

# **TUGAS AKHIR**

**ANALISIS MENENTUKAN VOLUME PENJUALAN MENGGUNAKAN  
METODE BREAK EVEN POINT PADA CV HASNA BEDARASA BEKASI**

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



**Disusun Oleh :**

**NAMA : MAGDALENA EVA MEGARIYANTI PUSPITASARI**

**NIM : 1712056**

**POLITEKNIK STMI JAKARTA**

**2016**

## ABSTRAK

CV Hasna Bedarasa Bekasi bergerak di bidang makanan ringan khas Jawa Barat yaitu cireng. Jenisnya yaitu cireng isi kriuk dan cireng isi reguler. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2010 dengan Bapak Yuli Riyanto sebagai pemilik usaha. Masalah yang terjadi pada perusahaan ini adalah penjualan dilakukan dalam jumlah besar hanya pada waktu tertentu seperti lebaran, tahun baru, dan natal. Tetapi perusahaan tidak menghitung jumlah unit yang diproduksi dengan biaya dan keuntungannya. Untuk itu perlu dilakukan analisis ini untuk mengetahui kapan terjadinya titik impas (*break even point*), mengetahui *margin of safety* (batas aman perusahaan), mengetahui berapa banyak penjualan produk perusahaan dalam waktu satu tahun dalam unit dan rupiah apabila direncanakan keuntungan sebesar Rp 200.000.000,-. Data yang diperlukan untuk analisis adalah data keuangan tahun 2011-2015 yang diperoleh dari CV Hasna Bedarasa. Atas dasar hal itu penulis melakukan penelitian dan menyajikan dalam suatu Tugas Akhir dengan mengambil judul : “Analisis Menentukan Volume Penjualan menggunakan Metode *Break Even Point* pada CV Hasna Bedarasa Bekasi”. Dari perhitungan dapat diketahui *break even point* dicapai pada penjualan cireng kriuk pada tahun 2015 sebesar Rp 151.629.997 atau pada penjualan 126.358 pcs. Pada tahun 2016 akan merencanakan laba sebesar Rp 200.000.000 akan diperoleh *break even point* pada penjualan sebesar Rp 647.698.494 atau penjualan 490.680 pcs. Disamping itu penurunan penjualan yang dapat diterima perusahaan atau perusahaan belum merugi karena volume penjualan perusahaan yang bersangkutan tidak boleh turun dari margin of safety yaitu yaitu 76% atau sebesar Rp 496.068.497 atau 413.390 unit dari rencana penjualan sebesar Rp 647.698.494.

***Kata kunci : Break even point, Margin of safety, Laba, Penjualan.***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaannya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir (TA) yang berjudul **“ANALISIS MENENTUKAN VOLUME PENJUALAN MENGGUNAKAN METODE *BREAK EVEN POINT* PADA CV HASNA BEDARASA BEKASI”** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Pendidikan Diploma IV pada Program Studi Manajemen Bisnis Industri (MBI) di Politeknik STMI Jakarta d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI).

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

- DR. Mustofa, S.T, M.T, selaku Direktur Politeknik STMI d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri Jakarta
- Bapak Drs. P. Immanuel Bangun, MM, selaku dosen pembimbing yang dengan segala kesetiaan ditengah kesibukan bersedia untuk memberikan saran dan koreksi bagi penyempurnaan penulisan Tugas Akhir ini.
- Bapak Drs. Mulyono ,MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri (MBI) beserta Sekretaris Jurusan Bapak Yulius Jatmiko, SE, MM, terima kasih untuk bantuan, dorongan, dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
- Bapak Yuli Riyanto, selaku pemilik dari CV Hasna Bedarasa yang telah memberikan izin untuk melaksanakan PKL dan membantu Penulis dalam mengumpulkan data serta membimbing sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
- Ayah Hari Tri Setiyanto dan kakak saya Novan Tangguh Ariyanto yang tak henti-hentinya memberikan dukungan, serta terima kasih atas semua doa dan cintanya yang diberikan untuk saya, juga Almarhumah Ibu saya Sapti Harini yang selalu menjadi penyemangat dalam hidup saya.

- Dwiki Kurnia Rachmawan dan keluarga yang telah mendukung dan memberi semangat dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Rosdina Sari, Nurma Listiafriyani, Elsi Widiyanti, Amalia Fajriah, Ririn Agna Rianti, Kurnia Puspa Dewi, Nurul Hidayah, dan seluruh teman-teman MBI 2012 yang juga memberikan motivasi, semangat dan atas kesediaannya untuk saling berbagi ilmu dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Seluruh Staff Politeknik STMI Jakarta d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI) beserta dosen pengajar.
- Ibu Lisa, Ibu Sumi, Ibu Merry, dan teman-teman Teller dan CSO Prioritas BCA KCU Pasar Baru yang telah memberi izin dan memaklumi penulis dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
- Semua pihak yang telah berjasa kepada Penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir (TA) ini masih terdapat banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 28 Oktober 2016

Magdalena Eva Megariyanti Puspitasari

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
1.6 Sistematika Penelitian .....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan.....	6
2.1.2 Perencanaan Sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen .....	6
2.1.3 Laporan Keuangan .....	6
2.1.4 Tujuan Laporan Keuangan .....	7
2.1.5 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan.....	8
2.2 Biaya .....	9
2.2.1 Pengertian Biaya .....	9
2.2.2 Penggolongan Biaya.....	9
2.2.3 Biaya Tetap .....	10

2.2.4 Biaya Variabel.....	11
2.2.5 Biaya Semivariabel.....	11
2.2.6 Biaya Penyusutan.....	11
2.3 <i>Break Even Point</i> .....	13
2.3.1 Pengertian Analisis <i>Break Even Point</i> (Analisis Titik Impas) ...	13
2.3.2 Tujuan Analisis <i>Break Even Point</i> (Analisis Titik Impas).....	15
2.3.3 Grafik <i>Break Even Point</i> .....	16
2.3.4 Kelemahan Analisis <i>Break Even Point</i> (Analisis Titik Impas) ..	18
2.4 Margin Of Safety.....	19
2.5 Aspek Pemasaran, Aspek Produksi, dan Personalia .....	20
2.5.1 Manajemen Pemasaran.....	20
2.5.2 Manajemen Produksi.....	23
2.5.3 Manajemen Personalia .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.2 Metode Pengolahan Data .....	30
3.3 Teknik Analisis .....	31
3.3.1 Pendekatan BEP Unit dan Rupiah.....	31
3.3.2 BEP dengan Perubahan .....	32
3.3.3 Margin of safety .....	36
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>38</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	38
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	38
4.1.2 Aspek Keuangan .....	42
4.1.3 Aspek Produksi, Pemasaran, dan Personalia.....	43

4.1.3.1 Aspek Produksi .....	47
4.1.3.2 Aspek Pemasaran .....	50
4.1.3.3 Aspek Personalia .....	60
4.2 Pengolahan Data.....	71
4.2.1 Aspek Keuangan .....	71
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN .....	73
5.1 Analisa .....	73
5.2 Pembahasan.....	82
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
6.1 Kesimpulan .....	83
6.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN .....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Contoh Perusahaan 2 Macam Produk .....	32
Tabel 4. 1 Biaya Investasi .....	43
Tabel 4. 2 Penyusutan .....	45
Tabel 4. 3 Laporan Neraca 2011-2015.....	46
Tabel 4. 3 HPP&Harga Pokok Penjualan Tahun 2011 - 2015.....	47
Tabel 4. 4 Laporan Laba Rugi Tahun 2011 - 2015 .....	48
Tabel 4. 5 Mesin.....	52
Tabel 4. 6 Peralatan.....	52
Tabel 4. 7 Harga Produk 2011- 2015 .....	60
Tabel 4. 8 Penjualan 2011 – 2015 .....	63
Tabel 4. 9 Biaya Promosi 2011 – 2015 .....	65
Tabel 4. 10 Biaya Pemasaran .....	65
Tabel 4. 11 Daftar Tenaga Kerja.....	67
Tabel 4.12 Tenaga Kerja Bagian Produksi.....	68
Tabel 5. 1 Klasifikasi Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Tahun 2015.....	73
Tabel 5.2 Perhitungan Biaya Listrik Semivariabel Tahun 2015.....	74
Tabel 5.3 Perhitungan Biaya Pemeliharaan Mesin Semivariabel Tahun 2015.....	75
Tabel 5.4 Biaya Semivariabel CV Hasna Bedarasa Tahun 2015.....	75
Tabel 5.5 Komposisi Biaya Tetap dan Biaya Variabel Produk Tahun 2015 .....	76
Tabel 5.6 Presentase Penjualan Masing-Masing Produk Tahun 2015.....	77
Tabel 5.7 Biaya Tetap dan Biaya Variabel Masing-Masing Produk.....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Grafik BEP .....	16
Gambar 2.2 Contoh Soal BEP.....	17
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi CV Hasna Bedarasa .....	41
Gambar 4. 2 Produk CV Hasna Bedarasa .....	50
Gambar 4. 3 Proses Produksi .....	53
Gambar 4. 4 Bahan Baku dan Bumbu.....	53
Gambar 4. 5 Proses Pengadukan.....	54
Gambar 4.6 Pemipihan Adonan Besar.....	54
Gambar 4. 7 Pemipihan Adonan Kecil .....	55
Gambar 4. 8 Pengisian Rasa .....	55
Gambar 4. 9 Pencetakan Bentuk .....	56
Gambar 4. 10 Finishing Merapikan Bentuk.....	56
Gambar 4. 11 Pemberian Tepung Roti.....	57
Gambar 4. 12 Packing Cireng Menurut Jenisnya .....	57
Gambar 4. 13 Penyimpanan Barang Jadi .....	57
Gambar 4. 14 Layout Lantai 1 CV Hasna Bedarasa .....	58
Gambar 4. 15 Layout Lantai 2 CV Hasna Bedarasa .....	59
Gambar 5.1 Grafik BEP Cireng Tahun 2015.....	78
Gambar 5.2 Grafik BEP Cireng Tahun 2016.....	80

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 . Latar Belakang Masalah**

Pada setiap perusahaan di dalam menjalankan usahanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan tujuan pokok yang diharapkan. Diantaranya yaitu agar perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup serta kelancaran operasinya. Hal ini tentunya bisa tercapai dengan mengaktifkan dan mengefisienkan kerja perusahaan.

Tingkat keuntungan dari perusahaan merupakan sesuatu hal yang penting untuk diketahui orang yang memiliki kepentingan pada perusahaan, dan sebagai seorang pemilik perusahaan harus mampu merencanakan dan mengatur tingkat keuntungan pada perusahaan.

Pemilik perusahaan yaitu Bapak Yuli Riyanto menginginkan keuntungan pada tahun selanjutnya yaitu sebesar Rp Rp 200.000.000/tahun. Namun pada Perusahaan Cireng Bedarasa tidak ada perencanaan tingkat keuntungan yang ingin dicapai dan juga tidak ada perhitungan untuk menetapkan kapasitas produksi yang diperlukan pada perusahaan agar mendapatkan keuntungan, untuk itu penulis tertarik untuk meneliti tentang seberapa kapasitas yang diperlukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan jika perusahaan menginginkan keuntungan dengan jumlah tertentu berapa banyak produk yang harus di produksi dalam jangka waktu tertentu.

Data yang penulis gunakan untuk melakukan analisis adalah data perusahaan tahun 2015 dan Metode yang penulis gunakan untuk melakukan perhitungan pada penelitian ini adalah Analisa Break Even Point. Break Even Point ( BEP ) atau dapat disebut juga sebagai Titik Pulang Pokok merupakan salah satu metode analisis yang sederhana untuk menghitung modal yang digunakan akan kembali namun dapat juga digunakan untuk merencanakan

Tingkat Keuntungan dan Target Volume Penjualan Produk sehingga dapat dijadikan dasar strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan, baik dalam Bidang Keuangan, Bidang Pemasaran, Bidang Produksi dan Bidang Personalia.

Untuk menentukan Break Even Point ( BEP ) biaya – biaya perlu digolongkan terlebih dahulu menjadi biaya tetap dan biaya variabel, namun pada kenyataannya perusahaan Cireng Hasna Bedarasa tidak menggolongkan biaya - biaya dengan benar. maka penulis akan menggolongkan biaya – biaya yang ada pada perusahaan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

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

Perusahaan Cireng Hasna Bedarasa dapat menjadikan perhitungan Break Even Point sebagai acuan untuk menetapkan kebijakan dan strategi pada bagian produksi, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian personalia untuk mencapai keuntungan yang di inginkan. Maka pada penelitian ini penulis mengambil judul penelitian **“Analisis Menentukan Volume Penjualan menggunakan Metode Break Even Point pada CV Hasna Bedarasa Bekasi”**.

## **1.2 . Rumusan Masalah**

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

1. Pada tingkat penjualan berapa terjadinya titik impas ( *Break Even Point* ) untuk produk cireng isi kriuk pada tahun 2015?
2. Jika perusahaan menetapkan keuntungan untuk cireng isi kriuk sejumlah Rp 200.000.000 pada tahun 2016, berapa banyak penjualan minimal (rupiah) dan penjualan minimal (unit) pada tahun tersebut?
3. Berapa Persentase *Margin of Safety* produk cireng isi kriuk pada Tingkat Penjualan BEP terhadap Tingkat Penjualan yang direncanakan?

### **1.3 . Batasan Masalah**

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

1. Penelitian dilakukan pada CV Hasna Bedarasa.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data dari tahun 2011 sampai dengan 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 rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui besarnya biaya tetap dan biaya variabel pada produksi cireng kriuk di perusahaan
2. Untuk mengetahui besarnya penjualan cireng kriuk yang diperoleh sehingga mencapai titik impas.
3. Untuk merencanakan keuntungan yang diinginkan perusahaan.
4. Untuk mengetahui batas aman penjualan cireng kriuk agar perusahaan tidak menderita kerugian.

### **1.5 . Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

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

Bisnis Industri yang berguna khususnya dalam menempuh prosedur penelitian.

## 2. Perusahaan

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

## 3. Bagi Penulis Lain

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

### **1.6 .Sistematika Penulisan**

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

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

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

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

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

### **BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

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

### **BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN**

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

### **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

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

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Pengertian Manajemen Keuangan**

Didefinisikan oleh James Van Horne, manajemen keuangan adalah segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh data, menggunakan dana, dan mengelola aset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

##### **2.1.2. Perencanaan sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen**

Perencanaan (*planning*) mengacu pada pembentukan program operasi yang terinci untuk semua fase operasi. Perencanaan merupakan proses perabaan atas peluang dan ancaman dari luar, penetapan tujuan yang diinginkan, dan pemanfaatan sumber-sumber daya guna mencapai tujuan tersebut. Perencanaan meliputi penyelidikan terhadap bidang-bidang seperti keadaan perusahaan yang sesungguhnya, kebijakan utamanya, dan penentuan waktu dalam cakupan luas serta faktor-faktor lain yang ada kaitannya dengan rencana jangka panjang. Perencanaan yang efektif didasarkan pada analisis atas fakta-fakta yang dikumpulkan. Analisis seperti itu membutuhkan pemikiran reflektif, imajinasi, dan pandangan ke masa depan.

Hal yang erat hubungannya dengan perencanaan yang baik adalah penentuan tujuan perusahaan. Tujuan merupakan suatu sasaran atau hasil akhir. Dalam menetapkan tujuan suatu badan usaha, banyak orang yang menekankan pada kebutuhan akan laba. ( Management Accounting Guidelines, no.3, Hamilton, Ontario : The Society of Management Accountants of Canada, 1984)

##### **2.1.3 Laporan Keuangan**

Analisa laporan keuangan merupakan salah satu cara untuk mengetahui kinerja perusahaan dalam suatu periode. Oleh karena itu, sebelum kita menganalisa laporan keuangan, maka terlebih dahulu kita harus memahami hal-hal yang berkaitan dengan laporan keuangan. Pemahaman tentang laporan keuangan mulai dari pengertian, jenis, komponen yang terkandung, tujuan

maupun sifat laporan keuangan sangat penting sehingga dalam melakukan analisis lebih mudah untuk menginterpretasikannya.

Secara umum dikatakan bahwa laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu.

Maksud dari laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi keuangan perusahaan terkini, kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi).

Inti dari laporan keuangan adalah menggambarkan pos-pos keuangan perusahaan yang diperoleh dalam suatu periode. Dalam praktiknya kita mengenal beberapa macam laporan keuangan seperti :

- Neraca
- Laporan laba rugi
- Laporan perubahan modal
- Laporan arus kas

Dan masing-masing laporan memiliki komponen keuangan tersendiri dan tujuan dan maksud tersendiri pula.

#### **2.1.4 Tujuan Laporan Keuangan**

Secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada periode tertentu. Yang jelas bahwa laporan keuangan mampu memberikan informasi keuangan kepada pihak dalam dan luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.

Berikut ini, beberapa tujuan pembuatan atau penyusunan laporan keuangan yaitu :

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini.

2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
7. Memberikan informasi tentang catatan atas laporan keuangan.
8. Informasi keuangan lainnya.

#### **2.1.5 Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan**

Pada perusahaan manufaktur perlu menghitung harga pokok produksi sebelum menghitung harga pokok penjualan karena perusahaan memproduksi sendiri. harga pokok produksi merupakan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan manufaktur dalam memproduksi barang. Jadi perbedaan harga pokok produksi dengan harga pokok penjualan adalah bila harga pokok produksi adalah semua biaya mulai dari perusahaan baru akan memproduksi barang (masih mentah) sampai menjadi barang jadi sedangkan harga pokok penjualan pada perusahaan manufaktur adalah harga pokok produksi ditambah biaya-biaya lain yang dikeluarkan sampai barang tersebut siap untuk dijual.

Rumus harga pokok produksi : Persediaan barang dalam proses (awal) + semua biaya (langsung dan tidak langsung) – persediaan barang dalam proses (akhir)

Laporan rugi laba menunjukkan pendapatan dari penjualan, berbagai biaya dan laba yang diperoleh oleh perusahaan selama periode tertentu. Dengan demikian maka laporan rugi laba menunjukkan laporan selama periode (misal

selama satu tahun), sedangkan neraca menunjukkan laporan pada waktu tertentu (misal pada tanggal 31 desember 1993).

Neraca adalah laporan keuangan yang melaporkan jumlah kekayaan, kewajiban keuangan dan modal sendiri perusahaan pada waktu tertentu. Jumlah kekayaan disajikan pada sisi aktiva, sedangkan jumlah kewajiban dan modal sendiri disajikan pada sisi pasiva. Karena jumlah aktiva haruslah sama dengan jumlah pasiva, maka :

Aktiva (kekayaan) = kewajiban finansial + modal sendiri

Persamaan tersebut sering disebut sebagai accounting identity.

## **2.2 Biaya**

### **2.2.1 Pengertian Biaya**

Menurut Mulyadi dalam bukunya “Akuntansi Biaya” memberikan definisi “biaya” sebagai berikut :

- Dalam arti luas

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

- Dalam arti sempit

Biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, yang disebut dengan istilah “harga pokok”.

### **2.2.2 Penggolongan Biaya**

Keberhasilan dalam perencanaan dan pengendalian biaya tergantung pada pemahaman yang menyeluruh mengenai hubungan antara terjadinya biaya dan kegiatan bisnis. Telaah dan analisis yang cermat, yang mempengaruhi kegiatan bisnis terhadap biaya umumnya akan menghasilkan penggolongan setiap jenis pengeluaran ke dalam biaya tetap, variabel, atau semi variabel.

Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang tidak berubah jumlahnya walaupun kegiatan bisnis meningkat atau menurun. Seperti Overhead pabrik, penyusutan, sewa, asuransi kekayaan dan pajak bumi dan bangunan

Contoh : Besarnya pengeluaran iklan dan jumlah kontribusi amal, bunga atas hutang jangka panjang dan biaya sewa atas perjanjian leasing jangka panjang.

Biaya variabel meningkat secara proporsional dengan peningkatan kegiatan dan menurun secara proporsional dengan penurunan kegiatan. Biaya variabel meliputi biaya bahan langsung, pekerja langsung, bahan penolong tertentu, pekerja tidak langsung tertentu, biaya karena perkakas yang mudah rusak, biaya pengerjaan ulang, dan biaya kerusakan yang normal.

Biaya semivariabel memiliki kedua sifat, baik tetap maupun variabel. Contoh : Bahan bakar, perlengkapan tertentu, pemeliharaan, pekerja tidak langsung, asuransi jiwa karyawan secara berkelompok, biaya pensiun, pajak atas upah, dan perjalanan serta hiburan

### **2.2.3 Biaya Tetap**

Biaya tetap adalah biaya yang di dalam jarak kapasitas tertentu totalnya tetap, meskipun volume kegiatan perusahaan berubah-ubah. Biaya ini berhubungan dengan kapasitas atau volume, karena pemahaman pemisahan biaya dan karakteristiknya diperlukan dalam membuat perencanaan, pengendalian biaya dan pembuatan/pengambilan keputusan.

Biaya tetap mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- Biaya total yang tidak berubah atau tidak dipengaruhi oleh periode yang ditentukan atau kegiatan tertentu.
- Biaya per unitnya berbanding terbalik dengan perubahan volume, pada volume rendah fixed cost unitnya tinggi, sebaliknya pada volume yang tinggi fixed cost per unitnya rendah.

Contoh: gaji tetap pimpinan perusahaan

#### 2.2.4 Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang totalnya selalu berubah-ubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan perusahaan. Besar kecilnya total biaya variabel dipengaruhi oleh besar kecilnya volume produksi/penjualan secara proporsional.

Biaya variabel mempunyai pola sebagai berikut :

- Total biaya variabel berubah proporsional dengan perubahan volume/kapasitas, makin besar kapasitas yang digunakan semakin besar pula total biaya variabel, demikian pula sebaliknya.
- Per unit biaya berubah (variabel) konstan/tetap. Misalnya biaya bahan langsung, contoh dimuka biaya pemakaian bahan langsung, bensin, olie yang dihitung dan tergantung kilometer yang ditempuh.

Contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, komisi penjualan yang ditentukan berdasarkan presentase tertentu dari hasil penjualan, dan sebagainya.

#### 2.2.5 Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel di dalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

Contoh : Biaya pemeliharaan mesin dan biaya listrik.

#### 2.2.6 Biaya Penyusutan

Metode-metode dalam menghitung biaya penyusutan :

a) Metode Garis Lurus

Dalam metode garis lurus, beban penyusutan periodik sepanjang masa pemakaianaktiva adalah sama besarnya. Rumus untuk mengitung biaya penyusutan per tahun adalah sebagai berikut :

**Harga perolehan didepresiasi** : **Masa Manfaat = Biaya Depresiasi**

Contoh pada PT Bromo

Rp 12.000.000,- : 5 = Rp 2.400.000,-

Harga perolehan didepresiasi adalah harga perolehan dikurangi dengan nilai sisa. Dalam perusahaan Bromo harga perolehan yang akan didepresiasi adalah Rp 12.000.000,- yaitu Rp 13.000.000,- dikurangi Rp 1.000.000,-(nilai residu).

b) Metode Saldo Menurun

Pada metode saldo menurun, biaya penyusutan dari tahun ke tahun semakin meurun. Hal ini terjadi karena perhitungan biaya penyusutan periodik didasarkan pada nilai buku (harga perolehan dikurangi dengan akumulasi penyusutan) aktiva yang semakin menurun dari tahun ke tahun. Biaya penyusutan per tahun dihitung dengan cara mengalikan nilai buku aktiva pada awal tahun dengan tarif penyusutan. Dalam hal ini tarif penyusutan tetap sama pada setiap tahun tapi nilai buku setiap tahun semakin turun. Rumusnya sebagai berikut :

**Nilai Buku pada awal tahun : Tarif Penyusutan = Biaya Penyusutan**

Contoh :

Rp 13.000.000: 40% = Rp 5.200.000,-

PT Bromo menggunakan metode saldo menurun dengan tarif 40% per tahun.

c) Metode Jumlah Angka-Angka Tahun

Metode ini akan menghasilkan biaya penyusutan yang lebih tinggi pada tahun-tahun awal dan semakin kecil pada tahun-tahun akhir. Disebut sebagai metode jumlah angka-angka tahun karena :

1. Pembilangnya adalah tahun-tahun pemakaian aktiva yang masih tersisa sejak awal tahun.
2. Penyebutnya adalah jumlah tahun-tahun sejak tahun pertama hingga tahun pemakaian yang terakhir.

Rumusnya sebagai berikut :

**Harga Perolehan Awal Tahun:Pecahan Angka-Angka Tahun =  
Biaya Penyusutan**

Contoh :

Rp 12.000.000,- : 5/15 = Rp 4.000.000,-

PT Bromo menaksir aktiva akan berumur 5 tahun maka jumlah angka-  
angka tahunnya adalah 15(1+2+3+4+5)

d) Metode Satuan Hasil

Dalam metode ini, masa pemakaian aktiva tidak dinyatakan dengan jangka waktu melainkan dengan jumlah satuan (unit) yang dapat dihasilkan oleh aktiva yang bersangkutan. Cocok digunakan untuk depresiasi mesin pabrik.

Rumusnya :

**Harga Perolehan Didepresiasi:Jumlah satuan kegiatan = Biaya  
Penyusutan per satuan**

**Biaya Depresiasi per satuan x Jumlah kegiatan tahun ini = Biaya  
Penyusutan**

Contoh :

Rp 12.000.000,- : 100.000 = Rp 120.-

Rp 120.- x 15.000 = Rp 1.800.000,-

PT Bromo memperkirakan truk dapat digunakan sejauh 10.000 km dan pada tahun pertama truk digunakan 15.000 km.

## ***2.3 Break Even Point***

### **2.3.1 Pengertian Analisis *Break Even Point* (Analisis Titik Impas)**

Break Even dapat diartikan suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya). Tetapi analisa break even tidak semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang break even saja, akan tetapi analisa break

even mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan. ( Drs.S.Munawir 185:92).

Volume penjualan di mana penghasilannya (*revenue*) tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian dinamakan Break Even Point.

Untuk mencapai *break even point* (titik impas) perusahaan melakukan pengorbanan yang produktif ( menggunakan biaya), maka melalui pengorbanan yang produktif itu, ada 3 macam kemungkinan yang akan dicapai, yaitu :

1. Pendapatan lebih besar dari biaya, berarti diperoleh laba.
2. Pendapatan sama dengan biaya, berarti tidak diperoleh laba dan juga tidak mengalami rugi alias pulang pokok.
3. Pendapatan lebih kecil dari biaya, berarti mengalami rugi.

Analisa Break Even Point atau titik impas adalah cara untuk menetapkan kapasitas yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Tujuan analisis ini adalah untuk menemukan sebuah titik dalam unit dan satuan nilai uang, dimana biaya – biaya sama dengan pendapatan. Analisa break even mempunyai hubungan yang sangat erat dengan program budget, walaupun analisa break even dapat diterapkan dengan data historis, tetapi akan sangat berguna bagi manajemen jika diterapkan pada data taksiran periode yang akan datang ( Drs.S.Munawir 184:92). Oleh sebab itu pihak perusahaan harus berusaha bagaimana cara meningkatkan laba untuk memperoleh laba yang maksimum dengan melihat volume penjualannya.

Dengan adanya unsur biaya variabel dan unsur biaya tetap, maka dapat terjadi bahwa suatu perusahaan dengan volume produksi tertentu bisa menderita kerugian dikarenakan penghasilan penjualannya hanya mampu menutup biaya variabel dan hanya mampu menutup sebagian kecil biaya tetap. Contribution

margin adalah selisih antara penghasilan penjualan dan biaya variabel, yang merupakan jumlah untuk menutup biaya tetap dan keuntungan.

Rumusan untuk menghitung BEP = titik impas

a. Atas dasar rupiah

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

b. Atas dasar unit

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

Keterangan:

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

BEP *rupiah* = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

BEP *unit* = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam unit

### 2.3.2 Tujuan Analisis *Break Even Point* (Analisis Titik Impas)

Analisis titik impas yang digunakan perusahaan memberikan banyak manfaat. Secara umum analisis titik impas digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan dalam perencanaan keuangan, penjualan dan produksi. Dari uraian sebelumnya jelas bahwa terdapat beberapa keuntungan bagi para manajer dalam mengambil keputusan, jika diketahui hasil dari analisis titik impas. Misalnya dengan informasi tersebut, maka manajer mampu meminimalkan kerugian, memaksimalkan keuntungan, dan prediksi keuntungan yang diharapkan.

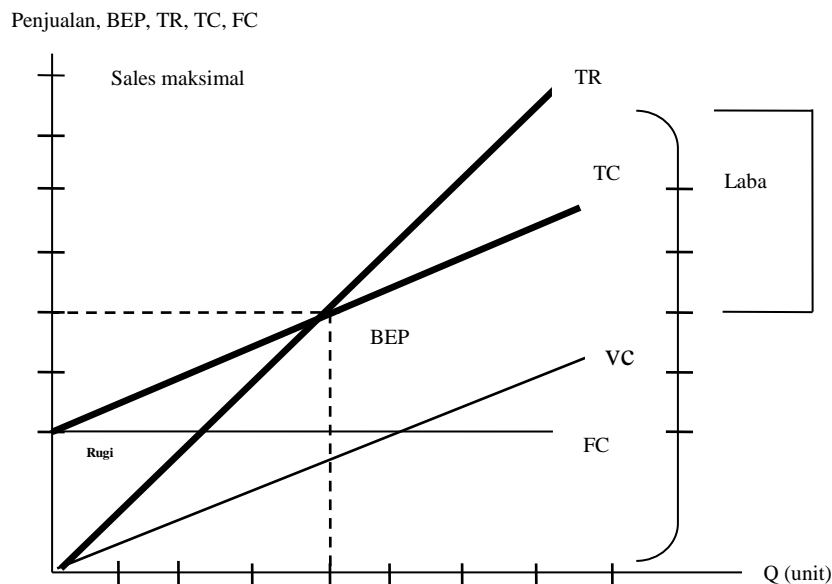
Dalam praktiknya penggunaan analisis titik impas memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai antara lain sebagai berikut :

1. Mendesain spesifikasi produk (yang berkaitan dengan biaya).
2. Penentuan harga jual persatuan.

3. Produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
4. Memaksimalkan jumlah produk.
5. Perencanaan laba yang diinginkan.

### 2.3.3 Grafik *Break Even Point*

Analisis *break even point* dapat dijelaskan melalui grafik dengan menggunakan sumbu x dan sumbu y sebagai berikut



:

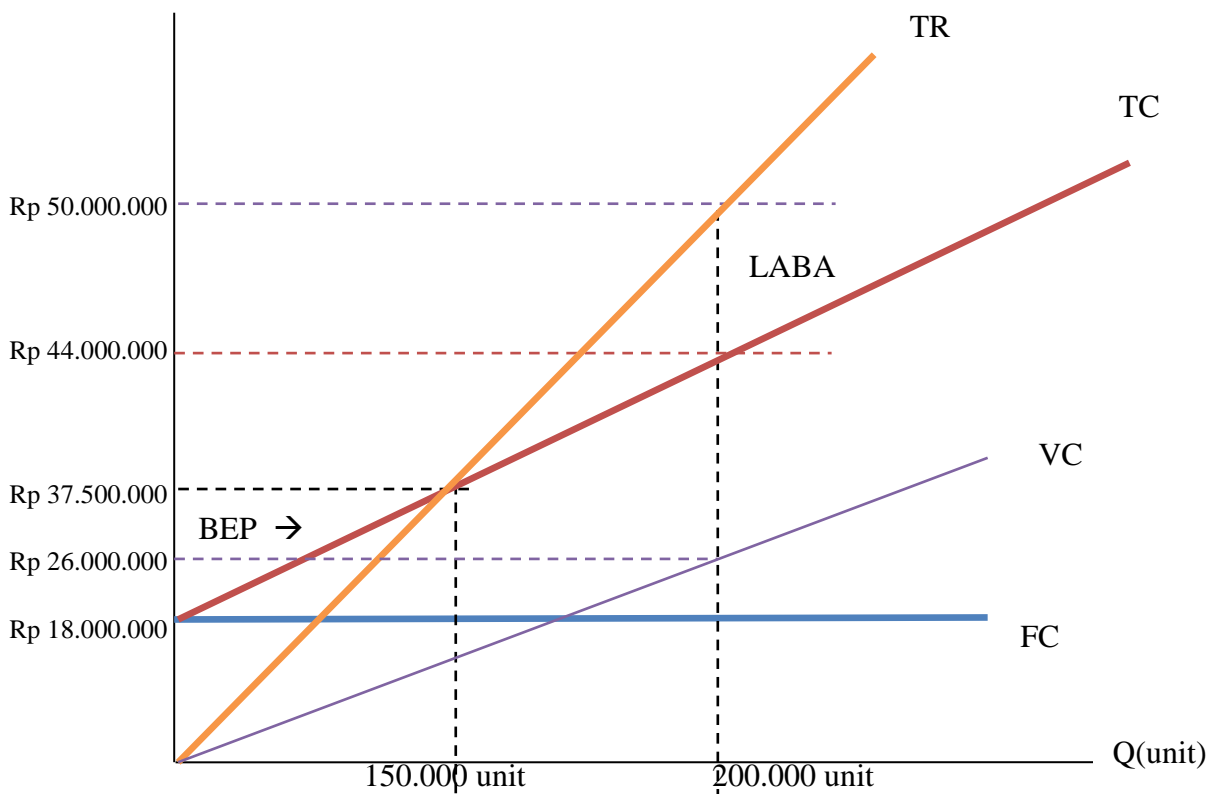
Gambar 2. 1 grafik BEP

1. Sumbu x merupakan sumbu horizontal yang menunjukkan berbagai tingkatan volume penjualan (kapasitas) yang dinyatakan dalam satuan uang atau dalam satuan barang (produksi) atau dalam % dari volume penjualan (kapasitas).
2. Sumbu y merupakan sumbu vertikal yang menunjukkan tingkatan biaya atau revenue yang dinyatakan dalam satuan uang untuk berbagai tingkatan volume penjualan (kapasitas).

Contoh :

Suatu perusahaan bekerja dengan biaya tetap sebesar Rp 18.000.000,-. Biaya variabel per unit Rp 130,-. Harga jual per unit Rp 250,- Kapasitas produksi maksimal 200.000 unit. Gambar break even point nya akan seperti di bawah ini.

Penjualan, BEP, TR, TC, FC



Grafik 2.2 Contoh Soal BEP

Dari gambar di atas, nampak bahwa break even point tercapai pada volume penjualan sebesar Rp 37.500.000,- atau dinyatakan dalam unit sebanyak 150.000 unit.

Dengan perhitungannya sebagai berikut :

$$\text{BEP (unit)} = \frac{FC}{P-V} = \frac{Rp\ 18.000.000}{Rp\ 250 - Rp\ 130} = 150.000 \text{ unit}$$

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} = \frac{Rp\ 18.000.000}{1 - \frac{Rp\ 26.000.000}{Rp\ 50.000.000}} = Rp\ 37.500.000,-$$

### **2.3.4 Kelemahan Analisis *Break Even Point* (Analisis Titik Impas)**

Disamping memiliki tujuan dan mampu memberikan manfaat yang cukup banyak bagi pimpinan perusahaan, analisis titik impas juga memiliki beberapa kelemahan. Kelemahan analisis titik impas mau tidak mau pasti ada dan tidak dapat dihindari. Berikut ini ada beberapa kelemahan dari analisis titik impas, yaitu:

1. Perlu adanya asumsi.

Artinya analisis titik impas membutuhkan banyak asumsi, terutama mengenai hubungan antara biaya dengan pendapatan. Padahal terkadang sering kali asumsi yang digunakan sudah tidak sesuai dengan realita yang terjadi ke depan.

2. Bersifat statis.

Artinya analisis ini hanya digunakan pada titik tertentu bukan pada suatu periode tertentu.

3. Tidak digunakan untuk mengambil keputusan akhir.

Artinya analisis titik impas hanya baik digunakan jika ada penentuan kegiatan lanjutan yang dapat dilakukan yaitu berupa keputusan atau perencanaan untuk menaikkan jumlah unit atau biaya untuk mendapatkan laba yang diinginkan.

4. Hubungan penjualan dan biaya

Artinya ada hubungan penjualan dan biaya, misalnya dalam hal biaya, jika penjualan dilakukan dalam kapasitas penuh, namun diperlukan tambahan penjualan, maka akan ada tambahan biaya tenaga kerja atau upah yang mengakibatkan naiknya biaya variabel dan jika diperlukan tambahan peralatan atau pabrik, maka biaya tetap juga akan meningkat.

5. Kurang mempertimbangkan resiko

Artinya, selama masa penjualan begitu banyak resiko-resiko yang mungkin dihadapi, misalnya kenaikan harga bahan baku, yang berakibat akan berpengaruh terhadap harga jual dan pada akhirnya akan berpengaruh kepada jumlah penjualan secara keseluruhan, baik unit maupun rupiah. Dalam hal ini analisis titik impas kurang memerhatikan faktor resiko tersebut.

6. Harga jual produk per unit tetap konstan

Harga jual produk per unit (satuan) yang dianggarkan tetap konstan pada berbagai tingkatan volume penjualan dalam periode yang bersangkutan, apabila anggapan ini tidak terpenuhi penghasilan penjualan tidak dapat digambarkan dalam garis lurus.

Meskipun analisis titik impas memiliki banyak kelemahan seperti diatas, manajemen masih dapat menggunakannya sebagai salah satu alat perencanaan keuangan, terutama perencanaan laba, produksi, maupun perencanaan penjualan ke depan. Hanya saja manajer harus mampu menyusun perencanaan dengan melihat kelemahan di atas sebagai bahan koreksi atau pertimbangan lain dalam menentukan kebijakannya.

## **2.4 Margin Of Safety**

Apabila hasil penjualan pada tingkat break event dihubungkan dengan penjualan yang dibudgetkan atau pada tingkat penjualan tertentu, maka akan diperoleh informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga perusahaan tidak menderita rugi. Hubungan atau selisih antara penjualan yang dibudget atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat break event merupakan tingkat keamanan (margin of safety) bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan.

Menurut Drs. Bambang Riyanto dalam bukunya “Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan” margin of safety diartikan sebagai angka yang menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada break even. Dengan demikian, maka margin of safety adalah menggambarkan

jarak dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut, perusahaan akan menderuta rugi.

Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan atau *Margin Of Safety* (MoS) adalah sebagai berikut :

Penjualan MoS

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan Per Budget} - \text{Penjualan Per Titik Impas}}{\text{Penjualan Per Budget}} \times 100\%$$

## **2.5 Aspek Pemasaran, Aspek Produksi, dan Personalia**

### **2.5.1 Manajemen Pemasaran**

#### **A. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Dalam buku Manajemen Pemasaran Moderen, pemasarab merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya, tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain.

Menurut William J. Stanton, dinyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujuakn untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli.

Kemudian yang dimaksud dengan manajemen pemasaran dikemukakan oleh Philip Kotler adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan oertukaran

dengan dasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar.

## B. Bauran Pemasaran

Menurut Ricky W. Griffin (1999), dalam merencanakan dan pelaksanaan strategi, para manajer bergantung pada empat komponen dasar. Elemen ini sering kali disebut sebagai “Four P’s” dari pemasaran, dan disebut sebagai alat untuk menjalankan suatu strategi, mereka membentuk bauran pemasaran (*marketing mix*). dalam bagian ini, kita akan menjabarkan setiap kegiatan berikut :

### 1. **Produk**

Merupakan suatu barang, jasa, atau gagasan yang dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seorang konsumen. Dengan demikian, menyusun dan mengembangkan produk-produk baru merupakan tantangan konstan bagi tenaga pemasaran, yang harus selalu mempertimbangkan faktor perubahan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan-keputusan tentang harga, distribusi dan promosi dapat diambil.

Diferensiasi produk sering kali, produsen mengembangkan produk-produk baru atau “yang lebih baik” demi kehormatan mereka dalam lingkungan pasar. Diferensiasi produk merupakan penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar untuk menarik konsumen.

### 2. **Penetapan Harga**

Suatu produk memilih harga yang paling sesuai untuk menjualnya, kadang-kadang merupakan suatu tindakan penyeimbangan. Disatu sisi, harga harus mendukung beragam biaya: biaya operasi, administrasi dan riset organisasi selain juga biaya pemasaran, seperti

biaya iklan, dan gaji penjual. Sebaliknya, harga tidak dapat terlalu tinggi karena konsumen dapat berpaling kepada produk-produk bersaing. Jelaslah, penetapan harga yang berhasil berarti mencari harga yang menguntungkan diantara kedua kebutuhan tersebut.

Harga-harga rendah, umumnya mengarah kepada volume penjualan yang lebih besar. Sementara, walaupun harga-harga tinggi biasanya membatasi ukuran pasar, mereka juga meningkatkan laba perunit. Selain itu, harga tinggi dapat juga menarik konsumen dengan menerapkan bahwa suatu produk memiliki kualitas yang sangat tinggi.

### 3. **Promosi**

merupakan komponen yang paling terlihat nyata dalam bauran pemasaran. Karena promosi merupakan yang berkaitan dengan teknik-teknik untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk. Alat-alat promosi yang paling penting : *iklan, personal selling, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.*

- a. *Iklan*, adalah suatu bentuk komunikasi pribadi yang digunakan oleh suatu sponsor tertentu untuk membujuk atau menginformasikan pendengar mengenai suatu produk.
- b. *Personal selling*, misalnya asuransi, pakaian dan peralatan stereo sangat baik dipromosikan melalui penjualan pribadi, atau penjualan dari satu orang ke orang lain. Akan tetapi, barang-barang industri menerima banyak penjualan pribadi. Sewaktu perusahaan membeli dari perusahaan orang lain, para agen pembelian dan lain-lain yang memerlukan informasi teknis dan rinci biasanya merujuk kepada wakil penjualan perusahaan penjual.
- c. *Promosi Penjualan*, yang melibatkan bujukan langsung kepada pembeli. Premium ( biasanya barang-barang gratis ), perangko yang dapat ditukarkan, kupon, dan sisipan dalam paket semuanya

adalah promosi penjualan yang dilakukan untuk membujuk konsumen untuk mau membeli produk.

d. *Hubungan Masyarakat*, mencakup seluruh usaha komunikasi yang mengarah pada membangun kemauan baik diantara berbagai kelompok dalam populasi. Publisitas juga berkaitan dengan usaha-usaha suatu perusahaan berkomunikasi kepada masyarakat umum, biasanya melalui media massa. Akan tetapi, publisitas tidak dibayar oleh perusahaan, dan isi publisitas itu juga tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan.

#### 4. **Distribusi**

merupakan bagian dari bauran pemasaran yang mempertimbangkan cara menyampaikan produk-produk dari produsen ke konsumen. Menempatkan suatu produk pada outlet yang sesuai misalnya : toko eceran, memerlukan keputusan mengenai sejumlah aktivitas distribusi, yang keseluruhannya berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk tersebut dari produsen ke konsumen.

Ada 3 aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan tentang distribusi, yaitu :

- Sistem transportasi perusahaan (keputusan pemilihan alat transportasi)
- Sistem penyimpanan (menentukan letak gudang, jenis peralatan yang dipakai untuk menangani material atau alat lainnya)
- Pemilihan saluran distribusi ( keputusan tentang penggunaan penyalur besar, ecer, agen, atau makelar dan bagaimana menjalin kerjasama yang baik dengan penyalur tersebut)

### 2.5.2 Manajemen Produksi

#### A. Pengertian Manajemen Produksi

Manajemen produksi dan operasi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan, secara efektif dan

efisien, untuk menciptakan dan menambah kegunaan (utility) sesuatu barang atau jasa. Dengan pengertian ini maka dalam istilah manajemen tercakup semua kegiatan atau aktivitas yang menghasilkan barang atau jasa, serta kegiatan-kegiatan yang mendukung atau menunjang usaha untuk menghasilkan barang atau jasa itu.

## B. Ruang Lingkup Manajemen Produksi dan Operasi

Manajemen produksi dan operasi merupakan kegiatan yang mencakup bidang yang cukup luas, dimulai dari penganalisaan dan penetapan keputusan saat sebelum dimulainya kegiatan produksi dan operasi, yang umumnya bersifat keputusan-keputusan jangka panjang, serta keputusan-keputusan pada waktu menyiapkan dan melaksanakan kegiatan produksi dan pengoperasiannya, yang umumnya bersifat keputusan-keputusan jangka pendek. Dari uraian ini dapatlah kita lihat bahwa manajemen produksi dan operasi sebenarnya meliputi kegiatan penyiapan sistem produksi dan operasi, dan kegiatan pengoperasian sistem produksi dan operasi.

Seperti apa yang telah diuraikan diatas, maka ruang lingkup manajemen produksi dan operasi akan mencakup perancangan atau penyiapan sistem produksi dan operasi, serta pengoperasian dari sistem produksi dan operasi. Pembahasan dalam perancangan atau desain dari sistem produksi dan operasi meliputi :

1. Seleksi dan rancangan atau desain hasil produksi (produk).
2. Seleksi dan perancangan proses dan peralatan.
3. Pemilihan lokasi dan site perusahaan dan unit produksi.
4. Rancangan tata-letak (lay-out) dan arus kerja atau proses.
5. Rancangan tugas pekerjaan.
6. Strategi produksi dan operasi serta pemilihan kapasitas.

Pembahasan dalam pengoperasian sistem produksi dan operasi akan mencakup :

1. Penyusunan rencana produksi dan operasi.
2. Perencanaan dan pengendalian persediaan dan pengadaan bahan.
3. Pemeliharaan atau perawatan (maintenance) mesin dan peralatan.
4. Pengendalian mutu.
5. Manajemen tenaga kerja (sumber daya manusia).

### C. Proses Produksi/Operasi

Proses produksi dan operasi merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan peralatan, sehingga masukan atau inputs dapat diolah menjadi keluaran yang berupa barang atau jasa, yang akhirnya dapat dijual kepada pelanggan untuk memungkinkan perusahaan memperoleh hasil keuntungan yang diharapkan. Proses produksi yang dilakukan terkait dalam suatu sistem, sehingga pengolahan atau pentransformasian dapat dilakukan dengan menggunakan peralatan yang dimiliki. Proses pengolahan yang dilakukan dapat berupa :

1. Produksi secara kelompok besar atau batch production, dimana pengolahan dilakukan untuk suatu kelompok produk yang bervariasi dengan kelompok produk yang dihasilkan lainnya, terutama variasi terlihat dari bahan-bahan yang terbatas.
2. Sistem proses dari produksi dan operasi, dimana produk dihasilkan secara terus-menerus dalam suatu pola atau rancangan tertentu, seperti penyulingan minyak atau produksi pupuk.
3. Produksi masa- satu produk, dimana produksi dilakukan dalam jumlah banyak dan diperuntukkan bagi pasar melalui pengadaan persediaan barang jadi, dan umumnya terdapat dalam industri pengolahan dan rekayasa (assembling), seperti mobil atau barang-barang elektronik.
4. Produksi masa- banyak/multi produk, dimana produksi dilakukan untuk semua seri dan komponen atau artikel yang sangat bervariasi, dengan menghasilkan serangkaian produk dalam berbagai variasi.

5. Proses konstruksi, dimana produksi dilakukan dengan membangun suatu produk dengan menggunakan bahan-bahan atau barang-barang serta komponen-komponen yang dikumpulkan pada suatu tempat pengerjaan konstruksinya.

### **2.5.3 Manajemen Personalia**

#### **A. Pengertian Manajemen Personalia**

Manajemen personalia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dari pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian dan pemeliharaan tenaga kerja dengan maksud untuk membantu mencapai tujuan perusahaan, individu dan masyarakat. Penjelasan ringkas dari definisi diatas sebagai berikut :

- **Perencanaan**  
  
Untuk manajer personalia, perencanaan berarti menentukan lebih dulu program personalia yang akan membantu mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.
- **Pengorganisasian**  
  
Jika perusahaan telah menentukan fungsi-fungsi yang harus dijalankan oleh para karyawan maka manajer personalia haruslah membentuk organisasi dengan merancang susunan dari berbagai hubungan antara jabatan, personalia, dan faktor-faktor fisik.
- **Pengarahan**  
  
Maksud dari pengarahan pada definisi diatas adalah memberi perintah atau motivasi.
- **Pengawasan**  
  
Yaitu mengamati dan membandingkan pelaksanaan dengan rencana dan mengoreksinya apabila terjadi penyimpangan, atau kalau perlu menyesuaikan kembali rencana yang telah dibuat.

- **Pengadaan**

Fungsi ini terutama menyangkut tentang penentuan kebutuhan tenaga kerja dan penarikannya, seleksi dan penempatannya. Menentukan kebutuhan tenaga kerja menyangkut baik mutu maupun jumlah tenaga kerja. Sedangkan seleksi dan penempatan menyangkut masalah memilih dan menarik tenaga kerja, pembahasan formulir-formulir lamaran, test psikologis dan wawancara.

- **Pengembangan**

Pengembangan ini dilakukan untuk meningkatkan ketrampilan lewat latihan (training), yang diperlukan untuk dapat menjalankan tugas dengan baik.

- **Kompensasi**

Fungsi ini dapat didefinisikan sebagai pemberian penghargaan yang adil dan layak terhadap karyawan sesuai dengan sumbangan mereka untuk mencapai tujuan organisasi.

- **Integrasi**

Integrasi ini menyangkut penyesuaian keinginan dari para individu dengan keinginan organisasi dan masyarakat. Dengan demikian kita perlu memahami perasaan dan sikap dari para karyawan untuk dipertimbangkan dalam pembuatan berbagai kebijaksanaan organisasi.

- **Pemeliharaan**

Fungsi operasional yang terakhir adalah mempertahankan dan meningkatkan kondisi yang telah ada. Pada fungsi ini perhatian akan dititikberatkan pada pemeliharaan kondisi fisik dari para karyawan (kesehatan dan keamanan) dan pemeliharaan sikap yang menyenangkan (program-program pelayanan karyawan).

## B. Kompensasi

Menurut Sikula (1981), kompensasi adalah segala sesuatu yang dianggap sebagai balas jasa yang sebanding. Sedangkan kompensasi menurut Husein (2004) didefinisikan sebagai sesuatu yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka, sebelum kompensasi diberikan, terlebih dahulu dilakukan proses kompensasi, yaitu suatu jaringan berbagai sub-proses untuk memberikan balas jasa kepada karyawan untuk pelaksanaan pekerjaan dan untuk memotivasi mereka agar mencapai tingkat prestasi yang diinginkan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Pengumpulan Data**

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

1. Studi pustaka

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

2. Penelitian lapangan (field research)

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

- Wawancara (interview)

Penulis mewawancarai pemilik usaha, karyawan pada CV Hasna Bedarasa yang berhubungan dengan produksi, biaya, dan pendapatan perusahaan.

- Observasi

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

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

## A. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- Data Kuantitatif

Yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka, jumlah, yang dapat dihitung secara matematis. Data kuantitatif yang digunakan adalah data keuangan CV Hasna Bedarasa pada tahun 2011-2015.

- Data Kualitatif

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

## B. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari :

- Data primer

Data diperoleh melalui hasil wawancara langsung dengan pemilik yaitu Yuli Riyanto, wawancara dengan karyawan CV Hasna Bedarasa serta peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan.

- Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari sumber lain, misalnya literatur, buku, maupun informasi dari internet tentang perusahaan.

### 3.2 Metode Pengolahan Data

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

### 3.3 Teknik Analisis

#### 3.3.1 Pendekatan BEP Unit dan Rupiah

Break Even dapat diartikan suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (penghasilan = total biaya). Tetapi analisa break even tidak semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang break even saja, akan tetapi analisa break even mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan. ( Drs.S.Munawir 185:92).

Analisis titik impas juga memberikan pedoman tentang jumlah produk minimal yang harus diproduksi atau dijual. Tujuannya adalah agar perusahaan mampu memperoleh laba (keuntungan) yang maksimal. Artinya dengan memproduksi sejumlah barang dengan kapasitas produksi yang dimilikinya, perusahaan akan tahu batas minimal yang harus dijual dan keuntungan maksimal yang diperoleh apabila diproduksi secara penuh.

Jumlah produksi yang akan dijual akan berkaitan erat dengan biaya yang dikeluarkan. Pada akhirnya biaya-biaya ini menjadi penentu terhadap harga jual perusahaan, demikian pula sebaliknya sangat berpengaruh terhadap harga jual perusahaan. Besar kecilnya biaya sangat berpengaruh terhadap harga jual, demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, salah satu kegunaan analisis titik impas adalah untuk menentukan biaya-biaya yang dikeluarkan dan jumlah produksi. Dengan demikian, akan dapat diketahui berapa jumlah yang layak untuk dijalankan.

Rumus yang digunakan :

1. Perhitungan *break even point* atas dasar unit dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

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

Dimana

P = harga jual per unit

V = biaya variabel per unit

FC = biaya tetap

Q = jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

2. Perhitungan *break even point* atas dasar sales dalam rupiah dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana

FC = biaya tetap

VC = biaya variabel

S = volume penjualan

### 3.3.2 BEP dengan Perubahan

Dalam praktiknya perolehan titik impas akan berubah-ubah seiring dengan terjadinya berbagai perubahan kondisi lingkungan atau kebijakan. Artinya, pihak manajemen harus selalu mengantisipasi apabila terjadi perubahan yang akan menyebabkan perubahan perolehan titik impas. Berikut ini berbagai sebab yang mengakibatkan perubahan titik impas.

1. Pengaruh perubahan harga jual per unit

Pengaruh perubahan harga jual per unit artinya apabila harga jual per unit mengalami perubahan apakah naik atau turun, maka akan berpengaruh terhadap BEP. Apabila harga naik maka ini akan mempunyai efek BEP nya akan turun. Untuk lebih mudahnya kita mengambil contoh misalkan harga jual per unit naik dari Rp 250,- menjadi Rp 275,- (kenaikan 10%). Pengaruh kenaikan harga jual ini

akan berdampak terhadap BEP yang akan berubah menjadi lebih kecil baik dalam rupiah maupun unit.

$$TR = TC$$

$$P.Q = FC + VC.Q$$

$$(P+10\%P).Q = FC + VC.Q$$

$$(P+25).Q - VC.Q = FC$$

$$Q(P+25) - VC = FC$$

$$Q = \frac{FC}{(P+25) - VC}$$

BEP yang baru sesudah kenaikan harga tersebut adalah :

$$BEP \text{ (Unit)} = \frac{Rp. 18.000.000}{Rp 275 - Rp 130} = 124.137 \text{ unit}$$

$$BEP \text{ (Rupiah)} = \frac{Rp. 18.000.000}{1 - \frac{Rp.26.000.000}{Rp.50.000.000 \times 110\%}} = Rp. 34.136.165$$

BEP rupiah tampak terjadi penurunan dalam penjualan yaitu dari Rp. 37.500.000,- menjadi Rp. 34.136.165,- atau dalam unit yang terjual menjadi 124.137 unit dari 150.000 unit.

## 2. Pengaruh perubahan jumlah biaya tetap

Seperti diketahui bahwa dalam analisis BEP biaya tetap secara total diasumsikan tetap (konstan). Jadi apabila perubahan biaya tetap maka otomatis BEP nya juga berubah. Dalam praktiknya apabila biaya tetap berubah maka BEP akan naik, demikian pula sebaliknya apabila biaya tetap turun maka BEP akan turun. Perubahan biaya tetap biasanya diakibatkan adanya tambahan kapasitas produksi atau kenaikan atau penurunan (efisiensi).

Sebagai contoh kita ambil dari kasus sebelumnya apabila perusahaan akan memperbesar produksinya dari 200.000 unit menjadi 220.000

unit biaya tetap berubah dari Rp. 18.000.000 menjadi Rp. 19.800.000, berarti adanya kenaikan biaya tetap sebesar 10% .

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{Rp. 18.000.000} + \text{Rp. 1.100.000}}{1 - \frac{\text{Rp.26.000.000}}{\text{Rp 50.000.000}}} = \text{Rp. 41.250.000}$$

Dari BEP rupiah tampak terjadi kenaikan sebesar Rp. 3.750.000 yaitu dari Rp. 37.500.000 menjadi Rp 41.250.000,-.

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Rp. 19.800.000}}{\text{Rp 250} - \text{Rp 130}} = 165.000 \text{ unit}$$

Dari BEP unit juga tampak terjadi kenaikan sebesar 15.000 unit yaitu dari 150.000 unit menjadi 165.000 unit.

### 3. Pengaruh perubahan biaya variabel

- Kenaikan biaya variabel

Dengan adanya kenaikan biaya variabel maka jumlah biaya juga akan berubah begitu pula besarnya penjualan pada tingkat break even juga akan berubah menjadi lebih besar dari sebelumnya. Misalnya perusahaan diperkirakan menaikkan biaya variabel sebesar 10% dengan demikian tingkat break even yang baru adalah :

$$\text{BEP (Q unit)} = \frac{FC}{P - (VC + 10\% VC)}$$

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{Rp. 18.000.000}}{1 - \frac{\text{Rp.26.000.000} \times 110\%}{\text{Rp.50.000.000}}} = \text{Rp. 42.056.074}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Rp. 18.000.000}}{\text{Rp 250} - \text{Rp 143}} = 168.224 \text{ unit}$$

- Penurunan biaya variabel

Dengan adanya penurunan biaya variabel maka jumlah biaya juga akan berubah begitu juga besarnya penjualan pada tingkat break even juga akan berubah menjadi lebih kecil dari sebelumnya. Misalnya perusahaan

diperkirakan menurunkan biaya variabel sebesar 10% dengan demikian tingkat break even yang baru adalah :

$$\text{BEP (Q unit)} = \frac{FC}{P - (VC - 10\% VC)}$$

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{Rp. 18.000.000}}{1 - \frac{\text{Rp 26.000.000} \times 90\%}{\text{Rp 50.000.000}}} = \text{Rp. 33.834.586}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Rp. 18.000.000}}{\text{Rp 250} - \text{Rp 117}} = 135.338 \text{ unit}$$

#### 4. Perubahan komposisi penjualan

Analisa break even atau analisa biaya, volume, dan laba yang diuraikan selalu diterapkan untuk satu macam barang atau dengan anggapan bahwa perusahaan hanya memproduksi dan menjual satu macam barang secara total. Untuk maksud tersebut, perusahaan membuat komposisi antara barang-barang yang dijualnya. Ada kemungkinan terjadi satu macam produk mengalami kerugian sedang yang lain memperoleh keuntungan. Apabila komposisinya berubah maka break evennya secara total akan berubah.

#### 5. Penentuan harga jual minimal

Suatu perusahaan pasti selalu menetapkan keuntungan yang diinginkan atau profit margin lebih terdahulu sebelum kegiatan dijalankan. Oleh karena itu, perlu ditetapkan penjualan minimal terlebih dahulu yang harus dicapai, sehingga keuntungan yang telah ditargetkan dapat tercapai, bila tidak, maka kita sulit untuk melihat berapa penjualan yang dicapai.

Contoh : kegiatan perusahaan pada tahun 2008 mengalami titik impas pada penjualan (S) sebesar Rp. 50.000.000 Biaya tetap (FC) yang dikeluarkan Rp. 20.000.000,-. Diperkirakan penjualan harus ditetapkan untuk memperoleh keuntungan. Untuk tahun 2008 perusahaan menetapkan keuntungan sebesar Rp. 5.000.000,-

Pertanyaan : Berapa penjualan minimal yang harus ditetapkan?

Jawab : seperti diketahui bahwa dalam keadaan BEP, besarnya biaya total sama dengan penjualan atau :

$$TC = FC + VC$$

$$VC = TC - FC$$

Jadi, dari soal di atas :

$$VC = Rp.25.000.000 - Rp.20.000.000 = Rp 5.000.000$$

Selanjutnya terlebih dahulu cari rasio variabel cost (RVC) yaitu :

$$RVC = \frac{Rp. 29.000.000}{Rp. 40.000.000} \times 100\% = 72,5\%$$

Sales minimal adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sales Minimal} &= \frac{FC + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{VC}{S}} \\ &= \frac{Rp. 20.000.000 + Rp. 5.000.000}{1 - \frac{5.000.000}{50.000.000}} \\ &= Rp. 27.777.777 \end{aligned}$$

Jadi, untuk memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.000.000 diperlukan penjualan Rp. 27.777.777

### 3.3.3 Margin of safety

Analisis mengetahui berapa batas aman penjualan ini kita kenal dengan nama margin of safety atau tingkat keamanan. Pengertian tingkat keamanan atau margin of safety (mos) merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas.

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

Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan atau margin of safety (mos) sebagai berikut :

1. Penjualan yang direncanakan

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan Per Budget}}{\text{Penjualan Per Titik Impas}} \times 100\%$$

2. Penjualan tingkat keamanan atau margin of safety (MoS)

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan Per Budget} - \text{Penjualan Per Titik Impas}}{\text{Penjualan Per Budget}} \times 100\%$$

Dari data sebelumnya MoS dapat dicari sebagai berikut :

$$\text{MoS} = \frac{\text{Rp. 27.777.777}}{\text{Rp. 37.500.000}} \times 100\% = 74\%$$

$$\text{MoS} = \frac{\text{Rp. 27.777.777} - \text{Rp. 37.500.000}}{\text{Rp. 27.777.777}} \times 100\% = 35\%$$

Angka tersebut di atas dapat diartikan bahwa tingkat penjualan tidak boleh kurang atau turun 35% dari tingkat penjualan yang direncanakan atau 74% dari tingkat penjualan titik impas yang telah ditetapkan perusahaan.

Jika margin of safety ditentukan berdasarkan hasil penjualan dapat dicari sebagai berikut :

$$\text{Pertama} : 74\% \times \text{Rp. 37.500.000} = \text{Rp. 27.750.000}$$

$$\text{Kedua} : 35\% \times \text{Rp. 27.777.777} = \text{Rp. 9.722.221}$$

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Pengumpulan Data**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan**

###### **A. Sejarah Perusahaan**

Sejarah berdirinya perusahaan Cireng CV Hasna Bedarasa bermula ketika pemiliknya, Bapak Yuli Riyanto bekerja di suatu pabrik konstruksi di daerah Tambun, Bekasi. Pada saat itu, beliau hanya mengantungi ijazah Sekolah Menengah Atas (SMA). Akhirnya, muncul pikiran di benak beliau, mengapa tidak mencoba untuk memiliki usaha sampingan.

Pada tahun 2009, Bapak Yuli memutuskan untuk mencoba berjualan sandal yang Ia ambil dari Tasik untuk dijual kepada teman-teman sekerja di pabrik. Namun, karena terlalu banyak yang berhutang, usahanya berjualan sandal mengalami kebangkrutan. Sampai akhirnya saat pulang kampung ke Bandung di tahun 2010, ide berjualan cireng muncul karena dilihat konsumennya ramai dan terlihat menyukai makanan khas Bandung ini, dan kebetulan di Bekasi belum banyak yang mengenal cireng sehingga usahanya ini merupakan salah satu yang mengawali dikenalnya cireng di Bekasi.

Bapak Yuli Riyanto memutuskan memberi nama CV Hasna Bedarasa diambil dari nama anak keduanya, Hasna dan beda rasa karena terdapat rasa yang berbeda-beda dari cireng isi produksinya. Pada awalnya CV Hasna Bedarasa belum mempunyai karyawan, Bapak Yuli Riyanto hanya dibantu oleh istri dan pamannya. Bapak Yuli Riyanto memproduksi bersama paman dan istrinya secara manual tanpa mesin. Namun berkat usahanya menawarkan cireng ke sekolah-sekolah dan warung-warung, permintaan cireng semakin banyak akhirnya pada tahun 2010 mereka memutuskan untuk pindah kontrakan yang lebih luas dan harus

memperkerjakan karyawan untuk membantunya membuat cireng. Sampai akhirnya di tahun yang sama, beliau memutuskan untuk keluar dari pabrik konstruksi karena dirasa pabrik cirengnya sudah semakin berkembang dan membutuhkan kehadiran beliau dalam pengawasan produksi serta keuangannya.

Setelah dana untuk tambahan modal semakin terkumpul, Bapak Yuli Riyanto beserta istri dan pamannya mencicil pembelian meja-meja stainless dan boks makanan untuk menunjang produksi cirengnya. Dibantu 7 orang karyawan saat itu, usahanya semakin berkembang dan beliau dapat membeli sebidang tanah yang lalu Ia bangun menjadi pabrik dan kantor pada tahun 2012. Saat ini Bapak Yuli dibantu oleh total 48 orang termasuk di dalamnya karyawan produksi, administrasi, supir, *cleaning service*, *security*, dan *salesman*.

CV Hasna Bedarasa menjamin kualitas baik produknya tanpa bahan pengawet sehingga produknya kini telah dipasarkan ke berbagai kota seperti di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Kota-kota besar lainnya. Untuk pemesanan di luar Jabodetabek, seperti Semarang, Jogja, Batam, dan Pekanbaru, dikirim melalui pesawat terbang dengan minimal pemesanan 1.000 pcs.

## **B. Profil Perusahaan**

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang memproduksi salah satu makanan khas Jawa Barat yaitu cireng isi yang berdiri pada tahun 2010 dan didirikan oleh Bapak Yuli Riyanto. Bahan dasar yang digunakan dalam membuat cireng isi ini adalah tepung aci atau dengan nama lain tepung sagu yang didapatkan dari para supplier. Adapun profil usaha CV Hasna Bedarasa adalah sebagai berikut :

### **Klasifikasi Perusahaan**

Nama perusahaan	: CV Hasna Bedarasa
Nama pemilik	: Bapak Yuli Riyanto
Tahun berdiri	: 2010

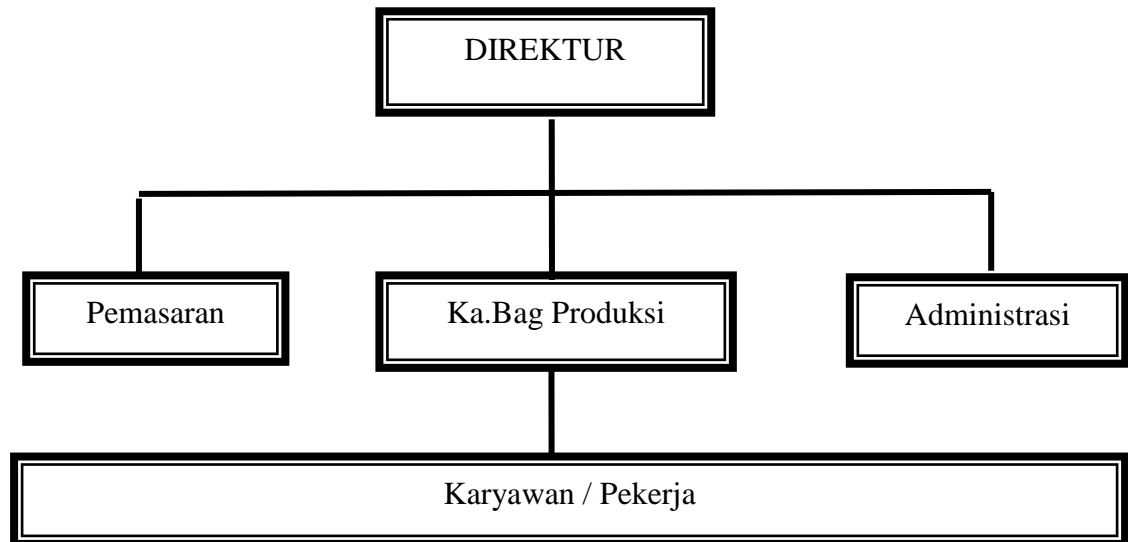
Klasifikasi kelas	: Menengah Kebawah
Jenis usaha	: Produksi Cireng
Daerah kerja	: Kota Bekasi
Alamat/tempat usaha	: Jl. Toyogiri Selatan No.2 Kelurahan Jatimulya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi
Telepon	: 08811020842
Website	: <a href="http://www.cirengisibedarasa.blogspot.com">www.cirengisibedarasa.blogspot.com</a>
Nomor SIUP	:503.09/1-044/BPMPPT/MIKRO-00/V/2015
Nomor TDP	: 100734613600
Nomor NPWP	: 03.327.243.6-435.000
Luas Area Perusahaan	: 200 m2
Jumlah pekerja	: 52 orang

### **C. Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa.

Struktur organisasi yang digunakan dalam perusahaan CV Hasna Bedarasa adalah jenis *organisasi garis*, dimana kepemimpinan hanya terdapat pada satu orang dan pimpinan tersebut berhubungan langsung dengan para bawahannya, begitu juga sebaliknya karyawan akan bertanggung jawab secara langsung terhadap pimpinan. Organisasi garis memiliki ciri yaitu organisasinya masih dalam lingkup kecil, jumlah karyawan sedikit dan saling mengenal serta spesialisasi kerja belum tinggi. Dengan adanya struktur organisasi yang baik maka

dapat membawa keuntungan dalam pelaksanaan pekerjaan. Dari struktur organisasi kita tahu mengenai kedudukan, tanggung jawab dan tugas dari masing-masing personil.



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi CV Hasna Bedarasa

#### D. Deskripsi Pekerjaan

Berikut adalah penjelasan atau gambaran mengenai tugas dan tanggung jawab masing – masing bagian di CV Hasna Bedarasa :

##### 1. Direktur

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

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

## 2. Bagian Produksi

Tugas tugas departemen produksi antara lain:

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

## 3. Bagian Pemasaran

Tugas dari departemen pemasaran antara lain:

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

## 4. Bagian Administrasi

Tugas dari bagian administrasi antara lain:

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

## 5. Karyawan.

Melakukan pekerjaan proses produksi sesuai bidangnya masing-masing.

### **4.1.2 Aspek Keuangan**

Keuangan adalah kegiatan yang berhubungan dengan penentuan investasi jangka panjang sebuah perusahaan, mendapatkan dana untuk membayar, dan memimpin kegiatan keuangan harian sebuah perusahaan.

## A. Biaya Investasi

Pada saat mendirikan CV Hasna Bedarasa, modal yang digunakan serta dikeluarkan berasal dari modal pribadi yang besarnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Biaya Investasi

Jenis Investasi	Keterangan	Nilai	Total
<b>Aktiva Berwujud</b>			
- Tanah	200 m2	Rp 120.000.000	
- Bangunan	200 m2	Rp 80.000.000	
<b>Total Tanah &amp; Bangunan</b>			<b>Rp 200.000.000</b>
Mesin			
- Mesin Pengaduk	1 unit	Rp 13.500.000	
- Mesin Pemipih Besar	2 unit	Rp 31.000.000	
- Mesin Pemipih Kecil	2 unit	Rp 16.000.000	
<b>Total Mesin</b>	<b>5 unit</b>		<b>Rp 60.500.000</b>
Peralatan			
- Kompor	3 unit	Rp 750.000	
- Timbangan	1 unit	Rp 3.000.000	
- Boks Plastik	2000 unit	Rp 46.000.000	
- Panci	6 unit	Rp 240.000	
- Baskom	5 unit	Rp 100.000	
- Alat Pencetak Besar	20 unit	Rp 1.500.000	
- Alat Pencetak Kecil	10 unit	Rp 750.000	
<b>Total Peralatan</b>	<b>2060 unit</b>		<b>Rp 52.340.000</b>
Inventaris Kantor & Pabrik			
- Meja	3 unit	Rp 5.400.000	
- Kursi	4 unit	Rp 2.000.000	
- Lemari Berkas - Berkas	2 unit	Rp 1.500.000	
- AC	1 unit	Rp 2.500.000	
- Galon	2 unit	Rp 100.000	

- Dispenser	1 unit	Rp 300.000	
- Televisi	1 unit	Rp 1.200.000	
- Alat Tulis Kantor	1 unit	Rp 500.000	
- Meja Stainless	15 unit	Rp 22.500.000	
<b>Total Inventaris Kantor &amp; Pabrik</b>	<b>28 unit</b>		<b>Rp 36.000.000</b>
Kendaraan			
- Motor	1 unit	Rp 14.000.000	
- Mobil	1 unit	Rp 30.000.000	
<b>Total Kendaraan</b>			<b>Rp 44.000.000</b>
<b>Aktiva Tak Berwujud</b>			
- Biaya Perizinan		Rp 2.000.000	
<b>Total Aktiva Tak Berwujud</b>			<b>Rp 2.000.000</b>
<b>Total Aktiva</b>			<b>Rp 394.240.000</b>

*Sumber : CV Hasna Bedarasa*

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

Untuk menentukan biaya penyusutan aktiva tetap, terdapat 5 metode yaitu :

1. Metode Garis Lurus

Metode garis lurus ini menganggap aktiva tetap akan memberikan kontribusi yang merata di sepanjang masa penggunaannya, sehingga aset tetap akan mengalami tingkat penurunan fungsi yang sama dari periode ke periode hingga aset tetap ditarik dari penggunaannya dalam operasional perusahaan.

2. Metode Saldo Menurun

Metode ini sesuai jika dipergunakan untuk jenis aset tetap yang tingkat kehausannya tergantung dari volume produk yang dihasilkan, yaitu jenis aset mesin produksi.

### 3. Metode Jumlah Angka Tahunan

Metode jumlah angka tahun merupakan penyusutan dipercepat berdasar pada pertimbangan biaya maintenance (perawatan) serta perbaikan aktiva tetap semakin lama cenderung bertambah seiring pertambahan usia aktiva tetap itu sendiri.

### 4. Metode Satuan Jam Kerja

Pemikiran dasar dari Penyusutan Metode Satuan Jam Kerja didasarkan pada pemikiran bahwa, berkurangnya nilai suatu aset disebabkan oleh berapa jam lamanya aset tersebut digunakan, atau dioperasikan oleh perusahaan selama umur ekonomisnya. belum tentu aset tetap berkurang nilainya gara lama waktu suatu aset yang dimiliki perusahaan. jadi disini, metode ini berdasar bahwa berkurangnya suatu aset tetap perusahaan disebabkan oleh masa pakai bukan lama waktu aset tersebut saat tahun beroperasi.

### 5. Metode Satuan Hasil Produksi

Metode satuan hasil produksi mengalokasikan biaya penyusutan berdasar atas proporsi pemakaian aset tetap yang sebenarnya. Metode ini menggunakan output atau hasil produksi sebagai dasar acuan alokasi beban penyusutan untuk setiap periode akuntansi.

- Tabel dibawah menggunakan metode garis lurus:

Tabel 4.2 Penyusutan

<b>Biaya Penyusutan Aktiva Tetap</b>					
<b>No.</b>	<b>Aktiva</b>	<b>Harga Beli</b>	<b>Nilai Sisa</b>	<b>Nilai Ekonomis (Tahun)</b>	<b>Jumlah Penyusutan</b>
1	Bangunan	Rp 80.000.000	Rp 42.000.000	10	Rp 3.800.000
2	Mesin	Rp 60.500.000	Rp 31.455.000	10	Rp 2.605.000
3	Kendaraan	Rp 44.000.000	Rp 24.060.000	10	Rp 1.994.000
4	Inventaris	Rp 36.000.000	Rp 22.000.000	5	Rp 2.800.000
5	Peralatan	Rp 52.340.000	Rp 36.950.000	5	Rp 3.078.000
<b>Total Biaya Penyusutan</b>					<b>Rp 14.277.000</b>

*Sumber : Wawancara Dan Data Diolah*

Tabel 4.3 Laporan Neraca Tahun 2011-2015

KETERANGAN	2011	2012	2013	2014	2015
<b>1. AKTIVA</b>					
<b>AKTIVA LANCAR :</b>					
a. Kas	Rp 645.610.665	Rp 775.720.750	Rp 720.014.070	Rp 914.552.270	Rp 963.988,200
b. Piutang Dagang	-	-	-	-	-
c. Persediaan Bahan baku & penolong	Rp 32.000.000	Rp 33.200.000	Rp 37.420.000	Rp 36.100.000	Rp 30.780.000
d. Persediaan Barang Jadi	Rp 2.000.000	Rp 3.050.000	Rp 4.700.000	Rp 3.350.000	Rp 2.000.000
e. Perlengkapan	Rp 1.050.000	Rp 1.100.000	Rp 1.120.000	Rp 1.130.000	Rp 1.150.000
<b>Total Aktiva Lancar</b>	<b>Rp 680.660.665</b>	<b>Rp 813.070.750</b>	<b>Rp 763.254.070</b>	<b>Rp 955.132.270</b>	<b>Rp 997.918.200</b>
<b>AKTIVA TETAP :</b>					
a. Bangunan	Rp 80.000.000	Rp 80.000.000	Rp 80.000.000	Rp 80.000.000	Rp 80.000.000
(Akum. Penyusutan )	Rp 3.800.000	Rp 3.800.000	Rp 3.800.000	Rp 3.800.000	Rp 3.800.000
b. Mesin	Rp 135.340.000	Rp 135.340.000	Rp 135.340.000	Rp 135.340.000	Rp 135.340.000
(Akum. Penyusutan)	Rp 2.605.000	Rp 2.605.000	Rp 2.605.000	Rp 2.605.000	Rp 2.605.000
c. Peralatan	Rp 52.340.000	Rp 52.340.000	Rp 52.340.000	Rp 52.340.000	Rp 52.340.000
(Akum. Penyusutan )	Rp 3.078.000	Rp 3.078.000	Rp 3.078.000	Rp 3.078.000	Rp 3.078.000
d. Kendaraan	Rp 44.000.000	Rp 44.000.000	Rp 44.000.000	Rp 44.000.000	Rp 44.000.000
(Akum. Penyusutan )	Rp 1.994.000	Rp 1.994.000	Rp 1.994.000	Rp 1.994.000	Rp 1.994.000
e. Inventaris Kantor	Rp 14.950.000	Rp 14.950.000	Rp 14.950.000	Rp 14.950.000	Rp 14.950.000
(Akum. Penyusutan )	Rp 2.800.000	Rp 2.800.000	Rp 2.800.000	Rp 2.800.000	Rp 2.800.000
<b>Total Aktiva Tetap</b>	<b>Rp 432.353.000</b>	<b>Rp 432.353.000</b>	<b>Rp 432.353.000</b>	<b>Rp 432.353.000</b>	<b>Rp 432.353.000</b>
<b>TOTAL AKTIVA</b>	<b>Rp 1.113.013.665</b>	<b>Rp 1.245.423.750</b>	<b>Rp 1.195.607.070</b>	<b>Rp 1.387.485.270</b>	<b>Rp 1.430.271.200</b>
<b>2. PASSIVA</b>					
<b>HUTANG LANCAR :</b>					
Hutang Bank	-	-	-	-	-
<b>Total Hutang Lancar</b>					
<b>MODAL AKHIR</b>	Rp 1.113.013.665	Rp 1.245.423.750	Rp 1.195.607.070	Rp 1.387.485.270	Rp 1.430.271.200
<b>TOTAL PASSIVA</b>	<b>Rp 1.113.013.665</b>	<b>Rp 1.245.423.750</b>	<b>Rp 1.195.607.070</b>	<b>Rp 1.387.485.270</b>	<b>Rp 1.430.271.200</b>

Tabel 4.4 Harga Pokok Penjualan Tahun 2011 - 2015

Keterangan		Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>1</b>	<b>Biaya Bahan Baku</b>					
	Persediaan Bahan Baku Awal Tahun	Rp 32,000,000	Rp 33,200,000	Rp 37,420,000	Rp 36,100,000	Rp 30,780,000
	Pembelian Bahan Baku	Rp 118,465,650	Rp 162,084,000	Rp 210,550,500	Rp 262,192,200	Rp 318,698,100
	Persd. Bahan Baku Siap untuk Produksi	Rp 150,465,650	Rp 195,284,000	Rp 247,970,500	Rp 298,292,200	Rp 349,478,100
	(Persd Bahan Baku Akhir Tahun)	(Rp 33,200,000)	(Rp 37,420,000)	(Rp 36,100,000 )	(Rp 30,780,000)	(Rp 27,000,000)
	<b>Jumlah Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp 117,265,650</b>	<b>Rp 157,864,000</b>	<b>Rp 211,870,500</b>	<b>Rp 267,512,200</b>	<b>Rp 322,478,100</b>
<b>2</b>	<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Rp 522,600,000</b>	<b>Rp 538,200,000</b>	<b>Rp 561,600,000</b>	<b>Rp 569,400,000</b>	<b>Rp 585,000,000</b>
<b>3</b>	<b>Biaya <i>Over Head</i> Pabrik</b>					
	- B. Listrik & Air	Rp 12,000,000	Rp 12,000,000	Rp 14,400,000	Rp 15,600,000	Rp 15,800,000
	- B. Telepon	Rp 3,600,000	Rp 3,600,000	Rp 4,200,000	Rp 4,500,000	Rp 4,600,000
	- B. Pemeliharaan Mesin & Peralatan	Rp 1,300,000	Rp 1,350,000	Rp 1,400,000	Rp 1,450,000	Rp 1,450,000
	Bahan Baku Penolong	Rp 920,740,000	Rp 1,055,257,000	Rp 1,176,828,600	Rp 1,311,866,000	Rp 1,443,384,400
	<b>Jumlah BOP</b>	<b>Rp 937,640,000</b>	<b>Rp 1,072,207,000</b>	<b>Rp 1,196,828,600</b>	<b>Rp 1,333,416,000</b>	<b>Rp 1,465,234,400</b>
<b>4</b>	<b>Harga Pokok Produksi ( 1+2+3)</b>	<b>Rp 1,577,505,650</b>	<b>Rp 1,768,271,000</b>	<b>Rp 1,970,299,100</b>	<b>Rp 2,170,328,200</b>	<b>Rp 2,372,712,500</b>
	Persediaan Awal brg jadi	Rp 2,000,000	Rp 3,050,000	Rp 4,700,000	Rp 3,350,000	Rp 2,000,000

	Barang yang tersedia untuk dijual	Rp 1,579,505,650	Rp 1,771,321,000	Rp 1,974,999,100	Rp 2,173,678,200	Rp 2,374,712,500
	Dikurangi Persediaan Akhir barang jadi	Rp 3,050,000	Rp 4,700,000	Rp 3,350,000	Rp 3,400,000	Rp 3,800,000
<b>5</b>	<b>Harga Pokok Penjualan</b>	<b>Rp 1,576,455,650</b>	<b>Rp 1,766,621,000</b>	<b>Rp 1,971,649,100</b>	<b>Rp 2,170,278,200</b>	<b>Rp 2,371,162,500</b>

Tabel 4.5 Laporan Laba Rugi Tahun 2011 - 2015

KETERANGAN	2011	2012	2013	2014	2015
<b>A. Penjualan (pendapatan)</b>	Rp 2,129,414,000	Rp 2,354,600,500	Rp 2,476,847,900	Rp 2,762,890,000	Rp 2,928,444,000
<b>B. HPP (Harga Pokok Penjualan) :</b>	Rp 1,576,455,650	Rp 1,766,621,000	Rp 1,971,649,100	Rp 2,170,278,200	Rp 2,371,162,500
<b>C. Laba Kotor (A-B)</b>	<b>Rp 552,958,350</b>	<b>Rp 587,979,500</b>	<b>Rp 505,198,800</b>	<b>Rp 592,611,800</b>	<b>Rp 557,281,500</b>
<b>D. Biaya Usaha :</b>					
Gaji Tenaga Kerja Administrasi	Rp 25,800,000	Rp 26,400,000	Rp 27,000,000	Rp 27,900,000	Rp 28,500,000
Gaji Pemasaran	Rp 15,900,000	Rp 16,500,000	Rp 16,800,000	Rp 17,400,000	Rp 18,000,000
Biaya Distribusi	Rp 12,500,000	Rp 12,700,000	Rp 14,500,000	Rp 15,700,000	Rp 16,100,000
Biaya Iklan	Rp 2,750,000	Rp 2,750,000	Rp 2,550,000	Rp 2,100,000	Rp 1,800,000
Biaya Packaging	Rp 25,715,000	Rp 5,300,000	Rp 8,000,000	Rp 10,500,000	Rp 13,000,000
Biaya Perawatan Inventaris Kantor	Rp 1,460,000	Rp 1,460,000	Rp 1,460,000	Rp 1,510,000	Rp 1,510,000

Biaya Perlengkapan	Rp 1,050,000	Rp 1,100,000	Rp 1,120,000	Rp 1,130,000	Rp 1,150,000
Total Biaya Penyusutan Aktiva Tetap	Rp 14,277,000	Rp 14,277,000	Rp 14,277,000	Rp 14,277,000	Rp 14,277,000
<b>Total Biaya Usaha</b>	<b>Rp 99,452,000</b>	<b>Rp 80,487,000</b>	<b>Rp 85,707,000</b>	<b>Rp 90,517,000</b>	<b>Rp 94,377,000</b>
<b>E. Laba Usaha (C-D)</b>	<b>Rp 453,506,350</b>	<b>Rp 507,492,500</b>	<b>Rp 419,491,800</b>	<b>Rp 502,094,800</b>	<b>Rp 462,944,500</b>
<b>F. Biaya Bunga pinjaman</b>	-	-	-	-	-
<b>G. Laba Sebelum Pajak (E-F)</b>	<b>Rp 453,506,350</b>	<b>Rp 507,492,500</b>	<b>Rp 419,491,800</b>	<b>Rp 502,094,800</b>	<b>Rp 462,944,500</b>
<b>H. Pajak (10%)</b>	Rp 45,350,635	Rp 50,749,250	Rp 41,949,180	Rp 50,209,480	Rp 46,294,450
<b>I. Laba Setelah Pajak (Laba Bersih) (G-H)</b>	<b>Rp 408,155,715</b>	<b>Rp 456,743,250</b>	<b>Rp 377,542,620</b>	<b>Rp 451,885,320</b>	<b>Rp 416,650,050</b>

### 4.1.3 Aspek Produksi, Pemasaran, dan Personalia

#### 4.1.3.1 Aspek Produksi

Proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Orang atau badan yang mengolah menciptakan dan menghasilkan barang atau jasa disebut sebagai produsen.

Perusahaan cireng Hasna Bedarasa, merupakan perusahaan yang bergerak pada produk massal (*mass product*). Sehingga, dalam pengimplementasian proses produksinya menggunakan proses produksi secara terus-menerus (*Continuous processes*). Yaitu proses produksi barang atas dasar aliran produk dari satu operasi ke operasi berikutnya tanpa penumpukan disuatu titik dalam proses.

CV Hasna Bedarasa memproduksi cireng isi dengan dua jenis :

- Cireng Isi Reguler
- Cireng Isi Kriuk



Gambar 4. 2 Produk CV Hasna Bedarasa

#### A. Bahan Baku Utama Dan Penolong

Bahan baku merupakan salah satu faktor utama dalam pembuatan produk, penentuan harga jual produk dan kualitas produk yang dihasilkan. Sedangkan

bahan penolong adalah bahan baku yang digunakan untuk melengkapi dalam proses produksi. Penggunaan bahan baku dan penolong pada CV Hasna Bedarasa untuk produksi berupa tepung aci, terigu, dan mentega. Bahan penolong yang digunakan dalam tahapan pengisian rasa adalah bakso, sosis, daging ayam, ati ayam, tuna, daging sapi, kornet, abon, keju, cabai, dan bumbu lainnya.

## **B. Mesin Dan Peralatan**

Berikut adalah mesin dan peralatan yang digunakan CV Hasna Bedarasa pada proses produksi guci yaitu sebagai berikut :

- *Mesin pengaduk* merupakan mesin yang digunakan untuk mengaduk bahan utama dan bumbu.
- *Mesin pemipih besar* merupakan alat yang digunakan untuk memipihkan bongkahan adonan menjadi lempengan adonan (pipih).
- *Mesin pemipih kecil* merupakan alat yang digunakan untuk membuat adonan yang telah dipipihkan menjadi lebih tipis lagi.
- *Alat cetak* merupakan peralatan yang digunakan untuk mencetak bentuk cireng sesuai dengan rasanya.
- *Kompur Gas* merupakan alat yang digunakan untuk memasak air panas yang akan digunakan dalam proses pengadukan bahan.
- *Baskom* merupakan alat yang digunakan sebagai wadah komposisi bahan dan bumbu.
- *Timbangan adonan* merupakan alat untuk mengukur berat bahan yang akan digunakan sebagai adonan yang ukurannya telah ditetapkan.
- *Panci* merupakan alat yang digunakan untuk merebus air panas.
- *Meja Stainless* merupakan meja yang digunakan untuk tempat pengisian rasa dan pencetakan bentuk cireng, karena bahan stainless yang dilapisi minyak akan membuat cireng tidak lengket di meja saat proses produksinya.

- *Boks* merupakan wadah yang digunakan sebagai tempat penyimpanan cireng yang sudah siap untuk dijual.

Tabel 4.3 Mesin

No.	Keterangan	Jumlah
1	Mesin Pengaduk	1 unit
2	Mesin Pemipih Besar	2 unit
3	Mesin Pemipih Kecil	2 unit
	<b>Total mesin</b>	<b>5 unit</b>

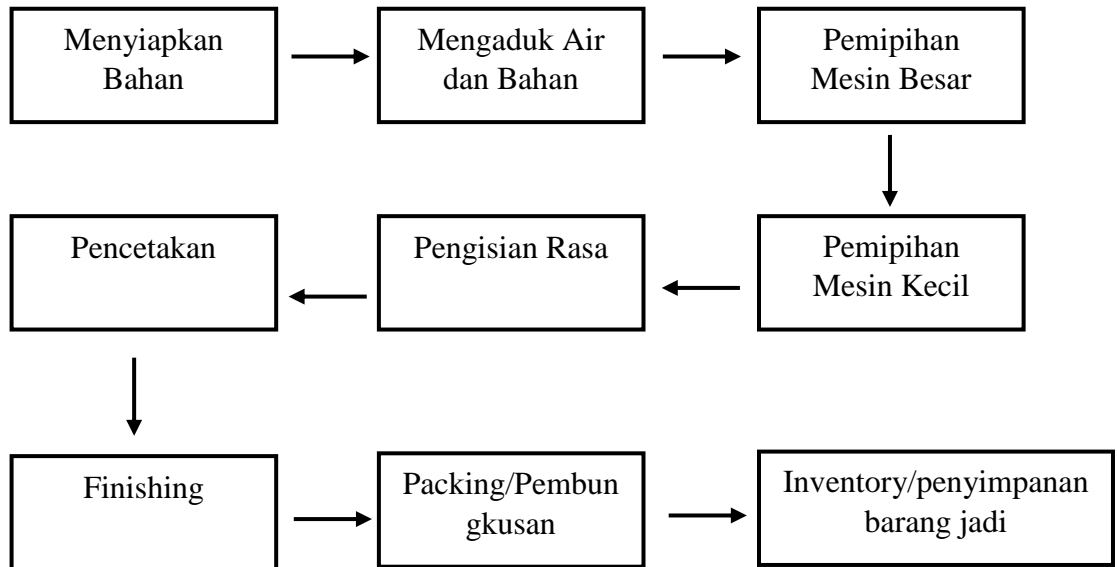
*Sumber : CV Hasna Bedarasa*

Tabel 4.4 Peralatan

No.	Keterangan	Jumlah
1	Kompore Gas	3 unit
2	Panci	6 unit
3	Baskom	5 unit
4	Meja Stainless	15 unit
5	Boks	2000 unit
6	Alat Pencetak Besar	20 unit
7	Alat Pencetak Kecil	10 unit
8	Timbangan Adonan	1 unit
	<b>Total Peralatan</b>	<b>2060 unit</b>

*Sumber : CV Hasna Bedarasa*

### C. Proses Produksi



Gambar 4. 3 Proses Produksi

1. **Menyiapkan Bahan** : Adalah proses yaitu menempatkan bahan dalam suatu wadah yang sudah ditentukan komposisinya. Bahannya antara lain adalah terigu, mentega, aci, dan bumbu (garam, gula, bawang putih, penyedap rasa, lada)



Gambar 4.4 Bahan baku dan bumbu

2. **Mengaduk Air dan Bahan** : Adalah Proses memasukkan air yang benar-benar mendidih ke dalam bahan yang telah disiapkan dan dimasukkan ke dalam mesin pengaduk. Digunakan mesin pengaduk khusus karena akan menghasilkan adonan tekstur kering tidak seperti roti.



Gambar 4.5 Gambar proses pengadukan adonan cireng

3. **Pemipihan Mesin Besar:** Proses pemipihan adonan dengan mesin besar yaitu dengan menyalakan mesin pemipih lalu memasukkan adonan yang tebal agar lebih pipih/tipis. Dilakukan dua kali memasukkannya, di pemipihan yang kedua, adonan dibagi menjadi dua memanjang.



Gambar 4.6 Proses Pemipihan Besar

4. **Pemipihan Mesin Kecil :** Proses pemipihan adonan dengan mesin kecil yaitu kembali memasukkan adonan dari mesin pemipih besar yang telah dibagi dua tersebut agar lebih tipis. Karena biasanya dari mesin besar, adonan masih terlalu tebal. Setelah pipih, adonan dibentuk menjadi gulungan-gulungan.



Gambar 4.7 Proses Pemipihan Kecil

5. **Pengisian Rasa** : Proses Pengisian Rasa ini dilakukan dengan menggelar (membuka adonan dari gulungannya) lalu secara terus menerus meletakkan rasa yang telah diolah dengan resep rahasia dengan garpu. Setelah itu, adonan yang telah diisi, ditutup dengan selembar adonan lagi.



Gambar 4.8 Pengisian Rasa

6. **Pencetakan Bentuk**: Proses pencetakan ini dilakukan pada setiap rasa yang berbeda-beda dengan membedakan bentuk antara rasa satu dengan yang lainnya.



Gambar 4.9 Pencetakan Bentuk

7. **Finishing** : Proses pemeriksaan pada cireng, apakah sudah memenuhi syarat atau belum, jika ada yang cacat maka akan dikembalikan pada proses pencetakan sampai sesuai dengan kualitas yang diharapkan.



Gambar 4.10 Finishing Merapikan Bentuk

**7.a Pemberian Tepung Roti ( untuk cireng kriuk) :** Proses pemberian tepung roti ini, diawali dengan merendam cireng yang telah dicetak dan disempurnakan ke dalam rebusan tepung sagu yang mendidih. Setelah itu diangkat dan diadukkan ke dalam tepung roti.



Gambar 4.11 Pemberian Tepung Roti

8. **Packing/Pembungkusan:** Proses akhir dalam pembuatan cireng yaitu menempatkan cireng pada boks yang telah tersedia.



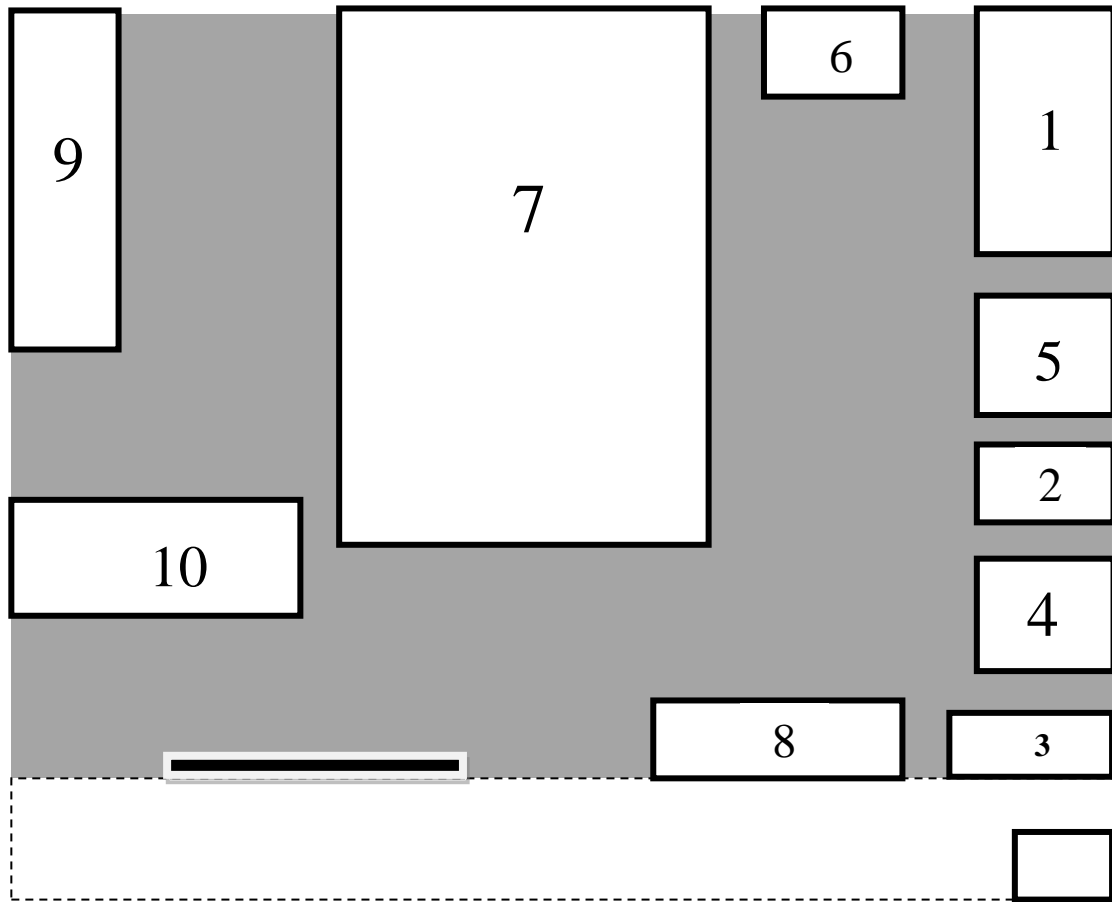
Gambar 4.12 Packing Cireng Menurut Jenisnya

9. **Inventrory/Penyimpanan Barang Jadi:** Tempat terakhir dari proses produksi sebelum barang dikirim.

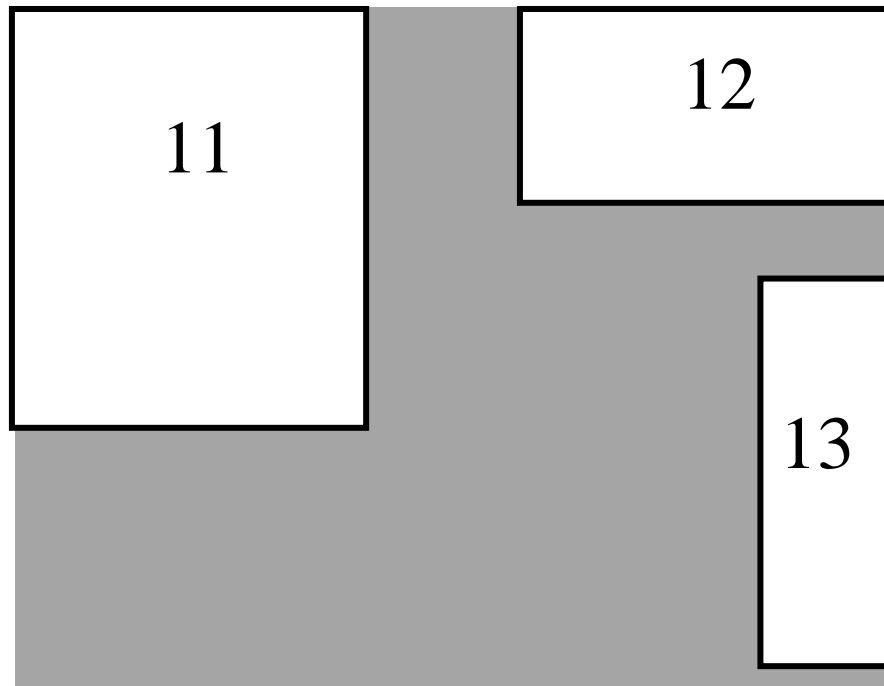


Gambar 4.13 Penyimpanan Barang Jadi

**E.Layout CV Hasna Bedarasa**



Gambar 4.14 Layout lantai 1 CV Hasna Bedarasa



Gambar 4.15 Layout lantai 2 CV Hasna Bedarasa

Keterangan:

1. Gudang Bahan Baku dan Penolong
2. Tempat Timbangan Bahan Baku dan Penolong
3. Ruang Memasak Air
4. Ruang Proses Pengadukan Bahan
5. Ruang Proses Pemipihan Besar
6. Ruang Proses Pemipihan Kecil
7. Ruang Pengisian Rasa dan Pencetakan Bentuk
8. Ruang Quality Control
9. Ruang Pengemasan
10. Etalase Penjualan
11. Kantor
12. Ruang Freezer Cireng
13. Dapur Umum
14. Toilet

#### 4.1.3.2 Aspek Pemasaran

##### A. Gambaran Umum Pemasaran

Menurut William J. Stanton Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

##### a) Produk yang Dipasarkan

Produk yang dipasarkan oleh CV Hasna Bedarasa adalah cireng yang terdiri dari dua jenis, yaitu :

Tabel 4.8 Harga Produk 2011- 2015

NO	PRODUK	HARGA/CIRENG				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Cireng Kriuk	Rp 1,000	Rp 1,000	Rp 1,000	Rp 1,200	Rp 1,200
2	Cireng Reguler	Rp 700	Rp 700	Rp 700	Rp 700	Rp 1,000

*Sumber CV Hasna Bedarasa*

##### b) Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran cireng Hasna Bedarasa sampai saat ini sudah mencapai JABODETABEK, Batam, Pekanbaru, Jogja dan Semarang.

##### c) Segmentasi Pasar

Target utama konsumen cireng aneka rasa adalah anak-anak tapi tidak menutup kemungkinan remaja maupun dewasa dan untuk kalangan konsumen kelas menengah kebawah. Ini dibuktikan dengan fokus perusahaan yang menjual cireng reguler dan cireng kriuk agar mampu di beli oleh kalangan konsumen kelas menengah kebawah, karena dari segi harga jelas lebih murah dibanding dengan cireng yang lain.

#### d) Saluran Distribusi

Suatu barang tidak bergerak secara otomatis dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, setelah barang selesai dibuat dan siap dipasarkan, tahap berikutnya adalah menentukan metode dan cara yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar, namun kita selaku produsen tidak dapat mengontrol alur distribusi ini karena pembeli yang datang bukan hanya konsumen, selain itu ada juga beberapa pengecer yang datang untuk membeli barang hasil produksi. Di dalam CV Hasna Bedarasa saluran distribusi yang ada sebagai berikut:

**a. Produsen                    →                    Konsumen.**

Bentuk saluran ini paling sederhana, dimana produsen menyalurkan barangnya langsung ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

**b. Produsen                    → Pengecer                    →                    Konsumen.**

Pada metode ini produsen tidak langsung menyalurkan produknya pada konsumen, tetapi terlebih dahulu melewati pengecer, dan baru pengecer menyalurkan pada konsumen akhir.

#### A. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk proses pemasaran. Perusahaan cireng Hasna Bedarasa dalam melakukan proses fungsi pemasarannya terdapat tahapan-tahapan yang harus dilalui, yaitu:

**a. Perencanaan (Planning).**

Dalam melakukan proses perencanaan, perusahaan cireng Hasna Bedarasa terlebih dahulu harus mengetahui rasa apa saja yang cocok untuk lidah semua orang dan dapat digemari. Sehingga cireng isi yang akan diproduksi perusahaan akan dapat masuk pasar dan laku di pasaran. Setelah itu, maka perusahaan

membuat racikan bumbu-bumbu dan bahan dasar masing-masing rasa sebagai isi dari cireng yang bertujuan agar perusahaan dapat memproduksi cireng isi yang memiliki rasa khas yang berbeda dari cireng yang lain dan lebih menarik dipasaran.

Selain itu, perusahaan juga harus menyesuaikan permintaan khusus dari para pihak pembeli yang memesan cireng, yaitu dengan mengetahui jenis, rasa, jumlah dan waktu penyelesaiannya, sehingga tidak terjadi kesalahan antara pihak *buyer* dan perusahaan.

**b. Pembelian (Buying).**

CV Hasna Bedarasa 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 diterima oleh masyarakat, sehingga fungsi pemasaran yang dilakukan CV Hasna Bedarasa berhasil dijalankan.

Proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen kepada produsen (CV Hasna Bedarasa) menggunakan saluran distribusi dari produsen langsung kepada konsumen atau pengecer. Nantinya produk-produk CV Hasna Bedarasa digunakan langsung oleh konsumen tersebut atau pun dijual kembali oleh pembeli tersebut. Dalam pembelian produk yang membeli langsung ke CV Hasna Bedarasa dengan bayar di tempat (langsung atau cash) atau menitipkan terlebih dahulu, pelunasannya setelah produk habis terjual. Selain itu konsumen dapat melakukan proses pembelian dengan menghubungi contact person yang ada pada kartu nama perusahaan yang nantinya akan dilanjutkan oleh pemilik perusahaan.

**c. Penyimpanan/penggudangan (Storage).**

Setelah melakukan pembelian, maka perusahaan melakukan penyimpanan. Yaitu suatu usaha untuk melindungi barang agar tetap awet dan tahan lama dengan cara menyimpan pada tempat pendingin yang disediakan perusahaan.

**d. Pembungkusan (Packing).**

Dalam proses pembungkusan, perusahaan mengemas cireng produksinya dalam boks yang cukup untuk memuat 50 pcs cireng dan dalam plastik kemasan yang telah dicetak merk Hasna Bedarasa untuk cireng frozen dengan isi 10 pcs. Cireng dalam boks langsung siap dipasarkan ke konsumen langsung maupun oleh pembeli yang telah melakukan perjanjian sebelumnya. Sedangkan frozen cireng disimpan dalam freezer siap untuk dibeli konsumen.

**e. Pengangkutan (Transportation).**

Proses pengangkutan di perusahaan Hasna Bedarasa ada 2 jenis, yaitu:

1. Dikirim sendiri oleh pihak perusahaan dan biaya operasional ditanggung perusahaan.
2. Diambil langsung oleh pihak pembeli ke perusahaan.

Tabel 4.9 Penjualan 2011 – 2015

Tahun	Jenis	Harga Jual	Unit/tahun		Nilai	
		Per unit (Rp)	Budget (Unit)	Penjualan (Unit)	Budget (Rp)	Realisasi (Rp)
2011	Cireng Kriuk	Rp 1.000		1,022,014		Rp 1,022,014,000
	CirengReguler	Rp 700		1,582,000		Rp 1,107,400,000
<b>Jumlah</b>				<b>2.604.014</b>		<b>Rp 2.129.414.000</b>
2012	Cireng Kriuk	Rp 1.000		1,112,300		Rp 1,112,300,000
	Cireng Reguler	Rp 700		1,774,715		Rp 1,242,300,500
<b>Jumlah</b>				<b>2.887.015</b>		<b>Rp 2.354.600.500</b>

Tahun	Jenis	Harga Jual	Unit/tahun		Nilai	
		Per unit (Rp)	Budget (unit)	Penjualan (Unit)	Budget (Rp)	Realisasi (Rp)
2013	Cireng Kriuk	Rp 1.000		1,145,093		Rp 1,145,093,000

	Cireng Reguler	Rp 700		1,902,507		Rp 1,331,754,900
<b>Jumlah</b>				<b>3.047.600</b>		<b>Rp 2.476.847.900</b>
2014	Cireng Kriuk	Rp 1.200		1,152,600		Rp 1,383,120,000
	Cireng Reguler	Rp 700		1,971,100		Rp 1,379,770,000
<b>Jumlah</b>				<b>3.123.700</b>		<b>Rp 2.762.890.000</b>
2015	Cireng Kriuk	Rp 1.200		1,177,164		Rp 1,412,596,800
	Cireng Reguler	Rp 1.000		2,165,496		Rp 1,515,847,200
<b>Jumlah</b>				<b>3.342.660</b>		<b>Rp 2.928.444.000</b>

Sumber : CV Hasna Bedarasa

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

**a. Melalui internet**

Salah satu cara promosi yang paling mudah dan tidak mengeluarkan banyak biaya adalah melalui internet. Dimana saja dan kapan saja semua orang dapat mengakses internet karena zaman sekarang sudah banyak tersedia telepon genggam yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan untuk mengakses internet. Oleh karena itu, Hasna Bedarasa memilih salah satu promosi lewat internet.

Akun Facebook resmi dari CV Hasna Bedarasa adalah Cireng Isi Hasna Bedarasa. Dalam akun tersebut, perusahaan ini memberikan informasi mengenai jenis dan rasa cireng yang dijualnya, disertai gambar cireng produksinya, juga *contact person* yang dapat dihubungi jika ingin membeli cireng dari CV Hasna Bedarasa.

**b. Promosi dengan pembagian brosur**

Penyebaran brosur yang di lakukan CV Hasna Bedarasa saat melakukan transaksi dengan pembeli dan penyebaran brosur ini dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran ke sekitar perusahaan. Oleh karena itu CV Hasna Bedarasa rutin memesan brosur pada perusahaan percetakan

Tabel 4.10 Biaya Promosi 2011 – 2015

Promosi	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Brosur	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 400.000	Rp 300.000	Rp 300.000
Pulsa Internet	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.150.000	Rp 1.800.000	Rp 1.500.000
<b>Total</b>	<b>Rp 2.750.000</b>	<b>Rp 2.750.000</b>	<b>Rp 2.550.000</b>	<b>Rp 2.100.000</b>	<b>Rp 1.800.000</b>

Sumber : CV Hasna Bedarasa

**B. Biaya Pemasaran**

Biaya Pemasaran adalah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan pemasaran dalam periode tertentu. Biaya Pemasaran yang dikeluarkan adalah biaya gaji bagian pemasaran, biaya distribusi, biaya promosi, biaya desain dan biaya pengiriman barang. Rinciannya sebagai berikut :

Tabel 4.11 Biaya Pemasaran

CV Hasna Bedarasa Biaya Pemasaran tahun 2011-2015					
Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
Gaji/Upah Bag. Pemasaran	Rp 15.900.000	Rp 16.500.000	Rp 16.800.000	Rp 17.400.000	Rp 18.000.000
Biaya Distribusi	Rp 12.500.000	Rp 12.700.000	Rp 14.500.000	Rp 15.700.000	Rp 16.100.000
Biaya Packaging	Rp 25.715.000	Rp 5.300.000	Rp 8.000.000	Rp 10.500.000	Rp 13.000.000
Biaya Promosi	Rp 2.750.000	Rp 2.750.000	Rp 2.550.000	Rp 2.100.000	Rp 1.800.000
<b>Total</b>	<b>Rp56.865.000</b>	<b>Rp 37.250.000</b>	<b>Rp 41.850.000</b>	<b>Rp45.700.000</b>	<b>Rp48.900.000</b>

Sumber :Wawancara & Data Diolah

#### **4.1.3.3 Aspek Personalia**

Manajemen personalia adalah manajemen yang mengkhususkan diri dalam bidang pengelolaan sumber daya manusia. Dalam bidang personalia di perusahaan cireng Hasna Bedarasa pengelolaannya dilakukan oleh pemilik perusahaan itu sendiri, karena perusahaan tidak memiliki karyawan khusus yang bertugas menangani bagian personalia.

##### **A. Perekrutan dan Penempatan Karyawan**

Adapun proses-proses perekrutan karyawan yang dilakukan perusahaan CV Hasna Bedarasa adalah sebagai berikut:

#### **1. Pendaftaran Calon Karyawan.**

Perusahaan tidak mempunyai kriteria khusus dalam menerima calon karyawannya. Yang terpenting adalah tekad dan motivasi yang kuat dalam bekerja. Selain itu, perusahaan juga memberitahukan hak-hak dan kewajiban yang akan mereka dapatkan agar tidak terjadi konflik dikemudian hari. Adapun klasifikasi pendidikan hanya terbatas pada bagian administrasi yaitu pendidikan min. SLTA atau sederajat, sedangkan untuk bagian produksi perusahaan tidak memberikan klasifikasi pendidikan.

#### **2. Seleksi Calon Karyawan.**

Setelah menerima pendaftaran calon karyawan, tidak ada seleksi khusus untuk para karyawan baru. Namun, pengalaman lebih diutamakan untuk posisi admin dan salesman. Untuk karyawan proses produksi tidak ada seleksi khusus yang dilakukan perusahaan.

#### **3. Training karyawan Baru.**

Perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan pada saat permulaan kerja sampai karyawan benar-benar mengerti, memahami, dan mampu melaksanakan pekerjaannya dengan baik. Bentuk pelatihan ini ditujukan agar seluruh karyawan nantinya dapat mengerjakan langkah-langkah proses produksi

dari awal hingga akhir. Karena ada jadwal *rolling* untuk para karyawan berganti tugas.

#### 4. Penempatan.

Proses terakhir adalah penempatan karyawan di bagian mana dia akan bekerja, apakah ditempatkan di pengadukan, pemipihan, pengisian rasa, pencetakan, atau dalam proses produksi lainnya. Hal ini bertujuan agar karyawan mempunyai berbagai kemampuan.

Adapun rincian tenaga kerja yang terdapat dalam CV Hasna Bedarasa dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.12 Daftar Tenaga Kerja

<b>Daftar Tenaga Kerja CV Hasna Bedarasa</b>			
<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Pekerja</b>	<b>Jumlah Pekerja</b>
		<b>2011 – 2013</b>	<b>2014 – 2015</b>
1	Bagian Produksi	26	30
2	Bagian Pemasaran	15	17
3	Bagian Administrasi	2	2
4	Supir	1	1
5	OB	1	1
6	Security	1	1
<b>JUMLAH</b>		<b>46 Orang</b>	<b>52 Orang</b>

*Sumber : CV Hasna Bedarasa*

Karyawan dalam bidang produksi merupakan jumlah karyawan yang paling banyak. Ini dikarenakan dalam bidang produksi membutuhkan lebih banyak tenaga kerja untuk menyelesaikan target produksi yang ditentukan. Berikut adalah rincian jumlah karyawan dalam bidang produksi :

Tabel 4.13 Tenaga Kerja Bagian Produksi

<b>Jenis pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>
Perebusan air dan mengaduk adonan	2 Orang
Pemipihkan Adonan Besar	4 Orang
Pemipihkan Adonan Kecil	4 Orang
Pengisian Rasa	3 Orang
Mencetak	8 Orang
Finishing/proses akhir	2 Orang
Quality Control	3 Orang
Packing/pembungkusan	4 Orang
<b>Total</b>	<b>30 Orang</b>

*Sumber : CV Hasna Bedarasa*

#### B. Penilaian Kinerja (evaluasi)

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

Cara perusahaan memanajemenkan dan mengembangkan sumber daya manusianya, yaitu dengan cara:

- a. Mengajarkan cara penggunaan mesin dari mesin pengaduk hingga mesin pemipih.
- b. Mengajarkan cara pencetakan cireng yang benar dan cepat.
- c. Memindah-mindahkan penempatan karyawan agar dapat berkembang dan tidak hanya memiliki satu keahlian.
- d. Melakukan evaluasi setiap 2 bulan sekali kepada masing-masing kordinator.
- e. Mengajarkan karyawan melaksanakan sholat tepat waktu.

### C. Kesejahteraan Karyawan

Kesejahteraan adalah balas jasa lengkap (materi dan non materi) yang diberikan oleh pihak perusahaan berdasarkan kebijaksanaan. Tujuannya untuk mempertahankan dan memperbaiki kondisi fisik dan mental karyawan agar produktifitasnya meningkat. CV Hasna Bedarasa dalam memberikan kesejahteraan karyawan dengan cara pemberian gaji yang sesuai dengan hasil produksi kecuali bagian administrasi, jika ada karyawan yang terkena musibah atau sakit maka perusahaan akan memberikan dana bantuan sesuai dengan persetujuan pemimpin / pemilik perusahaan.

#### a. **Manajemen upah.**

Perusahaan memberikan upah karyawannya berdasarkan kemampuan dan keahlian yang dimiliki oleh masing-masing karyawan. Semakin tinggi kemampuan dan keahlian karyawan tersebut, maka semakin tinggi upah yang diberikan perusahaan.

Ada 2 cara upah mengalami kenaikan:

- a. Inflasi, setiap tahun seluruh karyawan akan mengalami kenaikan upah walaupun persentasenya kecil.
- b. Prestasi, dalam menaikkan upahnya pemilik akan bekerjasama dengan kordinator dari masing-masing bagian, untuk melihat perkembangan anak buahnya apakah sudah pantas upahnya untuk dinaikkan. Jadi dalam hal ini bukan pemilik sendiri yang menilai.

Adapun kordinator tiap-tiap bagian dipilih berdasarkan:

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

**b. Penyediaan insentif dan kesejahteraan.**

- a. Setiap karyawan akan mendapatkan insentif setiap bulannya jika dapat bekerja dengan baik.
- b. Masing-masing karyawan mendapat THR setiap tahunnya.
- c. Setiap karyawan diperbolehkan untuk kasbon setiap bulannya.
- d. Jika sakit, maka pengobatan akan diganti sesuai dengan biaya pengobatan yang ditanggung karyawan menggunakan uang pribadi direktur perusahaan.

**D. Pemutusan Hubungan Kerja**

Pemutusan Hubungan Kerja adalah pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antara pekerja dan pengusaha. Pemutusan hubungan kerja mengakibatkan dampak negatif bagi perusahaan karena dengan adanya pemutusan kerja, maka perusahaan wajib membayar uang pesangon sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dan harus sesuai dengan masa kerja karyawan tersebut.

Dalam hal ini, CV Hasna Bedarasa dalam memberhentikan kerja tidak mengatur atau menggunakan sistem pemberhentian kerja yang berlaku pada perusahaan pada umumnya. Pemberhentian kerja biasanya terjadi karena permintaan dari karyawannya sendiri.

**E. Produktivitas Kerja**

Menurut Hasibuan (1996), Produktivitas adalah perbandingan antara output (hasil) dengan input (masukan). Jika produktivitas naik ini hanya dimungkinkan oleh adanya peningkatan efisiensi waktu, bahan, dan tenaga, dan sistem kerja, teknik produksi, dan adanya peningkatan ketrampilan dari tenaga kerjanya. Maka untuk menghitung produktivitas karyawan dengan cara :  
Produktivitas = efektifitas menghasilkan output/efisiensi menggunakan input.  
Produktifitas berarti keseimbangan antara semua faktor-faktor produksi yang akan memberikan output yang paling besar dengan usaha tertentu.

### **Produktivitas kerja = input : output**

Tahun 2011

Penjualan	:	Jumlah Karyawan	=	
1.022.014 Unit		26 Orang	=	39.308 Unit/Orang

Tahun 2012

Penjualan	:	Jumlah Karyawan	=	
1.112.300 Unit		26 Orang	=	42.780 Unit/Orang

Tahun 2013

Penjualan	:	Jumlah Karyawan	=	
1.145.093 Unit		26 Orang	=	44.042 Unit/Orang

Tahun 2014

Penjualan	:	Jumlah Karyawan	=	
1.152.600 Unit		30 Orang	=	38.420 Unit/Orang

Tahun 2015

Penjualan	:	Jumlah Karyawan	=	
1.177.164 Unit		30 Orang	=	39.388 Unit/Orang

## **4.2 Pengolahan Data**

### **4.2.1 Aspek Keuangan**

#### **A. Klasifikasi Biaya Pada CV Hasna Bedarasa**

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

1. Biaya tetap CV Hasna Bedarasa terdiri dari :

- a) Biaya gaji administrasi
- b) Biaya perlengkapan kantor
- c) Biaya penyusutan inventaris
- d) Biaya penyusutan kendaraan
- e) Biaya penyusutan mesin

- f) Biaya penyusutan peralatan
  - g) Biaya penyusutan bangunan
  - h) Biaya gaji bag. Pemasaran
  - i) Biaya listrik pabrik
  - j) Biaya telepon kantor
  - k) Biaya listrik kantor
  - l) Biaya pemeliharaan mesin
  - m) Biaya distribusi
  - n) Biaya promosi
  - o) Biaya packaging
2. Biaya variabel CV Hasna Bedarasa terdiri dari :
- a) Biaya bahan baku
  - b) Biaya tenaga kerja langsung
  - c) Biaya bahan penolong

## BAB V

### ANALISA DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Analisa

##### A. Biaya Tetap Dan Biaya Variabel

Tabel 5. 1 Klasifikasi Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Tahun 2015

Klasifikasi Biaya Tetap Dan Biaya Variabel			
Data Perusahaan Per 31 Desember Tahun 2015			
Uraian	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Total
<b>Biaya Produksi</b>			
Biaya Bahan Baku		Rp 318.698.100	Rp 318.698.100
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp 585.000.000	Rp 585.000.000
Biaya Bahan Penolong		Rp 1.443.384.400	Rp 1.443.384.400
Biaya Listrik dan Air Pabrik	Rp 13.200.000	Rp 2.354.328	Rp 15.554.328
Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp 130.000	Rp 1.177.164	Rp 1.307.164
Biaya Penyusutan Bangunan	Rp 3.800.000		Rp 3.800.000
Biaya Penyusutan Mesin	Rp 2.605.000		Rp 2.605.000
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp 3.078.000		Rp 3.078.000
<b>Biaya Usaha</b>			
Biaya Pemasaran :			
Gaji/Upah Bagian Pemasaran	Rp 18.000.000		Rp 18.000.000
Biaya Distribusi	Rp 16.100.000		Rp 16.100.000
Biaya Promosi	Rp 1.800.000		Rp 1.800.000
Biaya Packaging	Rp 13.000.000		Rp 13.000.000
Biaya Gaji Admministrasi	Rp 28.500.000		Rp 28.500.000
Biaya Listrik dan Air	Rp 15.800.000		Rp 15.800.000
Biaya Telepon Kantor	Rp 4.800.000		Rp 4.800.000
Biaya Perlengkapan Kantor	Rp 1.150.000		Rp 1.150.000
Biaya Penyusutan Inventaris	Rp 2.800.000		Rp 2.800.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp 1.994.000		Rp 1.994.000
Total	Rp 126.757.000	Rp 2.350.613.992	Rp 2.477.370.992

### C. Biaya Semivariabel

Biaya semi variabel harus dipisahkan elemen tetapnya sehingga dapat diketahui elemen variabelnya. Biaya yang mengalami pemisahan meliputi biaya listrik dan biaya pemeliharaan mesin. Perhitungan pemisahan biaya semi variabel:

Perhitungan biaya listrik tahun 2015 pada CV Hasna Bedarasa dengan metode biaya cadangan (standby cost method) sebagai berikut :

Tabel 5.2 Penghitungan Biaya Listrik Semivariabel

Volume Produksi	Biaya	Keterangan
1.177.164	Rp 15.800.000	Total Biaya
0	Rp 13.200.000	Total Biaya Tetap (sebagai cadangan)
1.177.164	Rp 2.600.000	Selisih ( total biaya variabel)

Berdasarkan data tersebut , maka

$$\text{Biaya Tetap (a)} = \text{Rp } 13.200.000$$

$$\text{Biaya variabel per unit (b)} = \frac{\text{Rp } 2.600.000}{1.177.164} = \text{Rp } 2,-$$

Dengan demikian fungsi biaya listrik :

$$Y = 13.200.000 + 2x$$

Perhitungan biaya pemeliharaan mesin tahun 2015 pada CV Hasna Bedarasa dengan metode biaya cadangan (standby cost method) sebagai berikut :

Tabel 5.3 Penghitungan Biaya Pemeliharaan Mesin Semivariabel

Volume Produksi	Biaya	Keterangan
1.177.164	Rp 1.450.000	Total Biaya
0	Rp 130.000	Total Biaya Tetap (sebagai cadangan)
1.177.164	Rp 1.320.000	Selisih ( total biaya variabel)

Berdasarkan data tersebut , maka

$$\text{Biaya Tetap (a)} = \text{Rp } 130.000$$

$$\text{Biaya variabel per unit (b)} = \frac{\text{Rp } 1.320.000}{1.177.164} = \text{Rp } 1,-$$

Dengan demikian fungsi biaya listrik :

$$Y = 130.000 + 1x$$

Berikut hasil pemisahan realisasi biaya semi variabel tahun 2015.

Tabel 5.4 Biaya Semivariabel CV Hasna Bedarasa pada tahun 2015

Keterangan	JUMLAH	
	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp 130.000	Rp 1.177.164
Biaya Listrik dan air	Rp 13.200.000	Rp 2.354.328
<b>Total Biaya Semivariabel</b>	<b>Rp 13.330.000</b>	<b>Rp 3.531.492</b>

*Sumber: Data Diolah*

#### D. Komposisi Biaya Untuk Masing-Masing Produk

Tabel 5. 5 Komposisi Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Per Produk Tahun 2015

Keterangan	Penjualan
Cireng Isi Kriuk	Rp1.412.596.800
Cireng Isi Reguler	Rp2.165.496.000
Total	Rp3.578.092.800

Menghitung presentase penjualan masing-masing produk :

- Cireng Isi Kriuk =  $\frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$   
=  $\frac{1.412.596.800}{3.578.092.800} \times 100\%$   
= 40%
- Cireng Isi Reguler =  $\frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$   
=  $\frac{2.165.496.000}{3.578.092.800} \times 100\%$   
= 60%

Berikut ini adalah tabel presentase penjualan masing-masing produk :

Tabel 5.6 Presentase Penjualan Masing-Masing Produk

Keterangan	Penjualan	Presentase
Cireng Isi Kriuk	Rp 1.412.596.800	40%
Cireng Isi Reguler	Rp 2.165.496.000	60%
Total	Rp 3.578.092.800	100%

Menghitung Biaya Tetap dan Biaya Variabel masing-masing produk dengan asumsi presentase penjualan masing-masing produk

- Biaya Tetap Cireng Isi Kriuk = Total Biaya Tetap x Presentase Penjualan  
= Rp 126.757.000 x 40%  
= Rp 50.702.800

- Biaya Tetap Cireng Isi Reguler = Total Biaya Tetap x Presentase Penjualan  

$$= \text{Rp } 126.757.000 \times 60\%$$

$$= \text{Rp } 76.054.200$$
- Biaya Variabel Cireng Isi Kriuk = Total Biaya Variabel x Presentase Penjualan  

$$= \text{Rp } 2.350.613.992 \times 40\%$$

$$= \text{Rp } 940.245.596$$
- Biaya Variabel Cireng Isi Reguler = Total Biaya Variabel x Presentase Penjualan  

$$= \text{Rp } 2.350.613.992 \times 60\%$$

$$= \text{Rp } 1.410.368.395$$

Tabel 5.7 Biaya Tetap dan Biaya Variabel Masing-Masing Produk

Keterangan	Penjualan	Persentase	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Cireng Isi Kriuk	Rp 1,412.596.800	40%	Rp 50.702.800	Rp 940.245.596
Cireng Isi Reguler	Rp 2.165.496.000	60%	Rp 76.054.200	Rp 1.410.368.395
Total	Rp 3.578.092.800	100%	Rp 126.757.000	Rp 2.350.613.992

### E. Perhitungan *Break Even Point* Atas Dasar Unit dan Rupiah Tahun 2015

Keterangan

$$Q \text{ (cireng kriuk)} = 1,177,164 \text{ pcs}$$

$$FC \text{ (cireng kriuk)} = \text{Rp } 50.702.800$$

$$VC \text{ (cireng kriuk)} = \text{Rp } 940.245.596$$

$$S \text{ (cireng kriuk)} = \text{Rp } 1,412.596.800$$

**Langkah 1:** Menghitung biaya variabel per unit pada cireng kriuk

$$V(\text{cireng kriuk}) = \frac{VC \text{ (cireng kriuk)}}{Q}$$

$$V(\text{cireng kriuk}) = \frac{\text{Rp } 940.245.596}{1.177.164} = \text{Rp. } 798,73798/\text{pcs}$$

**Langkah 2 :** Menghitung *break even poin* atas dasar unit pada cireng kriuk

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

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Rp. } 50.702.800}{\text{Rp. } 1.200 - \text{Rp. } 798,73798} = 126.358,333 \text{ pcs}$$

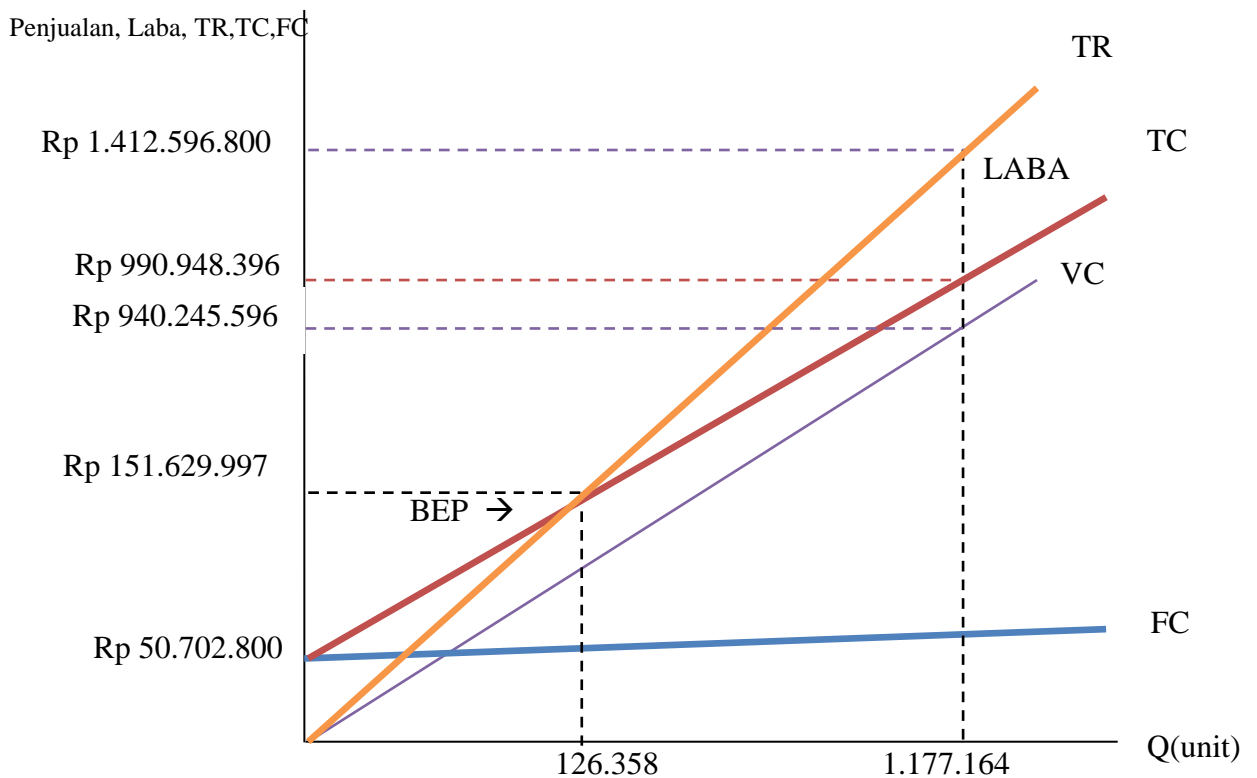
Dibulatkan menjadi 126.358 pcs.

**Langkah 3:** Menghitung *break even poin* atas dasar rupiah pada cireng kriuk

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

$$\text{BEP(Rupiah)}_{\text{cireng kriuk}} = \frac{\text{Rp. } 50.702.800}{1 - \frac{\text{Rp. } 940.245.596}{\text{Rp. } 1.412.596.800}} = \text{Rp. } 151.629.997$$

Gambar 5. 1 Grafik BEP Cireng Kriuk Tahun 2015



## F. Perencanaan Laba Tahun 2016

Asumsi :

Perencanaan laba tahun 2016 dengan keuntungan sebesar Rp 200.000.00 dengan kenaikan 10 % harga jual cireng kriuk, unit, biaya variabel dan biaya tetap  
Diketahui :

$$Q \text{ (cireng kriuk)} = 1.294.880 \text{ pcs}$$

$$FC \text{ (cireng kriuk)} = \text{Rp}55.773.080$$

$$VC \text{ (cireng kriuk)} = \text{Rp}1.034.270.156$$

$$S \text{ (cireng kriuk)} = \text{Rp} 1.709.241.600$$

$$P \text{ (cireng kriuk)} = \text{Rp}.1.320$$

**Langkah 1:** Menghitung biaya variabel per unit pada cireng kriuk

$$V(\text{cireng kriuk}) = \frac{VC \text{ (cireng kriuk)}}{Q}$$

$$V(\text{cireng kriuk}) = \frac{\text{Rp } 1.034.270.156}{1.294.880} = \text{Rp } 798,7382272/\text{pcs}$$

**Langkah 2 :** Menghitung *break even poin* atas dasar unit pada cireng kriuk

$$BEP \text{ (Unit)} = \frac{FC + LABA}{P - V}$$

$$BEP \text{ (Unit)} = \frac{\text{Rp } 55.773.080 + \text{Rp } 200.000.000}{\text{Rp } 1.320 - \text{Rp } 798,7382272} = 490.680,6778 \text{ pcs}$$

Dibulatkan menjadi 490.680 pcs

**Langkah 3:** Menghitung *break even poin* atas dasar rupiah pada cireng kriuk

$$BEP(\text{Rupiah}) = \frac{FC + LABA}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$\text{BEP(Rupiah)} = \frac{\text{Rp } 55.773.080 + \text{Rp } 200.000.000}{1 - \frac{\text{Rp } 1.034.270.156}{\text{Rp } 1.709.241.600}} = \text{Rp. } 647.698.493,8$$

Dibulatkan menjadi Rp 647.698.494

**Pembuktian perencanaan laba :**

Penjualan= unit BEP x harga per produk= 490.680,6778 xRp 1320=

Rp647.698.494,7

Biaya :

-Biaya Variabel= unit BEP x biaya variabel/unit= 490.680,6778 x 798,7382272

= Rp 391.925.541,7

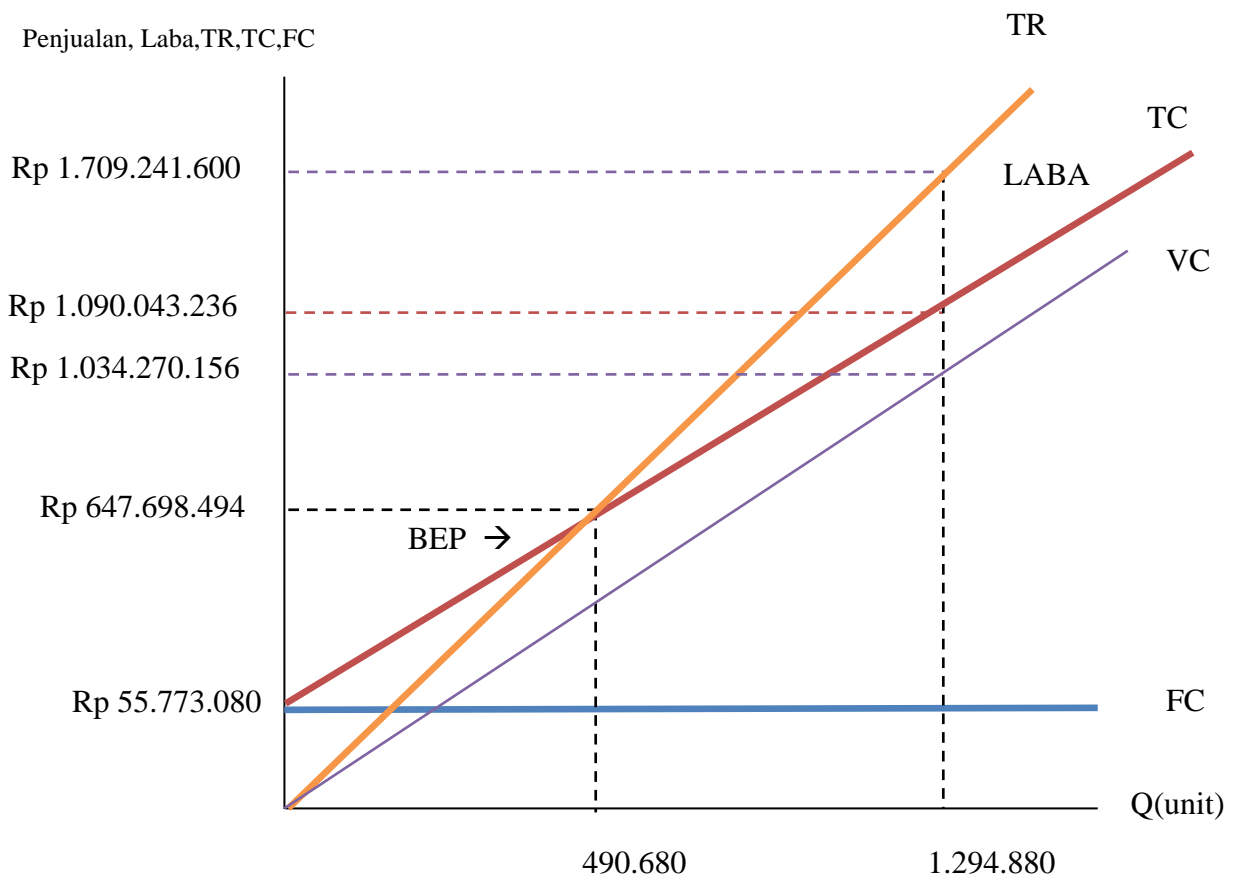
-Biaya Tetap

= Rp 55.773.080

=Rp 447.698.494,7

**= Rp 200.000.000**

Gambar 5.2 Perencanaan BEP tahun 2016



### **G.Margin of Safety**

Margin of safety artinya tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan agar tidak menderita rugi.

Rumus :

$$\text{MoS} = \frac{\text{Penjualan per budget} - \text{penjualan per BEP}}$$

Penjualan per budget

❖ Margin of Safety tahun 2015

$$\text{MoS} = \frac{\text{Rp } 647.698.494 - \text{Rp } 151.629.997}{\text{Rp } 647.698.494} \times 100\% = 76\%$$

$$\text{MoS unit} = \frac{\text{Rp } 647.698.494}{\text{Rp } 1.200} = 413.390 \text{ unit}$$

76% x Rp 647.698.494 = Rp 496.068.497, dengan jumlah unit sebanyak 413.390 unit. Artinya penurunan penjualan yang masih dapat diterima atau perusahaan belum merugi tidak boleh turun dari margin of safety yaitu 76% atau sebesar Rp 496.068.497 dan 413.390 unit dari rencana penjualan sebesar Rp 647.698.494 dan 539.748 unit.

❖ Margin of Safety tahun 2016

Diasumsikan penjualan per budget sebesar Rp 1.200.000.000,-

$$\text{MoS} = \frac{\text{Rp. } 1.200.000.000 - \text{Rp } 647.698.493}{\text{Rp. } 950.000.000} \times 100\% = 46\%$$

$$\text{MoS unit} = \frac{\text{Rp } 552.301.507}{\text{Rp } 1.320} = 418.410 \text{ unit}$$

$46\% \times \text{Rp } 1.200.000.000 = \text{Rp } 552.301.507$  dengan jumlah unit sebanyak 418.410 unit. Artinya penurunan penjualan yang masih dapat diterima atau perusahaan belum merugi tidak boleh turun dari margin of safety yaitu 46% atau sebesar Rp 552.301.507 dan 418.410 unit dari rencana penjualan sebesar Rp 1.200.000.000 dan 910.000 unit.

## 5.2 Pembahasan

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

- a. Total biaya tetap pada keseluruhan cireng sebesar Rp.126.757.000 dengan biaya tetap pada cireng kriuk sebesar Rp.50.702.800 dan total biaya variabel pada keseluruhan cireng sebesar Rp.2.350.613.992 dengan biaya variabel pada cireng kriuk sebesar Rp.940.245.596.
- b. Penghitungan *Break Even Point* menggunakan data perusahaan tahun 2015 diketahui titik impas dimana  $TR = TC$  berada pada titik penjualan cireng kriuk sebesar 126.358 pcs dengan penjualan sebesar Rp 151.629.997.
- c. Mos (Marginal Of Safety) atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan tidak boleh turun lebih dari yaitu 76% atau sebesar Rp 496.068.497. atau 413.390 unit dari rencana penjualan sebesar Rp 647.698.494 agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- d. Perhitungan *Break Even Point* tersebut dapat digunakan untuk menghitung laba yang diharapkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan sebesar Rp 200.000.000 dan dengan kenaikan 10% pada harga jual, unit, biaya tetap dan biaya variabel. Perusahaan mendapat titik impas dimana unit cireng kriuk sebesar 490.680 pcs dengan rupiah sebesar Rp 647.698.494.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pembahasan, dapat di ambil kesimpulan oleh penulis sebagai berikut :

1. Hasil pengklasifikasian biaya tetap dan biaya variabel cireng kriuk CV Hasna Bedarasa pada tahun 2015 menghasilkan biaya total (TC) sebesar Rp 990.948.396 dengan biaya tetap sebesar Rp 50.702.800 dan biaya variabel sebesar Rp 940.245.596. Dari perhitungan pada bab V, dapat diketahui *break even point* pada cireng kriuk menggunakan data perusahaan tahun 2015 diketahui titik impas dimana  $TR = TC$  berada pada titik penjualan cireng kriuk sebesar 126.358 pcs dengan penjualan sebesar Rp 151.629.997.
2. Dari perhitungan Break Even Point tersebut dapat digunakan untuk menghitung laba yang diharapkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan sebesar Rp 200.000.000 dan dengan kenaikan 10% pada unit, harga jual, biaya tetap dan biaya variable pada data tahun 2015 perusahaan harus memproduksi dan menjual cireng kriuk sebanyak 490.680 pcs dengan penjualan sebesar Rp 647.698.494.
3. Disamping itu dapat juga diketahui bahwa penurunan penjualan yang masih dapat diterima atau perusahaan belum merugi karena volume penjualan perusahaan yang bersangkutan tidak boleh turun dari margin of safety yaitu 76% atau sebesar Rp 496.068.497 atau 413.390 unit dari rencana penjualan sebesar Rp 647.698.494.

#### 6.2 Saran

Setelah memperhatikan kesimpulan di atas, maka penulis menyarankan kepada pihak perusahaan agar :

1. Dapat menggunakan metode *break even point* dalam merencanakan laba yang diinginkan pada waku yang akan datang.

2. Dapat mengelompokkan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel dalam merencanakan laba menggunakan metode break even point.
3. Perusahaan dapat menghitung berapa banyak penjualan di masa yang akan datang dengan metode *break even point* karena dapat dijadikan sebagai acuan seberapa banyak barang yang harus diproduksi dan seberapa besar pendapatan yang mungkin diperoleh pada masa yang akan datang. Sehingga perusahaan bisa membuat perencanaan produksi, dan perencanaan biayanya.
4. Perusahaan hendaknya melakukan perhitungan margin of safety agar perusahaan dapat menentukan seberapa batas aman penurunan penjualan produk untuk tahun yang ditentukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Halim, Abdul & Bambang Supomo. 2014. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta : BPFE.
- Jusup, Al Haryono. 2005. Dasar-dasar Akuntansi. Yogyakarta : Aditya Media.
- Mardiyanto, Handono. 2008. Inti Sari Manajemen Keuangan. Jakarta : Grasindo.
- Munawir, S. 1992. Analisa Laporan Keuangan Edisi 4. Yogyakarta : Liberty.
- Mulyadi. 2012. Akuntansi Biaya Edisi 5. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.
- Riyanto, Bambang. 2010. Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan. Yogyakarta : BPFE.