

**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* SEBAGAI ALAT
PERENCANAAN PENJUALAN PADA TINGKAT LABA YANG
DIHARAPKAN**

**(Studi pada Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Periode 2008-2010)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

RIZKI AMELIA PUTRI

0810320379



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
MANAJEMEN KEUANGAN
MALANG
2012**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS *BREAK EVEN POINT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN PENJUALAN PADA TINGKAT LABA YANG DIHARAPKAN (STUDI PADA PERUSAHAAN KRIPIK BUAH "J2" TUMPANG MALANG PERIODE 2008-2010)

Disusun oleh : RIZKI AMELIA PUTRI

NIM : 0810320379

Fakultas : ILMU ADMINISTRASI

Jurusan : ADMINISTRASI BISNIS

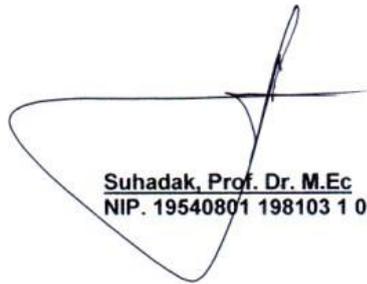
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN

Malang, Februari 2012

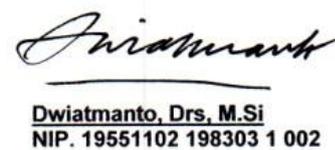
Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota



Suhadak, Prof. Dr. M.Ec
NIP. 19540801 198103 1 005



Dwiatmanto, Drs. M.Si
NIP. 19551102 198303 1 002

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

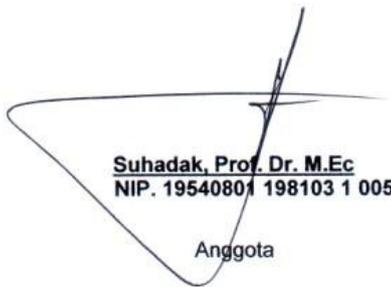
Hari : Senin
 Tanggal : 6 Februari 2012
 Jam : 08.00 – 09.00 WIB
 Skripsi Atas Nama : Rizki Amelia Putri
 Judul : ANALISIS *BREAK EVEN POINT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN PENJUALAN PADA TINGKAT LABA YANG DIHARAPKAN (STUDI PADA PERUSAHAAN KRIPIK BUAH "J2" TUMPANG MALANG PERIODE 2008-2010)

dan dinyatakan lulus

MAJELIS PENGUJI

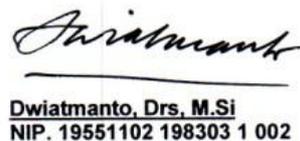
Ketua

Anggota



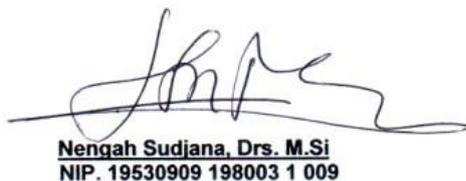
Suhadak, Prof. Dr. M.Ec
 NIP. 19540801 198103 1 005

Anggota

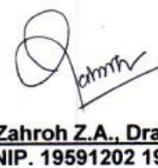


Dwiatmanto, Drs. M.Si
 NIP. 19551102 198303 1 002

Anggota



Nengah Sudjana, Drs. M.Si
 NIP. 19530909 198003 1 009



Zahroh Z.A., Dra. M.Si
 NIP. 19591202 198403 2 001



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, Februari 2012

Mahasiswa

Nama : Rizki Amelia Putri

NIM : 0810320379

MOTTO

"Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh".

BY Andrew Jackson

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan)".

(QS. Al Insyirah : 6)



RINGKASAN

Rizki Amelia Putri, 2012, Analisis *Break Even Point* Sebagai Salah Satu Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (studi pada Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang Periode 2008-2010), Suhadak, Prof.Dr.M.Ec, Dwi Atmanto, Drs. M.Si., 117 halaman.

Perusahaan Kripik Buah “J2” merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan ringan dengan hasil produksinya yaitu berupa kripik buah. Perusahaan ini merupakan perusahaan multiproduk yang memiliki permasalahan yaitu realisasi laba yang tidak sesuai dengan laba yang diharapkan.

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui penerapan analisis *Break Even Point* sebagai dasar dalam merencanakan laba Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang pada periode 2008-2010 dan mengetahui besarnya tingkat penjualan yang harus dicapai oleh Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang pada periode 2008-2010 untuk mencapai laba yang diharapkan.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan jenis penelitian kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah biaya yang ada dalam perusahaan meliputi biaya tetap, biaya variabel, biaya semivariabel, harga jual per satuan produk, volume penjualan dan besarnya tingkat laba yang diharapkan.

Penerapan Analisis *Break Even Point* sebagai dasar dalam merencanakan laba Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang pada periode 2008-2010 dilakukan melalui beberapa tahap, dimana tahap pertama yaitu biaya diklasifikasikan dan memisahkan serta menggolongkan biaya berdasarkan perilaku biaya atau klasifikasi biaya dalam hubungannya dengan volume kegiatan perusahaan sehingga dapat dikelompokkan kedalam biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel. Langkah selanjutnya yaitu mengelompokkan dan mengidentifikasi biaya semivariabel ke dalam jenis biaya tetap dan variabel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*Least Square Method*), melakukan perhitungan margin kontribusi, menentukan *Break Even Point*, *minimal sales*, dan langkah terakhir menentukan *margin of safety*.

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa tingkat penjualan yang harus dicapai oleh Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang pada periode 2008-2010 untuk mencapai laba yang diharapkan sebesar Rp 268.974.546,6 perusahaan harus memperoleh pendapatan minimal sebesar Rp 1.144.375.670. Analisis *Break Even Point* ini dapat digunakan oleh Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang untuk membuat ramalan BEP yang akan datang sehingga pimpinan dapat mencapai tujuan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

SUMMARY

Rizki Putri Amelia, 2012, Break Event Point Analysis as One of Sales Planning Tool at Rate of Expected Profit (Study on Fruit Chips Company "J2" Tumpang Malang in the 2008-2010 Periods), Suhadak, Prof. Dr. M.Ec. Dwi Atmanto, Drs. M.Si., 117 pages.

Fruit Chips Company "J2" is a manufacturing company engaged in the production of snacks with fruit chips as their product. It is a multi-product company that has the problem of income realization that is inconsistent with the rate of expected profit.

The goal of research conducted was to determine the application of Break Event Point analysis as a basis in profit planning of Fruit Chips Company "J2" Tumpang Malang in the 2008-2010 periods and find out the level of sales that must be achieved by Fruit Chips Company "J2" Tumpang Malang in the 2008-2010 periods to achieve the expected profit.

The analysis method used is descriptive analysis method with the type of quantitative research. Variables that exist in this study are costs in the company include fixed costs, variable costs, semi variable costs, selling price of unity products, sales volume and amount of the expected rate of profit.

The application of Break Event Point analysis as a basis in profit planning of Fruit Chips Company "J2" Tumpang Malang in the 2008-2010 periods is done through several stages, where the first stage that is classified and separate cost and classify costs by behavior or classification of costs in relation to the volume of corporate activities so it can be classified into fixed costs, variable costs and semi-variable costs. The next step is to group and identify the cost of semi variable into the types of fixed and variable costs by using the least squares method, make the contribution margin calculation, determine the Break Event Point, minimum sales, and the last step determines the margin of safety.

Based on the analysis results can be seen that the level of sales that must be achieved by the company's chips fruit "J2" poor overlap in the period 2008-2010 to achieve the expected profit of IDR 268,974,546.6 company must earn a minimum income of IDR 1,144,375,670. This analysis can be used by Fruit Chips Company "J2" Tumpang Malang to make BEP forecasting so the leader can achieve the purpose in accordance with the planned time.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta kekuatan lahir dan batin kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba yang Diharapkan** (Studi Pada Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang periode 2008-2010)”

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sumartono, M.S selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. Kusdi, D.E.A selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Drs. R. Rustam Hidayat, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Bapak Prof. Dr. Suhadak, M.Ec selaku Dosen Pembimbing I.
5. Bapak Drs. Dwiatmanto, M.Si selaku Dosen Pembimbing II.
6. Dosen-dosen dan seluruh karyawan/ti Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
7. Serta pihak keluarga dan teman-teman yang terus memberi dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca semuanya.

Malang, Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
MOTTO	
RINGKASAN	
SUMMARY	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kontribusi Penelitian.....	5
E. Sistematika Pembahasan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Biaya.....	8
1. Pengertian Biaya.....	8
2. Penggolongan Biaya.....	8
3. Teknik Pemisahan Biaya Semi Variabel.....	11
B. <i>Break Even Point</i>	19
1. Pengertian <i>Break Even Point</i>	19
2. Pengertian Analisis BEP.....	19
3. Manfaat Analisis BEP.....	20
4. Keterbatasan Analisis BEP.....	21
5. Asumsi Dasar Analisi BEP.....	21
6. Metode Analisis BEP.....	22
C. Faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan BEP..	24
1. Perubahan Harga Jual.....	25
2. Perubahan Biaya Variabel.....	26
3. Perubahan Biaya Tetap.....	27
4. Perubahan Komposisi <i>Sales Mix</i>	28
D. <i>Break Even Point</i> untuk Multiproduk.....	32
E. <i>Margin of Safety</i> (MoS).....	35
F. <i>Minimal Sales</i>	37
G. Perencanaan Laba.....	38
1. Pengertian Perencanaan Laba.....	38

	2. Penetapan Sasaran/Tujuan Laba	39
	3. Manfaat Perencanaan Laba.....	40
	4. Keterbatasan Perencanaan Laba.....	41
	5. Hubungan Analisis <i>Break Even Point</i> dengan Laba..	42
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
A.	Jenis Penelitian.....	44
B.	Fokus Penelitian.....	44
C.	Lokasi Penelitian.....	45
D.	Sumber Data.....	46
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	46
F.	Instrumen Penelitian.....	47
G.	Analisis Data	48
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	51
	1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	51
	2. Lokasi Perusahaan.....	52
	3. Bentuk Hukum Perusahaan.....	56
	4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	56
	5. Personalia.....	60
	6. Produksi dan Proses Produksi.....	65
	7. Pemasaran.....	69
	8. Keuangan Perusahaan.....	71
	9. Tujuan Perusahaan.....	72
B.	Penyajian Data.....	74
	1. Laporan Keuangan.....	74
	2. Volume Produksi.....	84
	3. Volume Penjualan.....	85
	4. Data Mengenai Biaya-biaya.....	87
	5. Perbandingan Laba Perusahaan.....	88
C.	Analisis dan Interpretasi Data.....	88
	1. Menggolongkan sifat biaya.....	88
	2. Memisahkan Biaya Semivariabel 2010.....	91
	3. Menyajikan Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....	102
	4. Margin Kontribusi Tahun 2010.....	109
	5. <i>Break Even Point</i> Tahun 2010.....	110
	6. <i>Minimal Sales</i>	113
	7. Menentukan <i>Margin of Safety</i>	113
	8. Interpretasi Hasil Penelitian.....	114
BAB V	PENUTUP	
A.	Kesimpulan.....	115
B.	Saran.....	116

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Data Kegiatan dan Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin	13
2.	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin	13
3.	Perhitungan Unsur Biaya Tetap	14
4.	Biaya Reparasi dan Jam Mesin	15
5.	Pemisahan Biaya Tetap & Biaya Variabel pada Biaya Listrik	18
6.	Data Keuangan	29
7.	Data Keuangan	30
8.	Data Keuangan	30
9.	Data Keuangan	31
10.	Ikhtisar Perubahan <i>Sales Mix</i>	32
11.	Jumlah tenaga kerja berdasarkan jenis kelamin	61
12.	Kualifikasi Pendidikan Karyawan	61
13.	Penggunaan Jam Kerja Karyawan Produksi	63
14.	Penggunaan Jam Kerja Karyawan Adm. & Umum	63
15.	Kebijakan Harga Perusahaan Kripik Buah "J2"	71
16.	Volume Produksi Perusahaan Kripik Buah "J2"	84
17.	Harga Jual Perusahaan Kripik Buah "J2"	84
18.	Daftar Volume Produksi Perusahaan Kripik Buah "J2"	85
19.	Volume Penjualan Perusahaan Kripik Buah "J2"	86
20.	Hasil Penjualan Perusahaan Kripik Buah "J2"	86
21.	Biaya Produksi Perusahaan Kripik Buah "J2"	87
22.	Biaya Operasional Perusahaan Kripik Buah "J2"	87
23.	Laporan Rugi Laba yang Diperbandingkan	88
24.	Penggolongan Biaya	89
25.	Klasifikasi Biaya Produksi	90
26.	Klasifikasi Biaya Operasional	90
27.	Total Klasifikasi Biaya	91
28.	Data Biaya Semivariabel Per-Bulan	91
29.	Biaya Listrik tahun 2010	92
30.	Biaya Pemeliharaan Mesin Tahun 2010	95
31.	Biaya Overhead Pabrik Lain-lain Tahun 2010	96
32.	Biaya Adm. & Umum Biaya Lain-lain Tahun 2010	98
33.	Biaya Pemasaran Lain-lain Tahun 2010	100
34.	Rekapitulasi Pemisahan Biaya Semivariabel Tahun 2010	102
35.	Biaya FOH Tahun 2010	102
36.	Biaya Operasional Tahun 2010	103
37.	Total Biaya FOH & Biaya Operasional	103
38.	Perhitungan Biaya FOH Variabel	105
39.	Perhitungan Biaya Non Produksi Variabel	106
40.	Budget Biaya Produksi Variabel	106
41.	Perhitungan Margin Kontribusi Tahun 2010	109

DAFTAR GAMBAR

No.	Gambar	Halaman
1.	Grafik Biaya	16
2.	Grafik <i>Break Even Point</i>	24
3.	Bagan Struktur Perusahaan Kripik Buah "J2"	57
4.	Skema Proses Produksi Kripik Buah "J2"	68
5.	Grafik <i>Break Even Point Mix</i> Perusahaan Kripik Buah "J2"	112



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut pihak manajemen untuk dapat menentukan langkah-langkah yang tepat dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Secara umum tujuan perusahaan adalah mempertahankan kelangsungan hidupnya melalui profitabilitas dan pertumbuhan, mencapai laba yang optimal, serta dapat memenuhi kebutuhan pelayanan terhadap masyarakat. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut sangat tergantung pada kemampuan manajemen dalam membuat perencanaan. Perencanaan dalam perusahaan menjadi tanggung jawab manajemen karena merupakan salah satu fungsi manajemen yang sangat penting dalam sebuah perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Manajemen harus mempunyai informasi-informasi yang akurat tentang kondisi perusahaan, apalagi yang menyangkut laba perusahaan, kemudian manajemen dapat meresponnya dengan menuangkan ide-ide maupun gagasan-gagasan dengan membuat suatu perencanaan yang matang. Kegiatan perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien dengan adanya perencanaan yang baik, sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaan diukur dari tingkat perolehan laba yang dicapai oleh perusahaan. Manajemen harus mampu merencanakan sekaligus mencapai laba yang optimal sehingga dapat dikatakan sebagai manajemen yang sukses. Laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk, dan biaya yang saling berkaitan satu sama lain. Biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi volume produk yang dijual, volume produk yang dijual akan mempengaruhi volume produksi dan volume produksi akan langsung mempengaruhi biaya.

Hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan yang sangat penting dalam perencanaan laba, sehingga dalam perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang, manajemen memerlukan informasi untuk masa yang akan datang, informasi digunakan untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat terhadap laba yang akan datang. Perusahaan memerlukan adanya suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan dalam perencanaan laba yang dikenal dengan analisis *Break Even Point*.

“Analisis *Break Even* adalah suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang petugas atau manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume (jumlah) penjualan dan volume produksi berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba” (Sigit,2002:1). Perusahaan dapat menentukan tingkat penjualan minimal yang harus dicapai dan menentukan harga jualnya untuk memperoleh laba tertentu

dengan menggunakan analisis tersebut. Analisis *Break Even Point* juga memberikan informasi kepada manajer perusahaan mengenai laba yang diperoleh perusahaan pada berbagai tingkat penjualan dan perubahan-perubahan dalam biaya maupun penjualan. Analisis ini dapat digunakan sebagai alat perencanaan yang memungkinkan perusahaan mengetahui apakah perusahaan beroperasi dekat atau jauh dari *Break Even Point*. Perusahaan yang beroperasi jauh di atas *Break Even Point* mempunyai peluang yang relatif besar untuk mengembangkan usaha dengan laba yang diperoleh dan apabila perusahaan beroperasi dekat dengan *Break Even point* maka perusahaan tidak dapat mengembangkan usahanya karena laba yang diperoleh.

Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan Kripik Buah “J2”, karena merupakan industri rumah tangga yang memproduksi makanan kecil berupa kripik buah. Perusahaan ini, dalam perkembangannya mempunyai jangkauan yang sangat luas karena adanya permintaan yang terus bertambah. Perusahaan ini juga mempunyai potensi untuk menjadi perusahaan yang semakin besar. Perusahaan tentunya memerlukan perencanaan penjualan yang baik agar laba yang diinginkan dapat tercapai. Pada Perusahaan Kripik Buah “J2” perencanaan laba masih menggunakan estimasi penjualan dan laba yang sederhana, sehingga pencapaian laba masih belum optimal. Pencapaian laba agar terjadi secara optimal maka diperlukan Analisis *Break Even Point* untuk merencanakan laba dan menentukan penjualan minimal sehingga perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah ketatnya persaingan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “**Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba yang Diharapkan** (Studi Pada Perusahaan Keripik Buah “J2” Malang periode 2008-2010)”.

B. Rumusan Masalah

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah memperoleh laba seperti yang sudah direncanakan, tetapi ada kalanya perolehan laba yang sudah direncanakan oleh perusahaan tidak terealisasi sesuai dengan harapan. Hal ini yang pada akhirnya menjadi suatu masalah bagi perusahaan.

Sehubungan dengan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang di ambil adalah :

1. Bagaimanakah Analisis *Break Even Point* sebagai alat perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan pada Perusahaan Kripik Buah “J2” periode 2008 - 2010 ?
2. Berapakah tingkat penjualan minimal yang harus dicapai oleh Perusahaan Kripik Buah “J2” untuk mencapai laba yang diinginkan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menggambarkan Analisis *Break Even Point* sebagai alat perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan pada Perusahaan Kripik Buah “J2” periode 2008-2010.
2. Untuk mengetahui tingkat penjualan minimal yang harus dicapai Perusahaan Kripik Buah “J2” untuk mencapai laba yang diinginkan.

D. Kontribusi Penelitian

1. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan sehingga dapat diambil langkah konkrit terhadap masalah yang dihadapi, khususnya untuk merencanakan laba.

2. Aspek Akademis

Sebagai pengetahuan bagi penulis tentang praktek-praktek yang sesungguhnya dihadapi, untuk melihat sejauhmana teori-teori yang diperoleh dapat diterapkan di perusahaan, terutama berkenaan dengan perencanaan laba perusahaan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini ditujukan untuk mempermudah dalam memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai isi dari penelitian ini, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan mengenai teori biaya, teori *Break Even Point*, faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan *Break Even Point*, *Break Even Point* untuk multiproduk, *Margin of Safety*, *Minimal Sales*, perencanaan laba, serta hubungan analisis *Break Even Point* dengan laba.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang penyajian data yang meliputi sejarah perusahaan, lokasi perusahaan, tujuan perusahaan, badan hukum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, ketenagakerjaan, produksi, pemasaran, keuangan perusahaan, analisis data dan interpretasi data.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil-hasil yang telah dianalisis pada bab sebelumnya dan saran-saran yang berhubungan dengan hasil penelitian dan analisis data.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Biaya

1. Pengertian Biaya

Istilah biaya dalam ilmu ekonomi perusahaan merupakan pusat perhatian dan walaupun telah ada usaha untuk menyeragamkannya tetapi masih terdapat pengertian yang berbeda-beda mengenai istilah tersebut. Menurut Mulyadi (2005:8), “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Menurut Horngren dan Foster (2005:34), “biaya (*cost*) didefinisikan sebagai suatu sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu”.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang dicatat seluruhnya sebagai harta dan akan menjadi pengeluaran ketika dihabiskan di masa depan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat atau mencapai tujuan tertentu.

2. Penggolongan Biaya

Ada berbagai macam penggolongan biaya. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai atau yang dikenal dengan *different cost for different purpose*, yang

mengandung makna bahwa untuk kepentingan manajemen yang berbeda-beda diperlukan informasi biaya yang berlainan pula.

Berdasarkan perilakunya dalam hubungannya dengan volume produksi, biaya dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu :

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Menurut pendapat Horngren (2005:37), “biaya tetap adalah biaya yang tidak akan berubah secara total untuk jangka waktu tertentu, sekalipun terjadi perubahan yang besar atas tingkat aktivitas atau volume terkait”. Menurut pendapat Kuswadi (2005:123,), “biaya tetap dapat didefinisikan sebagai biaya yang jumlahnya tidak berubah berapapun besarnya penjualan atau produksi yang dihasilkan”. Menurut pendapat Sigit (2007:4), “biaya tetap adalah jenis-jenis biaya yang selama satu periode kerja adalah tetap jumlahnya dan tidak akan mengalami perubahan”.

Jadi biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya selalu tetap dalam suatu volume kegiatan tertentu selama periode waktu tertentu.

Ciri-ciri biaya tetap menurut Shim (2001:66) adalah sebagai berikut :

- 1) Jumlah keseluruhan yang tetap dalam rentang (*range*) keluaran yang relevan.
- 2) Penurunan biaya per unit bila volume bertambah dalam rentang yang relevan.
- 3) Dapat dibedakan kepada departemen-departemen berdasarkan keputusan manajemen atau menurut metode alokasi biaya.

- 4) Tanggung jawab pengendalian lebih banyak dipikul oleh manajemen eksekutif daripada oleh penyelia operasi.

Biaya tetap meliputi biaya sewa, biaya asuransi, biaya penyusutan, biaya pemeliharaan, dan reparasi, biaya pajak bumi dan bangunan, biaya gaji pimpinan dan pegawai pabrik, dan lain-lain.

b. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Menurut pendapat Horngren (2005:37), “biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah proposional mengikuti perubahan tingkat aktifitas atau volume yang terkait”. Menurut pendapat Warsono (2003:207), “biaya variabel adalah biaya yang mengalami perubahan secara proporsional sesuai dengan perubahan volume produksi atau penjualan”. Menurut pendapat Sigit (2007:5), “biaya variabel adalah jenis-jenis biaya yang naik turun bersama-sama dengan volume kegiatan”.

Jadi biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

Ciri-ciri biaya variabel menurut Shim (2001:65) adalah sebagai berikut :

- 1) Perubahan jumlah total dalam proporsi yang sama dengan perubahan volume produksi.
- 2) Biaya per unit relatif konstan meskipun volume berubah dalam rentang yang relevan.
- 3) Dapat dibedakan kepada departemen operasi yang cukup mudah dan tepat.
- 4) Dapat dikendalikan oleh seorang penyelia operasi.

Biaya variabel meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya upah langsung, biaya upah lembur, biaya bahan penolong, dan lain-lain.

c. Biaya Semi Variabel (*Mixed Cost*)

Menurut Kuswadi (2005:124), “biaya semi variabel atau *semi fixed cost* adalah biaya yang secara mutlak sulit digolongkan ke biaya variabel atau biaya tetap”. Menurut Bastian dan Nurlela (2006:32), “biaya campuran adalah biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel”. Biaya campuran disebut juga dengan biaya semi variabel, sedangkan menurut pendapat Carter (2009:70), “biaya semi variabel adalah biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel”.

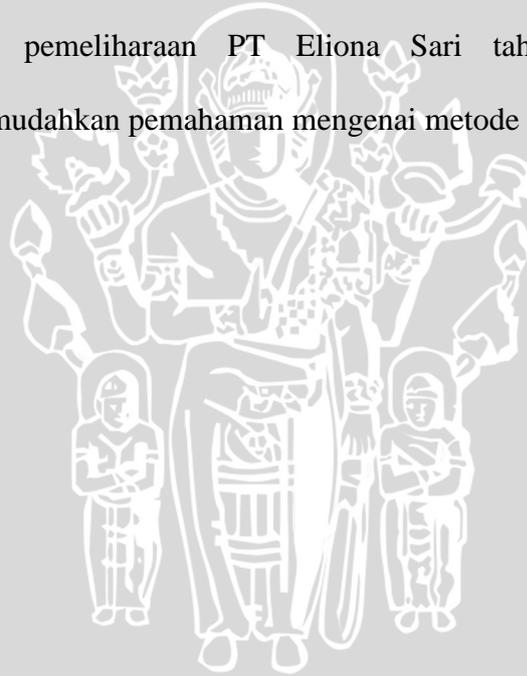
Jadi biaya semi variabel adalah biaya yang didalamnya memiliki unsur biaya variabel dan biaya tetap. Biaya semi variabel meliputi biaya listrik, air, telepon, biaya asuransi kesehatan, biaya asuransi kerugian, biaya pajak penghasilan, biaya pemeliharaan mesin, biaya gaji supervisor, dan lain-lain.

3. Teknik Pemisahan Biaya Semi Variabel

Menurut Bastian (2006:54) untuk memilah biaya semi variabel ke elemen tetap dan elemen variabel ada tiga, *High-low method*, *Scattergraph method* dan *Least-squares regression method*.

1) *High-low Method*

Metode ini disebut juga dengan metode titik tertinggi dan terendah. Unsur beban semivariabel yang bersifat tetap dan variabel dalam metode ini dihitung dari dua titik data. Suatu biaya pada tingkat aktivitas yang paling tinggi dibandingkan dengan biaya tersebut pada tingkat aktivitas terendah masa lalu. Selisih biaya yang dihitung merupakan unsur biaya variabel dalam biaya tersebut. Berikut data aktivitas dan biaya reparasi dan pemeliharaan PT Eliona Sari tahun 19X1 untuk memudahkan pemahaman mengenai metode ini, yaitu :



Tabel 1
Data Kegiatan dan Biaya Reparasi dan Pemeliharaan
Mesin
Tahun 19X1

Bulan ke	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin	Jam Mesin
1	Rp 750.000	6.000 jam
2	Rp 715.000	5.500 jam
3	Rp 530.000	4.250 jam
4	Rp 600.000	4.000 jam
5	Rp 600.000	4.500 jam
6	Rp 875.000	7.000 jam
7	Rp 800.000	6.000 jam
8	Rp 1.000.000	8.000 jam
9	Rp 800.000	6.000 jam
10	Rp 750.000	6.000 jam
11	Rp 550.000	4.500 jam
12	Rp 600.000	4.500 jam
	Rp 8.750.000	66.250 jam

Sumber: Mulyadi (2005:472)

Dari data tersebut, perhitungan metode titik tertinggi dan terendah untuk menentukan biaya variabelnya adalah :

Tabel 2
Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin pada Tingkat
Kegiatan Tetinggi dan Terendah

Keterangan	Biaya Reparasi dan PemeliharaanMesin pada Tingkat Kegiatan		
	Tetinggi	Terendah	Selisih
Jumlah jam mesin biaya reparasi&pemeliharaan	8.000 jam	4.000 jam	4.000 jam
	Rp 1.000.000	Rp 600.000	Rp 400.000

Sumber: Mulyadi (2005:472)

Unsur biaya variabel dalam biaya reparasi dan pemeliharaan dihitung sebagai berikut :

Biaya variabel = Rp 400.000 : 4000 jam = Rp 100 per jam mesin

Perhitungan unsur biaya tetap dalam biaya reparasi dan pemeliharaan dihitung sebagai berikut :

Tabel 3
Perhitungan Unsur Biaya Tetap

Keterangan	Titik Kegiatan Tertinggi	Titik Kegiatan Terendah
Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin	Rp 1.000.000	Rp 600.000
Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin Rp 100 x 8.000 Rp 100 x 4.000	Rp 800.000	Rp 400.000
Biaya reparasi dan pemeliharaan tetap	Rp 200.000	Rp 200.000

Sumber: Mulyadi (2005:473)

Dari perhitungan metode titik tertinggi dan terendah dapat diketahui biaya variable sebesar Rp 100 per jam mesin dan biaya tetap sebesar Rp 200.000 per bulan.

2) Scattergraph Method

Scattergraph Method merupakan suatu plot dari biaya terhadap tingkatan kegiatan di masa lalu. Metode ini menunjukkan setiap perubahan yang berarti dalam hubungan antara biaya dan kegiatan pada tingkat kegiatan yang berbeda. Metode ini menggunakan dua variabel, yaitu dependen atau sumbu y dan independen atau sumbu x. variabel y adalah biaya dan variabel x

seperti biaya tenaga kerja langsung, jam tenaga kerja langsung dan jam mesin (Bastian, 2006:55).

Contoh :

Berikut Biaya reparasi dan Data Jam Mesin yang disajikan oleh PT. Yolanda :

Tabel 4
PT. Yolanda
Biaya Reparasi dan Jam Mesin

Bulan	Jam Mesin	Biaya Reparasi
Januari	17.500	Rp. 32.500.000,00
Februari	14.000	Rp. 29.900.000,00
Maret	17.000	Rp. 32.000.000,00
April	21.000	Rp. 33.900.000,00
Mei	18.500	Rp. 35.000.000,00
Juni	15.000	Rp. 30.650.000,00
Juli	12.500	Rp. 28.900.000,00
Agustus	11.000	Rp. 27.800.000,00
September	10.000	Rp. 27.100.000,00
Oktober	18.500	Rp. 35.500.000,00
November	22.500	Rp. 36.000.000,00
Desember	20.500	Rp. 32.500.000,00
Total	198.000	Rp.381.800.000,00

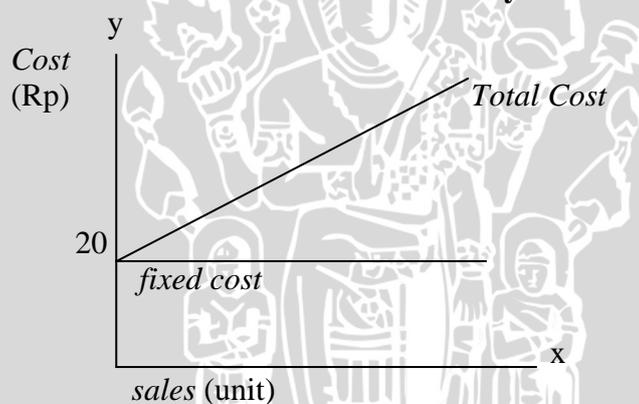
Sumber : Bastian (2006:56)

Penyelesaian :

Soal ini hanya menggunakan data untuk 12 bulan, hal ini mungkin mencukupi jika kegiatan produksi (jam mesin) dan biaya sangat stabil. Jika proses produksi tidak berubah secara signifikan maka aturan umum yang berlaku adalah menggunakan data bulanan selama 3 bulan. Garis kecenderungan (garis yang paling sesuai) secara matematis/visual dapat disesuaikan. Garis tersebut harus disesuaikan sehingga terdapat jarak yang seimbang antar titik yang digambarkan di atas dan di bawah garis kecenderungan. Sumbu x

menunjukkan jumlah jam mesin sedangkan y menunjukkan biaya reparasi. Komponen biaya tetap sebesar Rp. 20.000.000,00 ditentukan sebagai tempat perpotongan garis kecenderungan dengan sumbu vertikal. Estimasi biaya variabel per jam mesin dapat dibuat untuk biaya reparasi dengan mengasumsikan biaya tetap sebesar Rp. 20.000.000,00 per bulan dengan melihat garfik di bawah ini :

Gambar 1
Grafik Biaya



Sumber : Bastian (2006:56-57)

Penyelesaian :

Peningkatan dalam biaya reparasi ketika jam mesin meningkat dapat dihitung sebagai berikut :

Total biaya tahunan	Rp. 381.800.000,00
Total biaya tetap tahunan	<u>Rp. 240.000.000,00</u>
Total biaya variabel	Rp. 141.800.000,00
	141.800.000
Tarif biaya variabel =	$\frac{141.800.000}{198.000} = \text{Rp. 918,18 per jam}$



3) *Least Square Regression Method*

Metode regresi sederhana merupakan pendekatan dalam mengukur rata-rata perubahan variabel dependen berkaitan dengan kenaikan unit dan kuantitas satu atau lebih variabel independen serta menggunakan persamaan yang sistematis (Bustami, 2006:58).

Metode ini lebih objektif dan tepat dibandingkan *scattergraph method*. Metode regresi sederhana menggunakan semua data yang tersedia untuk menentukan rumus biaya. Metode ini membagi biaya semi variabel dengan membuat garis regresi dengan meminimumkan kuadrat residual. Persamaan dalam metode ini menggunakan garis lurus yaitu :

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

Dimana :
 y = total biaya
 a = biaya tetap
 b = biaya variabel
 x = tingkat kegiatan (volume produksi)

Sumber : Mulyadi (2005:474)

Contoh :

Tabel 5
Perusahaan Barker
Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel pada Biaya Listrik

Bulan	Jam Kerja Langsung (x)	Biaya Listrik (y)	x ² (jutaan)	xy (ribuan)
1	34.000	640	1.156	21.750
2	30.000	620	900	18.600
3	34.000	620	1.156	21.080
4	39.000	590	1.521	23.010
5	42.000	500	1.764	21.000
6	32.000	530	1.024	16.960
7	26.000	500	676	13.000
8	26.000	500	676	13.000
9	31.000	530	961	16.430
10	35.000	550	1.125	19.250
11	43.000	580	1.849	24.940
12	48.000	680	2.304	32.640
Total	420.000	6.480	15.212	241.670

Sumber : Kusnadi (2001:151)

Tarif variabel untuk biaya listrik adalah sebagai berikut :

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$= \frac{(12 \times 241.670.000) - (420.000 \times 6.480)}{(12 \times 15.212.000.000) - (420.000)^2}$$

$$= \frac{27.240.000}{61.440.000.000}$$

$$= 0,0044 \text{ jam kerja langsung}$$

Biaya tetap (a) dapat dihitung dengan menggunakan fungsi garis lurus sebagai berikut :

$$y = a + bx$$

$$\text{Rp. } 570 = a + (0,0044 \times 35.000)$$

$$\text{Rp. } 570 = a + 154$$

a = 416 unsur tetap dari biaya listrik per bulan

(Kusnadi, 2001:151-152)

B. *Break Event Point*

1. Pengertian *Break Even Point*

Pengertian *Break Even Point* secara umum yaitu suatu titik atau keadaan dimana perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak mendapatkan laba ataupun menderita rugi, atau jumlah penghasilan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Berbagai macam pengertian *Break Even Point* dikemukakan para ilmuwan dalam berbagai literturnya untuk lebih memperjelas pengertian dari *Break Even Point* secara luas. Pengertian *Break Even Point* menurut Henry (2007:194) adalah titik pulang pokok, atau tingkat operasi/produksi di mana perusahaan tidak mengalami kerugian, namun juga tidak mendapat laba. Menurut Kuswadi (2005:126) adalah titik yang menunjukkan kombinasi tingkat volume penjualan dan harga jual perusahaan, yang tidak mendapatkan laba ataupun menderita rugi. *Break Even Point* juga didefinisikan oleh Horngren dan Foster (2005:75) sebagai jumlah penjualan output yang akan menyamakan pendapatan total dengan biaya total yaitu penjualan *output* yang akan menghasilkan laba operasi sama dengan nol.

2. Pengertian Analisis *Break Even Point*

Menurut Riyanto (2001:278) analisis *Break Even Point* adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, laba dan volume kegiatan. Menurut Sigit (2002:1) analisis *Break Even Point* adalah suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang petugas/manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume (jumlah)

penjualan dan volume produksi berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis *Break Even Point* adalah suatu cara atau teknik yang digunakan perusahaan dalam mempelajari hubungan biaya, laba dan volume produksi minimal agar perusahaan tidak mendapatkan laba maupun rugi.

3. Manfaat Analisis *Break Even Point*

Manfaat Analisis *Break Even Point* menurut Kuswadi (2005:269) adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui hubungan volume penjualan (produksi), harga jual, biaya produksi dan biaya-biaya lain serta mengetahui laba rugi perusahaan.
- b. Sebagai sarana merencanakan laba (*profit planning*).
- c. Sebagai alat pengendalian (*controlling*) kegiatan operasi yang sedang berjalan.
- d. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual.
- e. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kebijakan perusahaan, misalnya menentukan usaha yang perlu dihentikan atau yang harus tetap dijalankan ketika perusahaan dalam keadaan tidak mampu menutup biaya-biaya tunai.

Sedangkan menurut Munawir (2004:209) manfaat Analisis *Break Even Point* antara lain :

- a. Untuk Keputusan Penambahan Investasi
Analisis BEP berperan dalam memberikan informasi maupun pedoman kepada manajemen dalam menentukan keputusan untuk melakukan penambahan atau penggantian fasilitas pabrik atau investasi dalam aktiva tetap lainnya.
- b. Untuk Keputusan Menutup Usaha
Analisis BEP berperan untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan menutup usaha atau tidak (memberikan informasi kapan sebaiknya usaha tersebut dihentikan).
- c. Membantu memecahkan masalah-masalah lain yang dihadapi oleh manajemen. Masalah tersebut anatara lain adalah menentukan

harga jual terendah yang memungkinkan untuk diterima perusahaan, menentukan produk yang harus ditingkatkan atau dikurangi produksinya untuk memperoleh keuntungan yang terbesar, menentukan akibat adanya perubahan tingkat harga ataupun bauran produk, menentukan *profit* yang akan diperoleh pada berbagai tingkat volume penjualan, dan masalah-masalah lain yang dihadapi manajemen perusahaan.

4. Keterbatasan Analisis *Break Even Point*

Menurut Warsono (2003:212) Analisis *Break Even Point* memiliki beberapa keterbatasan antara lain :

- a. Hubungan Biaya Volume Laba diasumsikan bersifat linier. Berarti Analisis *Break Even Point* hanya dapat digunakan dalam jangkauan *output* tertentu.
- b. Kurva pendapatan total (kurva penjualan) dianggap meningkat secara linier dengan volume *output*. Pada kenyataannya, sering terjadi untuk produksi yang sama harga jual dibedakan untuk daerah atau konsumen yang berbeda.
- c. Perpaduan antara produksi dan penjualan diasumsikan konstan. Analisis *Break Even Point* sulit diterapkan pada perusahaan yang menghasilkan produk lebih dari satu macam, jika rasio biaya untuk menghasilkan dua produk atau lebih tersebut tidak diketahui, apalagi proporsi harus dibuat tetap.
- d. Bagian titik impas dan penghitungan merupakan suatu bentuk analisis statis. Jika struktur biaya dan harga jual berubah, maka hasil analisis *Break Even Point* ini juga berubah. Model *Break Even Point* lebih cocok digunakan untuk industri yang stabil.

5. Asumsi Dasar Analisis *Break Even Point*

Menurut Martono dan Harjito (2003:269) Analisis *Break Even Point* memerlukan beberapa asumsi yang harus dipenuhi, yaitu :

- a. Biaya dalam perusahaan dapat digolongkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Oleh karena itu semua biaya yang dikeluarkan perusahaan harus dapat diklasifikasikan dan diukur secara realistik sebagai biaya tetap dan biaya variabel.
- b. Biaya variabel secara total berubah sebanding dengan volume penjualan/produksi, tetapi biaya variabel per unitnya tetap.
- c. Biaya tetap secara total jumlahnya tetap (pada *range* produksi tertentu) meskipun terdapat perubahan volume penjualan/produksi.

- d. Harga jual per unit tidak berubah selama periode waktu yang dianalisis. Tingkat harga pada umumnya akan stabil dalam jangka pendek. Dengan demikian, bila harga berubah maka *Break Even* tidak berubah.
- e. Perusahaan hanya menjual/memproduksi satu jenis produk, maka perimbangan atau komposisi penggunaan biaya dan penghasilan atas produk yang dijual (*sales mix*) harus tetap konstan, atau dengan kata lain bauran penjualannya konstan.
- f. Pada saat mengestimasi besarnya *Break Even Point*, barang yang diproduksi dianggap terjual semua dalam periode yang bersangkutan. Jadi, tidak ada sisa produk/persediaan akhir periode.
- g. Kebijakan manajemen tentang operasi perusahaan tidak berubah secara material/perubahan besar dalam jangka pendek.
- h. Kebijakan persediaan barang tetap konstan/tidak ada persediaan sama sekali, baik persediaan awal maupun akhir.
- i. Efisiensi dan produktifitas per karyawan tidak berubah dalam jangka pendek.

6. Metode Analisis *Break Even Point*

Penentuan tingkat *Break Even Point* dapat dilakukan dengan menggunakan metode persamaan, margin kontribusi dan metode grafik.

Adapun ketiga metode tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Metode Persamaan

Perhitungan *Break Even Point* dapat digunakan dengan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

Sumber : Simamora (2003:603).

Catatan : laba pada saat *Break Even Point* sama dengan nol.

Contoh :

PT. Belantara Hijau menjual ember plastik seharga Rp. 30.000 per unit, biaya variabel sebesar Rp. 10.000 per unit dan total biaya tetap sebesar Rp. 2.000.000 per bulan. Berapa banyak ember yang harus diproduksi agar tercapai BEP ?

$$\begin{aligned} \text{Penjualan} &= \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba} \\ \text{Rp. } 30.000x &= 10.000x + 2.000.000 + 0 \end{aligned}$$

$$20.000x = 2.000.000$$

$$x = 100$$

jadi, PT. Belantara Hijau harus memproduksi 100 ember agar mencapai BEP. Nilai penjualan pada BEP adalah Rp. 30.000 x 100 = Rp. 3.000.000.
(Simamora,2003:605)

b. Metode Margin Kontribusi

Margin Kontribusi adalah sisa hasil penjualan setelah dikurangi dengan biaya variabel. Jumlah margin kontribusi akan bisa digunakan untuk menutup biaya tetap dan membentuk laba. Metode ini dapat memperhitungkan *Break Even Point* dalam unit maupun dalam rupiah.

$$\text{Break Even Point dalam unit} = \frac{FC}{P - VC}$$

$$\text{Break Even Point dalam rupiah} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Sumber : Riyanto (2001:297).

Dimana :

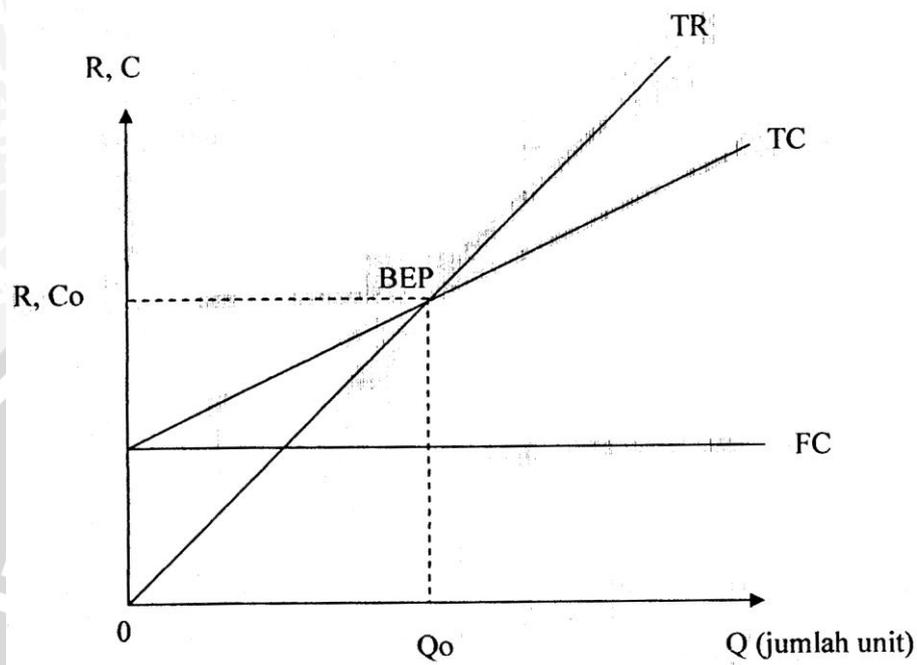
- FC = Biaya Tetap Total
- P = Harga Jual
- VC = Biaya Variabel
- S = Penjualan

a. Metode Grafik

Penentuan posisi *Break Even Point* dalam grafik diperlukan gambar variabel-variabel yang ikut menentukan *Break Even Point* seperti biaya total (biaya tetap dan biaya variabel) dan pendapatan total. Grafik *Break Even Point* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2
Grafik Break Even Point



Dimana :

R = *revenue* (penghasilan)

C = *cost* (biaya)

TR = *total revenue* (total pendapatan)

TC = *total cost* (total biaya)

FC = *fixed cost* (biaya tetap)

BEP = *Break Even Point*

Qo = kuantitas produk pada keadaan *Break Even Point* (dalam unit)

R,Co = penghasilan dan biaya pada keadaan *Break Even Point* (dalam rupiah)

C. Faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan *Break Even Point*

Perubahan berbagai faktor dalam analisis *Break Even Point* akan mempengaruhi tingkat BEP. Faktor-faktor tersebut antara lain harga jual, biaya variabel, biaya tetap, dan komposisi penjualan (*sales mix*). Perubahan satu faktor akan mengubah tingkat BEP, sehingga hal ini akan menjadi pertimbangan dalam memilih alternatif. Berikut perubahan berbagai faktor tersebut :

1. Perubahan Harga Jual Per Unit

Perubahan harga ini menggunakan asumsi bahwa tidak ada biaya lain yang berubah. Perubahan harga jual akan berdampak kepada jumlah produk yang dikeluarkan dan dalam hal ini juga akan berpengaruh kepada aktivitas penjualan. Harga yang semakin tinggi dengan biaya tertentu akan mencapai BEP dengan jumlah unit yang semakin kecil akan tetapi yang perlu diingat adalah bahwa jika harga semakin tinggi maka permintaan akan produk akan semakin menurun dan jika harga semakin rendah maka permintaan terhadap produk akan semakin tinggi. Dari sini yang harus diperhatikan adalah titik keseimbangan antara produsen dan konsumen (Kusnadi, 2001:183)

Kenaikan harga jual per unit akan menurunkan tingkat BEP, sebaliknya penurunan tingkat harga jual per unit akan membawa pengaruh terhadap menurunnya BEP (Syamsudin,2004:96). Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kenaikan harga jual akan mengakibatkan menurunnya tingkat BEP, sebaliknya penurunan harga berakibat naiknya tingkat BEP.

Contoh :

Sebuah perusahaan mempunyai *fixed operating cost* sebesar Rp. 250.000,00 dan harga jual produknya sebesar Rp. 100.000,00 per unit, untuk menghasilkan produk tersebut dikeluarkan *variable operating cost* sebesar Rp. 50.000,00 per unitnya.

Dengan menerapkan rumus, maka akan diperoleh hasil sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{V}} \\ &= \frac{250.000}{100 - 50} \\ &= 5.000 \text{ unit} \end{aligned}$$

Dengan menaikkan harga jual per unit dari Rp. 100,00 menjadi Rp. 130,00 dan menurunkannya dari Rp. 100,00 menjadi Rp. 75,00 akan mempunyai pengaruh sebagai berikut :

a) Harga jual Rp. 130,00 per unit

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{V}} \\ &= \frac{250.000}{130 - 50} \\ &= 3.125 \text{ unit} \end{aligned}$$

b) Harga jual Rp. 75,00 per unit

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{V}} \\ &= \frac{250.000}{75 - 50} \\ &= 10.000 \text{ unit} \end{aligned}$$

(Syamsudin, 2004:94-97)

2. Perubahan Biaya Variabel

Jika biaya variabel meningkat maka jumlah produk yang dikeluarkan untuk berada dalam kondisi BEP juga meningkat. Sebaliknya, menurunnya biaya variabel dengan komponen lain tetap akan menyebabkan jumlah produk yang dikeluarkan juga menurun. Menurunnya biaya variabel akan menyebabkan laba variabel akan semakin besar sehingga untuk menutup biaya tetap hanya diperlukan jumlah produk yang lebih sedikit dari sebelumnya (Kusnadi, 2001:184).

Meningkatnya *variabel cost* per unit akan meninggikan tingkat BEP, sedangkan penurunan *variable cost* per unit akan mempunyai pengaruh sebaliknya (Syamsudin, 2004:97). Perubahan biaya variabel akan menyebabkan perubahan pada titik impas, tetapi perubahan tersebut akan menyebabkan perubahan pada rasio margin kontribusi (Bustami, 2006:217).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kenaikan biaya variabel mengakibatkan bertambah tingginya tingkat BEP, sedangkan turunnya biaya variabel mengakibatkan turunnya tingkat BEP.

Contoh :

Berdasarkan data seperti contoh di atas, terjadi kenaikan *variable cost* dari Rp. 50,00 menjadi Rp. 75,00 dan menurunnya menjadi Rp. 25,00 akan dijelaskan di bawah ini :

a. *Variable operating cost* meningkat menjadi Rp. 75,00 per unit

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{V}} \\ &= \frac{250.000}{100 - 75} \\ &= 10.000 \text{ unit} \end{aligned}$$

b. *Variable operating cost* turun dari Rp. 50,00 menjadi Rp. 25,00 per unit.

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{V}} \\ &= \frac{250.000}{100 - 25} \\ &= 3.333,33 \text{ unit} \end{aligned}$$

(Syamsudin, 2004:97-98)

3. Perubahan Biaya Tetap

Perubahan terhadap biaya tetap akan menyebabkan perubahan terhadap titik impas, tetapi perubahan tersebut tidak mengubah rasio margin kontribusi (Bustami, 2006:215). Menurut Syamsuddin (2004:95), dengan meningkatnya *fixed operating cost* maka tingkat BEP akan

meningkat pula, demikian juga halnya jika *fixed operating cost* diturunkan maka tingkat BEP pun akan bergerak turun ke titik yang lebih rendah.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa dengan naiknya biaya tetap maka tingkat BEP akan naik pula, demikian halnya jika biaya tetap diturunkan maka tingkat BEP pun akan turun.

Contoh :

Berdasarkan data apabila *fixed operating cost* dinaikkan menjadi Rp. 300.000,00 maka BEP akan menjadi :

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{V}} \\ &= \frac{300.000}{100 - 50} \\ &= 6.000 \text{ unit} \end{aligned}$$

Apabila *fixed operating cost* diturunkan menjadi Rp.200.000,00 maka BEP akan menjadi :

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{V}} \\ &= \frac{200.000}{100 - 50} \\ &= 4.000 \text{ unit} \end{aligned}$$

(Syamsuddin, 2004:95-96).

4. Perubahan Komposisi Sales Mix

Salah satu asumsi dasar dalam analisis BEP bagi suatu perusahaan yang menghasilkan dua macam produk atau lebih ialah tidak adanya perubahan dalam *sales mix*-nya. *Sales mix* menggambarkan perimbangan “*sales revenue*” antara beberapa macam produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Apabila ada perubahan *sales mix*, maka BEP secara

totalitas akan berubah. BEP dalam *multiple product* tidak berarti bahwa masing-masing produk harus dalam keadaan *break even*. Dapat terjadi bahwa pada BEP total, suatu produk menderita kerugian dan produk lain mendapatkan keuntungan sehingga secara keseluruhan perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian (Riyanto, 2001:369-370).

Contoh :

Suatu perusahaan yang menghasilkan dua macam produk, yaitu produk A dan B, di mana data finansialnya nampak di bawah ini :

Tabel 6
Perusahaan X
Data Keuangan

Produk A	Produk B	Total
Sales :		
20.000 unit Rp. 200.000,00	8.000 unit Rp. 200.000,00	Rp. 400.000,00
VC : 60% Rp.120.000,00	(40%) Rp. 80.000,00	Rp. 200.000,00
FC Rp. 40.000,00	Rp. 80.000,00	Rp. 120.000,00
Biaya Total Rp.160.000,00	Rp. 160.000,00	Rp. 320.000,00
Keuntungan Rp. 40.000,00	Rp. 40.000,00	Rp. 80.000,00

Sumber : Riyanto (2001:36)

Dari data tersebut diketahui bahwa :

Sales mix=1:1 yaitu 200.000:200.000

Product mix=2,5:1 yaitu 200.000:80.000

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Rp. 120.000,00}}{1 - \frac{\text{Rp. 200.000,00}}{\text{Rp. 400.000,00}}} \\ &= \frac{\text{Rp. 120.000,00}}{0,5} \\ &= \text{Rp. 240.000,00} \end{aligned}$$

Sales mix A:B = 1:1

Sales produk A = 0,5 x Rp. 240.000,00 = Rp. 120.000,00

Dalam unit = $\frac{\text{Rp. 120.000,00}}{\text{Rp. 10.000,00}}$ = Rp. 12.000 unit

$$\begin{aligned} \text{Sales produk B} &= 0,5 \times \text{Rp. 240.000,00} = \text{Rp. 120.000,00} \\ \text{Dalam unit} &= \frac{\text{Rp. 120.000,00}}{\text{Rp. 25,00}} = \text{Rp. 4.800 unit} \end{aligned}$$

$$\text{Product mix A:B} = 12.000:4.800 = 2,5:1$$

Dari contoh di atas keuntungan dan kerugian dari kedua macam produk adalah sebagai berikut :

Tabel 7
Perusahaan X
Data Keuangan

Produk A	Produk B	Total
Sales :		
20.000 unit <u>Rp. 120.000,00</u>	8.000 unit <u>Rp. 120.000,00</u>	<u>Rp. 240.000,00</u>
VC : 60% <u>Rp. 72.000,00</u>	(40%) <u>Rp. 48.000,00</u>	<u>Rp. 120.000,00</u>
FC <u>Rp. 40.000,00</u>	<u>Rp. 80.000,00</u>	<u>Rp. 120.000,00</u>
Biaya Total <u>Rp.112.000,00</u>	<u>Rp. 128.000,00</u>	<u>Rp. 240.000,00</u>
Keuntungan Rp. 8.000,00	(Rp. 8.000,00)	Rp. 0

Sumber : Riyanto (2001:370)

Bagaimana pengaruhnya terhadap BEP apabila terjadi perubahan *sales mix*

- Misalkan jumlah produk A bertambah dengan 50% sedangkan jumlah produk B tetap tidak berubah. Perhitungan BEP sebagai berikut :

Tabel 8
Perusahaan X
Data Keuangan

Produk A	Produk B	Total
Sales :		
30.000 unit <u>Rp. 300.000,00</u>	8.000 unit <u>Rp. 200.000,00</u>	<u>Rp. 500.000,00</u>
VC : 60% <u>Rp.180.000,00</u>	(40%) <u>Rp. 80.000,00</u>	<u>Rp. 260.000,00</u>
FC <u>Rp. 40.000,00</u>	<u>Rp. 80.000,00</u>	<u>Rp. 120.000,00</u>
Biaya Total <u>Rp.220.000,00</u>	<u>Rp. 160.000,00</u>	<u>Rp. 380.000,00</u>
Keuntungan Rp. 80.000,00	Rp. 40.000,00	Rp. 120.000,00

Sumber : Riyanto (2001:371)

Sales mix = 1,5:1

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp. 120.000,00}}{1 - \frac{26}{50}} = \text{Rp. 250.000,00}$$

2. Misalkan jumlah produk B bertambah dengan 50 % sedangkan jumlah produk A tetap tidak berubah. Perhitungan BEP sebagai berikut :

Tabel 9
Perusahaan X
Data Keuangan

Produk A	Produk B	Total
Sales :		
20.000 unit <u>Rp. 200.000,00</u>	12.000 unit <u>Rp. 300.000,00</u>	<u>Rp. 500.000,00</u>
VC : 60% <u>Rp.120.000,00</u>	(40%) <u>Rp. 120.000,00</u>	<u>Rp. 240.000,00</u>
FC <u>Rp. 40.000,00</u>	<u>Rp. 80.000,00</u>	<u>Rp. 120.000,00</u>
Biaya Total <u>Rp.160.000,00</u>	<u>Rp. 200.000,00</u>	<u>Rp. 360.000,00</u>
Keuntungan Rp. 40.000,00	Rp. 100.000,00	Rp. 140.000,00

Sumber : Riyanto (2001:371)

Sales mix = 1:1,5 atau 0,67:1

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp. 120.000,00}}{1 - \frac{24}{50}} = \text{Rp. 230.769,00}$$

Keadaan sebelum dan sesudah adanya perubahan *sales mix* tersebut dapat diikhtisarkan sebagai berikut :

Tabel 10
Perusahaan X
Ikhtisar Perubahan Sales Mix

	Sebelum ada perubahan	Produk A bertambah dengan 50 %	Produk B bertambah dengan 50 %
a) Sales mix (A:B)	1 : 1	1,5 : 1	0,67 : 1
b) Keuntungan neto	Rp. 80.000,00	Rp. 120.000,00	Rp. 140.000,00
c) Persentase perubahan keuntungan (bertambah berkurang)		50 %	75 %
d) BEP	Rp. 240.000,00	Rp. 250.000,00	Rp. 230.000,00

Sumber : Riyanto (2001:371)

D. Break Even Point untuk Multiproduk

Perusahaan-perusahaan tertentu mempunyai lebih dari satu macam produk yang akan dijual kepada konsumen. Perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam produk, akan mendapatkan permasalahan dalam mencari komposisi penjualan yang dapat memberikan laba maksimum. Penghitungan *Break Even Point* akan dilakukan dengan mengasumsikan bahwa perusahaan hanya menjual satu jenis produk. Jika menjual lebih dari satu produk, perusahaan tetap harus dianggap membuat satu jenis saja. Oleh karena itu, seluruh jenis produk yang dihasilkan harus diproduksi dalam proporsi yang tetap.

Menurut Sigit (2007:31-33) sebagai contoh, dibawah ini sebuah perusahaan membuat dua jenis barang, masing-masing dengan harga jual,

biaya variabel dan biaya tetap yang berbeda. Katakanlah produk A dan B masing-masing dengan data sebagai berikut :

Produk A

Penjualan/produksi	1.000 unit
Biaya variabel total	Rp. 500.000,-
Biaya tetap total	Rp. 200.000,-
Harga jual per unit	Rp. 1.000,-

Produk B

Penjualan/produksi	2.500 unit
Biaya variabel total	Rp. 3.500.000,-
Biaya tetap total	Rp. 1.200.000,-
Harga jual per unit	Rp. 2.000,-

Atas dasar data tersebut di atas, apabila perusahaan berproduksi pada kapasitas penuh, maka akan diperoleh laba pada produk A Rp. 300.000,- maka laba total menjadi Rp. 600.000,- *Break Even* individual untuk produk A Rp. 400.000,- dan untuk produk B Rp. 4.000.000,-. Ini adalah BE individual, artinya masing-masing dihitung seolah-olah sebagai perusahaan yang terpisah. Kita harus menghitung perusahaan itu sebagai suatu usaha yang kita hitung *Break Even* totalnya. Akan tetapi *Break Even* total bukanlah penjumlahan dari *Break Even* masing-masing produk Rp. 400.000,- + Rp. 4.000.000,- = Rp. 4.400.000,-. Bukan itu yang kita cari, melainkan jumlahkan masing-masing komponen biaya dan harga jual kemudian diterapkan *Break Even*-nya ialah :

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya variabel 2 produk} &= \text{Rp. 500.000,-} + \text{Rp. 3.500.000,-} = \text{Rp. 4.000.000,-} \\
 \text{Biaya tetap 2 produk} &= \text{Rp. 200.000,-} + \text{Rp. 1.200.000,-} = \text{Rp. 1.400.000,-} \\
 \text{Penjualan total 2 produk} &= \text{Rp. 1.000.000,-} + \text{Rp. 5.000.000,-} = \text{Rp. 6.000.000,-} \\
 \text{Sehingga BE total} &= \frac{\text{Rp. 1.400.000,-} + \text{Rp. 4.000.000,-}}{\text{Rp. 6.000.000,-}} = \text{Rp. 1.000,-} \\
 &= \text{Rp. 4.200.000,-}
 \end{aligned}$$



Ternyata *Break Even* total bukanlah merupakan penjumlahan dari *Break Even* individual (yaitu Rp. 4.400.000,-). *Break Even* total untuk produk itu ialah Rp. 4.200.000,-. Berapakah besarnya penjualan masing-masing produk, akan kita hitung dengan menggunakan *product-mix* dan *sales mix* yang konstan.

Sales mix ialah perbandingan total penjualan antara A:B
 = Rp. 1.000.000,- : Rp. 5.000.000,- atau
 = Rp. 1.000 : Rp. 5.000,- atau
 = 1:5

Product mix ialah perbandingan kuantitas barang yang dijual, A dan B, dalam hal ini :

A:B = 1.000 : 2.500 unit atau A:B = 2:5

Setelah dapat diketahui *sales-mix* dan *product-mix*-nya, maka sekarang kita hitung berapa rupiah-kah dan berapa kuantitas masing-masing untuk dapat mencapai *Break Even* Rp. 4.200.000,-.

(a) Kita gunakan *sales-mix* untuk mencari *Break Even* rupiah.

Sales-mix A:B = 1:5

Break Even total ialah Rp. 4.200.000,-

Break Even produk A ialah $\frac{1}{6}$ (Rp. 4.200.000,-) = Rp. 700.000,-

Break Even produk B ialah $\frac{5}{6}$ (Rp. 4.200.000,-) = Rp. 3.500.000,-

(b) Kita gunakan *product-mix* untuk membuktikan bahwa penjualan individual adalah benar.

Product-mix A:B = 2:5

Break Even produk A ialah Rp. 700.000,- @ Rp. 1.000,- = 700 unit

Break Even produk B ialah Rp. 3.500.000,- @ Rp. 2.000,- = 1.750 unit

Kuantitas A:B tetap sama ialah 700 : 1.750 atau 2:5

Jadi, untuk mencari *Break Even* dalam rupiah digunakan *sales-mix*, sedangkan untuk mencari *Break Even* dalam unit digunakan *product-mix*.

Selanjutnya direkonsiliasi sebagai berikut :

Direkonsiliasikan :

Penjualan produk A 700 unit @ Rp. 1.000,-	Rp. 700.000,-
Biaya variabel 50 % dari penjualan	<u>Rp. 350.000,-</u>
Pendapatan marginal	Rp. 350.000,-
Biaya tetap	<u>Rp. 200.000,-</u>
Laba produk A	Rp. 150.000,-
Penjualan produk B 1.750 unit		Rp. 3.500.000,-
Biaya variabel 70% dari penjualan		<u>Rp. 2.450.000,-</u>
Pendapatan marginal produk B		Rp. 1.050.000,-
Biaya tetap produk B		<u>Rp. 1.200.000,-</u>
Rugi produk B	<u>(Rp. 150.000,-)</u>
Laba rugi perusahaan	Rp. 0,- BE

E. *Margin of Safety* (MoS)

Margin of Safety bagi perusahaan merupakan syarat bagi manajemen yaitu kapan manajemen harus meningkatkan promosi penjualan dan tindakan yang harus dilakukan apabila penjualan mendekati titik BEP. Sebelum membahas lebih lanjut perhitungan *Margin of Safety*, berikut ada beberapa pendapat mengenai pengertian *Margin of Safety* itu sendiri.

Menurut Samryn (2002:175) :

“*Margin of Safety* adalah kelebihan penjualan yang dianggarkan (realisasi) diatas volume penjualan pada titik impas”.

Menurut Riyanto (2001:366) :

“*Margin of Safety* merupakan angka yang menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan atau dibudgetkan dengan penjualan pada *break even*”.

Menurut Munawir (2001:441) :

“*Margin of Safety* merupakan hubungan atau selisih antara penjualan yang dibudget atau tingkat penjualan tertentu dengan penjualan pada tingkat *break*

even merupakan tingkat keamanan (*margin of safety*) bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan.

Berdasarkan beberapa pendapat ilmuwan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Margin of Safety* adalah selisih antara penjualan yang dianggarkan dengan tingkat penjualan *break even*.

Margin of Safety bagi perusahaan merupakan isyarat bagi manajemen yaitu kapan manajemen harus meningkatkan promosi, tindakan apa yang harus dilakukan apabila penjualan mendekati titik impas atau *break even point* (laba mungkin menurun), dan sebagainya.

Untuk menghitung *Margin of Safety* adalah :

$$\text{MoS} = \frac{\text{Budget sales} - \text{Penjualan pada BEP}}{\text{Budget sales}} \times 100\%$$

Sumber : Riyanto (2001:299)

Contoh :

Jika penjualan \$250.000 dan penjualan pada BEP \$200.000, maka MoS adalah :

$$\begin{aligned} \text{MoS} &= \frac{\$250.000 - \$200.000}{\$250.000} \times 100\% \\ &= 20\% \end{aligned}$$

Apabila tingkat MoS telah diketahui, maka manajemen dapat merumuskan berbagai strategi, taktik dan langkah-langkah operasional untuk bertahan agar penjualan tidak mengalami abrasi sampai melebihi angka MoS dan memberi isyarat kepada manajemen tentang sesuatu yang terjadi dalam pencapaian laba perusahaan.

F. Minimal Sales

Penjualan minimal dapat ditentukan setelah menetapkan besarnya keuntungan (laba) yang diinginkan. Manfaat dari penentuan penjualan minimal adalah untuk menentukan besarnya tingkat penjualan yang harus dicapai dalam rangka memperoleh keuntungan yang diinginkan.

Perhitungan *minimal sales* dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Minimal Sales} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

Sumber : Riyanto (2001:291)

Dimana :

- FC = Biaya Tetap
- VC = Biaya Variabel
- S = Penjualan

Contoh :

Pada tahun 200X suatu perusahaan adalah *break even*. Perusahaan bekerja dengan biaya tetap sebesar Rp. 120.000 dan memperoleh penghasilan penjualan sebesar Rp. 200.000. Keadaan tahun berikutnya diperkirakan lebih baik dan pimpinan perusahaan menetapkan target keuntungan sebesar Rp. 30.000. Berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk dapat mencapai target keuntungan tersebut ? Dalam keadaan *break even* besarnya biaya total adalah tepat sama besar dengan penghasilan penjualan.

- Sales = FC + VC
- VC = sales – FC
- VC = Rp. 200.000 – Rp. 120.000
- VC = Rp. 80.000

Variabel Expenses Ratio (biaya variabel dinyatakan dalam prosentase dari sales)



$$= \frac{\text{Rp. 80.000}}{\text{Rp. 200.000}} \times 100\%$$

Setelah diketahui berapa besarnya *variabel expenses ratio*, maka dapat ditentukan besarnya *sales minimal* tersebut dengan cara sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Minimal Sales} &= \frac{\text{Rp. 120.000} + \text{Rp. 30.000}}{1 - \frac{4}{10}} \\ &= \frac{\text{Rp. 150.000}}{\frac{6}{10}} \\ &= \text{Rp. 250.000} \end{aligned}$$

Dibuktikan :

Penjualan		Rp. 250.000
Biaya Variabel (40%)	Rp. 100.000	
Biaya Tetap	<u>Rp. 120.000</u>	
Keuntungan (laba)		<u>Rp. 220.000</u> - <u>Rp. 30.000</u>

Jadi, untuk dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp. 30.000, perusahaan harus dapat memproduksi dan menjual produknya sebesar Rp. 250.000.

G. Perencanaan Laba

1. Pengertian Perencanaan Laba

“Anggaran merupakan suatu rencana terinci yang dinyatakan secara formal dalam ukuran kuantitatif, biasanya dalam satuan uang, untuk menunjukkan perolehan dan penggunaan sumber-sumber suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu”. (Supriyono, 2001:82).

Perencanaan laba memegang peranan yang sangat penting bagi kondisi perusahaan dimasa yang akan datang. Alat perencanaan laba selain

analisis *Break Even Point* adalah analisis arus uang kas, analisis biaya diferensial, dan analisis pendapatan atas investasi (analisis *return on investment*).

Menurut pendapat dari Welsch, Hilton & Gordon (2000:30) menyatakan bahwa rencana laba merupakan gambaran keuangan dan naratif mengenai hasil yang diharapkan dari keputusan perencanaan. Rencana laba secara eksplisit menyatakan sasaran dalam ukuran waktu dan hasil keuangan yang diharapkan (pengembalian investasi, laba dan biaya) untuk setiap bagian dari perusahaan.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah suatu proses untuk menentukan dari beberapa alternatif tindakan dengan mengkombinasikan faktor-faktor produksi semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Penetapan Sasaran/Tujuan Laba

Menurut Carter dan Usry (2005:4) ada tiga prosedur yang dapat digunakan dalam menetapkan sasaran laba, antara lain :

- a. Dalam metode *a priori*, tujuan laba mendominasi perencanaan. Pertama-tama manajemen menentukan tingkat pengembalian yang diinginkan dan berusaha untuk merealisasikannya melalui perencanaan.
- b. Dalam metode *posteriori*, tujuan laba berada di bawah perencanaan dan diidentifikasi sebagai hasil dari perencanaan.
- c. Dalam metode *pragmatis*, manajemen menggunakan standar laba yang telah diuji dan dibuktikan melalui pengalaman. Dengan menggunakan suatu tingkat target laba yang diperoleh dari pengalaman, pengharapan

dan perbandingan, pihak manajemen menetapkan standar laba relatif yang dianggap memadai bagi perusahaannya.

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan sasaran laba antara lain :

- a. Laba atau rugi yang diakibatkan dari volume penjualan tertentu.
- b. Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup seluruh biaya yang terpakai dan menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar deviden bagi saham preferen dan saham biasa serta menyediakan kebutuhan bisnis masa depan.
- c. Titik impas/pulang-pokok (*Break Even Point*).
- d. Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang.
- e. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai sasaran laba.
- f. Hasil pengembalian (*return*) atas modal yang digunakan. (Carter dan Usry, 2005:5)

3. Manfaat Perencanaan Laba

Perencanaan laba yang baik akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Manfaat dari perencanaan laba bagi perusahaan menurut Carter dan Usry (2005:6) antara lain :

- a. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah. Manajemen wajib mempelajari semua aspek bisnis dalam mengembangkan anggaran. Hal ini memungkinkan adanya kesempatan untuk menilai kembali setiap segi dari operasi dan memeriksa kembali kebijakan dan program.
- b. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen. Hal itu membantu mengembangkan kesadaran akan laba di seluruh lapisan organisasi dan merangsang kesadaran akan biaya serta efisiensi biaya.
- c. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi. Hal tersebut memberikan suatu cara untuk menyesuaikan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita. Anggaran membuat identifikasi dan eliminasi dari halangan serta ketidakseimbangan menjadi mungkin, sebelum kedua hal itu terjadi serta untuk menyalurkan usaha-usaha ke aktivitas-aktivitas yang paling menguntungkan.
- d. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen. Keahlian dan pengetahuan dari semua manajer dibutuhkan untuk mengembangkan rencana yang paling efektif. Partisipasi dari semua tingkatan

mengeluarkan ide-ide dan menyediakan suatu cara untuk mengkomunikasikan tujuan serta untuk memperoleh dukungan atas rencana akhir. Manajer yang berpartisipasi belajar mengenai apa yang diharapkan yaitu mengembangkan komitmen terhadap cita-cita dimana mereka turut berpartisipasi dalam penetapannya.

- e. Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu. Hal ini memicu manajer untuk merencanakan dan berkinerja secara efisien.

4. Keterbatasan Perencanaan Laba

Menurut Carter dan Usry (2005:7) perencanaan laba memiliki beberapa keterbatasan atau kekurangan antara lain :

- a. Prediksi bukanlah ilmu pengetahuan pasti, ada sejumlah pertimbangan dalam estimasi tertentu. Suatu anggaran harus didasarkan pada prediksi atau kejadian di masa depan, maka revisi atau modifikasi dari anggaran sebaiknya dilakukan ketika variasi dari estimasi membenarkan adanya suatu perubahan dalam rencana.
- b. Anggaran dapat memfokuskan perhatian manajemen pada cita-cita (seperti tingkat produksi yang tinggi atau tingkat penjualan kredit yang tinggi) yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan dari organisasi. Dengan demikian, harus ada kehati-hatian dalam menetapkan cita-cita guna menyalurkan usaha manajer dengan sesuai.
- c. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerjasama dari semua anggota manajemen. Seringkali perencanaan laba gagal karena manajemen eksekutif hanya memberikan sedikit dukungan. Jika manajemen puncak tidak secara konsisten mendukung proses pembuatan anggaran, maka manajemen di tingkat bawah akan segera memandangi proses pembuatan anggaran sebagai suatu latihan yang tidak berarti dan akibatnya kualitas dari anggaran menurun. Karena jika tidak, manajer di tingkat bawah akan merasakan bahwa anggaran dipaksakan pada mereka tanpa partisipasi mereka.
- d. Penggunaan anggaran secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsi. Manajer mungkin saja mencoba untuk memasukkan kelonggaran dalam anggaran atau mengambil tindakan yang mahal bagi perusahaan untuk mencapai tujuan anggaran individual mereka masing-masing.
- e. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peran administrasi. Eksekutif sebaiknya tidak beranggapan bahwa mereka dibatasi oleh anggaran. Tetapi, rencana laba didesain untuk menyediakan informasi yang terinci dan memungkinkan eksekutif mengarahkan perusahaan ke tujuan organisasi.

- f. Penyusunannya memakan waktu. Manajemen seringkali tidak sabar dan kehilangan minat karena manajemen berharap terlalu banyak dalam waktu yang terlalu singkat. Pertama-tama, anggaran harus dijual ke orang-orang yang bertanggung jawab, dan mereka harus diarahkan dan dididik mengenai metode dan tujuan pembuatan anggaran.

5. Hubungan Analisis *Break Even Point* dengan Laba

Manajemen mempertimbangkan berbagai usulan kegiatan yang berakibat pada perubahan harga jual, volume penjualan, biaya variabel, dan biaya tetap yang kemudian berdampak pula pada laba bersihnya di dalam perencanaan laba. Oleh karena itu, dalam perencanaan manajemen membutuhkan informasi mengenai faktor-faktor yang berdampak pada laba bersih, untuk mencapai laba yang maksimal (dalam perencanaan maupun realisasinya) manajemen dapat melakukan berbagai langkah, yaitu:

- a. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
 - b. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
 - c. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.
- (Munawir,2001:184)

Ketiga langkah tersebut tidak dapat diterapkan secara terpisah, karena faktor biaya, harga jual dan volume penjualan mempunyai hubungan yang saling berkaitan. Biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi dan volume produksi akan langsung mempengaruhi biaya.

Langkah-langkah dari pihak manajemen tersebut harus didasarkan pada berapa jumlah minimal barang yang harus diproduksi dan dijual agar perusahaan tidak rugi atau minimal impas.

Apabila ingin mengetahui kemampuan perusahaan dalam merealisasi laba, maka perusahaan membuat anggaran penjualan, anggaran biaya produksi dan non produksi serta parameter lain seperti *Break Even Point*, *Minimal Sales* dan *Margin of Safety*. *Break Even Point* memberikan informasi tentang tingkat penjualan suatu usaha dengan laba sama dengan nol, sehingga manajer dapat menentukan penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian. *Minimal Sales* memberikan informasi tentang tingkat penjualan yang harus dicapai agar mendapatkan keuntungan tertentu. *Margin of Safety* memberikan informasi tentang kemungkinan penurunan penjualan yang dapat terjadi sebelum terjadi kerugian operasi.

Jadi, hubungan analisis *Break Even Point* dengan laba adalah membantu menentukan komposisi penjualan yang dapat memberikan laba maksimum dan mengetahui tingkat penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Hubungan analisis *Break Even Point* yang lain adalah untuk mengukur dan menjaga agar penjualan tidak lebih kecil dari BEP serta memberikan dampak perubahan harga jual, biaya dan besarnya volume penjualan terhadap laba bersih.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif menurut Subana dan Sudrajat (2005:25) adalah penelitian yang dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik dan menunjukkan hubungan antar variabel. Penelitian deskriptif menurut Narbuko dan Achmadi (2003:44) yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi ia juga bisa bersifat komperatif dan korelatif. Penelitian deskriptif juga didefinisikan oleh Singarimbun (2006:4) yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu. Peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis. Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif.

B. Fokus Penelitian

Tujuan dalam menentukan fokus penelitian adalah untuk membatasi studi dalam penelitian, sehingga objek yang akan diteliti tidak akan terlalu luas sesuai dengan penelitian tersebut, maka fokus penelitian meliputi :

1. Biaya-biaya yang ada dalam perusahaan meliputi :

- a. Biaya tetap, yaitu biaya yang jumlahnya selalu tetap dalam suatu volume kegiatan tertentu selama periode waktu tertentu.
- b. Biaya variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- c. Biaya semi variabel, yaitu biaya yang didalamnya memiliki unsur biaya variabel dan biaya tetap.

2. Harga jual

Harga jual merupakan nilai yang harus dibayar oleh pembeli untuk memperoleh satuan produk barang.

3. Volume penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah unit penjualan yang dicapai perusahaan selama satu periode akuntansi.

4. Neraca dan Laporan Laba-Rugi periode 2008-2010.

5. Besarnya tingkat laba yang direncanakan perusahaan, yaitu suatu proses untuk menentukan dari beberapa alternatif tindakan dengan mengkombinasikan faktor-faktor produksi semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di perusahaan Kripik Buah "J2", Jalan Kertanegara 83, Tumpang, Malang. Alasan pemilihan obyek tersebut adalah karena merupakan salah satu industri rumah tangga di Malang yang memproduksi

makanan kecil berupa kripik buah yang sudah dikenal oleh masyarakat luas bahkan dari luar kota Malang. Produk yang dihasilkan bervariasi dan merupakan oleh-oleh khas dari kota Malang sehingga perkembangan perusahaan sangat pesat.

D. Sumber Data

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002:146), “Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data, disamping jenis data yang telah dijelaskan dimuka”. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. **Data Primer (*Primary Data*)**
Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara), dimana data tersebut secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti yang berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian-pengujian.
2. **Data Sekunder (*Secondary Data*)**
Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain), yang umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Nazir, 2003:174). Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

1. Observasi

Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung ke tempat penelitian. Observasi dilakukan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya dan mendapatkan data yang tepat seperti pengelolaan keuangan dan administrasi lainnya serta keadaan secara umum pada perusahaan.

2. Wawancara

Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan obyek yang diteliti untuk mendapatkan data dan meyakinkan bahwa data-data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara objektif.

3. Dokumentasi

Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan melihat dan mempelajari laporan-laporan, catatan-catatan perusahaan maupun data akuntansi perusahaan yang sesuai dengan data yang diperoleh seperti data volume produksi, volume penjualan, data biaya-biaya, laporan harga pokok produksi dan laporan laba rugi.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang banyak digunakan dalam penelitian khususnya dalam kegiatan pengumpulan data. Data yang dibutuhkan dalam penelitian dikumpulkan kemudian di analisis. Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah :

1. Pedoman observasi

Yaitu melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap gejala-gejala yang diteliti.

2. Pedoman wawancara

Yaitu berisi daftar pertanyaan-pertanyaan mengenai obyek yang diteliti.

3. Pedoman dokumentasi

Yaitu dilakukan dengan mendokumentasikan laporan, catatan maupun sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian.

G. Analisis Data

Setelah data diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Tahap-tahap dalam analisis data yang dilakukan oleh penulis yaitu melalui perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data perusahaan meliputi data biaya, data produksi, harga jual dan data hasil penjualan.
2. Mengklasifikasikan biaya-biaya berdasarkan jenis biaya yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.
3. Mengelompokkan dan mengidentifikasi biaya semi variabel ke dalam jenis biaya tetap dan variabel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*Least Square Method*). Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan tegak lurus dengan persamaan garis regresi $y = a+bx$, dimana y merupakan variabel terikat

(*dependent variable*), yaitu variabel yang berubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x yang merupakan variabel bebas (*independent variable*). Variabel y menunjukkan biaya, sedangkan variabel x menunjukkan volume kegiatan dalam persamaan tersebut a merupakan unsur biaya tetap dalam y, sedangkan b menunjukkan unsur biaya variabel.

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \qquad a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

Sumber : Mulyadi (2002:472)

4. Menghitung dan menganalisis *Break Even Point* yang terjadi pada perusahaan dengan menggunakan rumus :

$$\text{Break Even Point (dalam unit)} = \frac{FC}{P - VC}$$

$$\text{Break Even Point dalam rupiah} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Sumber : Riyanto (2001:297).

5. Menentukan Penjualan Minimal (*Minimal Sales*)

Digunakan untuk menentukan berapa tingkat penjualan yang harus dicapai agar mendapatkan keuntungan tertentu. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Minimal Sales} = \frac{FC + \text{Keuntungan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Sumber : Riyanto (2001:291)

6. Menentukan *Margin of Safety* (MoS)

Digunakan untuk menentukan seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Perhitungan untuk menentukan *Margin of Safety* (MoS) dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{MoS} = \frac{\text{Budget sales} - \text{Penjualan pada BEP}}{\text{Budget sales}} \times 100\%$$

Sumber : Riyanto (2001:299)



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan Kripik Buah “J2” merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan ringan dengan hasil produksinya yaitu berupa kripik buah. Perusahaan ini berdiri pada Juni 2004 dengan hanya menggunakan satu mesin. Awalnya usaha tersebut dikelola secara kecil-kecilan dengan hasil produksi yang sama yaitu kripik buah. Bapak Achmad Jaeri selaku pimpinan pada awalnya merupakan karyawan di perusahaan yang sama. Beliau bekerja di bidang mesin penggorengan. Bapak Achmad Jaeri sangat mahir di bidang mesin sehingga beliau mampu menciptakan mesin penggorengan dengan beberapa inovasi.

Suatu saat beliau pernah mengikuti lomba rancang bangunan yang akhirnya dimenangkan oleh beliau dan akhirnya mesin tersebut dibeli oleh PT. Garuda Food. Semenjak saat itu beliau mengembangkan mesin penggorengan sendiri dirumah, akan tetapi semua kalangan meragukan mesin tersebut karena tidak ada hasil yang kongkrit. Akhirnya beliau tertantang untuk mencoba menggoreng kripik buah menggunakan mesin yang beliau rancang. Hasil dari penggorengan tersebut memuaskan dan tidak menyangka produk tersebut mampu bersaing dipasaran. Berkat ketekunan dan kemampuan perusahaan dalam mengelola usahanya, serta kecakapannya dalam melihat peluang pasar, bahwa sektor industri khususnya industri makanan ringan untuk masa-masa yang akan datang mempunyai prospek yang bagus dan akan mengalami perkembangan yang pesat, maka keberadaan perusahaan dituntut untuk memperluas daerah pemasarannya. Akhirnya Bapak Jaeri membuka sendiri perusahaan keripik buah yang beralamatkan di jalan kertanegara 83 Tumpang Malang. Pada tahun 2008 perusahaan ini mulai resmi berdiri dengan ijin pendirian usaha dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Malang dengan Nomor Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) 510 / 245 / 421.106 / 2008 dengan nama perusahaan Kripik Buah “J2” yang merupakan singkatan dari “Jago Jaya”. Alasan pemberian nama “Jago Jaya” dikarenakan letak perusahaan yang berada di daerah Jago Tumpang, untuk memberikan kesan unik, pemilik menyingkat menjadi “J2”.

2. Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan mempunyai peranan yang penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya dan sekaligus tempat berlangsungnya kegiatan operasional perusahaan. Lokasi juga sangat berpengaruh terhadap proses produksi secara keseluruhan, mulai dari penyediaan bahan baku sampai dengan pemasaran produk.

Perusahaan Kripik Buah “J2” terletak di Jalan Kertanegara 83 Tumpang Malang. Alasan pemilihan lokasi perusahaan ini berdasarkan faktor-faktor sebagai berikut :

a. Faktor Primer

Faktor primer adalah faktor yang mempunyai pengaruh langsung pada produksi dan distribusi dari perusahaan yang bersangkutan. Faktor-faktor primer tersebut terdiri dari :

1. Faktor Sumber Bahan Baku

Faktor jauh dekatnya lokasi bahan baku sangat penting dan berpengaruh terhadap jalannya proses produksi yang akan dilakukan. Perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam pemenuhan bahan baku karena letak perusahaan dekat dengan sumber bahan baku.

2. Faktor Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang penting untuk menunjang aktivitas operasional perusahaan. Perusahaan Kripik Buah “J2” memilih lokasi di daerah Tumpang Malang dengan pertimbangan tenaga kerja akan dapat diperoleh dengan mudah, terutama untuk tenaga kerja produksi dan tenaga kerja kasar agar perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam pemenuhan tenaga kerja.

3. Faktor Pasar

Faktor pasar perlu dipertimbangkan pula karena bila lokasi perusahaan dekat dengan pasar maka untuk memasarkan hasil produksinya akan jauh lebih mudah. Perusahaan Kripik Buah “J2” mempunyai lokasi yang dekat dengan daerah pemasaran, yaitu dekat dengan daerah pasar, pertokoan dan daerah pemasaran lain.

4. Faktor Sumber Energi yang Memadai

Pemilihan lokasi ini juga menguntungkan perusahaan, khususnya dalam memperoleh kemudahan dan pemenuhan kebutuhan sumber energi, misalnya air, listrik, bahan bakar minyak, dll.

5. Transportasi

Transportasi merupakan faktor penting dalam rangka pemilihan lokasi perusahaan, karena transportasi yang baik dan lancar akan menjamin kelancaran dalam pengangkutan barang. Perusahaan dalam hal ini tidak mengalami kesulitan karena letaknya tidak jauh dari jalan raya sehingga sangat menguntungkan untuk kelancaran distribusi perusahaan dalam pembelian bahan baku atau pemasaran barang jadi. Fasilitas transportasi yang ada di sekitar perusahaan

tersedia cukup, karena prasarana jalan yang ada cukup memadai untuk jalan keluar masuknya kendaraan kedalam lokasi perusahaan.

b. Faktor Sekunder

Faktor sekunder adalah faktor yang menunjang atau melengkapi faktor primer dalam usahanya untuk menentukan lokasi perusahaan yang ideal agar aktivitas perusahaan berjalan baik. Faktor-faktor sekunder tersebut adalah :

1. Faktor permodalan

Fasilitas permodalan sangat membantu perusahaan dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan serta pengembangan, yaitu dukungan dari luar perusahaan untuk mendapat pinjaman dari bank.

2. Faktor masyarakat dengan lingkungan perusahaan

Hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar cukup baik, karena disamping perusahaan dapat menciptakan lapangan pekerjaan juga polusi yang ditimbulkan relatif kecil sehingga masyarakat sekitar tidak mengalami gangguan.

3. Faktor kemungkinan adanya perluasan

Pemilihan lokasi perusahaan perlu mempertimbangkan dan memperhatikan kemungkinan perluasan, karena merupakan suatu cara dalam mencapai tujuan mengenai perluasan perusahaan.

4. Faktor keamanan lingkungan

Daerah tempat perusahaan didirikan dapat dinyatakan sebagai daerah aman, karena perusahaan berada di kawasan perumahan serta adanya keamanan lingkungan yang terkoordinir dengan baik dari masyarakat sekitar lingkungan tersebut.

5. Faktor rencana masa depan

Keputusan yang diambil perusahaan mempunyai pengaruh yang besar bagi perusahaan. Tujuan perusahaan adalah agar dapat terus berkembang, maka perusahaan berusaha menetapkan rencana untuk menghadapi tuntutan dimasa yang akan datang.

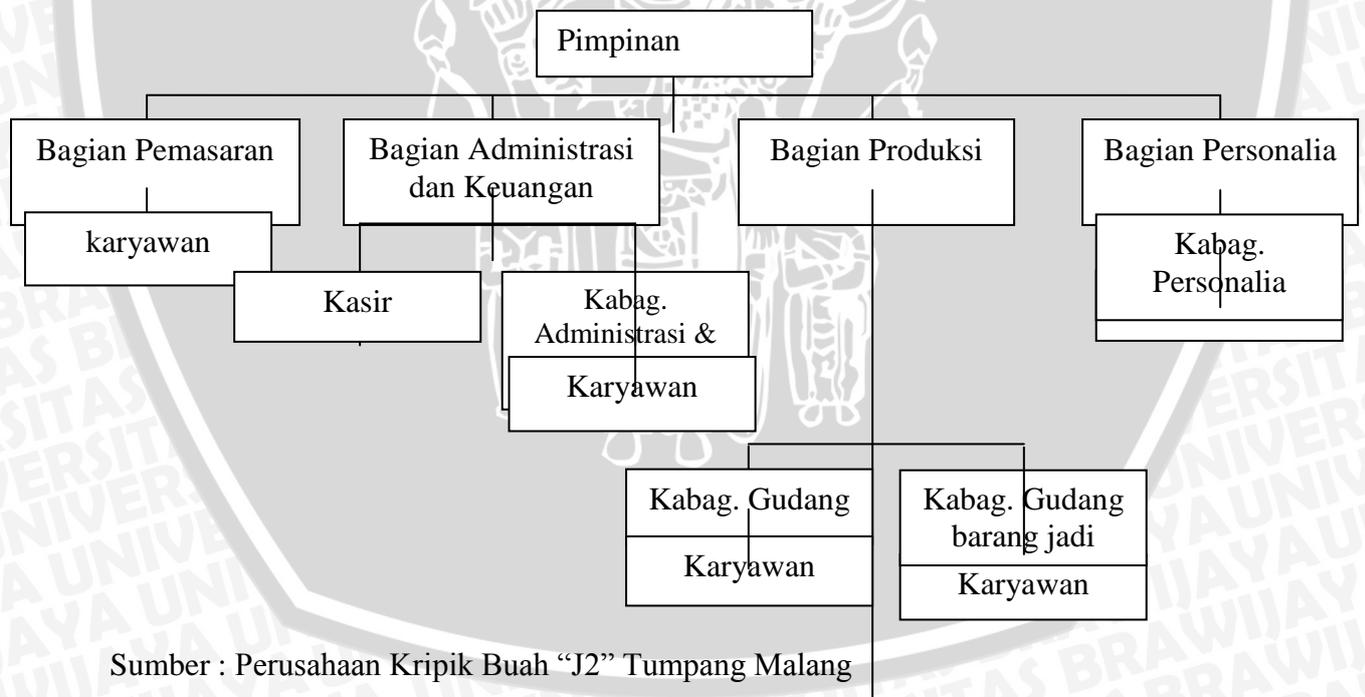
3. Bentuk Hukum Perusahaan

Badan hukum perusahaan Kripik Buah “J2” adalah berberntuk perusahaan perseroan dengan Nomer Surat Ijin Usaha (SIUP) 510 / 245 / 421.106 / 2008, dimana pemilik perusahaan sekaligus sebagai pimpinan perusahaan.

4. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan merupakan kerangka kegiatan yang mewujudkan pola tetap dari hubungan antara bidang-bidang kerja maupun orang-orang. Kerangka ini dapat mewujudkan kedudukan, wewenang dan tanggungjawab dari masing-masing bagian yang ada dalam organisasi (perusahaan). Struktur organisasi yang dipakai oleh perusahaan Kripik Buah “J2” berbentuk garis (lini), dimana wewenang mengalir dari pimpinan pada bawahannya secara teratur. Struktur organisasi perusahaan Kripik Buah “J2” adalah sebagai berikut :

Gambar 3
Bagan Struktur Organisasi
Perusahaan Kripik Buah “J2” Malang



Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Berikut ini akan diuraikan secara umum dari masing-masing bagian pada struktur organisasi perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang yang mempunyai tugas, wewenang dan tanggungjawab sebagai berikut :

1. Pimpinan Perusahaan

- a. Merumuskan dan menetapkan tujuan, sasaran dan kebijaksanaan perusahaan.
- b. Memimpin dan mengkoordinasikan tugas dari masing-masing kepala bagian.
- c. Mewakili perusahaan dalam melaksanakan hubungan dengan pihak luar.
- d. Bertanggung jawab terhadap maju mundurnya perusahaan.

2. Bagian Pemasaran

Melaksanakan semua kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan, antara lain :

- a. Mengatur kelancaran pemasaran hasil produksi.
- b. Melaksanakan kebijaksanaan yang berhubungan dengan masalah *sales promotion*.
- c. Membina hubungan baik dengan para pelanggan.
- d. Bertanggung jawab pada pimpinan perusahaan.

3. Bagian Administrasi dan Keuangan

Bagian ini menangani masalah yang berhubungan dengan pemasukan dan pengeluaran keuangan perusahaan serta masalah administrasi lainnya.

Kasir :

Bertugas menangani masalah yang berhubungan dengan pemasukan dan pengeluaran perusahaan.

Kabag Administrasi & Keuangan

- a. Menyelenggarakan administrasi perusahaan.
- b. Bertanggung jawab pada atasan.
- c. Bertugas menyusun laporan keuangan setiap akhir periode untuk disajikan kepada pimpinan dan pihak lain yang berkepentingan terhadap laporan keuangan perusahaan.

- d. Membentuk kas kecil untuk menunjang kegiatan perusahaan sehari-hari.
- e. Membuat perencanaan dibidang keuangan untuk menjaga kelangsungan dan kelancaran kegiatan usaha.

5. Bagian Produksi

- a. Mengadakan pengawasan secara langsung terhadap jalannya proses produksi.
- b. Bertanggung jawab terhadap kualitas produk yang telah dihasilkan.
- c. Menentukan jumlah, jenis dan kapan bahan-bahan harus dibeli untuk kelancaran proses produksi.
- d. Bertanggung jawab pada pimpinan perusahaan.

Bagian produksi dibagi menjadi dua bagian :

Kabag Gudang

- 1. Mengadakan persediaan bahan baku.
- 2. Menentukan jumlah bahan baku, jenis bahan baku dan kapan bahan baku harus dibeli untuk stock bahan baku guna mendukung kelancaran proses produksi.

Kabag Gudang Barang Jadi

Bertugas mencatat semua penerimaan dan pengeluaran barang jadi dari bagian produksi ke kartu stock.

6. Bagian Personalia

- a. Menangani segala hal yang berhubungan dengan karyawan.
- b. Menyusun program kesejahteraan karyawan.
- c. Bertanggung jawab kepada pimpinan perusahaan.

7. Karyawan

- a. Melaksanakan proses produksi sesuai dengan jumlah dan waktu yang telah ditentukan.
- b. Bertanggung jawab kepada atasan terhadap seluruh kelancaran aktivitas perusahaan.

5. Personalia

1. Jumlah Tenaga Kerja

Perusahaan dalam melaksanakan aktivitas produksinya mempunyai sejumlah tenaga kerja. Jumlah tenaga kerja yang ada pada perusahaan Kripik Buah “Jago Jaya” sebanyak 95 orang dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 11
Jumlah tenaga kerja berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	26
Perempuan	69
Total	95

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Tabel 12
Kualifikasi Pendidikan Karyawan

Tingkatan Pendidikan	Jumlah
SD	20
SMP	50
SMA/SMK	24
Sarjana	1

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

2. Sumber Tenaga Kerja

Kebijaksanaan penarikan tenaga kerja yang dibutuhkan perusahaan Kripik Buah “J2” merupakan tanggung jawab bagian personalia. Bagian

personalia berwenang untuk merancang jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan. Kebutuhan tenaga kerja dapat diperoleh dari beberapa sumber yaitu :

1. Teman karyawan
2. Masyarakat sekitar perusahaan
3. Pendidikan dan Pengembangan Keterampilan Karyawan

Proses pengembangan pengetahuan dan keterampilan karyawan dilakukan oleh bagian personalia dengan mengadakan program pendidikan dan pelatihan kerja bagi para karyawan. Bentuk pendidikan dan pelatihan kerja yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Latihan di tempat kerja.
2. Petunjuk pelaksanaan kerja.
3. Bimbingan dari teman sekerja.
4. Bekerja dengan pengawasan karyawan senior.

Melalui pendidikan dan pelatihan kerja yang dilaksanakan diharapkan karyawan mampu melaksanakan tugas-tugas dengan baik, memiliki dedikasi dan loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan.

4. Pengaturan Jam Kerja

Jam kerja yang berlaku pada perusahaan Kripik Buah “J2” selama satu minggu dimulai hari Senin sampai dengan Sabtu, sedangkan Minggu dan hari besar libur. Perincian jam kerja dan istirahat dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

1. Karyawan Bagian Produksi

Tabel 13
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Penggunaan Jam Kerja Karyawan

Hari	Jam Kerja	Istirahat
------	-----------	-----------



Senin	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Selasa	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Rabu	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Kamis	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Jumat	07.00 – 15.00	11.00 – 13.00
Sabtu	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Karyawan bagian produksi yang bekerja diluar jam kerja diatas dianggap lembur.

2. Karyawan Tetap Bagian Adminitrasi, Keuangan dan Umum

Tabel 14
Perusahaan Kripik Buah “J2” Malang
Penggunaan Jam Kerja Karyawan

Hari	Jam Kerja	Istirahat
Senin	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Selasa	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Rabu	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Kamis	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Jumat	07.00 – 15.00	11.00 – 13.00
Sabtu	07.00 – 15.00	12.00 – 13.00

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

5. Sistem Gaji dan Upah

Gaji dan upah yang diberikan oleh perusahaan Kripik Buah “J2” berdasarkan pada jabatan yang dimiliki oleh masing-masing karyawan. Pembayaran gaji dan upah adalah sebagai berikut :

1. Karyawan Borongan

Pekerja yang hubungannya kerjanya dengan pihak perusahaan bersifat kontrak atau berdasarkan perjanjian kerja untuk batas waktu yang tidak tetap. Upah yang diberikan pada karyawan biasanya dihitung berdasarkan kualitas produk dan jumlah produk yang mampu dihasilkan oleh karyawan.

2. Karyawan Harian

Pekerja yang berstatus sebagai karyawan tetap perusahaan yang mana pekerja harian ini adalah karyawan yang menangani langsung

bagian produksi. Upah yang diberikan pada karyawan biasanya dihitung berdasarkan jumlah hari kerja dan pembayarannya dilakukan setiap hari terakhir dalam satu minggu.

6. Kesejahteraan dan Keamanan Karyawan

Perusahaan Kripik Buah “J2” dalam memberikan kesejahteraan dan keamanan bagi karyawannya adalah dengan melakukan hal-hal sebagai berikut :

- 1) Pemberian bantuan pengobatan bagi karyawan yang sedang sakit.
- 2) Pengadaan rekreasi yang dilakukan dua kali dalam setahun

6. Produksi Dan Proses Produksi

a. Produksi

1. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi dibagi menjadi dua macam, yaitu :

- a. Bahan baku utama : buah-buah segar seperti nangka, nanas, salak, apel, mangga, minyak goreng.
- b. Bahan baku pembantu : karton, kantong besar, sticker.

2. Mesin dan Peralatan

- 1) 10 unit mesin penggorengan adalah mesin yang dirancang khusus untuk proses penggorengan keripik buah.
- 2) 8 unit mesin pengepresan pembungkusan adalah mesin yang digunakan untuk proses pembungkusan produk keripik buah.
- 3) 60 buah Pisau adalah alat yang digunakan untuk pengupasan bahan baku yang berupa buah segar.

- 4) 10 unit mesin pengeringan adalah mesin yang digunakan untuk mengeringkan atau meniriskan minyak dari hasil penggorengan keripik buah.

3. Proses Produksi

Proses produksi pada Perusahaan Kripik Buah “J2” ini adalah proses yang terus-menerus (*continue*), karena proses produksinya berjalan secara bertahap. Sifat produksinya adalah produksi massa yang berarti perusahaan memenuhi permintaan pasar tanpa memperhatikan keinginan khusus dari masing-masing pembeli. Proses produksi pada Perusahaan Kripik Buah “J2” adalah sebagai berikut :

1) Proses pengupasan

Pada tahap ini yang dilakukan adalah mengupas buah-buah segar dari kulitnya dengan menggunakan pisau untuk kemudian diambil buahnya dan dicuci sampai bersih.

2) Proses pemotongan

Pada tahap ini setelah buah dicuci dengan bersih kemudian dipotong atau diiris sesuai bentuk atau ukuran yang ditetapkan. Hal ini dimaksudkan agar nantinya keripik buah yang dihasilkan memiliki bentuk yang sama.

3) Proses penggorengan

Pada tahap ini, buah yang sudah dipotong tersebut dimasukkan ke dalam mesin penggorengan yang telah dirancang khusus oleh pemilik perusahaan. Proses ini memerlukan keahlian khusus dari karyawan dan tidak semua mampu mengerjakannya karena selain dilakukan dalam kuantitas yang besar, karyawan juga harus mampu mengatur temperature suhu dari mesin penggorengan tersebut beserta waktu yang diperlukan.

4) Tahap pengeringan

Buah yang sudah selesai digoreng atau yang sudah berupa keripik buah kemudian dimasukkan kedalam mesin pengeringan. Hal ini dimaksudkan agar keripik yang dihasilkan tidak mengandung banyak minyak atau ditiriskan agar minyak yang menempel pada keripik buah berkurang.

5) Tahap pembungkusan

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari proses produksi keripik buah. Keripik buah yang sudah ditiriskan kemudian dibungkus ke dalam karton alumunium sesuai dengan ukuran yang ditentukan dengan menggunakan mesin pengepresan. Tahap selanjutnya adalah menempelkan label keripik buah sesuai isi di dalamnya, kemudian dimasukkan dalam kardus, setelah itu dimasukkan ke dalam gudang dan siap dipasarkan.

Secara skematis proses produksi pada perusahaan Kripik Buah “J2” dapat digambarkan sebagai berikut :

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Gambar 4
Skema Proses Produksi
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Pengupasan	
Pemotongan	
Penggorengan	
Pengeringan	
Pembungkusan	

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

- b. Hasil Produksi
Hasil produksi dari perusahaan Kripik Buah “J2” adalah keripik Nangka dan Salak.

7. Pemasaran

a. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran Perusahaan Kripik Buah “J2” meliputi wilayah Jawa dan Luar Jawa yaitu Jakarta, kepulauan Riau, Malang dan Batu

b. Saluran Distribusi

Pemakaian saluran distribusi yang tepat sangat penting dalam memasarkan hasil produksi dan berpengaruh terhadap keberhasilan aktivitas penjualan. Saluran distribusi yang digunakan Perusahaan Kripik Buah “J2” ada tiga jenis, diantaranya :

Produsen —————> konsumen

Pengecer secara langsung melakukan pembelian ke perusahaan, perusahaan menyediakan tempat penjualan khusus bagi pengecer.

Produsen —>agen/pelanggan tetap—> konsumen

Penyampaian barang dari produsen ke konsumen melewati perantara yaitu agen. Produsen mengirimkan barang ke agen atau pelanggan tetap kemudian agen menjualnya ke konsumen. Konsumen akhirnya memperoleh produk Perusahaan Kripik Buah “J2” melalui agen.

c. Promosi Penjualan

Perusahaan Kripik Buah “J2” dalam rangka promosi untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat umum atau calon konsumen adalah dengan melakukan kegiatan sebagai berikut :

- 1) Memberikan contoh/sampel produk kepada masyarakat sekitar.
- 2) Mengikuti berbagai acara pameran-pameran yang di adakan pemerintah.
- 3) Menjadi salah satu sponsor pada even-even di daerah Malang Raya dan sekitarnya.
- 4) Memberi logo perusahaan pada produk perusahaan.
- 5) Mengadakan seminar-seminar di berbagai acara yang diadakan di desa-desa seperti ibu-ibu PKK, ibu-ibu rumah tangga maupun instansi-intstansi pemerintah baik umum maupun swasta.

d. Persaingan

Langkah promosi dan pemasaran yang diambil oleh Perusahaan Kripik Buah “J2” dilakukan untuk mengatasi persaingan dengan perusahaan

yang bergerak dibidang usaha sejenis. Perusahaan pesaing tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Perusahaan Keripik Buah cap “so Kreez” di Malang
 - 2) Perusahaan Keripik Buah cap “ Levina” di Malang
 - 3) Perusahaan Keripik Buah cap “Vigor” di Malang
 - 4) Perusahaan Keripik Buah cap “Lancar Jaya” di Malang
 - 5) Perusahaan Keripik Buah cap “Vitko” di Malang
- e. Kebijakan Harga

Tabel 15
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Kebijakan Harga

Jenis Produk	Harga Jual / Kg (Rp)		
	Tahun		
	2008	2009	2010
Keripik Nangka	Rp. 60.000	Rp. 65.000	Rp. 70.000
Keripik salak	Rp. 55.000	Rp. 60.000	Rp. 75.000

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Penentuan harga jual untuk satu produk yaitu jumlah biaya per unit ditambah dengan jumlah laba yang dikehendaki pada setiap unit.

$$\text{Biaya Total} + \text{Margin} = \text{Harga Jual}$$

8. Keuangan Perusahaan

a. Sumber Dana Perusahaan

Modal Sendiri yang berasal dari penjualan mesin penggorengan dan spare part mesin, simpanan yang ada di bank, serta laba tahun penjualan.

b. Penggunaan Dana

Dana yang diperoleh perusahaan digunakan untuk pembiayaan semua aktivitas produksi, membayar beban kredit yang ditanggung perusahaan dan selebihnya disimpan untuk pengembangan perusahaan. Penggunaan dana tersebut diharapkan bisa menghasilkan keuntungan bagi

perusahaan, oleh karena itu penggunaan dana harus benar-benar diatur secara tepat dan efisien.

9. Tujuan Perusahaan

a. Tujuan Jangka Pendek

Tujuan ini merupakan sasaran yang harus dicapai dalam jangka waktu yang relatif singkat, biasanya satu tahun. Tujuan jangka pendek perusahaan Kripik Buah “J2” adalah :

1. Meningkatkan volume penjualan

Perusahaan berusaha supaya setiap tahunnya terjadi peningkatan volume penjualan. Meningkatnya volume penjualan diharapkan akan meningkatkan laba perusahaan.

2. Mempertahankan posisi perusahaan dalam persaingan

Mempertahankan posisi perusahaan tidak terlepas dari reputasi perusahaan, mengenai produk yang dihasilkan, sehingga dapat mengatur posisi perusahaan dalam persaingan serta akan mempermudah dalam mempertahankan bahkan meningkatkan kemampuan untuk bersaing.

3. Menjaga kontinuitas perusahaan

Perusahaan hendaknya dapat mengatasi segala rintangan dalam melaksanakan komunikasi agar tidak mengalami hambatan, sehingga aktivitas perusahaan dapat berjalan secara lancar sesuai dengan rencana.

Perusahaan berusaha agar setiap tahunnya target produksi yang telah direncanakan bisa tercapai. Permintaan konsumen akan produk perusahaan dapat terpenuhi apabila target produksi telah tercapai.

b. Tujuan Jangka Panjang

Tujuan jangka panjang merupakan tujuan yang hendak dicapai perusahaan dalam jangka waktu yang relatif lama atau lebih dari satu tahun, biasanya dalam jangka waktu lebih dari lima tahun. Tujuan jangka panjang yang hendak dicapai Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang adalah :

1. Mencapai maksimum profit

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan selalu bertujuan untuk mencapai keuntungan yang maksimum. Keuntungan yang maksimum dapat dicapai oleh perusahaan dengan meningkatkan kegiatan penjualan dan menekan serendah mungkin biaya operasi. Apabila keuntungan yang maksimum dapat tercapai maka lebih memperkuat keuangan perusahaan.

2. Mengadakan ekspansi

Mengadakan ekspansi adalah memperluas aktivitas dalam bidang usaha perusahaan, memperluas pabrik, mengembangkan teknik-teknik produksi secara modern, dan mengembangkan daerah pemasaran hasil produksinya.

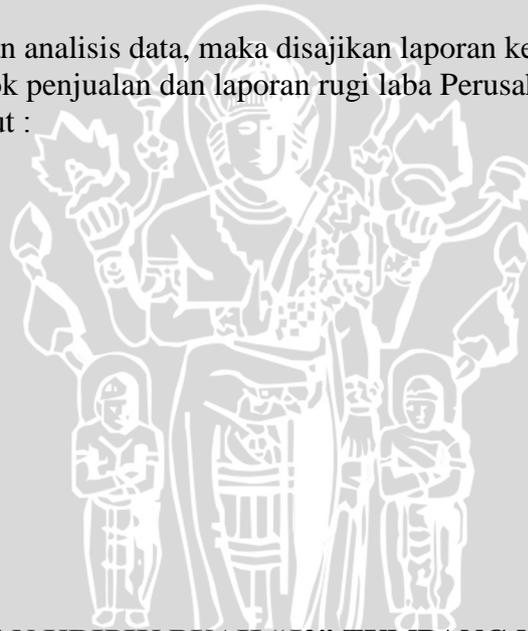
3. Mempertahankan reputasi perusahaan

Perusahaan akan dapat mempertahankan reputasinya, apabila produk yang dihasilkan mempunyai mutu yang baik dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen.

B. Penyajian Data

1. Laporan Keuangan

Berkaitan dengan analisis data, maka disajikan laporan keuangan berupa laporan harga pokok penjualan dan laporan rugi laba Perusahaan Kripik Buah “J2” sebagai berikut :



**PERUSAHAAN KRIPIK BUAH “J2” TUMPANG MALANG
LAPORAN HARGA POKOK PENJUALAN
PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2008
(dalam Rupiah)**

Total Biaya Bahan Baku	305.755.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	122.410.800
Biaya Overhead Pabrik :	
Biaya Bahan Pembantu	10.206.300
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	1.514.000
Biaya Listrik	4.850.000
Biaya Bahan Bakar	5.372.000



Biaya Pemeliharaan Mesin	1.020.000	
Biaya Peny. Gedung Pabrik	2.899.000	
Biaya Peny. Kendaraan Pabrik	1.500.000	
Biaya Penyusutan Mesin	3.528.000	
Biaya Lain-lain	<u>1.152.000</u>	
Total Biaya Overhead Pabrik		32.041.300
		<u>460.207.100</u>
Persediaan Dalam Proses Awal		1.152.000
		<u>461.359.100</u>
Persediaan Dalam Proses Akhir		<u>(1.480.000)</u>
Harga Pokok Produksi		459.879.100
Persediaan Awal Barang Jadi	1.776.700	
Harga Pokok Produksi	<u>459.879.100</u>	
Produksi Tersedia Untuk Dijual	461.655.800	
Persediaan Akhir Barang Jadi	<u>(1.950.000)</u>	
Harga Pokok Penjualan		459.705.800

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang

**PERUSAHAAN KRIPIK BUAH "J2" TUMPANG MALANG
LAPORAN HARGA POKOK PENJUALAN
PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2009
(dalam Rupiah)**

Total Biaya Bahan Baku		363.019.250
Biaya Tenaga Kerja Langsung		137.850.000
Biaya Overhead Pabrik :		
Biaya Bahan Pembantu	19.921.500	
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	3.142.500	
Biaya Listrik	7.750.000	
Biaya Bahan Bakar	7.965.000	
Biaya Pemeliharaan Mesin	3.500.000	
Biaya Peny. Gedung Pabrik	5.512.375	
Biaya Peny. Kendaraan Pabrik	2.000.000	
Biaya Penyusutan Mesin	5.095.125	
Biaya Lain-lain	<u>2.196.000</u>	
Total Biaya Overhead Pabrik		<u>57.082.500</u>
		557.951.750

Persediaan Dalam Proses Awal	<u>1.440.000</u>
	559.391.750
Persediaan Dalam Proses Akhir	<u>(1.860.000)</u>
Harga Pokok Produksi	557.531.750
Persediaan Awal Barang Jadi	2.019.000
Harga Pokok Produksi	<u>557.531.750</u>
Produksi Tersedia Untuk Dijual	559.550.750
Persediaan Akhir Barang Jadi	<u>(2.217.230)</u>
Harga Pokok Penjualan	557.333.520

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

**PERUSAHAAN KRIPIK BUAH “J2” TUMPANG MALANG
LAPORAN HARGA POKOK PENJUALAN
PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2010
(dalam Rupiah)**

Total Biaya Bahan Baku	375.209.650
Biaya Tenaga Kerja Langsung	153.666.850
Biaya Overhead Pabrik :	
Biaya Bahan Pembantu	25.419.100
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	7.172.630
Biaya Listrik	8.327.240
Biaya Bahan Bakar	9.960.700
Biaya Pemeliharaan Mesin	4.499.100
Biaya Peny. Gedung Pabrik	7.764.375
Biaya Peny. Kendaraan Pabrik	3.302.150
Biaya Penyusutan Mesin	6.061.375
Biaya Lain-lain	<u>2.263.400</u>
Total Biaya Overhead Pabrik	<u>74.770.070</u>
	603.646.570
Persediaan Dalam Proses Awal	<u>1.457.700</u>
	605.104.270
Persediaan Dalam Proses Akhir	<u>(1.870.400)</u>
Harga Pokok Produksi	603.233.870

Persediaan Awal Barang Jadi	2.217.230
Harga Pokok Produksi	<u>603.233.870</u>
Produksi Tersedia Untuk Dijual	605.451.100
Persediaan Akhir Barang Jadi	<u>(2.388.000)</u>
Harga Pokok Penjualan	603.063.100

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang

PERUSAHAAN KRIPIK BUAH "J2" TUMPANG MALANG
LAPORAN LABA RUGI
PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2008
(dalam Rupiah)

Penjualan		725.000.000
Harga Pokok Penjualan		<u>459.705.800</u>
Laba Kotor		265.294.200
Biaya Administrasi dan Umum :		
Biaya Gaji Bag. Adm dan Umum	82.848.000	
Biaya Telepon	7.318.700	
Biaya Peny. Mebel dan Peralatan	5.528.500	
Biaya Lain-lain	<u>3.892.900</u>	
Total Biaya Administrasi dan Umum		99.588.100
Biaya Pemasaran :		
Biaya Gaji Bag. Pemasaran	71.190.000	
Biaya Pengangkutan	7.504.000	
Biaya Peny. Kendaraan	1.800.000	
Biaya Lain-lain	<u>2.694.000</u>	
Total Biaya Pemasaran		83.188.000
Total Biaya Operasi		<u>(182.776.100)</u>
Laba Bersih Sebelum Pajak		82.518.100
Pajak		2.108.403
Laba Bersih Setelah Pajak		80.409.697

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang

**PERUSAHAAN KRIPIK BUAH “J2” TUMPANG MALANG
LAPORAN LABA RUGI
PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2009
(dalam Rupiah)**

Penjualan		979.590.000
Harga Pokok Penjualan		<u>557.333.250</u>
Lab Kotor		422.256.750
Biaya Administrasi dan Umum :		
Biaya Gaji Bag. Adm dan Umum	93.298.250	
Biaya Telepon	11.620.250	
Biaya Peny. Mebel dan Peralatan	7.532.000	
Biaya Lain-lain	<u>4.380.000</u>	
Total Biaya Administrasi dan Umum		116.830.500
Biaya Pemasaran :		
Biaya Gaji Bag. Pemasaran	81.295.050	
Biaya Pengangkutan	10.800.000	
Biaya Peny. Kendaraan	3.600.000	
Biaya Lain-lain	<u>4.597.200</u>	
Total Biaya Pemasaran		100.295.250
Total Biaya Operasi		<u>(217.125.750)</u>
Lab Bersih Sebelum Pajak		205.131.000
Pajak		<u>41.026.200</u>
Lab Bersih Setelah Pajak		164.104.800

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

**PERUSAHAAN KRIPIK BUAH “J2” TUMPANG MALANG
LAPORAN LABA RUGI
PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2010
(dalam Rupiah)**

Penjualan		1.144.330.000
Harga Pokok Penjualan		<u>603.063.100</u>
Lab Kotor		541.266.900
Biaya Administrasi dan Umum :		
Biaya Gaji Bag. Adm dan Umum	98.445.675	
Biaya Telepon	13.762.675	
Biaya Peny. Mebel dan Peralatan	8.961.250	
Biaya Lain-lain	<u>6.164.875</u>	
Total Biaya Administrasi dan Umum		127.334.475
Biaya Pemasaran :		
Biaya Gaji Bag. Pemasaran	88.145.000	
Biaya Pengangkutan	12.500.000	
Biaya Peny. Kendaraan	5.250.775	
Biaya Lain-lain	<u>6.379.800</u>	
Total Biaya Pemasaran		112.275.575
Total Biaya Operasi		<u>(239.610.050)</u>
Lab Bersih Sebelum Pajak		301.656.850
Pajak		<u>(75.414.213)</u>
Lab Bersih Setelah Pajak		226.242.637

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

PERUSAHAAN KRIPIK BUAH “J2” TUMPANG MALANG

NERACA
PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2008
(dalam Rupiah)

Aktiva

Aktiva Lancar

Kas	33.674.900
Bank	654.355.185
Piutang Dagang	51.407.000
Piutang Wesel	17.940.300
Piutang Pegawai	18.367.875
Persediaan Barang Jadi	1.950.000
Persediaan Barang Dalam Proses	1.480.000
Persediaan Bahan Baku	74.375.000

Jumlah Aktiva Lancar **853.550.260**

Aktiva Tetap

Tanah	264.674.375
Gedung/Bangunan	258.388.600
Kendaraan	150.052.500
Mesin	735.237.000
Perlengkapan Kantor	40.800.850
Peralatan Pabrik	166.123.426
Akumulasi Penyusutan Aktiva Tetap	(79.500.845)

Jumlah Aktiva Tetap **1.535.813.906**

Total Aktiva **2.389.364.166**

Kewajiban Dan Ekuitas

Kewajiban Lancar

Hutang Dagang	169.390.635
Hutang Bank	779.470.233
Hutang Lain-lain	121.763.455

Jumlah Kewajiban Lancar **1.070.624.323**

Kewajiban Jangka Panjang -

Ekuitas **1.318.739.843**

Total Kewajiban Dan Ekuitas **2.389.364.166**

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang

PERUSAHAAN KRIPIK BUAH "J2" MALANG

NERACA
PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2009
(dalam Rupiah)

Aktiva

Aktiva Lancar

Kas	35.447.988
Bank	872.473.580
Piutang Dagang	54.113.431
Piutang Wesel	18.400.315
Piutang Pegawai	19.334.629
Persediaan Barang Jadi	2.217.230
Persediaan Barang Dalam Proses	1.860.400
Persediaan Bahan Baku	65.519.250

Jumlah Aktiva Lancar **1.051.966.423**

Aktiva Tetap

Tanah	274.176.250
Gedung/Bangunan	271.988.000
Kendaraan	157.950.000
Mesin	742.700.000
Perlengkapan Kantor	41.215.000
Peralatan Pabrik	169.513.700
Akumulasi Penyusutan Aktiva Tetap	(83.685.100)

Jumlah Aktiva Tetap **1.571.857.850**

Total Aktiva

2.623.824.273

Kewajiban Dan Ekuitas

Kewajiban Lancar

Hutang Dagang	173.733.980
Hutang Bank	787.346.700
Hutang Lain-lain	122.400.349

Jumlah Kewajiban Lancar **1.083.481.029**

Kewajiban Jangka Panjang -

Ekuitas **1.540.343.244**

Total Kewajiban Dan Ekuitas

2.623.824.273

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang

PERUSAHAAN KRIPIK BUAH "J2" TUMPANG MALANG

NERACA
PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2010
 (dalam Rupiah)

Aktiva

Aktiva Lancar

Kas	34.495.852
Bank	847.239.992
Piutang Dagang	55.729.222
Piutang Wesel	18.907.306
Piutang Pegawai	17.713.826
Persediaan Barang Jadi	2.388.000
Persediaan Barang Dalam Proses	1.870.400
Persediaan Bahan Baku	56.671.450

Jumlah Aktiva Lancar **1.035.016.148**

Aktiva Tetap

Tanah	258.240.200
Gedung/Bangunan	292.942.400
Kendaraan	155.424.700
Mesin	711.594.700
Perlengkapan Kantor	40.310.000
Peralatan Pabrik	169.579.800
Akumulasi Penyusutan Aktiva Tetap	(30.949.570)

Jumlah Aktiva Tetap **1.597.142.230**

Total Aktiva **2.632.158.278**

Kewajiban Dan Ekuitas

Kewajiban Lancar

Hutang Dagang	175.296.166
Hutang Bank	787.660.275
Hutang Lain-lain	110.163.150

Jumlah Kewajiban Lancar **1.073.119.591**

Kewajiban Jangka Panjang **-**

Ekuitas **2.632.158.278**

Total Kewajiban Dan Ekuitas

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang

2. Volume Produksi

Data mengenai volume produksi untuk masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan Kripik Buah “J2” pada tahun 2008, 2009, dan 2010 adalah sebagai berikut :

Tabel 16
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Volume produksi
Periode tahun 2008 s/d 2010
(dalam kilogram)

Tahun	Jenis Produksi	Volume Produksi
2008	Keripik Nangka	9800
	Keripik Salak	2600
Total		12.400
2009	Keripik Nangka	12.000
	Keripik Salak	3.400
Total		15.400
2010	Keripik Nangka	12.600
	Keripik Salak	3.600
Total		16.200

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Tabel 17
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Harga Jual
Tahun 2008 s/d 2010
(dalam Rupiah)

Jenis Produk	Harga Jual / Kg (Rp)		
	Tahun		
	2008	2009	2010
Keripik Nangka	Rp. 60.000	Rp. 65.000	Rp. 70.000
Keripik salak	Rp. 55.000	Rp. 60.000	Rp. 75.000

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Volume produksi tiap-tiap bulan untuk masing-masing jenis produk selama tahun 2010 adalah sebagai berikut :

Tabel 18
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Daftar Volume Produksi
Periode tahun 2010
(dalam Kilogram)

Bulan	Kripik Nangka	Kripik Salak	Total
-------	---------------	--------------	-------

Januari	700	200	900
Februari	800	300	1.100
Maret	940	320	1.260
April	800	230	1.030
Mei	845	245	1.090
Juni	750	250	1.000
Juli	1.160	340	1.500
Agustus	1.350	350	1.700
September	1.510	360	1.870
Oktober	825	225	1.050
November	1.220	380	1.600
Desember	1.700	400	2.100
Total	12.600	3.600	16.200

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

3. Volume Penjualan

Data mengenai volume penjualan untuk masing-masing jenis produk pada tahun 2008, 2009, dan 2010 adalah sebagai berikut:

Tabel 19
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Volume penjualan
Periode tahun 2008 s/d 2010
(dalam Kilogram)

Tahun	Jenis Produksi	Volume Penjualan
2008	Keripik Nangka	9.500
	Keripik Salak	2.535
Total		12.035
2009	Keripik Nangka	11.946
	Keripik Salak	3.385
Total		15.331
2010	Keripik Nangka	12.544
	Keripik Salak	3.550
Total		16.094

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Setelah diketahui data mengenai volume penjualan pada Perusahaan Kripik Buah “J2”, berikut ini disajikan laporan hasil penjualan untuk masing-masing jenis produk pada tahun 2008, 2009, 2010 adalah:

Tabel 20
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Hasil Penjualan
Tahun 2008 s/d 2010
(dalam Rupiah)

Tahun	Jenis Produksi	Harga Per Kg (Rp)	Volume Penjualan (Kg)	Total Penjualan (Rp)
2008	Keripik Nangka	60.000	9.500	570.000.000
	Keripik Salak	55.000	2.535	139.425.000
Total				709.425.000
2009	Keripik Nangka	65.000	11.946	776.490.000
	Keripik Salak	60.000	3.385	203.100.000
Total				979.590.000
2010	Keripik Nangka	70.000	12.544	878.080.000
	Keripik Salak	75.000	3.550	266.250.000
Total				1.144.330.000

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

4. Data Mengenai Biaya-Biaya

Tabel 21
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Biaya Produksi
Tahun 2008 s/d 2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	2008	2009	2010
Biaya Bahan Baku	305.737.000	363.019.250	375.209.650
Biaya Tenaga Kerja Langsung	122.410.800	137.850.000	153.666.850
Biaya Tak Langsung			
Biaya Bahan Pembantu	10.206.300	19.921.500	25.419.100
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	1.514.000	3.142.500	7.172.630
Biaya Listrik	4.850.000	7.750.000	8.327.240
Biaya Bahan Bakar	5.372.000	7.965.000	9.960.700
Biaya Pemeliharaan Mesin	1.020.000	3.500.000	4.499.100
Biaya Peny. Gedung Pabrik	2.899.000	5.512.375	7.764.375
Biaya Peny. Kendaraan Pabrik	1.500.000	2.000.000	3.302.150
Biaya Penyusutan Mesin	3.528.000	5.095.125	6.061.375
Biaya Lain-lain	1.152.000	2.196.000	2.263.400

Jumlah	460.189.100	557.951.750	603.646.570
---------------	--------------------	--------------------	--------------------

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Tabel 22
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Biaya Operasional
Tahun 2008 s/d 2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	2008	2009	2010
Biaya Administrasi dan Umum :			
Biaya Gaji Bag. Adm dan Umum	82.848.000	93.298.250	98.445.675
Biaya Telepon	7.318.700	11.620.250	13.762.675
Biaya Peny. Mebel dan Peralatan	5.528.500	7.532.000	8.961.250
Biaya Lain-lain	3.892.900	4.380.000	6.164.875
Biaya Pemasaran :			
Biaya Gaji Bag. Pemasaran	71.190.000	81.295.050	88.145.000
Biaya Pengangkutan	7.504.000	10.800.000	12.500.000
Biaya Peny. Kendaraan	1.800.000	3.600.000	5.250.775
Biaya Lain-lain	2.694.000	4.597.200	6.379.800
Jumlah	182.776.100	217.122.750	239.610.050
Total Bi. Prod & Bi. Operasional	642.965.200	775.074.500	843.256.620

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

5. Perbandingan Laba Perusahaan

Berikut disajikan laporan Rugi Laba yang diperbandingkan perusahaan Kripik Buah “J2” Malang adalah sebagai berikut :

Tabel 23
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Laporan Laba Rugi yang Diperbandingkan
Tahun 2008-2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010
Penjualan	725.000.000	979.590.000	1.144.330.000
HPP	(459.705.800)	(557.333.250)	(603.063.100)
Lab Kotor	265.294.200	422.256.750	541.266.900
Biaya Operasi	(182.776.100)	(217.125.750)	(239.610.050)
Lab Operasi	82.518.100	205.131.000	301.656.850
Ratio Laba Operasi	11,38 %	20,94 %	26,36 %

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Dari data tabel di atas, laba selama tiga tahun yaitu tahun 2008, 2009, 2010 dapat diperoleh laba rata-rata :

$$11,38 \% + 20,94 \% + 26,36 \%$$

$$\text{Laba rata-rata} = \frac{\quad}{3}$$

$$= 19,56 \%$$

C. Analisis dan Interpretasi Data

1. Menggolongkan sifat biaya

Langkah pertama yang dilakukan dalam menganalisa data tersebut adalah mengelompokkan/menggolongkan biaya-biaya kedalam biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel, yaitu :

Tabel 24
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Penggolongan Biaya ke dalam Biaya Tetap,
Biaya Variabel, dan Biaya Semivariabel
Tahun 2008 s/d 2010
(dalam Rupiah)

Jenis Biaya	2008	2009	2010
a. Biaya Tetap :			
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	1.514.000	3.142.500	7.172.630
Biaya Peny. Gedung Pabrik	2.899.000	5.512.375	7.764.375
Biaya Peny. Kendaraan Pabrik	1.500.000	2.000.000	3.302.150
Biaya Peny. Mesin	3.528.000	5.095.125	6.061.375
Biaya Gaji Bag. Adm. dan Umum	82.848.000	93.298.250	98.445.675
Biaya Peny. Mebel dan Peralatan	5.528.500	7.532.000	8.961.250
Biaya Gaji Bag. Pemasaran	71.190.000	81.295.050	88.145.000
Biaya Peny. Kendaraan	1.800.000	3.600.000	5.250.775
Jumlah Biaya Tetap	170.807.500	201.475.300	225.103.230
b. Biaya Variabel :			
Biaya Bahan Baku	305.737.000	363.019.250	375.209.650
Biaya Tenaga Kerja Langsung	122.410.800	137.850.000	153.666.850
Biaya Bahan Pembantu	10.206.300	19.921.500	25.419.100
Biaya Bahan Bakar	5.372.000	7.965.000	9.960.700
Biaya Pengangkutan	7.504.000	10.800.000	12.500.000
Jumlah Biaya Variabel	451.230.100	539.555.750	576.756.300
c. Biaya Semivariabel :			
Biaya Listrik	4.850.000	7.750.000	8.327.240
Biaya Pemeliharaan Mesin	1.020.000	3.500.000	4.499.100
Biaya Lain-lain	1.152.000	2.196.000	2.263.400
Biaya Telepon	7.318.700	11.620.250	13.762.675
Biaya Lain-lain	3.892.900	4.380.000	6.164.875
Biaya Lain-lain	2.694.000	4.597.200	6.379.800
Jumlah Biaya Semivariabel	20.927.600	34.043.450	41.397.090

TOTAL	642.965.200	775.074.500	843.256.620
--------------	--------------------	--------------------	--------------------

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Tabel 25
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Klasifikasi Biaya Produksi
Tahun 2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Semivariabel
Biaya Bahan Baku		375.209.650	
Biaya Tenaga Kerja Langsung		153.666.850	
Biaya Tak Langsung			
Biaya Bahan Pembantu		25.419.100	
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	7.172.630		
Biaya Listrik			8.327.240
Biaya Bahan Bakar		9.960.700	
Biaya Pemeliharaan Mesin			4.499.100
Biaya Peny. Gedung Pabrik	7.764.375		
Biaya Peny. Kendaraan Pabrik	3.302.150		
Biaya Penyusutan Mesin	6.061.375		
Biaya Lain-lain			2.263.400
Jumlah	24.300.530	564.256.300	15.089.740
TOTAL			603.646.570

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

Tabel 26
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Klasifikasi Biaya Operasional
Tahun 2010

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Semivariabel
Biaya Administrasi dan Umum :			
Biaya Gaji Bag. Adm dan Umum	98.445.675		
Biaya Telepon			13.762.675
Biaya Peny. Mebel dan Peralatan	8.961.250		
Biaya Lain-lain			6.164.875
Biaya Pemasaran :			
Biaya Gaji Bag. Pemasaran	88.145.000		
Biaya Pengangkutan		12.500.000	
Biaya Peny. Kendaraan	5.250.775		
Biaya Lain-lain			6.379.800
Jumlah	200.802.700	12.500.000	26.307.350
TOTAL			239.610.050

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang

Tabel 27

**Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang
Total Klasifikasi Biaya Produksi & Biaya Operasional
Tahun 2010
(dalam Rupiah)**

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Semivariabel	Total
Biaya Produksi	24.300.530	564.256.300	15.089.740	603.646.570
Biaya Operasional	200.802.700	12.500.000	26.307.350	239.610.050
Jumlah				843.256.620

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang

Tabel 28

**Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang
Data Biaya Semivariabel Per-Bulan
Tahun 2010
(dalam Rupiah)**

Bulan Ke	Biaya Listrik	Biaya Pemel. Mesin	Biaya Lain-lain FOH	Biaya Lain-lain Adm. & Umum	Biaya Lain-lain Pemasaran
1	586.500	290.000	141.800	490.600	508.500
2	660.200	350.800	157.400	499.300	515.000
3	730.500	440.000	176.500	570.000	531.000
4	655.200	346.700	150.000	477.020	440.000
5	664.000	350.500	156.200	494.760	455.400
6	610.000	341.700	146.700	534.000	479.400

7	670.900	425.000	206.000	578.570	549.650
8	738.500	273.000	230.000	469.000	536.200
9	741.000	320.500	250.400	476.700	679.800
10	634.000	427.600	152.400	455.700	435.600
11	788.400	475.000	218.000	523.800	510.500
12	848.040	458.300	278.000	595.425	738.750
n = 12	8.327.240	4.499.100	2.263.400	6.164.875	6.379.800

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang

2. Memisahkan Biaya Semivariabel 2010

Biaya semivariabel yang ada harus dipisahkan dahulu ke dalam biaya tetap dan biaya variabel agar dapat mengetahui titik impas tahun 2010. Metode yang digunakan untuk pemisahan ini adalah Metode Kuadrat Terkecil (*Least Square Method*) agar dalam menganalisa data lebih lanjut tidak mengalami kesulitan.

Tabel 29
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Biaya Listrik
Tahun 2010
(dalam Rupiah)

Bulan Ke	Volume Produksi (x)	Biaya Listrik (y)	Xy	x ²
1	900	586.500	527.850.000	810.000
2	1100	660.200	726.220.000	1.210.000
3	1260	730.500	920.430.000	1.587.600
4	1030	655.200	674.856.000	1.060.900
5	1090	664.000	723.760.000	1.188.100
6	1000	610.000	610.000.000	1.000.000
7	1500	670.900	1.006.350.000	2.250.000
8	1700	738.500	1.255.450.000	2.890.000
9	1870	741.000	1.385.670.000	3.496.900
10	1050	634.000	665.700.000	1.102.500
11	1600	788.400	1.261.440.000	2.560.000
12	2100	848.040	1.780.884.000	4.410.000
n = 12	16200	8.327.240	11.538.610.000	23.566.000

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang (data diolah)

Perhitungan : $y = a + bx$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(12 \times 11.538.610.000) - (16200 \times 8.327.240)}{(12 \times 23.566.000) - (16200)^2}$$

$$b = \frac{138.463.320.000 - 134.901.288.000}{282.792.000 - 262.440.000}$$

$$b = \frac{3.562.032.000}{20.352.000}$$

$$b = \text{Rp. } 175,02 / \text{kg}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{8.327.240 - 175,02 (16200)}{12}$$

$$a = \text{Rp } 457.659,67 / \text{bulan}$$

jadi, fungsi biaya listrik dapat dinyatakan dengan persamaan $y = a + bx$ (angka perhitungan dimasukkan), artinya biaya tetap = a / bulan dan biaya variabel = b /kg, maka biaya tetap dan biaya variabel tahun 2010 adalah :

$$\begin{aligned} \text{biaya tetap (a)} &= \text{Rp } 457.659,6667 \times 12 \\ &= \text{Rp } 5.491.916 / \text{tahun} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya variabel (b)} &= \text{Rp } 175,02 \times 16200 \text{ kg} \\ &= \text{Rp } 2.835.324 \end{aligned}$$

$$y = a + bx$$

$$y = 5.491.916 + 175,02 (16200)$$

$$y = 8.327.240$$

Tabel 30
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Pemisahan Biaya Overhead Pabrik Semivariabel
Biaya Pemeliharaan Mesin

Bulan Ke	Volume Produksi (x)	Biaya Pemel. Mesin (y)	Xy	x ²
1	900	290.000	261.000.000	810.000
2	1100	350.800	385.880.000	1.210.000
3	1260	440.000	544.400.000	1.587.600
4	1030	346.700	357.101.000	1.060.900
5	1090	350.500	382.045.000	1.188.100
6	1000	341.700	341.700.000	1.000.000
7	1500	425.000	637.500.000	2.250.000
8	1700	273.000	464.100.000	2.890.000
9	1870	320.500	599.335.000	3.496.900
10	1050	427.600	448.980.000	1.102.500
11	1600	475.000	760.000.000	2.560.000
12	2100	458.300	962.430.000	4.410.000
n = 12	16200	4.499.100	6.144.471.000	23.566.000

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang (data diolah)

Perhitungan : $y = a + bx$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(12 \times 6.144.471.000) - (16200 \times 4.499.100)}{(12 \times 23.566.000) - (16200)^2}$$

$$b = \frac{73.733.652.000 - 72.885.420.000}{282.792.000 - 262.440.000}$$

$$b = \frac{848.232.000}{20.352.000}$$

$$b = \text{Rp. } 41,678$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{4.499.100 - 41,678 (16200)}{12}$$

$$a = \frac{4.499.100 - 675.183,6}{12}$$

12

$$a = 318.659,7$$

Jadi, fungsi biaya pemeliharaan mesin dapat dinyatakan dengan persamaan $y = a + bx$ (angka perhitungan dimasukkan), artinya biaya tetap = a / bulan dan biaya variabel = b /kg, maka biaya tetap dan biaya variabel tahun 2010 adalah :

$$\begin{aligned} \text{biaya tetap (a)} &= 318.659,7 \times 12 \\ &= 3.823.916,4 / \text{tahun} \\ \text{Biaya variabel (b)} &= 41.678 \times 16200 \text{ kg} \\ &= 675.183,6 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} y &= a + bx \\ y &= 3.823.916,4 + 41,678 (16200) \\ y &= 4.499.100 \end{aligned}$$

Tabel 31
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Pemisahan Biaya Overhead Pabrik Semivariabel
Biaya Lain-lain
Tahun 2010

Bulan Ke	Volume Produksi (x)	Biaya Lain-lain (y)	Xy	x ²
1	900	141.800	127.620.000	810.000
2	1100	157.400	173.140.000	1.210.000
3	1260	176.500	222.390.000	1.587.600
4	1030	150.000	154.500.000	1.060.900
5	1090	156.200	170.258.000	1.188.100
6	1000	146.700	146.700.000	1.000.000
7	1500	206.000	309.000.000	2.250.000
8	1700	230.000	391.000.000	2.890.000
9	1870	250.400	468.248.000	3.496.900
10	1050	152.400	160.020.000	1.102.500
11	1600	218.000	348.800.000	2.560.000
12	2100	278.000	583.800.000	4.410.000
n = 12	16200	2.263.400	3.255.476.000	23.566.000

Perhitungan : $y = a + bx$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(12 \times 3.255.476.000) - (16200 \times 2.263.400)}{(12 \times 23.566.000) - (16200)^2}$$

$$b = \frac{39.065.712.000 - 36.667.080.000}{282.792.000 - 262.440.000}$$

$$b = \frac{2.398.632.000}{20.352.000}$$

$$b = \text{Rp. } 117,857$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{2.263.400 - 117,857 (16200)}{12}$$

$$a = 29.509,72$$

jadi, fungsi biaya lain-lain dapat dinyatakan dengan persamaan $y = a + bx$ (angka perhitungan dimasukkan), artinya biaya tetap = a / bulan dan biaya variabel = b /kg, maka biaya tetap dan biaya variabel tahun 2010 adalah :

$$\begin{aligned} \text{biaya tetap (a)} &= 29.509,72 \times 12 \\ &= 354.116,6 / \text{tahun} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya variabel (b)} &= 117,857 \times 16200 \text{ kg} \\ &= 1.909.283,4 \end{aligned}$$

$$y = a + bx$$

$$y = 354.116,6 + 117,857 (16200)$$

$$y = 2.263.400$$

BIAYA TELEPON

Biaya semivariabel pemakaian telepon tahun 2010 tidak menggunakan metode *Least Square Method* karena biaya tetap tiap bulan telah ditetapkan pemerintah berupa biaya abonemen, sehingga untuk perhitungan pemisahan biaya semivariabel telepon adalah sebagai berikut :

$$\text{Biaya Tetap (a)} = \text{Rp } 175.800 \times 12 = \text{Rp } 2.109.600$$

$$\text{Biaya Variabel (b)} = \text{Rp } 13.762.675 - \text{Rp } 2.109.600 = \text{Rp } 11.653.075$$

Tabel 32
Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang
Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum Semivariabel
Biaya Lain-lain
Tahun 2010

Bulan Ke	Volume Produksi (x)	Biaya Lain-lain (y)	Xy	x ²
1	900	490.600	441.540.000	810.000
2	1100	499.300	549.230.000	1.210.000
3	1260	570.000	718.200.000	1.587.600
4	1030	477.020	491.330.600	1.060.900
5	1090	494.760	539.288.400	1.188.100
6	1000	534.000	534.000.000	1.000.000
7	1500	578.570	867.855.000	2.250.000
8	1700	469.000	797.300.000	2.890.000
9	1870	476.700	891.429.000	3.496.900
10	1050	455.700	478.485.000	1.102.500
11	1600	523.800	838.080.000	2.560.000
12	2100	595.425	1.250.392.500	4.410.000
n = 12	16200	6.164.875	8.397.130.500	23.566.000

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang (data diolah)

Perhitungan : $y = a + bx$

$$n \sum xy - \sum x \sum y$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$(12 \times 8.397.130.500) - (16200 \times 6.164.875)$$

$$b = \frac{(12 \times 23.566.000) - (16200)^2}{100.765.566.000 - 99.870.975.000}$$

$$894.591.000$$

$$b = \frac{894.591.000}{282.792.000 - 262.440.000}$$

$$3.167.000$$

$$b = \frac{\quad}{20.352.000}$$

$$b = \text{Rp. } 43,9559$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{6.164.875 - 43,9559 (16200)}{12}$$

$$a = 454.399,19$$

jadi, fungsi biaya lain-lain dapat dinyatakan dengan persamaan $y = a + bx$ (angka perhitungan dimasukkan), artinya biaya tetap = a / bulan dan biaya variabel = b / kg , maka biaya tetap dan biaya variabel tahun 2010 adalah :

$$\begin{aligned} \text{biaya tetap (a)} &= 454.399,19 \times 12 \\ &= 5.452.789,42 / \text{tahun} \\ \text{Biaya variabel (b)} &= 43,9559 \times 16200 \text{ kg} \\ &= 712.085,58 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} y &= a + bx \\ y &= 5.452.789,42 + 43,9559 (16200) \\ y &= 6.164.875 \end{aligned}$$

Tabel 33
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Pemisahan Biaya Pemasaran Semivariabel
Biaya Lain-lain
Tahun 2010

Bulan Ke	Volume Produksi (x)	Biaya Lain-lain (y)	Xy	x ²
1	900	508.500	457.650.000	810.000

2	1100	515.000	566.500.000	1.210.000
3	1260	531.000	669.060.000	1.587.600
4	1030	440.000	453.200.000	1.060.900
5	1090	455.400	496.386.000	1.188.100
6	1000	479.400	479.400.000	1.000.000
7	1500	549.650	824.475.000	2.250.000
8	1700	536.200	911.540.000	2.890.000
9	1870	679.800	1.271.226.000	3.496.900
10	1050	435.600	457.380.000	1.102.500
11	1600	510.500	816.800.000	2.560.000
12	2100	738.750	1.551.375.000	4.410.000
n = 12	16200	6.379.800	8.954.992.000	23.566.000

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang (data diolah)

Perhitungan : $y = a + bx$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(12 \times 8.954.992.000) - (16200 \times 6.379.800)}{(12 \times 23.566.000) - (16200)^2}$$

$$b = \frac{107.459.904.000 - 103.352.760.000}{282.792.000 - 262.440.000}$$

$$b = \frac{4.107.144.000}{20.352.000}$$

$$b = \text{Rp. } 201,8$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{6.379.800 - 201,8 (16200)}{12}$$

$$a = 259.220$$

jadi, fungsi biaya lain-lain dapat dinyatakan dengan persamaan $y = a + bx$ (angka perhitungan dimasukkan), artinya biaya tetap = a / bulan dan biaya variabel = b /kg, maka biaya tetap dan biaya variabel tahun 2010 adalah :

$$\begin{aligned} \text{biaya tetap (a)} &= 259.220 \times 12 \\ &= 3.110.640 / \text{tahun} \\ \text{Biaya variabel (b)} &= 201,8 \times 16200 \text{ kg} \\ &= 3.269.160 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} y &= a + bx \\ y &= 3.110.640 + 201,8 (16200) \\ y &= 6.379.800 \end{aligned}$$

Tabel 34
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Rekapitulasi Pemisahan Biaya Semivariabel
ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel
tahun 2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya Listrik	5.491.916	2.835.324
Biaya Pemel. Mesin	3.823.916,4	675.183,6
Biaya Prod. Lain-lain	354.116,6	1.909.283,4
Biaya Telepon	2.109.600	11.653.075
Biaya Adm. Lain-lain	5.452.789,42	712.085,58
Biaya Pemasaran Lain-lain	3.110.640	3.269.160
Total	20.342.978,42	21.054.111,58

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang (data diolah)

3. Menyajikan Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tabel 35
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Biaya FOH

Tahun 2010

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Total (Rp)
Biaya Bahan Pembantu	-	25.419.100	25.419.100
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	7.172.630	-	7.172.630
Biaya Listrik	5.491.916	2.835.324	8.327.240
Biaya Bahan Bakar	-	9.960.700	9.960.700
Biaya Pemeliharaan Mesin	3.823.916,4	675.183,6	4.499.100
Biaya Peny. Gedung Pabrik	7.764.375	-	7.764.375
Biaya Peny. Kendaraan Pabrik	3.302.150	-	3.302.150
Biaya Peny. Mesin	6.061.375	-	6.061.375
Biaya Lain-lain	354.116,6	1.909.283,4	2.263.400
Total	33.970.479	40.799.591	74.770.070

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang (data diolah)

Tabel 36
Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang
Biaya Operasional
Tahun 2010

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Total (Rp)
Biaya Adm. dan Umum :			
- Biaya Gaji	98.445.675	-	98.445.675
- Biaya Telepon	2.109.600	11.653.075	13.762.675
- Biaya Peny. Mebel&Peralatan	8.961.250	-	8.961.250
- Biaya Lain-lain	5.452.789,42	712.085,58	6.164.875
Biaya Pemasaran :			
- Biaya Gaji Bag. Pemasaran	88.145.000	-	88.145.000
- Biaya Pengangkutan	-	12.500.000	12.500.000
- Biaya Peny. Kendaraan	5.250.775	-	5.250.775
- Biaya Lain-lain	3.110.640	3.269.160	6.379.800
Total	211.475.729,4	28.134.320,58	239.610.050

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang (data diolah)

Tabel 37
Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang
Total FOH & Biaya Operasional
Tahun 2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Total
Bi. Produksi Tak Langsung (FOH)	33.970.479	40.799.591	74.770.070
Biaya Operasional	211.475.729,4	28.134.320,58	239.610.050
Total	245.446.208,4	68.933.911,58	314.380.120

Sumber : Perusahaan Kripik Buah "J2" Tumpang Malang (data diolah)

Perhitungan biaya FOH variabel untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut:

- Biaya Bahan Pembantu

$$\text{Kripik Nangka} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya bahan pembantu}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Nangka} &= \frac{12.600}{16.200} \times 25.419.100 \\ &= 19.770.411,11 \end{aligned}$$

$$\text{Kripik Salak} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya bahan pembantu}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Salak} &= \frac{3.600}{16.200} \times 25.419.100 \\ &= 5.648.688,889 \end{aligned}$$

- Biaya Bahan Bakar

$$\text{Kripik Nangka} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya bahan bakar}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Nangka} &= \frac{12.600}{16.200} \times 9.960.700 \\ &= 7.747.211,111 \end{aligned}$$

$$\text{Kripik Salak} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya bahan bakar}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Salak} &= \frac{3.600}{16.200} \times 9.960.700 \\ &= 2.213.488,889 \end{aligned}$$

Perhitungan di atas apabila disajikan dalam tabel terlihat seperti dibawah ini :

Tabel 38
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Perhitungan Biaya FOH Variabel
Tahun 2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	Biaya Variabel / Kg		Volume Produksi		Total
	Kripik Nangka	Kripik Salak	12600	3600	
Bi. Bahan Pembantu	1.569,08	1.569,08	19.770.411,11	5.648.688,889	25.419.100
Bi. Bahan Bakar	614,86	614,86	7.747.211,111	2.213.488,889	9.960.700

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang (data diolah)
 Perhitungan biaya non produksi atau biaya operasional variabel untuk biaya pengangkutan pada masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

$$\text{Kripik Nangka} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya pengangkutan}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Nangka} &= \frac{12.600}{16.200} \times 12.500.000 \\ &= 9.722.222,222 \end{aligned}$$

$$\text{Kripik Salak} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya pengangkutan}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Salak} &= \frac{3.600}{16.200} \times 12.500.000 \\ &= 2.777.777,778 \end{aligned}$$

Perhitungan di atas apabila disajikan dalam tabel adalah sebagai berikut :

Tabel 39
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Perhitungan Biaya Non Produksi Variabel
Tahun 2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	Biaya Variabel / Kg		Volume Produksi		Total
	Kripik Nangka	Kripik Salak	12600	3600	
Bi. Pengangkutan	771,6	771,6	9.722.222,222	2.777.777,778	12.500.000
Bi. Telepon	849,55	849,55	10.704.302,78	3.058.372,222	13.762.675
Total					26.262.675

Berikut disajikan biaya produksi variabel untuk masing-masing produk adalah :

Tabel 40
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Budget Biaya Produksi Variabel
Tahun 2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	Kripik Nangka	Kripik Salak	Total
Bi. Bahan Baku	291.829.727,8	83.379.922,22	375.209.650
Bi. Tenaga Kerja Langsung	119.518.661,1	34.148.188,89	153.666.850
Bi. Produksi Tak Langsung (FOH)	58.154.498,89	16.615.571,11	74.770.070
Total	469.502.887,8	134.143.682,2	603.646.570

Sumber : Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang (data diolah)

Perhitungan budget biaya produksi variabel untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

1. Biaya Bahan Baku

$$\text{Kripik Nangka} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya bahan baku}$$

$$\text{Kripik Nangka} = \frac{12.600}{16.200} \times 375.209.650$$

$$= 291.829.727,8$$

$$\text{Kripik Salak} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya bahan baku}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Salak} &= \frac{3.600}{16.200} \times 375.209.650 \\ &= 83.379.922,22 \end{aligned}$$

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

$$\text{Kripik Nangka} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya TKL}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Nangka} &= \frac{12.600}{16.200} \times 153.666.850 \\ &= 119.518.661,1 \end{aligned}$$

$$\text{Kripik Salak} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total TKL}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Salak} &= \frac{3.600}{16.200} \times 153.666.850 \\ &= 34.148.188,89 \end{aligned}$$

3. Biaya Produksi Tak Langsung (FOH)

$$\text{Kripik Nangka} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total FOH}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Nangka} &= \frac{12.600}{16.200} \times 74.770.070 \\ &= 58.154.498,89 \end{aligned}$$

$$\text{Kripik Salak} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total FOH}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Salak} &= \frac{3.600}{16.200} \times 74.770.070 \end{aligned}$$

$$= 16.615.571,11$$

Adapun perhitungan komposisi biaya tetap untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

$$\text{Kripik Nangka} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya tetap}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Nangka} &= \frac{12.600}{16.200} \times 245.446.208,4 \\ &= 190.902.606,5 \end{aligned}$$

$$\text{Kripik Salak} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya tetap}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Salak} &= \frac{3.600}{16.200} \times 245.446.208,4 \\ &= 54.543.601,87 \end{aligned}$$

Sedangkan perhitungan biaya variabel untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

$$\text{Total biaya variabel} = 26.262.675 + 603.646.570 = 629.909.245$$

$$\text{Kripik Nangka} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya variabel}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Nangka} &= \frac{12.600}{16.200} \times 629.909.245 \\ &= 489.929.412,8 \end{aligned}$$

$$\text{Kripik Salak} = \frac{\text{Volume produksi}}{\text{Total produksi}} \times \text{total biaya variabel}$$

$$\begin{aligned} \text{Kripik Salak} &= \frac{3.600}{16.200} \times 629.909.245 \\ &= 139.979.832,2 \end{aligned}$$

4. Margin Kontribusi Tahun 2010

Perhitungan margin kontribusi untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

Tabel 41
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Perhitungan Margin Kontribusi
Tahun 2010
(dalam Rupiah)

Keterangan	Jenis Produksi		Total
	Kripik Nangka	Kripik Salak	
Penjualan	878.080.000	266.250.000	1.144.330.000
Biaya Variabel	<u>489.929.412,8</u>	<u>139.979.832,2</u>	<u>629.909.245</u>
Margin Kontribusi	388.150.587,2	126.270.167,8	514.420.755
Biaya Tetap			<u>245.446.208,4</u>
Laba Operasi			268.974.546,6

Dari perhitungan margin kontribusi di atas diperoleh laba operasi Rp 268.974.546,6.

5. Break Even Point Tahun 2010

Setelah diketahui margin kontribusi tahun 2010, maka dapat dihitung besarnya *Break Even Point* baik dalam rupiah maupun dalam unit, yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 & \text{FC} \\
 \text{BEP Mix dalam rupiah} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}} \\
 &= \frac{245.446.208,4}{1 - \frac{629.909.775}{1.144.330.000}} \\
 &= \frac{245.446.208,4}{1 - 0,550461645} \\
 &= \frac{245.446.208,4}{0,44953836} \\
 &= 545.996.137,9
 \end{aligned}$$

Perbandingan untuk menentukan bauran penjualan produk Kripik Nangka dan Kripik Salak (*sales mix* dan *product mix*) harus selalu konstan, dimana bauran



penjualan (*sales mix*) adalah perbandingan antara total penjualan Kripik Nangka dan Kripik Salak, sedangkan bauran produk (*product mix*) adalah perbandingan volume penjualan antara Kripik Nangka dan Kripik Salak. Berikut perhitungan bauran penjualan (*sales mix*) dan bauran produk (*product mix*) untuk mencapai BEP total sebesar Rp 545.996.137,9 sebagai berikut :

$$\begin{array}{lcl} \text{Sales Mix} = \text{Kripik Nangka} & : & \text{Kripik Salak} \\ 878.080.000 & : & 266.250.000 \\ 1 & : & 0,303218385 \end{array}$$

Alokasi BEP (Rp) untuk masing-masing produk Kripik Buah “J2” tersebut sesuai dengan komposisinya, yaitu :

$$\begin{aligned} \text{(a) BEP (Rp) Kripik Nangka} &= \frac{1}{1,303218385} \times 545.996.137,9 \\ &= \text{Rp } 418.959.818,4 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{(b) BEP (Rp) Kripik Salak} &= \frac{0,303218385}{1,303218385} \times 545.996.137,9 \\ &= \text{Rp } 127.036.319,5 \end{aligned}$$

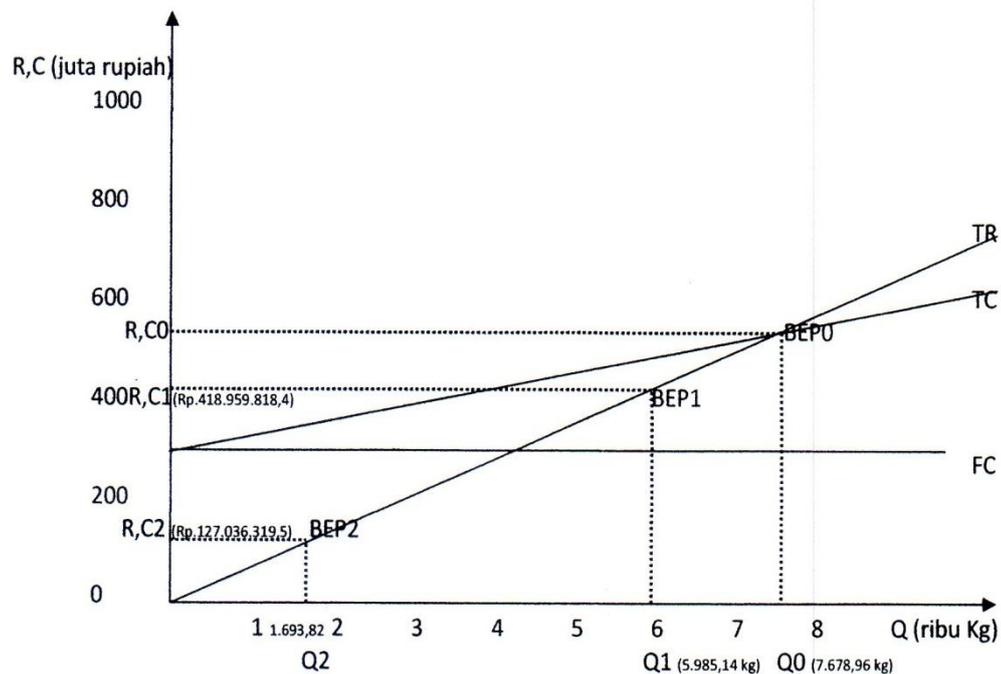
Alokasi BEP (Kg) untuk masing-masing produk Kripik Buah “J2” tersebut sesuai dengan komposisinya, yaitu :

$$\begin{aligned} \text{(a) BEP (Rp) Kripik Nangka} &= \frac{418.959.818,4}{70.000} \\ &= 5.985,14 \text{ Kg} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{(b) BEP (Rp) Kripik Salak} &= \frac{127.036.319,5}{75.000} \\ &= 1.693,82 \text{ Kg} \end{aligned}$$

Jadi, perbandingan kuantitas masing-masing produk Kripik Buah “J2” tersebut sama dengan komposisi *product mix* awal 5.985,14 : 1.693,82. Perhitungan di atas apabila digambarkan dalam bentuk grafik, akan terlihat seperti dibawah ini :

Gambar 5
Grafik Break Even Point Mix
Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang
Tahun 2010



Dimana :

- R = *revenue* (penghasilan)
- C = *cost* (biaya)
- TR = *total revenue* (total pendapatan)
- TC = *total cost* (total biaya)
- FC = *fix cost* (biaya tetap)
- BEP0 = *Break Even Point Mix*
- BEP1 = BEP *Mix* untuk kripik Nangka
- BEP2 = BEP *Mix* untuk kripik Salak
- Q0 = kuantitas produk pada keadaan BEP *Mix* (dalam unit)
- Q1 = kuantitas produk pada keadaan BEP *Mix* kripik Nangka (dalam unit)
- Q2 = kuantitas produk pada keadaan BEP *Mix* kripik Salak (dalam unit)
- R,C0 = penghasilan dan biaya pada keadaan BEP *Mix* (dalam rupiah)
- R,C1 = penghasilan dan biaya pada keadaan BEP *Mix* kripik Nangka (dalam rupiah)
- R,C2 = penghasilan dan biaya pada keadaan BEP *Mix* kripik Salak (dalam rupiah)

6. Menentukan Minimal Sales

Perhitungan *minimal sales* dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Minimal Sales} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{\dots}$$

$$1 - \frac{VC}{S}$$

$$= \frac{245.446.208,4 + 268.974.546,6}{1.144.330.000}$$

$$= 1 - \frac{629.909.775}{1.144.330.000}$$

$$= \frac{514.440.755}{1.144.330.000}$$

$$= 0,449538354$$

$$= 1.144.375.670$$

Jadi, untuk dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 268.974.546,6 perusahaan harus dapat memproduksi dan menjual produknya sebesar Rp 1.144.375.670

7. Menentukan *Margin of Safety*

Perhitungan *Margin of Safety* pada Perusahaan Kripik Buah "J2" adalah sebagai berikut :

$$\text{MoS} = \frac{\text{Budget sales} - \text{Penjualan pada BEP}}{\text{Budget sales}} \times 100\%$$

$$\text{MoS} = \frac{1.144.330.000 - 545.996.137,9}{1.144.330.000} \times 100\%$$

$$\text{MoS} = 52,29 \%$$

8. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diketahui analisis *Break Even Point* dalam rangka untuk pengendalian aktivitas perusahaan. tahap pertama yaitu biaya diklasifikasikan dan memisahkan serta menggolongkan biaya berdasarkan perilaku biaya atau klasifikasi biaya dalam hubungannya dengan volume kegiatan perusahaan sehingga dapat dikelompokkan kedalam biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel. Asumsi analisis *Break Even Point* menunjukkan jumlah biaya tetap untuk tahun 2010 adalah sebesar Rp 245.446.208,4 dan jumlah biaya variabel sebesar Rp 629.909.775.

Berdasarkan hasil perhitungan, perusahaan dapat beroperasi pada tingkat *Break Even Point* jika pendapatan yang diperoleh perusahaan sebesar Rp

545.996.137,9. Hasil *Margin of Safety* dapat disimpulkan bahwa perusahaan dapat merumuskan berbagai strategi, taktik dan langkah-langkah operasional untuk bertahan agar penjualan tidak mengalami abrasi sampai melebihi angka MoS yaitu 52,29% dan memberi isyarat kepada manajemen tentang sesuatu yang terjadi dalam pencapaian laba perusahaan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan Analisis *Break Even Point* sebagai dasar dalam merencanakan laba Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang pada periode 2008-2010 dilakukan melalui beberapa tahap, dimana tahap pertama yaitu biaya diklasifikasikan dan memisahkan serta menggolongkan biaya berdasarkan perilaku biaya atau klasifikasi biaya dalam hubungannya dengan volume kegiatan perusahaan sehingga dapat dikelompokkan kedalam biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel. Langkah selanjutnya yaitu mengelompokkan dan mengidentifikasi biaya semivariabel ke dalam jenis biaya tetap dan variabel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*Least Square Method*), melakukan perhitungan margin kontribusi, menentukan *Break Even Point*, *minimal sales*, dan langkah terakhir menentukan *margin of safety*.

2. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa pada tahun 2010 Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang mencapai titik impas pada penjualan sebesar Rp 545.996.137,9 dengan rincian penjualan Kripik Nangka sebesar Rp 418.959.818,4 (volume penjualan = 5.985,14 kilogram) dan penjualan Kripik Salak sebesar Rp 127.036.319,5 (volume penjualan = 1.693,82 kilogram).
3. *Margin of Safety* sebesar 52,29% yang berarti, jika penurunan penjualan $< 52,29\%$, maka perusahaan tidak akan mengalami kerugian, akan tetapi jika penurunan penjualan $> 52,29\%$, maka perusahaan akan memperoleh kerugian. Jika penjualan tepat berada di titik 52,29% maka perusahaan mengalami impas, yaitu tidak laba dan tidak rugi.

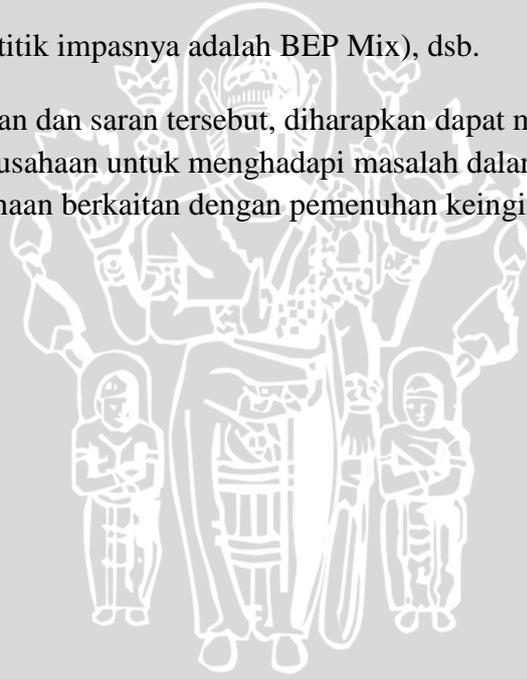
B. Saran

Setelah mempelajari, menganalisa dan menyimpulkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang bisa diajukan untuk membantu Perusahaan Kripik Buah “J2” Tumpang Malang dalam mengambil keputusan agar laba yang diharapkan bisa tercapai adalah :

1. Sebaiknya analisis *Break Even Point* digunakan untuk merencanakan laba secara tepat, dan sebelum menerapkan analisis *Break Even Point* sebaiknya diadakan pemisahan biaya semivariabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.
2. Perusahaan diharapkan meningkatkan efisiensi produksi sehingga dapat menekan biaya variabel, yang akhirnya akan mengurangi biaya produksi. Efisiensi pada biaya variabel akan memperbesar tingkat margin kontribusi dan laba yang diperoleh, selain itu dapat menghindari kenaikan harga jual karena biaya produksi yang tinggi.

3. Penghitungan *Margin of Safety* dapat membantu perusahaan mengetahui kondisi penjualan yang sedang terjadi, apakah penjualan sudah berada pada titik aman atau sebaliknya.
4. Analisis *Break Even Point* bukan berarti tanpa kelemahan-kelemahan, terdapat asumsi-asumsi yang harus dipenuhi untuk menerapkannya. Misalnya persediaan harus konstan jumlahnya untuk setiap tahunnya, biaya yang dikeluarkan dapat digolongkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, memproduksi satu jenis produk (jika lebih dari satu jenis maka titik impasnya adalah BEP Mix), dsb.

Dari kesimpulan dan saran tersebut, diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk menghadapi masalah dalam perusahaan maupun di luar perusahaan berkaitan dengan pemenuhan keinginan konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, Bastian. Nurlela. 2006. *Akuntansi Biaya Tingkat Lanjut* (Kajian Teori dan Aplikasi). Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Carter, William K. 2009. *Cost Accounting*. Edisi 14. Jakarta : Salemba Empat.
- Carter, William dan Usry F Milton. 2005. *Akuntansi Biaya*. Jilid 2. Cetakan ketiga belas. Jakarta : Salemba Empat.
- Horngren dan Foster. 2005. *Akuntansi Biaya : Penekanan Manajerial*. Edisi XI. Jilid 1. Jakarta : PT. Intermasa.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Kusnadi. 2001. *Akuntansi Manajemen* (komprehensif, Tradisional & Kontemporer). Malang : Universitas Brawijaya Malang.
- Kuswadi. 2005. *Meningkatkan Laba: Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Martono dan Harjito, D. Agus. 2005. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : EKONOSIA.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi V. Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Munawir. 2004. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi IV. Cetakan ketiga belas. Yogyakarta : Liberty.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, H. Abu. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Nazir, Muhammad. 2003. *Metode Penelitian*. Cetakan kelima. Jakarta : PT. Ghalia Indonesia.
- Noor,F. Henry. 2007. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi IV. Cetakan ketujuh. Yogyakarta : Yayasan Penerbit Gadjah Mada.
- Samryn. 2002. *Akuntansi Manajerial*. Edisi I. Cetakan kesatu. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Sigit, Soehardi. 2007. *Analisa Break Even*. Edisi 3. Yogyakarta : BPFE.

Shim, Joe K dan Joel G, Siegel. 2001. *Budgeting Pedoman Lengkap Langkah-Langkah Penganggaran*. Jakarta : Erlangga.

Simamora, Henry. 2003. *Akuntansi : Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jilid II Yogyakarta : UPP AMP YKPN

Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. Ed. 2006. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta : BPFE.

Subana dan Sudrajat. 2005. *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Cetakan II. Bandung : CV Pustaka Setia

Supriyono. 2001. *Akuntansi Manajemen (Proses Pengendalian Manajemen)*. Yogyakarta : BPFE.

Syamsudin, Lukman. 2004. *Manajemen Keuangan Perusahaan* (konsep aplikasi dalam : Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan). Cetakan Kedelapan. Jakarta : PT. Raja Grafindo.

Warsono. 2003. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jilid 1. Edisi III. Cetakan kesatu. Malang : Bayu Media Publishing.

Welsch, Hilton dan Gordon. 2000. *Anggaran : perencanaan dan pengendalian laba*. Edisi I. jilid 2. Jakarta : Salemba Empat.

CURRICULUM VITAE

Nama : Rizki Amelia Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 19 September 1989
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Email : Amelia.rizki88@gmail.com
Alamat : Jalan Karya no. 127 Pakis Malang

Latar Belakang Pendidikan :

1. SDN Pakiskembar 1 Pakis Malang **Tamat Tahun** 2002.
2. SMP N 1 Tumpang Malang **Tamat Tahun** 2005
3. SMA N 8 Malang **Tamat Tahun** 2008
4. Universitas Brawijaya Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis **Tamat Tahun** 2012

Pengalaman Organisasi :

1. Perkumpulan paduan suara SMA N 8 Malang tahun 2007 – 2008.
2. Organisasi Paduan Suara Universitas Brawijaya Tahun 2008 – 2009
3. Panitia lomba Pramuka “Gelora Penggalang” tingkat Malang Raya Tahun 2010 – Sekretaris.