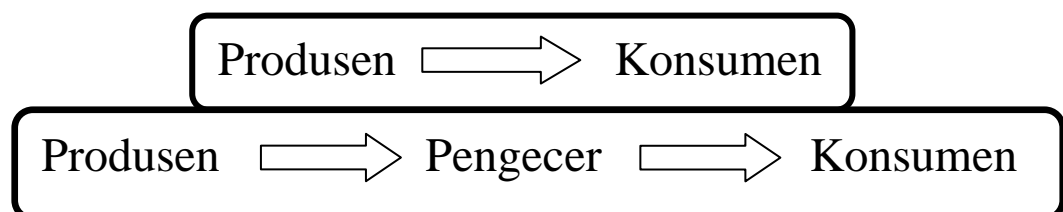
4.2.2.3 Segmen pasar PO Bonekaku

Segmen pasar yang dituju oleh perusahaan dalam menjual produknya, dalam hal ini segmen pasar PO Bonekaku adalah masyarakat (konsumen/pelanggan) sebagian besar wanita usia remaja sampai dewasa, dari kelas menengah ke atas yang memiliki akses internet. Hal ini dikarenakan harga dari bonekaku cukup tinggi dan pembeli hanya dapat melihat berbagai koleksi dari PO Bonekaku melalui halaman *blog*: www.bonekaku.blogspot.com ataupun *instagram*: *_bonekaku*. Para pembeli biasanya membeli produk untuk dijadikan souvenir, hadiah, ataupun koleksi pribadi.

4.2.2.4 Saluran distribusi PO Bonekaku

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi perusahaan harus melakukan pertimbangan yang baik.

Berikut adalah jenis saluran distribusi yang digunakan PO Bonekaku dalam memasarkan produknya:



Gambar 4.3 :Saluran Distribusi PO Bonekaku

PO Bonekaku melakukan proses distribusi secara langsung atau saluran distribusi minor. Cara yang digunakan produsen dalam penyaluran langsung ini adalah dengan menjual langsung barang hasil produksi kepada konsumen akhir. Selain itu PO Bonekaku juga menyalurkan barangnya melalui distributor, sehingga PO Bonekaku memperoleh pangsa pasar yang lebih luas.

4.2.2.5 Biaya Promosi

Berikut ini adalah biaya promosi yang dikeluarkan PO Bonekaku terhitung dari tahun 2011 – 2015, yaitu:

Tabel 4.11 Biaya promosi PO Bonekaku (dalam rupiah)

Kegiatan Promosi	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
1. Akses Internet	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
1. Kartu Nama	240,000	240,000	240,000	300,000	300,000
2. Pameran	6,000,000	7,500,000	-	-	-
Jumlah	9,240,000	10,740,000	3,240,000	3,300,000	3,300,000

Sumber : PO Bonekaku

4.2.2.6 Harga Jual Per Unit Produk

Tabel 4.12 Harga Jual Per Unit PO Bonekaku (dalam rupiah)

No.	Kategori Produk	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1.	Besar	35,000	37,000	38,500	40,500	42,500
2.	Sedang	12,000	12,500	13,500	14,000	14,700
3.	Kecil	5,500	6,000	6,500	7,000	8,500

Sumber : PO Bonekaku

4.2.2.7 Fungsi pemasaran PO Bonekaku

1) Pembelian

PO Bonekaku menjalankan fungsi pembelian dalam hal bahan baku, yaitu dengan memilih bahan baku yang berkualitas baik dan sesuai dengan standar mutu agar produk yang dihasilkan dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat, sehingga fungsi pemasaran yang dilakukan PO Bonekaku berhasil dijalankan.

Pembelian konsumen ke produsen (PO Bonekaku) dilakukan dengan menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung yaitu melalui pengecer. Seperti yang dijelaskan pada Gambar III.1.

Sedangkan untuk administrasi yang dilakukan oleh perusahaan ini dengan cara :

- Pembelian bahan baku

PO Bonekaku dalam pembelian bahan baku, administrasi yang digunakan adalah dengan menggunakan pencatatan daftar pembelian disertai dengan bon maupun kuitansi pembelian.

- Administrasi pembelian oleh konsumen

Administrasi dalam pembelian produk, menggunakan bon atau kuitansi dengan bayar di tempat. Pembayaran dilakukan secara langsung atau *cash*.

Dalam administrasi yang dilakukan PO Bonekaku bagi pelanggan yang berada diluar kota dan ingin membeli produk PO Bonekaku maka dapat menggunakan telepon. Dan administrasi dilakukan dengan cara transfer setelah mentransfer dan uang sudah dinyatakan masuk, maka produk segera dikirim. Biaya pengiriman ditanggung oleh pembeli.

2) *Penjualan produk ke konsumen*

PO Bonekaku dalam penjualannya kepada konsumen, dilakukan secara langsung dalam menjual produknya ke konsumen melalui blogspot dan instagram. Hal ini dilakukan agar konsumen dengan mudah mendapatkan produk Bonekaku

Tabel 4.13 Persentase tingkat penjualan berdasarkan kelompok produk PO Bonekaku (dalam rupiah)

Tahun	Ukuran Besar	Persentase penjualan	Ukuran Sedang	Persentase penjualan	Ukuran Kecil	Persentase penjualan	Total Penjualan
2011	532,350,000	56 %	253,524,000	26.7 %	165,258,500	17.3 %	951,132,500
2012	618,270,000	53.3 %	304,000,000	26,2 %	238,668,000	20.5%	1,160,938,000
2013	736,274,000	52.5 %	393,376,500	28 %	273,747,500	19.5 %	1,403,393,000
2014	560,520,000	47.4 %	341,600,000	28,8 %	280,805,000	23,8 %	1,182,925,000
2015	901,212,500	52 %	487,878,300	28.1 %	345,380,500	19,9 %	1,734,471,300

Sumber : PO Bonekaku

3) *Pengiriman produk*

PO Bonekaku melakukan pengiriman produknya dari tempat produksi yang terletak di Kp. Ciketing Selatan RT 003 RW 007 Kelurahan Ciketing Udik, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi ke tempat tempat konsumen dengan menggunakan kendaraan pribadi milik pemilik, jasa kurir yakni logistik ataupun jasa antar online. Pengiriman produk dari tempat produksi ke konsumen biasanya dilakukan tiga kali seminggu sesuai permintaan konsumen.

4) *Penyimpanan produk*

Penyimpanan produk ditempatkan pada rak penyimpanan. Dimana gudang penyimpanan tersebut terdapat diruang depan pabrik. .Layout tersebut diharapkan dapat memudahkan dalam pengangkutan dari tempat produksi ke ke dalam mobil, lebih efisien dan cepat, sehingga aliran distribusi dari pabrik ke tempat konsumen bisa lebih cepat dan efektif.

5) *Standarisasi*

Standarisasi pemasaran yang dilakukan PO Bonekaku yaitu dengan mengacu kepada standarisasi pemasaran yang berlaku di usaha tersebut. Secara rutin sejak tahun 2009 perusahaan ini rajin mengikuti pameran-pameran UKM guna mempromosikan produknya sehingga penjualan meningkat. Hal ini juga di dukung oleh kepedulian pemerintah kota Bogor dimana PO Bonekaku selalu diundang dan diikut sertakan dalam pameran-pameran industri kreatif mewakili kota Bogor. Untuk mendukung pameran yang diikutinya, PO Bonekaku juga mencetak kartu nama dan brosur yang dapat dibagikan saat pameran.

6) *Pembungkusan produk*

PO Bonekaku dalam melakukan pembungkusan atau packaging produknya dengan memasukan produk ke dalam karung ukuran tertentu. Dikarenakan ukuran dan jenis produk yang berbeda. Dalam melakukan pembungkusan produk terlebih dahulu dibungkus dengan menggunakan plastic bening atau kantong tile, setelah itu baru disusun rapih ke dalam karung, sehingga produk tertata rapih. Pembungkusan seperti ini biasanya dilakukan bila produk tersebut akan dibawa ke luar kota atau dibawa dengan menggunakan kendaraan yang memakan waktu lama. Hal ini untuk mengantisipasi kerusakan pada produk. Konsumen dapat menentukan pembungkus boneka misalnya dengan mikha atau kantong tertentu, tetapi konsumen akan menambah sejumlah biaya tertentu.

7) *Klasifikasi pemasaran*

PO Bonekaku mengklasifikasikan pemasarannya yaitu untuk usia dewasa. Karena pada umumnya konsumen yang datang

pada galeri Munti Bali adalah usia dewasa. Produk ini memiliki nilai seni yang tinggi terlihat dari tema dan ornament yang bertemakan *flora dan fauna* konsumen tidak sedikit yang berasal dari pengoleksi boneka seni. Konsumen berasal dari kalangan menengah dan menengah keatas. Maka dari itu PO Bonekaku mengklasifikasikan pemasarannya pada usia dewasa dan berasal dari kalangan menengah ke atas.

8) *Periklanan produk*

PO Bonekaku dalam melakukan periklanan rutin dengan menggunakan kartu nama serta brosur yang dibagikan saat mengikuti pameran. Serta masih menggunakan metode manual (promosi dari mulut ke mulut).

9) *Pendanaan*

Dalam hal pendanaan, PO Bonekaku melakukan pendanaan menggunakan kas (uang hasil pendapatan) dengan kata lain perusahaan ini memiliki alokasi untuk pos pendanaan pemasaran yang besarnya disesuaikan. Perusahaan ini melakukan peminjaman baik dari pihak bank maupun dari rekanan bila terjadi defisit kas karena pengeluaran yang lebih besar daripada pemasukan.

Perusahaan ini beranggapan bahwa kegiatan pemasaran yang baik akan berdampak pada peningkatan penjualan, sehingga perusahaan benar-benar memperhatikan tiap kegiatan pemasaran yang dilakukan, mulai dari produk yang dipasarkan, harga jual yang ditawarkan, pendistribusian barang yang baik, dan kegiatan promosi yang dilakukan guna memperkenalkan produk kepada masyarakat.

4.2.2.8 Biaya pemasaran PO Bonekaku

Berikut ini merupakan biaya pemasaran yang ditetapkan PO Bonekaku dan realisasi biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh PO Bonekaku dalam lima (5) tahun terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14 Biaya pemasaran tahun 2011 - 2015 (dalam rupiah)

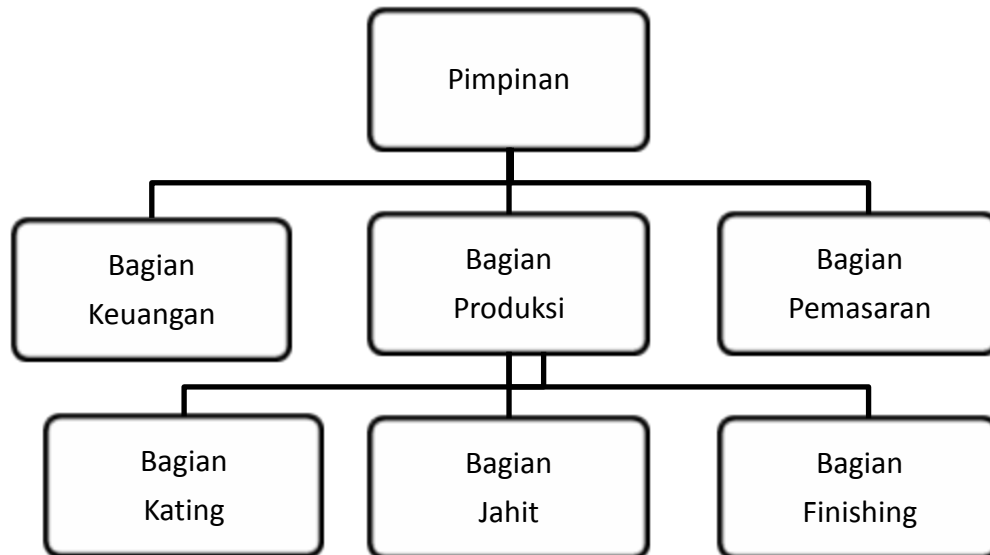
Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
1. Gaji/upah bagian pemasaran	36,000,000	36,000,000	36,000,000	36,000,000	36,000,000
2. Biaya Packing					
a. Plastik kaca:					
- Ukuran 60x100	576,000	1,840,000	1,725,000	3,193,000	2,945,000
- Ukuran 40x60	510,000	2,926,000	3,410,000	7,935,000	3,920,000
- Ukuran 23x30	896,500	2,551,000	1,275,500	5,951,500	2,536,000
b. Plastik Mika	483,000	8,872,500	15,320,000	-	931,487
c. Karung	225,000	245,000	460,000	438,000	258,000
d. Kardus	175,000	-		-	-
Sub total	2,865,500	16,434,500	22,190,500	17,517,500	10,590,000
3. Biaya promosi					
a. Akses Internet	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
b. Kartu nama	240,000	240,000	240,000	300,000	300,000
c. Pameran	6,000,000	7,500,000	-	-	-
Sub total	9,240,000	10,740,000	3,240,000	3,300,000	3,300,000
Total	48,105,500	63,174,500	61,430,500	56,817,500	49,890,487

Sumber : Data Diolah

4.2.3 Bidang Personalia

4.2.3.1 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan Perusahaan

a) Struktur Organisasi



Gambar 4.4 : Struktur Organisasi PO Bonekaku

b) Deskripsi Jabatan

1. Direktur

Direktur perusahaan adalah pendiri sekaligus pemilik perusahaan. Tugas direktur antara lain :

- b. Melaksanakan tugas direksi harian dan koordinasi antar kepala bagian dan bawahannya
- c. Memastikan ketersediaan sumber daya untuk melaksanakan kegiatan operasional
- d. Memonitor pelaksanaan kerja karyawan
- e. Mengangkat dan memutuskan hubungan kerja dengan pegawai

- f. Menetapkan besaran gaji pegawai
- g. Melakukan pengawasan terhadap kualitas produk (*quality control*)
- h. Melakukan pengiriman barang jika dibutuhkan
- i. Menjaga hubungan baik dengan pemasok

2. Bagian Keuangan

Tugas Bagian Keuangan antara lain :

- a. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang
- b. Mencatat pelaksanaan pembayaran gaji dan upah karyawan
- c. Membuat laporan arus kas masuk dan keluar
- d. Membuat laporan keluar masuknya barang
- e. Membuat laporan keuangan
- f. Membuat kontrak/surat perjanjian dengan klien
- g. Menerima email dan membuat email keluar

3. Bagian Produksi

Tugas bagian kepala Produksi antara lain :

- a. Membuat rencana kerja produksi
- b. Melakukan pencatatan seluruh aktivitas produksi
- c. Menangani masalah penyimpanan dan bahan baku, bahan penolong produksi, hasil produksi serta alat-alat produksi
- d. Mengajukan pembelian bahan baku, bahan penolong, dan peralatan produksi kepada direktur
- e. Bertanggung jawab terhadap proses dan hasil kerja produksi, baik secara kualitas dan kuantitas
- f. Mengawasi kinerja karyawan
- g. Memastikan barang selesai tepat waktu

4. Bagian *Kating*
 - a. Membuat pola boneka
 - b. Memotong bahan sesuai bentuk pola yang dibuat
 - c. Mencabut pola dan mengelompokkan pola berdasarkan bagian-bagian boneka
 - d. Mengumpulkan limbah bahan sisa produksi
5. Bagian Jahit
 - a. Menjahit bagian-bagian pola menjadi satu bentuk boneka
 - b. Memastikan bentuk boneka sesuai dengan yang diharapkan
6. Bagian *Finishing*
 - a. Membalikkan bagian dalam boneka
 - b. Menimbang berat kapas untuk setiap jenis boneka
 - c. Mengisi boneka dengan kapas
 - d. Memasang mata, mulut boneka
 - e. Menyulam bagian samping boneka
 - f. Memasang aksesoris boneka
 - g. Mengemas produk dengan rapih
7. Bagian Pemasaran

Tugas bagian pemasaran, antara lain :

 - a. Mencatat barang yang akan dijual
 - b. Memasarkan atau menjual produk
 - c. Menerima pesanan konsumen bila ada
 - d. Menerima komplein dan saran dari konsumen
 - e. Mempromosikan produk melalui media social

4.2.3.2 ***Kesejahteraan Karyawan***

Menurut ketentuan UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan beserta peraturan pelaksanaannya, dari peraturan

pemerintah, peraturan menteri, hingga keputusan-keputusan menteri yang terkait, dapat ditarik kesimpulan adanya beberapa pengertian ketenagakerjaan, sebagai berikut:

1. Ketenagakerjaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu sebelum, selama dan setelah selesainya masa hubungan kerja.
2. Tenaga kerja adalah objek, yaitu setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang atau jasa, untuk kebutuhan sendiri dan orang lain.
3. Pekerja atau buruh adalah setiap orang yang bekerja untuk orang lain dengan menerima upah berupa uang atau imbalan dalam bentuk lain.
4. Pemberi kerja adalah perseorangan atau badan hukum yang mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.

Berikut adalah cara perusahaan PO Bonekaku dalam menajahterakan karyawannya:

4.2.3.3 *Upah*

Tabel 4.15 Daftar Gaji Pekerja PO Bonekaku

Keterangan	Kisaran Upah (Rp)
Produksi	1.000.000 – 2.000.000
Administrasi	1.500.000 – 2.000.000
Pemasaran	500.000 – 3.000.000

Sistem pengupahan pada PO Bonekaku khususnya bagian produksi didasarkan pada beberapa factor yaitu jabatan dan keuletan dalam menyelesaikan pekerjaan. Selain itu, lamanya masa kerja pun menjadi pertimbangan dalam pengupahan. Bagian jahit dapat dikatakan yang memiliki upah terbesar dalam bidang produksi. Selain pekerjaan tersulit karyawan pada bagian ini adalah karyawan lama yg telah bekerja saat PO Bonekaku didirikan. Upah bagian produksi Rp1.000.000, sampai dengan Rp2.000.000. Sedangkan upah pada bagian administrasi lebih tinggi karena tingkat pendidikan pada bagian ini juga lebih tinggi, yaitu Rp1.500.000,00 – Rp2.000.000,00. Untuk bagian Pemasaran upah berkisar antara Rp500.000,00 – Rp3.000.000,00.

4.2.3.4 *Insentif*

Di dalam perusahaan PO Bonekaku, terdapat jenis-jenis insentif yang diberikan perusahaan kepada para karyawannya guna meningkatkan motivasi dalam bekerja. Untuk bagian produksi, insentif diberikan jika diberlakukan jam lembur. Di setiap harinya juga perusahaan menyediakan nasi untuk makan siang bagi para karyawan. Untuk setiap tahunnya menjelang hari raya Idul Fitri perusahaan memberikan Tunjangan Hari Raya (THR) berupa uang dan paket sembako bahkan liburan bersama keluarga kepada masing-masing karyawan. Pemilik perusahaan juga menetapkan kebijakan untuk memberikan tiket ibadah umroh bagi karyawan yang sudah lama bekerja di PO Bonekaku.

4.2.3.5 Pemberian Pinjaman

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

4.2.3.6 Pemberhentian Kerja

PO Bonekaku dalam pemberhentian kerja tidak mengatur atau menggunakan sistem pemberhentian kerja yang berlaku pada perusahaan pada umumnya. Pemberhentian kerja biasanya terjadi karena permintaan dari karyawannya sendiri ataupun karyawan yang pulang ke kampung halamannya dan tidak kembali lagi ke PO Bonekaku (maka secara otomatis setelah kurang lebih 1 minggu tidak ada kabar, karyawan tersebut dianggap telah keluar).

4.2.4 Bidang Keuangan

4.2.4.1 Modal awal PO Bonekaku

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

Tabel 4.16 Investasi awal usaha PO Bonekaku (dalam rupiah)

PO BONEKAKU			
INVESTASI AWAL			
Tahun 2011			
KETERANGAN	JUMLAH	SATUAN	JUMLAH

AKTIVA BERWUJUD				
a. Tanah & Bangunan				
1. Tanah			50,000,000	
2. Bangunan			20,500,000	
Total nilai tanah dan bangunan				70,500,000
b. Kendaraan				
1. Mobil	1	Unit	80,000,000	
2. Motor	1	Unit	9,000,000	
Total Investasi Kendaraan				89,000,000
c. Peralatan Produksi				
Mesin Jahit	10	Unit	10,000,000	
Rak Penyimpanan	2	Unit	1,000,000	
Generator	2	Unit	1,200,000	
Palu	3	Unit	45,000	
Obeng	3	Buah	75,000	
Asbes	5	Lembar	250,000	
<i>Bor</i>	2	Unit	800,000	
Jarum	5	Set	25,000	
Gunting	3	Buah	30,000	
Total Nilai Peralatan Produksi				13,395,000
d. Peralatan Kantor				
Meja kerja	2	set	1,500,000	
Printer	1	buah	1,000,000	
Dispenser	1	Buah	600,000	
Telepon	1	buah	150,000	
Komputer	1	unit	2,000,000	
Total Peralatan			5,250,000	
Perlengkapan				
Nota Bon	4	buah	40,000	
Tinta Printer	2	Kali	500,000	
Alat Tulis Kantor	2	set	650,000	
Total Nilai Perlengkapan			1,190,000	

<i>Total Nilai Inventaris Kantor</i>				6,440,000
TOTAL AKTIVA BERWUJUD				129,890,000
AKTIVA TAK BERWUJUD				
f. Perizinan Usaha				
SIUP	1	berkas	2,000,000	
TDP	1	berkas	2,000,000	
NPWP	1	berkas	1,000,000	
<i>Total Nilai Aktiva Tak Berwujud</i>				5,000,000
TOTAL AKTIVA				119,890,000
MODAL KERJA AWAL				
Biaya Bahan Baku				
Penanaman Modal	20	hari	10,500,000	
Pembelian Kain Boneka	60	Roll	45,000,000	
Pembelian Kapas	500	Kgs	11,100,000	
Total Biaya Bahan Baku			66,600,000	
Biaya Tenaga Kerja				
1. Bagian jahit	10	orang	108,000,000	
2. Bagian finishing	10	orang	96,000,000	
Biaya Tenaga Kerja Langsung			204,000,000	
Biaya Overhead Pabrik				
Biaya Bahan Penolong :				
Aksesories	50	Set	12,000,000	
Benang	100	Gulung	2,000,000	
Kemasan	30	Set	3,000,000	
Total Biaya Bahan Penolong			17,000,000	
Biaya Listrik Pabrik			1,500,000	
Biaya Pemeliharaan Peralatan Produksi			1,000,000	
Biaya Penyusutan Peralatan Produksi			1,000,000	

Total Biaya Overhead Pabrik			3,500,000	
Total Nilai Biaya Produksi				291,100,000
MODAL AWAL PENDIRIAN USAHA PO Bonekaku				425,990,000

Sumber : Data Diolah

Modal awal yang digunakan PO Bonekaku yaitu sebesar Rp425.990.000,00 (*empat ratus dua puluh lima juta sembilan ratus sembilan puluh rupiah*). Modal investasi awal tersebut merupakan modal sendiri dan ada pinjaman dari bank maupun pihak ketiga. Penentuan/pemberian nilai masing-masing investasi merupakan nilai yang berlaku pada saat pendirian PO Bonekaku (bukan nilai sekarang).

4.2.4.2 Data penjualan PO Bonekaku

Pada perusahaan dagang, penjualan merupakan aktivitas utama perusahaan. Besarnya pendapatan perusahaan sangat ditentukan oleh besar kecilnya penjualan. Berikut ini adalah data penjualan PO Bonekaku :

Tabel 4.17 Data penjualan produk PO Bonekaku tahun 2011

Produk	Jumlah terjual (unit)	Harga satuan (Rp)	Sub total Penjualan (Rp)
Ukuran Besar	15,210	35,000	532,350,000
Ukuran Sedang	21,127	12,000	253,524,000
Ukuran Kecil	30,047	5,500	165,258,500
Total Penjualan			951,132,500

Sumber : PO Bonekaku

Tabel 4.18 Data penjualan produk PO Bonekaku tahun 2012

Produk	Jumlah terjual (unit)	Harga satuan (Rp)	Sub total Penjualan (Rp)
Ukuran Besar	16,710	37,000	618,270,000
Ukuran Sedang	24,320	12,500	304,000,000
Ukuran Kecil	39,778	6,000	238,668,000
Total Penjualan			1,160,938,000

Sumber : PO Bonekaku

Tabel 4.19 Data penjualan produk PO Bonekaku tahun 2013

Produk	Jumlah terjual (unit)	Harga satuan (Rp)	Sub total Penjualan (Rp)
Ukuran Besar	19,124	38,500	736,274,000
Ukuran Sedang	29,139	13,500	393,376,500
Ukuran Kecil	42,115	6,500	273,747,500
Total Penjualan			1,403,393,000

Sumber : PO Bonekaku

Tabel 4.20 Data penjualan produk PO Bonekaku tahun 2014

Produk	Jumlah terjual (unit)	Harga satuan (Rp)	Sub total Penjualan (Rp)
Ukuran Besar	13,840	40,500	560,520,000
Ukuran Sedang	24,400	14,000	341,600,000
Ukuran Kecil	40,115	7,000	280,805,000
Total Penjualan			1,182,925,000

Sumber : PO Bonekaku

Tabel 4.21 Data penjualan produk PO Bonekaku tahun 2015

Produk	Jumlah terjual (unit)	Harga satuan (Rp)	Sub total Penjualan (Rp)
Ukuran Besar	21,205	42,500	901,212,500
Ukuran Sedang	33,189	14,700	487,878,300
Ukuran Kecil	40,633	8,500	345,380,500
Total Penjualan			1,734,471,300

Sumber : PO Bonekaku

4.2.4.4 Perhitungan Persentase Penjualan Tiap-Tiap Produk

$$W_i = \frac{\text{Penjualan Boneka Produk } i}{\text{Total Penjualan Boneka}}$$

1) Persentase Penjualan Boneka Ukuran Besar

$$WBB = \frac{\text{Penjualan Boneka Ukuran Besar}}{\text{Total Penjualan Boneka}}$$

$$WBB = \frac{901,202,500}{1,734,471,300}$$

$$WBB = 0,5195 (51,95\%)$$

2) Persentase Penjualan Boneka Ukuran Sedang

$$WBS = \frac{\text{Penjualan Boneka Ukuran Sedang}}{\text{Total Penjualan Boneka}}$$

$$WBS = \frac{487,878,300}{1,734,471,300}$$

$$WBS = 0,2812 (28,12 \%)$$

3) Persentase Penjualan Boneka Ukuran Kecil

$$WBK = \frac{\text{Penjualan Boneka Ukuran Kecil}}{\text{Total Penjualan Boneka}}$$

$$WBK = \frac{345,380,500}{1,734,471,300}$$

$$WBK = 0,1993 (19,93 \%)$$

Tabel 4.22 Persentase Penjualan PO Bonekaku tahun 2015

Uraian	Penjualan (Rp)	Persentase (%)
Ukuran Besar	901,202,500	51,95
Ukuran Sedang	487,878,300	28,12
Ukuran Kecil	345,380,500	19,93
Total	1,734,471,300	100

Sumber :

Data Diolah

4.2.4.5 Klasifikasi Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Biaya Semi Variabel

Tabel 4.23 Klasifikasi Jenis Biaya

Jenis Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Semi Variabel
Biaya Produksi :			
Biaya Bahan	-	✓	-
Biaya Tenaga Kerja	-	✓	-
Biaya Penolong	-	✓	-
Biaya Bordir	-	✓	-
Biaya Sablon	-	✓	-
Biaya Listrik	-	-	✓
Biaya Air	-	✓	-
Biaya Pemeliharaan Peralatan	-	-	✓
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	-	-	✓
Biaya Penyusutan Peralatan	✓	-	-
Biaya Penyusutan Kendaraan	✓	-	-
Biaya Penyusutan Perizinan	✓		

Biaya Non Produksi :			
Biaya Promosi	✓	-	-
Gaji Bag. Pemasaran	✓	-	-
Biaya Packing	✓	-	-
Gaji Bag. Keuangan	✓	-	-
Biaya Adm, & Umum	✓	-	-

Sumber : Data Diolah

Dalam proses perhitungan Break Even Point dibutuhkan pengklasifikasian jenis biaya ke dalam dua kelompok yaitu biaya tetap dan biaya variable. Di ketahui dalam jenis biaya yang ada terdapat biaya semi variable yang perubahannya tidak proporsional terhadap volume produksi. Sehingga biaya semi variable harus dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variable dengan menggunakan pendekatan dan metode titik tertinggi dan terendah (*high and low point method*). Metode Titik Tertinggi dan Titik Terendah adalah metode yang memisahkan biaya variable dan biaya tetap dalam periode tertentu dengan medasarkan kapasitas dan biaya pada titik tertinggi dan titik terendah (Adolph Matz, Milton F. Usry, dan Lawrence Hammer, 1992 : 322-323)Perbedaan antara kedua titik tersebut disebabkan karena adanya perubahan kapasitas dan besarnya tarif biaya variable satuan yang dinyatakan dengan persamaan :

$$Y = a + b(x)$$

Adapun langkah-langkah untuk memisahkan biaya variable dan biaya tetap dengan Metode Titik Tertinggi dan Titik Terendah (*High and Low Method*).

- 1) Menentukan biaya variable satuan b

Biaya variable satuan ditentukan dengan terlebih dahulu menentukan persamaan biaya pada titik tertinggi dan titik terendah.

$$Y_t = a + b x_t$$

$$Y_r = a + b x_r$$

$$Y_t - Y_r = b x_t - b x_r$$

$$b(x_t - x_r) = Y_t - Y_r$$

$$b = \frac{Y_t - Y_r}{x_t - x_r}$$

Keterangan :

Y_t = Jumlah biaya pada titik tertinggi

Y_r = Jumlah biaya pada titik terendah

a = Jumlah biaya tetap

x_t = Kapasitas tertinggi

x_r = Kapasitas terendah

2) Menentukan besarnya total biaya tetap

Total biaya tetap pada a dapat dihitung dari biaya tertinggi atau biaya terendah dengan persamaan :

$$Y_t = a + b x_t$$

$$Y_r = a + b x_r$$

3) Menentukan besarnya anggaran fleksible

Setelah nilai b dan a telah diketahui, maka besarnya persamaan atau rumus biaya dan anggaran fleksibel adalah :

$$Y = a + b x$$

Dari pengelompokan jenis biaya diperoleh beberapa biaya yang tergolong biaya semu variable yaitu, biaya listrik, biaya pemeliharaan peralatan, dan biaya pemeliharaan kendaraan. Setiap biaya-biaya ini akan dihitung besaran biaya variable dan biaya tetapnya dengan menggunakan Metode Titik Tertinggi dan Titik Terendah.

i. Biaya listrik

Tabel 4.24 Data kegiatan biaya listrik PO Bonekaku 2015

Bulan ke-	Biaya Listrik (Rp)	Watt
Januari	655,000	2,000
Februari	650,000	1,750
Maret	675,000	4,600
April	668,000	5,100
Mei	754,000	5,600

Juni	657,000	5,300
Juli	768,000	5,500
Agustus	1,250,000	5,750
September	672,000	5,600
Oktober	725,000	5,650
November	660,000	4,800
Desember	750,000	5,000
Total	8,884,000	56,650

Sumber : PO Bonekaku

Tabel 4.25 Biaya Listrik Pada Tingkat Kegiatan Tertinggi dan Terendah

	Tertinggi	Terendah	Selisih
KWH	5,750	1,750	4,000
Biaya Listrik (Rp)	1,250,000	650,000	600,000

Sumber : Data Diolah

- 1) Menentukan biaya variable satuan b

$$b = \frac{Y_t - Y_r}{x_t - x_r}$$

$$b = \frac{1,250,000 - 650,000}{5750 - 1750}$$

$$b = \frac{600,000}{4000}$$

$$b = 150$$

- 2) Menentukan besar total biaya tetap

$$Y_t = a + b x_t$$

$$1,250,000 = a + 150 (5750)$$

$$1,250,000 = a + 862,500$$

$$a = 1,250,000 - 862,500$$

$$a = 387,500$$

- 3) Menentukan besar anggaran fleksibel

$$Y = a + b x$$

$$Y = 387,500 + 150x$$

Maka dapat di peroleh total biaya variable :

$$TVC = Rp 150 \times 56,650 \text{ Watt}$$

$$TVC = Rp 8,406,500$$

- ii. Biaya pemeliharaan peralatan

Tabel 4.26 Data kegiatan biaya pemeliharaan mesin

PO Bonekaku 2015

Bulan ke -	Biaya Pemeliharaan Mesin (Rp)	Jam Mesin
Januari	600,000	2,900
Februari	580,000	2,678
Maret	580,000	2,390
April	610,000	2,902
Mei	630,000	1,998
Juni	600,000	2,878
Juli	570,000	2,090
Agustus	1,030,000	2,912
September	580,000	2,800
Oktober	688,000	2,762
November	580,000	2,810
Desember	580,000	2,900
Total	7,628,000	32,020

Sumber : PO Bonekaku

Tabel 4.27 Biaya Pemeliharaan Mesin Pada Tingkat Kegiatan Tertinggi dan Terendah

	Tertinggi	Terendah	Selisih
Jam Mesin	2,912	2,090	822
Biaya Pemeliharaan Mesin (Rp)	1,030,000	570,000	460,000

Sumber : Data Diolah

- 1) Menentukan biaya variable satuan b

$$b = \frac{Yt - Yr}{xt - xr}$$

$$b = \frac{1,030,000 - 570,000}{2912 - 2090}$$

$$b = \frac{460,000}{822}$$

$$b = 220$$

2) Menentukan besar total biaya tetap

$$Y_t = a + bxt$$

$$1,030,000 = a + 220(2912)$$

$$a = 1,030,000 - 640,000$$

$$a = 390,000$$

3) Menentukan besar anggaran fleksibel

$$Y = a + bx$$

$$Y = 390,000 + 220x$$

Maka dapat di peroleh total biaya variable :

$$TVC = Rp 220 \times 32,020 \text{ Watt} = Rp 7,238,000$$

$$TVC = Rp 7,238,000$$

iii. Biaya pemeliharaan kendaraan

Tabel 4.28 Data kegiatan biaya pemeliharaan kendaraan

PO Bonekaku 2015

Bulan ke-	Biaya Pemeliharaan Kendaraan (Rp)	Km
Januari	320,000	2700

Februari	255,000	2800
Maret	570,000	3900
April	260,000	2700
Mei	270,000	2200
Juni	230,000	3100
Juli	230,000	3200
Agustus	240,000	2900
September	255,000	2700
Oktober	220,000	400
November	235,000	2100
Desember	245,000	2800
Total	3,330,000	31,500

Sumber : PO Bonekaku

Tabel 4.29 Biaya Pemeliharaan Kendaraan Pada Tingkat Kegiatan Tertinggi dan Terendah

	Tertinggi	Terendah	Selisih
Jarak Tempuh (Km)	3,900	400	3,500
Biaya Pemeliharaan Kendaraan (Rp)	570,000	220,000	350,000

Sumber : Data Diolah

1) Menentukan biaya variable satuan b

$$b = \frac{Yt - Yr}{xt - xr}$$

$$b = \frac{570,000 - 220,000}{3,900 - 400}$$

$$b = \frac{350,000}{3,500}$$

$$b = 100$$

2) Menentukan besar total biaya tetap

$$Y_t = a + bxt$$

$$570,000 = a + 100(3900)$$

$$a = 570,000 - 390,000$$

$$a = 180,000$$

3) Menentukan besar anggaran fleksibel

$$Y = a + bx$$

$$Y = 180,000 + 100x$$

Maka dapat di peroleh total biaya variable :

$$TVC = Rp 100 \times 31,500 \text{ Km}$$

$$TVC = Rp 3,150,000$$

Tabel 4.30 Kelompok Biaya Tetap PO Bonekaku (dalam rupiah)

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Air	1,200,000
Biaya Penyusutan Peralatan	1.395,000
Biaya Penyusutan Kendaraan	8,900,000
Biaya Penyusutan Perizinan	1,000,000
Biaya Gaju Bagian Pemasaran	36,000,000
Biaya Gaji Bagian Keuangan	33,600,000
Biaya Promosi	3,300,000
Biaya Adm. & Umum	1,501,109
Biaya Listrik	387,500
Biaya Pemeliharaan Mesin	390,000
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	180,000

Total	86,458,609
--------------	-------------------

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.31 Kelompok Biaya Variabel (dalam rupiah)

Jenis Biaya	Ukuran			Total (100%)
	Besar (51,95%)	Sedang (28,12%)	Kecil (19,93%)	
Biaya Bahan Baku	342,300,000	174,150,000	71,570,000	587,900,000
Biaya Tenaga Kerja	201,300,000	198,200,000	178,360,900	577,260,900
Biaya Penolong	54,801,000	50,120,000	49,079,000	154,000,000
Biaya Bordir	15,870,000	14,414,100	13,670,000	43,954,100
Biaya Sablon	21,378,000	18,483,000	8,890,000	48,760,000
Biaya Pengemasan	4,545,487	4,073,500	1,971,500	10,590,487
Biaya Listrik	4,142,755.6	2,496,067	1,767,677.4	8,406,500
Biaya Pem. Mesin	3,586,596,8	2,137,592.3	1,513,810.9	7,238,000
Biaya Pem. Kendaraan	1,697,020	917,043.5	649,436.5	3,263,500
Total	652,734,763	464,991,303	327,472,325	1,445,198,391

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.32 Biaya Variabel Per Unit PO Bonekaku

Ukuran	Total Biaya Variable (Rp)	Penjualan (unit)	Biaya Variable Per Unit (Rp)
Besar	652,734,763	21,205	30,782
Sedang	464,991,303	33,189	14,010
Kecil	327,472,325	40,633	8,060

BAB V

ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisa Data

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dilakukan perhitungan analisis *break even point* sebagai berikut :

5.1.1 Menghitung *Break Even Point* MultiProduk

Rumus BEP Multi Produk :

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

Keterangan :

VC = Biaya variabel per unit (*Variabel Cost*)

P = Harga per unit (*Price*)

FC = Biaya tetap (*Fix Cost*)

W = Presentase setiap produk dari total penjualan (*Weight*)

i = Masing – masing Produk

Tabel 5.1 Data BEP tahun 2015

Produk	Pi (Rp)	VCi	VCi/Pi	1- (VCi/Pi)	Penjualan	Wi	1- (VCi/Pi)Wi
--------	---------	-----	--------	-------------	-----------	----	---------------

BB	42,500	30,782	0.7243	0.2757	901,212,500	0.5195	0.1432
BS	14,700	14,010	0.9530	0.0470	487,878,300	0.2812	0.0132
BK	8,500	8,060	0.9482	0.0518	345,380,500	0.1993	0.0103
JUMLAH					1,734,471,300	1	0.1667

Keterangan :

- BB = Boneka Ukuran Besar
- BS = Boneka Ukuran Sedang
- BK = Boneka Ukuran Kecil

5.1.1.1 Menghitung BEP Rupiah

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

Diketahui :

FC = Rp 86,458,609

$$\sum \left[\left(1 - \frac{v_i}{P_i} \right) \times W_i \right] = 0,1668$$

Jawab :

$$Q (Rp) = \frac{Rp\ 86,458,609}{0,1668}$$

Q (Rp) = 518,336,984.4 (Total)

5.1.1.2 Menghitung Kontribusi Penjualan Tiap-tiap Produk Terhadap BEP

Kontribusi Penjualan (Produk i) = BEP rp x Wi

Keterangan :

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

BEP Rp = Titik impas dalam satuan Rupiah Total
Wi = Presentase setiap produk dari total penjualan

1. Kontribusi penjualan Boneka Ukuran Besar Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \text{Rp } 518,336,984.4$$

$$W_{\text{BB}} = 0.5195$$

Jawab :

$$\begin{aligned}\text{Kontribusi penjualan BB} &= \text{Rp } 518,336,984.4 \times 0.5195 \\ &= \underline{\text{Rp. } 269,276,063.4}\end{aligned}$$

2. Kontribusi penjualan Boneka Ukuran Sedang Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \text{Rp } 518,336,984.4$$

$$W_{\text{BS}} = 0.2812$$

Jawab :

$$\begin{aligned}\text{Kontribusi penjualan BS} &= \text{Rp } 518,336,984.4 \times 0,2812 \\ &= \underline{\text{Rp } 145,756,360}\end{aligned}$$

3. Kontribusi penjualan Boneka Ukuran Kecil Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \text{Rp } 518,336,984.4$$

$$W_{\text{BK}} = 0.1993$$

Jawab :

$$\begin{aligned}\text{Kontribusi penjualan BK} &= \text{Rp } 518,336,984.4 \times 0,1993 \\ &= \underline{\text{Rp } 103,304,561}\end{aligned}$$

5.1.1.3 Menghitung Tingkat Penjualan Tiap-Tiap Produk Terhadap BEP

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

Keterangan :

Kontribusi Penjualan (Produk i) = Titik impas dalam satuan Rupiah

Penjualan Produk i = Titik impas dalam satuan Unit pada Produk i

P_i = Harga per unit Produk i

1. Tingkat Penjualan Boneka Ukuran Besar Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{Kontribusi Penjualan BB} = \text{Rp } 269,276,063.4$$

$$P_{\text{BB}} = \text{Rp } 42,500$$

Jawab :

$$\text{Penjualan BB} = \frac{\text{Rp } 269,276,063.4}{\text{Rp } 42,500}$$

$$\text{Penjualan BB} = 6,335.90 \text{ unit}$$

2. Tingkat Penjualan Boneka Ukuran Sedang Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{Kontribusi Penjualan BS} = \text{Rp } 145,756,360$$

$$P_{\text{BS}} = \text{Rp } 14,700$$

Jawab :

$$\text{Penjualan Produk BS} = \frac{\text{Rp } 145,756,360}{\text{Rp } 14,700}$$

$$\text{Penjualan Produk BS} = 9,915.40 \text{ unit}$$

3. Tingkat Penjualan Boneka Ukuran Kecil Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{Kontribusi Penjualan BK} = \text{Rp } 103,304,561$$

$$P_{BK} = \text{Rp } 8,500$$

Jawab :

$$\text{Penjualan Produk BK} = \frac{\text{Rp } 103,304,561}{\text{Rp } 8,500}$$

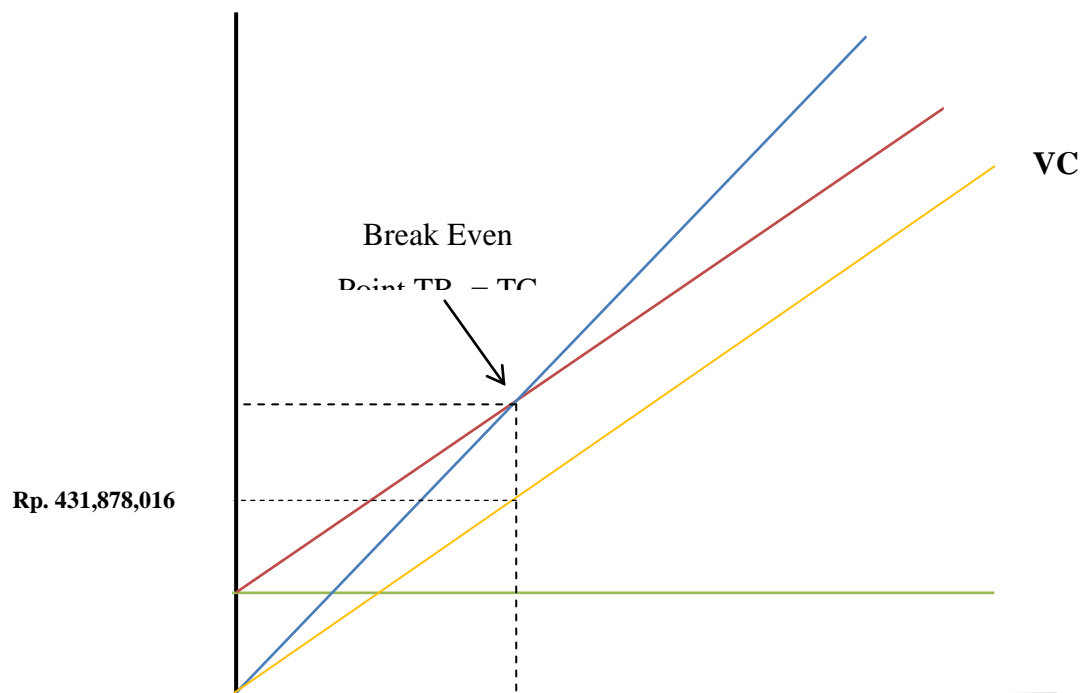
$$\text{Penjualan Produk BK} = 12,153.47 \text{ unit}$$

Tabel 5.2 : Hasil Perhitungan BEP

LAPORAN		
A. Penjualan		
Produk BB	6,335,90 x Rp. 42,500 = Rp. 269,275,750	
Produk BS	9,915,40 x Rp. 14,700 = Rp. 145,756,380	
Produk BK	12,153.47 x Rp 8,500 = Rp. 103,304,495	
Total Penjualan		Rp. 518,336,625
B. Biaya		
Biaya tetap		Rp. 86,458,609
Biaya variabel :		
Produk BB	6,335,90 x Rp 30,782 = Rp. 195,031,674	
Produk BS	9,915.40 x Rp 14,008 = Rp. 138,892,923	
Produk BK	12,153.47 x Rp 8,060 = Rp. 97,953,419	
Biaya Variabel		Rp. 431,878,016
Total Biaya		Rp.(518,336,625)
C. Rugi/Laba		Rp 0

Sumber : Data Diolah

5.1.1.4 Grafik Break Even Point PO Bonekaku tahun 2015



Gambar 5.1: Grafik Break Even Point

Keterangan:

- P = Harga dan Biaya
- Q = Jumlah Barang
- FC = Biaya Tetap

VC	= Biaya Variabel
TC	= Biaya Total (Biaya Tetap + Biaya Variabel)
TR	= Pendapatan Total
Profit	= Daerah Laba
Loss	= Daerah Rugi
BEP	= Titik Impas/ Titik Pulang Pokok

5.1.2 Menghitung Penjualan Minimal

Rumus :

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

Keterangan :

FC	: Biaya Tetap Pertahun.
Keuntungan	: Keuntungan yang di tetapkan.
Vci	: Biaya Variabel Produk i Pertahun.
S	: Hasil Penjualan Keseluruhan

Pertahun.

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

Tabel 5.3 Data Perhitungan Penjualan Minimal tahun 2015

Uraian	Produk BB	Produk BS	Produk BK	Total
Penjualan Produk Per Tahun (unit)	21,205	33,189	40,633	
Harga Jual Produk Per Unit (Pi)	Rp. 42,500	Rp. 14,700	Rp. 8,500	
Penjualan Produk Per Tahun (Rp)	90,212,500	487,878,300	345,380,500	1,734,471,300
Biaya Tetap Per Tahun				Rp. 86,458,609
Biaya Variabel Per Tahun (Rp)	652,734,763	464,991,303	327,472,325	

Sumber : Data Diolah

Tabel 5.4 Persentase Penjualan PO Bonekaku tahun 2105

Produk	Harga Jual (Rp)	Penjualan (Rp)	Wi
BB	42,500	901,212,500	0.5195
BS	14,700	487,878,300	0.2812
BK	8,500	345,380,500	0.1993
Total		1,734,471,300	1

Sumber : Data Diolah

5.1.2.1 Menentukan Penjualan Minimal (dalam Rupiah)

Rumus :

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

Diketahui :

$$\text{FC} = \text{Rp. } 86,458,609$$

$$\text{Keuntungan} = \text{Rp. } 400,000,000$$

$$\text{VC BB} = \text{Rp. } 652,734,763$$

$$\text{VC BS} = \text{Rp. } 464,991,303$$

$$\text{VC BK} = \text{Rp. } 327,472,325$$

$$\sum \text{VC} = \text{VC BB} + \text{VC BS} + \text{VC BK}$$

$$= \text{Rp. } 652,734,763 + \text{Rp. } 464,991,303 + \text{Rp. } 327,472,325$$

$$= \text{Rp. } 1,445,198,391$$

$$S = \text{Rp. } 1,734,471,300$$

Jawab :

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{Rp. } 86,458,609 + \text{Rp. } 400,000,000}{1 - \frac{\text{Rp. } 1,445,198,391}{\text{Rp. } 1,734,471,300}}$$

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{Rp. } 486,458,609}{1 - 0,8332}$$

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{Rp. } 486,458,609}{0,1667}$$

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \text{Rp. } 2,918,168,021$$

5.1.2.2 Menentukan Kontribusi Penjualan Minimal Tiap-Tiap Produk (dalam Rupiah)

Rumus :

$$\text{Kontribusi Penjualan Produk } i = \text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} \times W_i$$

Keterangan :

Kontribusi Penjualan Produk i = Besarnya Penjualan Produk i yang harus dicapai pada satuan rupiah

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

W_i = Presentase setiap produk dari total penjualan

1. Kontribusi Penjualan Minimal Produk Boneka Ukuran Besar (dalam Rupiah)

Diketahui :

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \text{Rp. } 2,918,168,021$$

$$W_{BB} = 0,5195$$

Jawab :

$$\begin{aligned} \text{Kontribusi Penjualan Minimal BB} &= \text{Rp. } 2,918,168,021 \times 0,5195 \\ &= \text{Rp. } 1,515,988,287 \end{aligned}$$

2. Kontribusi Penjualan Minimal Boneka ukuran Sedang (dalam Rupiah)

Diketahui :

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \text{Rp. } 2,918,168,021$$

$$W_{BS} = 0,2812$$

Jawab :

$$\begin{aligned} \text{Kontribusi Penjualan Minimal BS} &= \text{Rp. } 2,918,168,021 \times 0,2812 \\ &= \text{Rp. } 820,588,847.2 \end{aligned}$$

3. Kontribusi Penjualan Minimal Boneka ukuran Kecil (dalam Rupiah)

Diketahui :

$$\text{Penjualan Minimal (dalam Rupiah)} = \text{Rp. } 2,918,168,021$$

$$W_{BK} = 0,1993$$

Jawab :

$$\begin{aligned} \text{Kontribusi Penjualan Minimal BK} &= \text{Rp. } 2,918,168,021 \times 0,1993 \\ &= \text{Rp. } 581,590,886.4 \end{aligned}$$

5.1.2.3 Menentukan Kapasitas Penjualan Minimal Produk

Rumus :

Kapasitas Penjualan Minimal Produk i

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

Keterangan :

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

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

Pi = Harga per unit per produk

1. Kapasitas Penjualan Minimal Boneka ukuran Besar

Diketahui :

$$\text{Kontribusi Penjualan Minimal Produk BB} = \text{Rp. } 1,515,988,287$$

$$P_{BB} = \text{Rp } 42,500$$

Jawab :

$$\text{Kapabilitas Penjualan Minimal Produk BB} = \frac{\text{Rp. } 1,515,988,287}{\text{Rp } 42,500}$$

$$\text{Kapabilitas Penjualan Minimal Produk BB} = 35,670.3 \text{ Unit}$$

2. Kapabilitas Penjualan Minimal Produk Boneka Ukuran Sedang

Diketahui :

$$\text{Kontribusi Penjualan Minimal Produk BS} = \text{Rp } 820,588,847.2$$

$$P_{BS} = \text{Rp. } 14,700$$

Jawab :

$$\text{Kapabilitas Penjualan Minimal Produk BS} = \frac{\text{Rp. } 820,588,847.6}{\text{Rp. } 14,700}$$

$$\text{Kapabilitas Penjualan Minimal Produk BS} = 55,822.37 \text{ Unit}$$

3. Kapabilitas Penjualan Minimal Produk Boneka Ukuran Kecil

Diketahui :

$$\text{Kontribusi Penjualan Minimal Produk BK} = \text{Rp. } 581,590,886.4$$

$$P_{BK} = \text{Rp. } 8,500$$

Jawab :

$$\text{Kapabilitas Penjualan Minimal Produk BK} = \frac{\text{Rp. } 581,590,886.4}{\text{Rp. } 8,500}$$

$$\text{Kapabilitas Penjualan Minimal Produk BK} = 68,422.45 \text{ Unit}$$

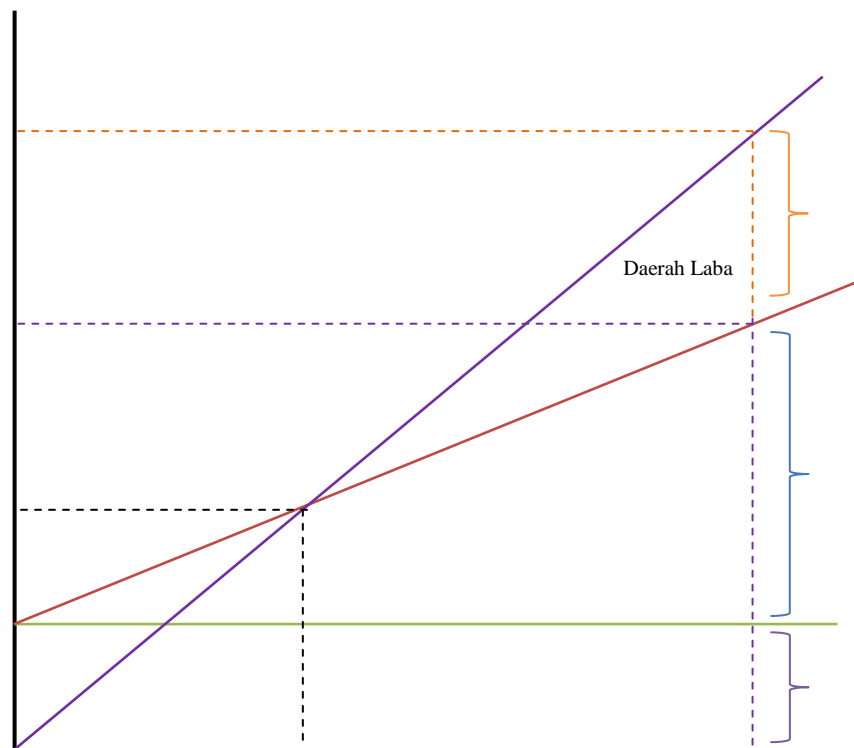
Table 5.5 Hasil Perhitungan Penjualan Minimal Tahun 2016

LAPORAN		
A. PENJUALAN		
Produk BB	35,670.3 x Rp. 42,000 = Rp.1,515,988,287	
Produk BS	55,822.37 x Rp. 14,700 = Rp. 820,588,847	
Produk BK	68,422.45 x Rp. 8,500 = Rp. 581,590,886	
Total Penjualan		Rp. 2,918,168,021
B. BIAYA		

Biaya Tetap	Rp. 86,458,609	
Biaya Variabel :		
Produk BB	$35,670.3 \times \text{Rp. } 30,782 = \text{Rp. } 1,098,003,174.60$	
Produk BS	$55,822.37 \times \text{Rp. } 14,008 = \text{Rp. } 782,221,290.40$	
Produk BK	$68,422.45 \times \text{Rp. } 8,060 = \text{Rp. } 551,484,947$	
Total Biaya		Rp. (2,518,168,021)
C. RUGI/LABA		Rp 400,000,000

Sumber : Diolah

5.1.2.4 Grafik Penjualan Minimal Tahun 2015



Gambar 5.2 : Grafik Penjualan Minimal Tahun 2015

Keterangan:

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

5.1.3. Menghitung Margin Of Safety (Batas Keamanan)

Rumus :

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

Keterangan :

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

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

Penjualan Tingkat BEP = Titik impas dalam satuan Rupiah

Diketahui :

Penjualan yang direncanakan = Rp 2,918,168,021

Penjualan Tingkat BEP = Rp 518,336,625

Jawab :

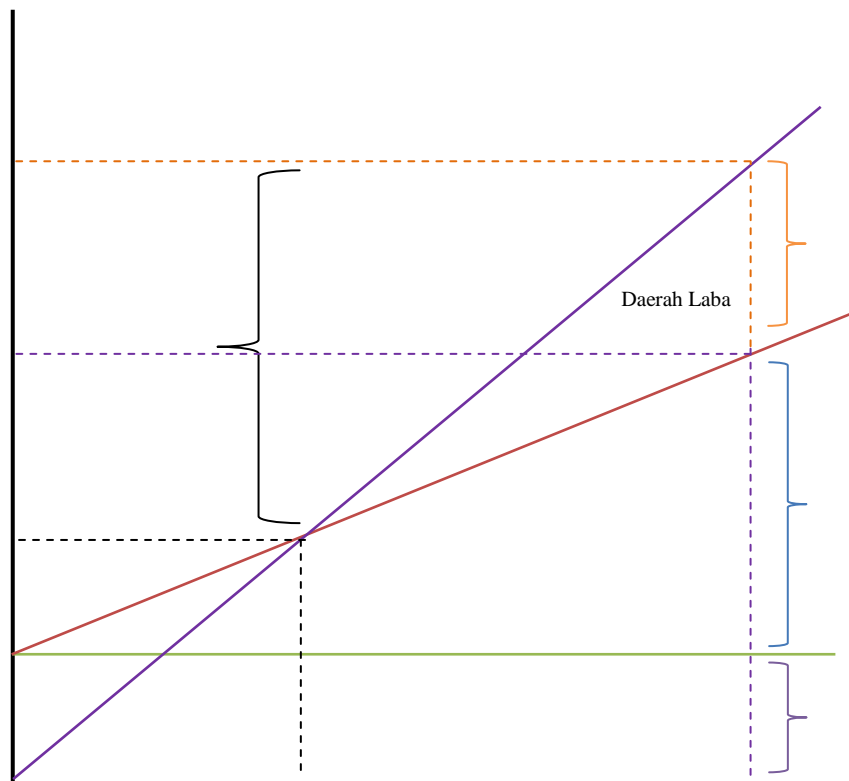
$$\text{Margin Of Safety} = \frac{\text{Rp } 2,918,168,021 - \text{Rp } 518,336,625}{\text{Rp } 2,918,168,021} \times 100\%$$

$$\text{Margin Of Safety} = \frac{\text{Rp } 2,399,831,396}{\text{Rp } 2,918,168,021} \times 100\%$$

$$\text{Margin Of Safety} = 0,8224 \times 100\%$$

$$\text{Margin Of Safety} = 82.24\%$$

5.1.3.1 Grafik Margin Of Safety Tahun 2015

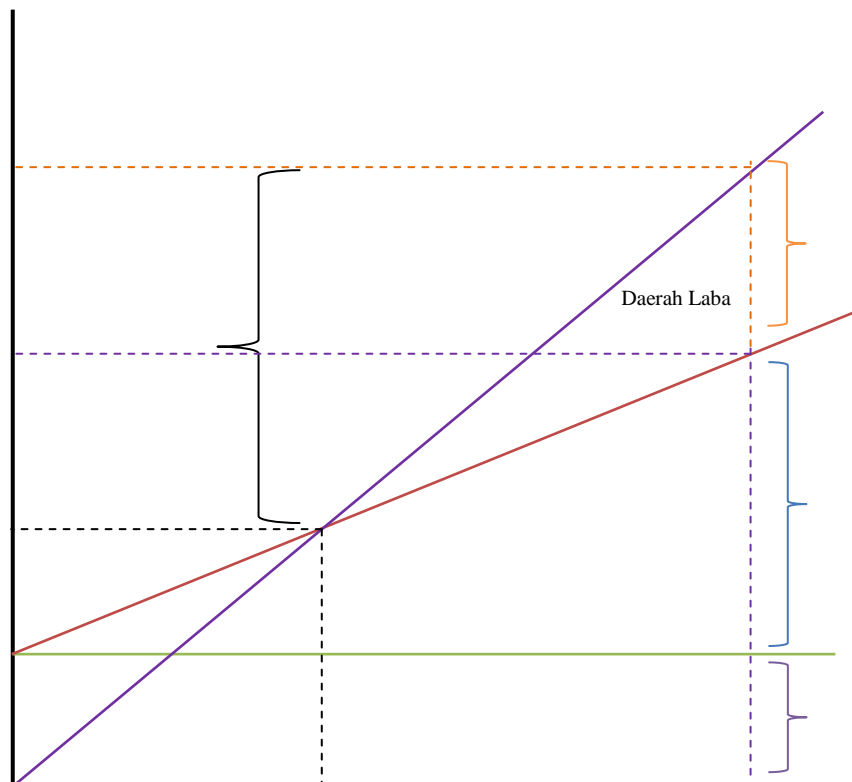


Gambar 5.3 : Grafik Margin of Safety Tahun 2015

Keterangan:

- P = Harga dan Biaya
- Q = Jumlah Barang
- FC = Biaya Tetap
- TC = Biaya Total (Biaya Tetap + Biaya Variabel)
- TR = Pendapatan Total
- BEP = Titik Impas/ Titik Pulang Pokok

5.2. Pembahasan Analisa Data



Gambar 5.4 : Grafik Pembahasan *Break Even Point*

Berdasarkan penghitungan Breakeven Point menggunakan data perusahaan tahun 2012 diketahui titik impas dimana $TR = TC$ berada pada titik penjualan produk BB = 6,335.90 unit (pembulatan 6,336 Unit), Produk BS = 9,915.40 Unit (pembulatan 9,915 unit), dan produk BK = 12,153.47 unit (pembulatan 12,154) dengan Biaya Total dan Pendapatan Total sebesar Rp. 518,336,625.

Dari perhitungan Break Even Point tersebut dapat digunakan untuk menghitung laba yang diharapkan oleh perusahaan dengan menggunakan metode penentuan penjualan minimal dengan hasil perhitungan sebagai berikut, untuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan sebesar Rp 400.000.000 perusahaan harus memproduksi dan menjual Produk BB sebanyak 35,670.30 unit dan (Pembulatan 35,670 unit) Produk BS sebanyak 55,822.37 unit (Pembulatan 55,822 unit), dan Produk BK sebanyak 68,422.45 unit (pembulatan 68,422), dengan pendapatan total yang didapatkan oleh perusahaan sebesar Rp. 237.903.240 yang terdiri dari Kontribusi penjualan Produk BB : Rp. 1,515,988,287, penjualan Produk BS : Rp. 820,588,874.60, dan Produk BK : 581,590,886.40, serta, biaya total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp. 2,518,168,021

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

Tabel 5.6 Rencana Produksi 2016

Produk	Rencana Produksi (unit)	Biaya Variabel per Unit	Total Biaya Variabel
BB	35,670	Rp. 30,782	Rp. 1,097,993,940
BS	55,822	Rp. 14,008	Rp. 781,954,576
BK	68,422	Rp. 8,060	Rp. 551,481,320

Biaya Tetap	Rp. 86,458,609
Total Budget Produksi	Rp. 2,517,888,445

Sumber : Diolah

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

1. Produk BB = 35,670 unit : 12 Bulan = 2.973 Unit/Bulan
2. Produk BS = 55,822 unit : 12 Bulan = 4,652 Unit/Bulan
3. Produk BK = 68,422 unit : 12 Bulan = 5,702 Unit/Bulan

Margin of Safety atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan tidak boleh turun lebih dari 82,24 % dari penjualan yang di rencanakan, atau dengan kata lain volume penjualan yang di capai tidak boleh turun sebanyak Rp 2,396,399,578.85 dari penjualan yang direncanakan yaitu sebesar Rp 2,918,168,021 agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

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

1. Dari perhitungan pada Bab V dapat diketahui Break Even Point dimana $TR = TC$ untuk Tahun 2015 dicapai pada titik Biaya Total = Pendapatan Total sebesar Rp 518,336,625 dan rincian Produk BB sebanyak 6,336 unit, Produk BS sebanyak 9,915 unit, dan Produk BK sebanyak 12,154 unit.
2. Dari perhitungan Break Even Point tersebut dapat digunakan untuk menghitung laba yang diharapkan oleh perusahaan dengan menggunakan metode penjualan minimal, untuk mendapatkan

keuntungan yang direncanakan sebesar Rp 400.000.000 pada tahun 2016 perusahaan harus mengupayakan pendapatan total sebesar Rp. 2,918,168,021 dan biaya total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp. 2,518,168,021 dengan memproduksi dan menjual Produk BB sebanyak 32,671 unit, Produk BS sebanyak 55,823 unit, dan Produk BK sebanyak 68,423 unit.

3. Margin of safety atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan tidak boleh turun lebih dari 82.24 % dari penjualan yang di rencanakan, atau dengan kata lain penjualan produk yang di capai tidak boleh turun sebanyak Rp 2,396,399,578.85 dari penjualan yang direncanakan yaitu sebesar Rp 2,918,168,021 agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

6.2 Saran

Saran yang diberikan oleh penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut :

- Perusahaan hendaknya melakukan perencanaan laba melalui perhitungan *Break Even Point*, sehingga diketahui penentuan penjualan untuk mencapai laba yang direncanakan pada waktu mendatang.
- Perusahaan sebaiknya mengklasifikasikan biaya-biaya secara tepat dalam kelompok biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variable.
- Perusahaan hendaknya melakukan perhitungan *margin of safety* agar perusahaan dapat menentukan seberapa batas aman penjualan produk, agar perusahaan dapat terus memproduksi dan tidak mengalami kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastian, Bustami dan Nurlela. 2010. *Akuntansi Biaya*. Edisi Kedua. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Dr. R.A. Supriyono, S.U., Ak., 2000. *Akuntansi Biaya : Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Buku I. Edisi Kedua. Yogyakarta : BPFU UGM.
- Hartono D. 1981. *Akuntansi untuk Usahawan*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Horngren, Datar, Foster. 2005. *Akuntansi Biaya Penekanan Manajerial*. Jilid 1. Terjemahan Desi Ardhariani. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Irawati, Susan. 2007. *Manajemen Keuangan*. Cetakan Kedua. Bandung : PT Pustaka.
- Jumingan. 2006. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Milton F. Usry , Hammer Lawrence dan Carter William K. 1991. *Cost Accounting: Planning and Control*. Jakarta : Erlangga.
- Muslich, Mohamad. 2003. *Manajemen Keuangan Modern, Analisis, Perencanaan, dan Kebijaksanaan*. Cetakan ketiga. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rahardjo, Soemarso. 2000. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi Keempat. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rainborn, Cecily A dan Michel R Kinney. 2011. *Akuntansi Biaya Dasar dan Perkembangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Simamora, Henry. 2002. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Stice, Skousen. 2001. *Akuntansi Intermediate*. Edisi Pertama. Jakarta : Erlangga.