

**ANALISIS *CONTRIBUTION MARGIN* UNTUK  
MENENTUKAN TINGKAT PENJUALAN PRODUK  
DALAM RANGKA MENGOPTIMALKAN LABA**  
(Studi pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang periode 2011-2013)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana  
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

FRIDAYANTI SILVANA

105030207111069



UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
KONSENTRASI MANAJEMEN KEUANGAN  
MALANG  
2014

## Pernyataan Orisinalitas Skripsi

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

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 16 Juli 2014



Fridayanti Silvana

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis *Contribution Margin* Untuk Menentukan Tingkat Penjualan Produk Dalam Rangka Mengoptimalkan Laba  
( Studi Perusahaan Timbangan X Kota Malang ).

Disusun oleh : Fridayanti Silvana

NIM : 105030207111069

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Malang, 10 Juli 2014

Komisi Pembimbing

Ketua



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

Anggota



**Drs. Topo Widjono, M.Si**  
NIP. 19530704 198212 1 001

## TANDA PENGESAHAN

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

Hari : Senin

Tanggal : 11 Agustus 2014

Jam : 08:00 WIB

Judul : Analisis *contribution margin* untuk menentukan tingkat penjualan produk dalam rangka mengoptimalkan laba.

Skripsi atas nama: Fridayanti Silvana

dan dinyatakan lulus

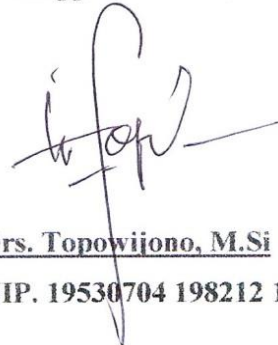
### MAJELIS PENGUJI

Ketua



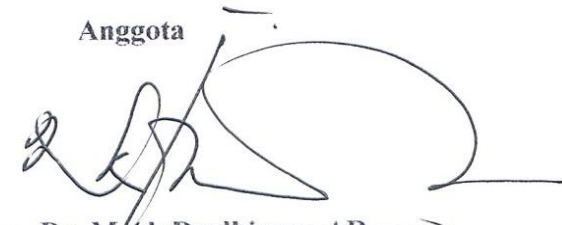
Drs. Nengah Sudjana, M.Si  
NIP. 1953 0909 198003 1009

Anggota



Drs. Topowijono, M.Si  
NIP. 19530704 198212 1 001

Anggota



Dr. Moch Dzulkrirom, AR  
NIP. 19531122 198203 1 001

Anggota



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

### Thank's Giving

Puji Syukur ke hadirat Allah SWT, sebab karena rahmat, kasih, perlindungan, pertolongan yang luar biasa, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan semaksimal mungkin. Terima kasih atas segala pertolongan yang tiada terkira dalam perjalanan hidup dan perjalanan skripsi saya, Allah SWT.

Suka dan duka senantiasa mengiringi perjalanan hidup, tak jarang masalah datang silih berganti tanpa mengenal lelah. Dukungan dan doa mengiringi setiap perjalanan mulai dari skripsi ini diajukan sampai dengan disidangkan, oleh karena itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. From the deepest of my heart i also would like to express my special gratitude to my lovely parents Bapak and ibu who have supported me in finishing my study. I may not like you always. We may have arguments and fight sometimes. But, there one thing that you should know, I love you both, always and forever. You are my everything there are no copies, no one can understand and love me like you both. I'm the luckies daughter i can tell. Thanks for everything, and thanks for "me".
2. Benny, Ferdi, Maya, Mbah, Bibik Mok. Tiada yang paling mengharukan saat kumpul bersama kalian, walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan, Terimakasih untuk segala canda dan tawa, terimakasih untuk segala bantuan-bantuannya, terimakasih untuk segala keramaian yang telah kalian semua ciptakan hingga rumah berasa seperti dunia bermain ramai sekali. Seriously, it would be very over extremely boring, if you all not at home.

3. Time does fly, i'm moody, selfish, a bit dumb but Would never change what we've been through for the past 4 years for the world, you are still standing behind me And never leave me but you gave me warmest arms, strongest shoulders in my sadness and fragility, thanks for always remind me about 'SKRIPSI' thank you being you Herdani Setiawan, SAP my best partner, best brother, best ex boyfriend, best annoying people, best evrything. Anyway i've been keeping my promise.
4. Restya Andaru W, Annisya Murti A, Natiful M, Arif Nugroho, Maharani TW, Yunita Laksmi U, Nadifatul F, Achmad Khotim, How blessed I am have you all. You all my happiness, thanks for giving support in the process of making this 'Skripsi'. Meskipun satu-satu mulai start having the real life, yang masih strunggle sama kuliah dan per-skripsian semoga lancar dan cepet selese cepet menyusul yang sudah mulai menjalani real life, have a very good luck for y'all, the best boon companion. Anyway love you all guys
5. Teman-teman tercinta, Dion Parasdy, Rully Kurniadi, Vebri Bagus aka "Jeck", Ega Gustia Utama thanks for giving laugh if im over bored with 'Skripsi'. Mas Hanief thanks for entertain me if im mad with 'Skripsi' and share about everything because you are the best psychiatrist. Terimakasih kepadaa seluruh teman-teman angkatan 2010 atas segala bantuan dan kerjasamanya selama ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu pokoknya terimah kasih banyak. Terimakasih sudah menjadi teman perkuliahan yang paling pengertian. Kalian semua luar biasa. Muah!  
Oke, sampai jumpa di puncak kesuksesan and real life guys.

## RINGKASAN

Fridayanti Silvana, 2014. **Analisis *Contribution Margin* Untuk Menentukan Tingkat Penjualan Produk Dalam Rangka Memaksimalkan Laba (Studi Pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang)**, Drs. Nengah Sudjana, M.Si, Drs. Topo Wijono, M.Si, 95 Hal + xv.

Kondisi perekonomian nasional yang tidak stabil membuat perusahaan memerlukan suatu rencana yang matang untuk menentukan arah dan tujuan di masa yang akan datang. Analisis *contribution margin* ini digunakan untuk menghitung besarnya marjin kontribusi total dan marjin kontribusi masing-masing produk, sehingga dengan analisis ini manajemen dapat mengetahui produk mana yang memberikan marjin kontribusi yang paling tinggi mana yang memberikan marjin kontribusi paling rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan penerapan analisis *contribution margin* dalam menentukan tingkat penjualan yang optimal untuk mencapai laba yang diinginkan dan untuk mengetahui besarnya marjin kontribusi total dan marjin kontribusi masing-masing produk dari tingkat penjualan Perusahaan Timbangan X Kota Malang.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan Perusahaan Timbangan X Kota Malang, Sumber data yang digunakan adalah berupa data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Analisis biaya, menyusun proyeksi penjualan tahun 2014, proyeksi rugi laba 2014.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Marjin kontribusi total yang diperoleh perusahaan adalah sebesar Rp. 439.600.000 sedangkan marjin kontribusi untuk masing-masing produk yaitu produk Special(SP) sebesar Rp.180.600.000 dan produk National sebesar Rp.259.000.000 sehingga dari kedua produk tersebut diketahui bahwa produk menghasilkan *contribution margin* tertinggi sebagai penyumbang laba terbesar bagi perusahaan adalah produk National yaitu dengan perolehan *contribution margin ratio* sebesar 76,44%

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, Perusahaan hendaknya melakukan analisis *contribution margin* dalam menentukan tingkat penjualan produk dalam rangka mengoptimalkan laba. Hal ini dikarenakan dengan analisis *contribution margin*, perusahaan dapat mengetahui jenis produk mana yang paling menguntungkan dari tingkat penjualannya, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba seoptimal mungkin. Dalam kaitannya dengan perencanaan laba dan penentuan tingkat penjualan produk, perusahaan hendaknya memperhatikan komposisi bauran penjualan (*sales mix*) masing-masing produk dengan jumlah permintaan konsumen. Karena dengan bauran penjualan yang tepat perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal.

## SUMMARY

Fridayanti Silvana, 2014 **Contribution Margin Analysis To Determine Level of Product Sales Maximize Profits In Order (Studies in Scales Company X Malang)**, Drs. Nengah Sudjana, M.Si, Drs. Topo Wijono, M.Si, 95 It + xv.

National economic conditions are unstable making company requires a thorough plan to determine the direction and purpose in the future. Contribution margin analysis is used to calculate the total contribution margin and contribution margin of each product, so that the management of this analysis can determine which products provide the highest contribution margin which gives the lowest contribution margin. This study aims to analyze and explain the application of contribution margin analysis in determining the optimal level of sales to achieve the desired profit and to determine the total contribution margin and contribution margin of each product of the level of sales Scales Company X Malang.

Type of research is descriptive research with quantitative approach carried Scales Company X Malang, source data used is in the form of primary data and secondary data with interview data collection techniques and documentation. Cost analysis, prepare projections of sales in 2014, 2014 profit and loss projections.

The results of the analysis showed that the total contribution margin from the company is Rp. 439.6 million while the contribution margin for each product ie Special Products (SP) of the National Rp.180.600.000 and products for Rp.259.000.000 that of the two products is known that the highest contribution margin the product generates the largest profit contributor for the company is that with the acquisition of National product contribution margin ratio of 76.44%

Based on the analysis performed, the Company shall make contribution margin analysis to determine the level of sales of the product in order to optimize profits. This is because the contribution margin analysis, companies can determine the type of products are the most profitable of the level of sales, so the company can make a profit optimally. In relation to the determination of the rate of profit planning and product sales, the company should pay attention to the composition of the mix of sales (sales mix) of each product by the number of consumer demand. Because with the right mix of sales of the company can obtain the optimal profit.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya. Shalat dan salam senantiasa peneliti curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat yang telah menjadi inspirasi bagi peneliti untuk tetap berjuang menjalani kehidupan dalam keridho'an nikmat islam, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis *Contribution Margin* Untuk Menentukan Tingkat Penjualan Produk Dalam Rangka Mengoptimalkan Laba (Studi Pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang).”**

Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan tugas Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, pengarahan, dukungan dan doa dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
2. Ibu Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

3. Bapak Muhammad Iqbal, S. Sos, M.IB, DBA, selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
4. Bapak Dr. Wilopo, M. AB, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
5. Bapak Rizki Yudhi Dewantara, S. AP, M. AP, selaku Sekertaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
6. Bapak Drs. Nengah Sudjana, M. Si selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing, mengarahkan, memotivasi, dan memberikan dorongan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Bapak Drs. Topowijono, M. Si selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing, mengarahkan, memotivasi, dan memberikan dorongan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya atas segala ilmu yang bermanfaat dan pengalaman berharga yang diberikan selama masa perkuliahan serta Staf dan Karyawan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya atas segala bantuannya
9. Bapak Nyoto Darsono selaku staf admin di Perusahaan Timbangan X Kota Malang yang telah dengan sabar meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu peneliti menyusun data-data yang diperlukan untuk skripsi ini

10. Bapak Sugiarto selaku *owner* di perusahaan Timbangan X Kota Malang yang telah dengan sabar meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu peneliti menyusun data-data yang diperlukan untuk skripsi ini

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 16 Juli 2014

Peneliti



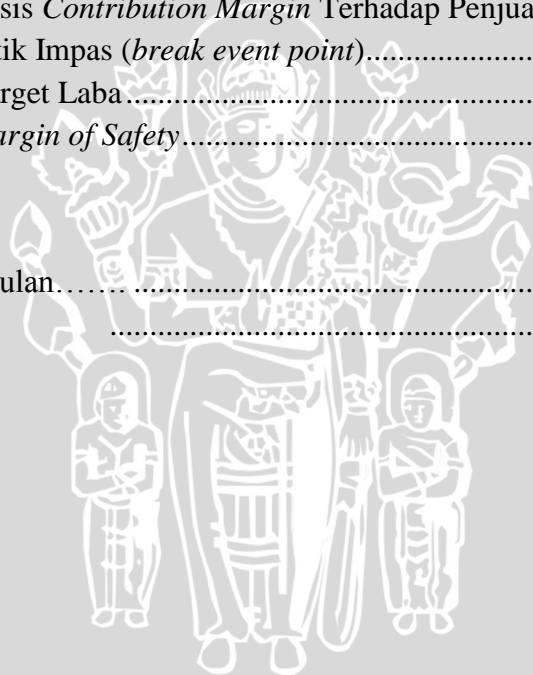
DAFTAR ISI

	Halaman
<b>MOTTO .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>v</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Permasalahan .....	6
C. Tujuan.....	6
D. Kontribusi Penelitian .....	7
E. Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>9</b>
A. Pengertian Biaya Dan Penggolongan Biaya .....	9
1. Pengertian Biaya .....	9
2. Penggolongan Biaya.....	11
B. Analisis Perilaku Biaya .....	12
1. Biaya Tetap ( <i>fixed cost</i> ) .....	12
2. Biaya Variabel( <i>variable cost</i> ) .....	14
3. Biaya Semivariabel ( <i>variable cost</i> ).....	16
C. Metode Pemisahan Biaya.....	18
1. Metode Titik Tertinggi Dan Terendah .....	18
2. Metode Biaya Bersiap .....	21
3. Metode Grafik Statistikal .....	22



4. Metode Garis Regresi Sederhana.....	24
5. Metode Regresi Berganda.....	27
D. Metode <i>Variabel Coasting</i> .....	27
E. <i>Contribution Margin</i> .....	28
1. Pengertian <i>Contribution Margin</i> .....	28
2. <i>Contribution Margin Ratio</i> .....	29
3. Arti Penting <i>Contribution Margin</i> .....	30
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Contribution Margin</i> ...	30
F. Hubungan antara Analisis <i>Contribution Margin</i> dengan Perencanaan Penjualan.....	31
1. Titik Impas ( <i>break event point</i> ).....	32
2. Analisa Target Laba.....	34
3. <i>Margin of Safety</i> .....	34
4. Bauran Penjualan ( <i>sales mix</i> ).....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Fokus Penelitian.....	38
C. Sumber Data.....	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
E. Instrumen Penelitian.....	40
F. Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	46
1. Sejarah Perusahaan.....	46
a. Lokasi Perusahaan.....	47
b. Tujuan Perusahaan.....	47
2. Struktur Organisasi.....	49
3. Personalia.....	51
a. Jumlah dan Pengelolaan Tenaga Kerja.....	51
b. Kualitas Tenaga Kerja.....	51
c. Jam Kerja.....	51
d. Sistem Gaji dan Upah.....	52
4. Produksi.....	52
a. Bahan Baku Produksi.....	52
b. Bahan Baku Pembantu.....	53
c. Sarana Produksi.....	53
d. Proses Produksi.....	53

5. Pemasaran .....	56
a. Daerah Pemasaran.....	56
b. Saluran Distribusi .....	56
c. Pesaing .....	57
B. Penyajian Data.....	58
1. Data Keuangan Perusahaan .....	58
C. Analisis dan Interpretasi data.....	68
1. Menyusun Komponen Biaya .....	68
2. Menyusun Golongan Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semivariabel .....	69
3. Memisahkan Biaya Semivariabel .....	69
4. Menentukan Harga Pokok Penjualan Variabel.....	73
5. Perhitungan <i>Contribution Margin</i> .....	74
6. Analisis <i>Contribution Margin</i> Terhadap Penjualan .....	77
a. Titik Impas ( <i>break event point</i> ).....	78
b. Target Laba.....	80
c. <i>Margin of Safety</i> .....	80
 <b>BAB V PENUTUP</b> .....	 <b>83</b>
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran .....	84



## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal.
1.	Biaya Listrik Pabrik	20
2.	Metode Titik Tertinggi dan Terendah	20
3.	Metode Garis Regresi Sederhana	25
4.	Perusahaan Timbangan X Kota Malang NERACA per 31 Desember 2011	58
5.	Perusahaan Timbangan X Kota Malang NERACA per 31 Desember 2012	59
6.	Perusahaan Timbangan X Kota Malang NERACA per 31 Desember 2013	60
7.	Perusahaan Timbangan X Kota Malang LAPORAN RUGI-LABA per 31 Desember 2011	61
8.	Perusahaan Timbangan X Kota Malang PERUBAHAN MODAL per 31 Desember 2011	61
9.	Perusahaan Timbangan X Kota Malang LAPORAN RUGI-LABA per 31 Desember 2012	62
10.	Perusahaan Timbangan X Kota Malang PERUBAHAN MODAL per 31 Desember 2012	62
11.	Perusahaan Timbangan X Kota Malang LAPORAN RUGI-LABA per 31 Desember 2013	63
12.	Perusahaan Timbangan X Kota Malang PERUBAHAN MODAL per 31 Desember 2013	63
13.	Harga Jual Per Unit Timbangan Special(SP) dan National (Dalam Rupiah) Perusahaan Timbangan X Kota Malang	64
14.	Volume Produksi Produk Special (SP) dan National (Dalam Unit) Perusahaan Timbangan X Kota Malang	64
15.	Volume Penjualan Produk Special(SP) dan National (Dalam Unit) Perusahaan Timbangan X Kota Malang	65
16.	Hasil Penjualan Produk Special (SP) dan National (Dalam Rupiah) Perusahaan Timbangan X Kota Malang	65
17.	Harga Pokok Penjualan Tahun 2011-2013 Perusahaan Timbangan X Kota Malang	66
18.	Biaya Overhead Pabrik Perusahaan Timbangan X Kota Malang	67
19.	Biaya Administrasi Perusahaan Timbangan X Kota Malang	67
20.	Penggolongan Biaya Tetap, Variabel, dan Semivariabel Perusahaan Timbangan X Kota Malang	69

21.	<i>Least Squares</i> Biaya Pemeliharaan Mesin	70
22.	<i>Least Squares</i> Biaya Pemeliharaan Gedung Perusahaan Timbangan X Kota Malang	71
23.	<i>Least Squares</i> Biaya Listrik, Air, dan Telepon-Produksi dan Administrasi	72
24.	Pengelompokan Biaya Tetap dan Biaya Variabel Perusahaan Timbangan X Kota Malang tahun 2011-2013 (Dalam Rupiah)	73
25.	Perhitungan Harga Pokok Variabel Perusahaan Timbangan X Kota Malang	74
26.	<i>Contribution Margin</i> Produk Special (SP)	75
27.	<i>Contribution Margin</i> Produk National	76
28.	Perhitungan <i>Contribution Margin</i> Total Tahun 2013	76
29.	Laporan Rugi-Laba Format Kontribusi Perusahaan Timbangan X Kota Malang periode 31 Desember 2013	77
30.	Perhitungan <i>Contribution Margin</i> Rata-rata Tertimbang	78
31.	Rencana Penjualan Timbangan di Perusahaan X Kota Malang Tahun 2014	79
32.	Anggaran Hasil Jual Timbangan di Perusahaan X Kota Malang Tahun 2014	80
33.	Anggaran Biaya Produksi Perusahaan Timbangan X Kota Malang Tahun 2014	82
34.	Anggaran Biaya Administrasi Perusahaan Timbangan X Kota Malang Tahun 2014	84
35.	Biaya Produksi, Biaya Administrasi, Biaya Tetap dan Biaya Variabel Perusahaan Timbangan X Kota Malang 2014 (dalam rupiah)	84
36.	Anggaran Biaya Tetap Perusahaan Timbangan X Kota Malang Tahun 2014( dalam rupiah )	85
37.	Anggaran <i>Contribution Margin</i> Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2014 (dalam rupiah)	86
38.	Rekapitulasi Hasil Analisis tahun 2011-2014	92



## DAFTAR GAMBAR/BAGAN

No.	Judul	Hal.
1.	Grafik Biaya Tetap	14
2.	Grafik Biaya Variabel	15
3.	Grafik Biaya Semivariabel	17
4.	Grafik Statistikal Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel	23
5.	Grafik <i>Contribution Margin</i> Dan <i>Break Event Point</i>	32
6.	Struktur Organisasi Perusahaan Timbangan X Kota Malang	49
7.	Bagan Proses Produksi Perusahaan X Kota Malang	54
8.	Grafik <i>Contribution Margin</i> dan <i>Break Event Point</i> Perusahaan Timbangan X Kota Malang	91

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Kondisi perekonomian nasional yang tidak stabil membuat perusahaan memerlukan suatu rencana yang matang untuk menentukan arah dan tujuan di masa yang akan datang sehingga perusahaan tidak sampai mengalami kerugian atau bahkan sampai mengalami kebangkrutan. Menjalankan fungsi perencanaan (*planning*) manajemen perlu membuat suatu rumusan kebijakan yang berkaitan dengan pencapaian laba yang diinginkan oleh perusahaan. Sebab perencanaan yang telah dilakukan akan dijadikan pedoman dalam melaksanakan serangkaian proses pemikiran dan tindakan-tindakan yang mengarahkan perusahaan dalam mencapai laba.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, manufaktur, maupun dagang menjalankan kegiatan operasionalnya untuk mencapai suatu tujuan, salah satunya yaitu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan mencapai laba yang optimal. Perusahaan tersebut harus mampu menggunakan segala sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Banyak usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut, diantaranya adalah dengan meningkatkan volume penjualan. Meningkatkan volume penjualan bukanlah hal yang mudah, mengingat semakin ketatnya persaingan dalam memperebutkan pasar, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sama. Sehingga untuk memenangkan persaingan tersebut, setiap perusahaan dituntut



untuk melakukan suatu perencanaan yang baik agar dapat bertahan dan berkembang di masa yang akan datang.

Fungsi perencanaan dalam manajemen modern merupakan sesuatu yang sangat penting. Fungsi perencanaan memfokuskan pada pencapaian laba yang optimal. Laba optimal tidak terjadi dengan sendirinya, sehingga perusahaan harus memprediksi usaha di masa mendatang. Dengan mengetahui kondisi mendatang perusahaan, perusahaan yang bersangkutan dapat menetapkan baik perencanaan jangka pendek maupun jangka panjangnya dalam rangka mengoptimalkan pencapaian laba. Memperoleh laba yang optimal merupakan tujuan perusahaan pada umumnya. Perolehan laba perusahaan menggambarkan kinerja perusahaan. Karena dengan adanya laba, perusahaan akan dapat berkembang dan mempertahankan kelangsungan hidup dan kegiatannya secara baik dan terus menerus. “Laba bagi perusahaan dapat ditentukan atau dihitung dengan mempertemukan total hasil penjualan dengan biaya pada periode bersangkutan.”

(Supriyono, 2004:331)

Manajemen dibatasi oleh pola perilaku biaya, kapasitas normal dan besarnya modal yang tersedia sehingga untuk mencapai laba yang optimal, manajemen perlu untuk menyusun perencanaan laba jangka pendek. Mulyadi (2009:226), menyatakan bahwa “Laba perusahaan dalam jangka pendek dipengaruhi oleh pendapatan (hasil kali volume penjualan dan harga), biaya variabel, dan biaya tetap”. Ketiga faktor tersebut saling berhubungan sehingga dalam proses perencanaan laba jangka pendek, manajemen menggunakan informasi tersebut untuk mempertimbangkan efek perubahan biaya tetap, biaya

variabel, harga jual, dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan. Berdasarkan hal tersebut perencanaan laba jangka pendek akan lebih bermanfaat bagi manajemen apabila disertai dengan penggunaan suatu teknik analisis biaya, salah satunya yaitu analisis *contribution margin*.

Analisis *contribution margin* pada umumnya adalah salah satu bagian dari konsep analisis biaya-volume-laba, dimana dalam analisis tersebut dimulai dengan studi terhadap perilaku biaya dan penyusunan laporan rugi laba berdasarkan pendekatan variabilitas atau pendekatan kontribusi. Menurut Supriyono (2004:531), "*contribution margin* adalah pendapatan penjualan dikurangi semua biaya variabel". *Contribution margin* tersebut menunjukkan jumlah yang tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan setelah biaya tetap tertutup maka sisanya adalah untuk menghasilkan laba pada periode yang bersangkutan." Analisis *contribution margin* memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan seperti produk apa yang akan diproduksi atau dijual, kebijakan harga mana yang diikuti, strategi pemasaran apa yang akan digunakan dan jenis fasilitas produktif apa yang akan dibeli". (Samryn, 2005:168).

Analisis *contribution margin* ini digunakan untuk menghitung besarnya margin kontribusi total dan margin kontribusi masing-masing produk, sehingga dengan analisis ini manajemen dapat mengetahui produk mana yang memberikan margin kontribusi yang paling tinggi mana yang memberikan margin kontribusi paling rendah. Selanjutnya, analisis margin kontribusi dapat digunakan untuk perencanaan penjualan. Perencanaan penjualan titik yang digunakan sebagai

acuan adalah BEP (*Break Event Point*), dimana BEP merupakan total penghasilan sama besarnya dengan total biaya sehingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak juga menderita kerugian, dengan cara biaya tetap dibagi dengan rasio margin kontribusi. Analisis *contribution margin* digunakan untuk menghitung besarnya margin kontribusi total dan kontribusi masing-masing produk. Dengan *contribution margin* manajemen dapat mengetahui bagaimana memberikan margin kontribusi yang paling tinggi dan mana yang memberikan margin kontribusi paling rendah. Selanjutnya analisis *contribution margin* ini juga digunakan untuk perencanaan penjualan.

Acuan yang digunakan perencanaan penjualan adalah tingkat BEP (*break event point*), dimana BEP (*break event point*) merupakan kondisi dimana perusahaan tidak mengalami rugi dan tidak mendapatkan laba. BEP (*break event point*) juga digunakan sebagai penentu penjualan minimal yang harus dicapai oleh perusahaan untuk mendapatkan laba yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga manajemen dapat mengetahui batas keamanan yang menyatakan sampai seberapa jauh volume penjualan yang dianggarkan boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi atau dengan kata lain, batas maksimum penurunan volume penjualan yang dianggarkan, yang tidak mengakibatkan kerugian (*Margin of Safety*) sehingga dapat menentukan tingkat penjualan yang optimal. Oleh karenanya manajemen dapat mengambil keputusan berapa tingkat volume penjualan untuk produk tertentu dalam pencapaian laba tertentu. Bagi perusahaan yang memproduksi dan menjual berbagai macam produk, analisis ini sangat berguna untuk mengetahui besarnya laba yang dihasilkan dari seluruh tingkat

penjualannya maupun penjualan masing-masing produk. Hal ini dikarenakan semakin besar margin kontribusi dan laba yang dihasilkan, perusahaan akan bersedia mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk memproduksi produk yang memiliki tingkat kontribusi marjin tertinggi, dan perusahaan mau mengeluarkan biaya lebih untuk pemasaran produk yang mempunyai marjin kontribusi tinggi dalam rangka mengoptimalkan laba.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada salah satu perusahaan timbangan yaitu Perusahaan Timbangan X di Kota Malang. Perusahaan ini tergolong usaha yang cukup lama bertahan dibidangnya yaitu selama kurang lebih 50 tahun dan telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan volume penjualan yang meningkat dari tahun ke tahun dan memiliki 22 pegawai. Terlihat dari peningkatan omzet yang dimiliki Perusahaan Timbangan X di Kota Malang ini dari tahun ke tahun yang menunjukkan peningkatan dan Perusahaan Timbangan X di Kota Malang ini memiliki pemasaran yang cukup luas. Namun dalam pelaksanaannya, perusahaan ini masih mengalami kesulitan dalam menentukan tingkat penjualan yang optimal dari setiap jenis produk yang dihasilkan, sehingga tujuan perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal belum dapat terpenuhi. Oleh karena itu, untuk membantu pihak manajemen dalam merencanakan tingkat penjualan yang optimal, maka perusahaan perlu melakukan analisis *contribution margin*. Dengan analisis *contribution margin* ini, perusahaan ini dapat mengetahui jenis produk mana yang paling menguntungkan dari tingkat penjualannya sehingga Perusahaan Timbangan X di Kota Malang ini dapat mencapai target laba yang diinginkan,

karena untuk melalui sukses tidaknya suatu usaha dapat ditentukan melalui laba yang diperoleh.

Berdasarkan dari latar belakang, maka judul penelitian ini adalah ” **Analisis *Contribution Margin* Untuk Menentukan Tingkat Penjualan Produk Dalam Rangka Mengoptimalkan Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang) “.**

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka perumusan masalah penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan analisis *Contribution margin* dalam menentukan tingkat penjualan yang optimal untuk mencapai laba yang diinginkan ?
2. Berapa besarnya marjin kontribusi total dan marjin kontribusi masing-masing produk dari tingkat penjualan Perusahaan Timbangan X Kota Malang ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan penerapan analisis *contribution margin* dalam menentukan tingkat penjualan yang optimal untuk mencapai laba yang diinginkan.
2. Untuk mengetahui besarnya marjin kontribusi total dan marjin kontribusi masing-masing produk dari tingkat penjualan Perusahaan Timbangan X Kota Malang.

#### D. Kontribusi Penelitian

##### 1. Aspek Akademis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi, bahan masukan atau bahan pembandingan bagi pihak-pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai analisis *contribution margin*.

##### 2. Aspek Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau bahan pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkenaan dengan masalah *Contribution margin*, khususnya untuk perencanaan penjualan dan penentuan prioritas urutan dari bauran produk yang akan diproduksi agar diperoleh laba yang maksimum.

#### E. Sistematika Pembahasan

##### BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

##### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan teori-teori yang relevan dengan topik yang akan dibahas dalam penelitian. Adapun topik yang dibahas dalam penelitian ini, antara lain pengertian dan penggolongan biaya, analisis perilaku biaya, metode pemisahan biaya *semivariabel*, metode *variable costing*, *contribution margin* dan hubungan analisis *contribution margin* dengan perencanaan penjualan.



### BAB III : METODE PENELITIAN

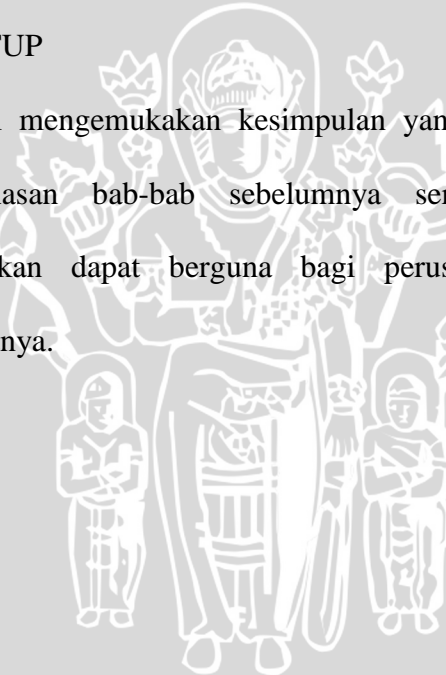
Bab ini terdiri dari jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, dan metode analisis data.

### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, penyajian data, analisis dan interpretasi data yang berhubungan dengan masalah.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini mengemukakan kesimpulan yang diambil berdasarkan pembahasan bab-bab sebelumnya serta saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk operasi selanjutnya.



## BAB II

### TINJAUANN PUSTAKA

#### A. Pengertian Biaya dan Penggolongan Biaya

##### 1. Pengertian Biaya

Biaya sering diidentikkan dengan beban. Pada dasarnya biaya maupun beban sebenarnya adalah istilah yang sama untuk menjelaskan Biaya. Biaya juga berarti beban dan beban berarti biaya, namun saat ini istilah beban memiliki konotasi negatif seakan-akan membebani perusahaan dimasa mendatang. Oleh karenanya untuk menciptakan persepsi yang positif digunakan istilah biaya untuk menggantikan beban. Akan tetapi dengan menggunakan istilah biaya pengeluaran itu dimaksudkan sebagai nilai dikorbankan untuk mencapai tujuan dan untuk mendapatkan hasil dimasa mendatang sehingga konotasinya positif. Pada dasarnya, biaya merupakan fungsi utama yang mempengaruhi jalannya operasi perusahaan.

Mulyadi (2009:8) menyatakan bahwa “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Perusahaan juga sering kali dihadapkan dengan kebutuhan untuk membuat perubahan-perubahan dalam tingkat bisnisnya agar dapat mencapai tujuannya secara optimal. Perubahan-perubahan tersebut seperti perbaikan di bidang pemasaran, keuangan, MSDM, produksi, SIM yang semua itu membutuhkan biaya. Hampir sama dengan pendapat Mulyadi, Hansen and Mowen (2004:36) mengemukakan bahwa “Biaya

adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi”. Hansen and Mowen tentang kas atau nilai ekuivalen kas adalah kas tunai dan akun-akun lain yang setara dengan kas contohnya kas adalah uang tunai sedangkan setara kas adalah cek. Selain itu, Kusnadi (2002:136) mendefinisikan biaya sebagai “Manfaat (*benefit*) yang dikorbankan dalam rangka memperoleh barang dan jasa. Manfaat (barang dan jasa) yang dikorbankan diukur dalam rupiah melalui pengurangan aktiva atau pembebanan utang pada saat manfaat (*benefit*) itu diterima”. Biaya tidak hanya untuk mencapai tujuan dan memberikan manfaat akan tetapi juga dapat mengalami kegagalan misalnya biaya yang terjadi ketika suatu produk gagal untuk diproduksi. Berdasarkan pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan pada dasarnya biaya mempunyai dua point penting yaitu pengorbanan baik kas maupun setara kas dan poin kedua yang penting adalah memberi manfaat saat ini atau masa yang mendatang.

Biaya dapat dikatakan sebagai belanja modal atau belanja pendapatan pada suatu organisasi. Belanja modal yang dimaksud adalah untuk memberikan manfaat pada periode-periode mendatang dan dilaporkan sebagai asset. Belanja pendapatan memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban. Dari pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan nilai yang dikorbankan yang berupa uang sebelum atau sesudah terjadi yang sangat mempengaruhi perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sesuai tujuan dimasa kini atau masa mendatang.

## 2. Penggolongan Biaya

Biaya harus digolongkan dengan metode penggolongan biaya yang jelas dan bersifat universal. Penggolongan yang jelas ini dapat di aplikasikan pada setiap perusahaan untuk meneruskan catatan yang berguna bagi manajemen.,

Berdasarkan berbagai macam tingkah laku biaya, Supriyono (2004:18)

menggolongkan biaya menjadi enam golongan yaitu :

- a. Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan atau aktifitas perusahaan. Penggolongan biaya ini ada beberapa fungsi, yang pertama yaitu fungsi produksi yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk yang siap dijual, contohnya adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Fungsi pemasaran yaitu yang berhubungan dengan kegiatan penjualan produk selesai yang siap untuk dijual, contohnya seperti biaya promosi dan advertensi, biaya penyimpanan, biaya pengepakan dan biaya pengiriman. Selanjutnya yaitu fungsi administrasi dan umum yaitu berhubungan dengan kegiatan kebijaksanaan, pengarahan dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar efektif dan efisien, contohnya merupakan gaji pimpinan, gaji personalia, dan gaji untuk keamanan. Terakhir adalah fungsi keuangan yang berhubungan dengan kegiatan keuangan atau penyedia dana yang diperlukan oleh perusahaan, contohnya yaitu biaya bunga, biaya penerbitan atau emisi obligasi.
- b. Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya akan dibebankan. Penggolongan biaya ini terdiri dari pengeluaran modal (*capital expenditure*) dan pengeluaran penghasilan (*revenues expenditure*). pengeluaran modal (*capital expenditure*) merupakan pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang, contohnya yaitu biaya pembelian mesin. Sedangkan pengeluaran penghasilan (*revenues expenditure*) yaitu pengeluaran yang dapat memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran terjadi, misalnya gaji karyawan.
- c. Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas. Penggolongan biaya ini terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) yang merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap walaupun jumlah yang diproduksi atau dijual berubah – ubah pada kapasitas tertentu, contohnya biaya sewa gedung, biaya eskutif produksi, biaya penyusutan aktiva tetap (metode garis lurus). selanjutnya biaya variabel (*variable cost*) yaitu biaya yang berubah secara proposional dengan aktivitas atau volume produksi perusahaan. Apabila kuantitas yang diproduksi naik maka biaya ini sebesar kuantitas dikalikan dengan biaya variabel per unit, misalnya adalah biaya bahan baku, bahan bakar, biaya sumber tenaga, biaya komunikasi, biaya pengangkut. Yang terakhir adalah biaya semivariabel (*semivariable cost*) yang merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah – ubah dalam hubungannya dengan perubahan

- kuantitas yang diproduksi, tetapi perubahannya tidak proposional, misalnya biaya pengawasan yang intensif sesuai dengan kapasitas produksi dan biaya komisi.
- d. Penggolongan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya yang dibiayai. Penggolongan ini terdiri dari dua biaya yang pertama yaitu biaya langsung (*direct cost*) yaitu biaya yang terjadi atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada pusat biaya tertentu, misalnya adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Kedua adalah biaya tidak langsung (*indirect cost*) merupakan biaya yang terjadi atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi kepada pusat biaya tertentu, misalnya biaya overhead pabrik.
  - e. Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya. Penggolongan biaya ini terdiri dari biaya terkendali (*controllable cost*) adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seseorang pimpinan atau pejabat tertentu berdasarkan wewenang dan dalam jangka waktu tertentu, misalnya biaya iklan akan terkendali oleh manajer penjualan apabila ia berkuasa mengotorisasi jumlah dan bentuk iklan untuk konsumen. Selanjutnya adalah biaya tak terkendali (*uncontrollable cost*) yang merupakan biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seseorang pemimpin atau pejabat tertentu berdasarkan wewenang dan dalam jangka waktu tertentu, misalnya biaya depresiasi tidak akan terkendali oleh manajer penjualan karena tidak berkuasa mengotorisasi.
  - f. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan. Penggolongan biaya ini terdiri dari biaya relevan (*relevant cost*) yaitu biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan. Selanjutnya adalah biaya tidak relevan (*irrelevant cost*) yaitu biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya ini tidak perlu diperhitungkan atau dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan.

## B. Analisis Perilaku Biaya

### 1. Biaya Tetap (*Fixed cost*)

Biaya tetap pada umumnya dinyatakan sebagai biaya yang secara total tidak berubah ketika aktivitas bisnis itu meningkat atau menurun. Meskipun beberapa jenis biaya terlihat sebagai biaya tetap, semua biaya sebenarnya bersifat variabel dalam jangka panjang. Mulyadi (2009:466) menyatakan bahwa, "Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap per satuan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan". Berbeda dengan pendapat Mulyadi, Syamsudin (2004:92) menyatakan

bahwa, “Biaya tetap berhubungan dengan waktu (*Function of time*) dan tidak berhubungan dengan tingkat penjualan, pembayaran didasarkan pada periode akuntansi tertentu dan besarnya adalah sama”. Padahal pada umumnya, hubungan antara suatu bisnis dengan biaya variabel tidak hanya masalah waktu akan tetapi akan tetap kembali pada biaya yang akan dikeluarkan. Waktu dapat mempengaruhi berubahnya biaya misalnya biaya sewa gedung yang setiap tiga periode meminta kenaikan biaya. Jadi biaya tetap adalah biaya yang secara keseluruhan tidak mengalami perubahan, walaupun volume produksi atau volume penjualan berubah-ubah.

Sementara itu, Maz, *et. al* (2005:26) menyebutkan bahwa ciri-ciri biaya tetap adalah sebagai berikut :

- a. Jumlah keseluruhan yang tetap dalam rentang (*Range*) keluaran yang relevan
- b. Penurunan biaya per unit bila volume bertambah dalam rentang yang relevan
- c. Dapat dibebankan kepada departemen-departemen berdasarkan keputusan manajemen atau menurut metode alokasi biaya.
- d. Tanggung jawab pengendalian lebih banyak dipikul oleh manajemen eksekutif daripada oleh penyelia operasi.

Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya tetap antara lain adalah biaya gaji eksekutif produksi, biaya penyusutan aktiva tetap, biaya pajak bumi dan bangunan, biaya administrasi hak paten, biaya asuransi aktiva tetap, biaya gaji satpam dan pesuruh pabrik, biaya pemeliharaan dan reparasi, biaya sewa, biaya bunga, dan lain lain. Berdasarkan pengertian di atas disimpulkan bahwa biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan tidak berpengaruh dengan adanya tingkat kegiatan atau produksi dalam batas-batas tingkat kegiatan yang relevan pada periode waktu tertentu

Biaya

Volume Kegiatan

Sumber: Mulyadi, (2009:468)

**Gambar 1. Grafik Biaya Tetap****2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)**

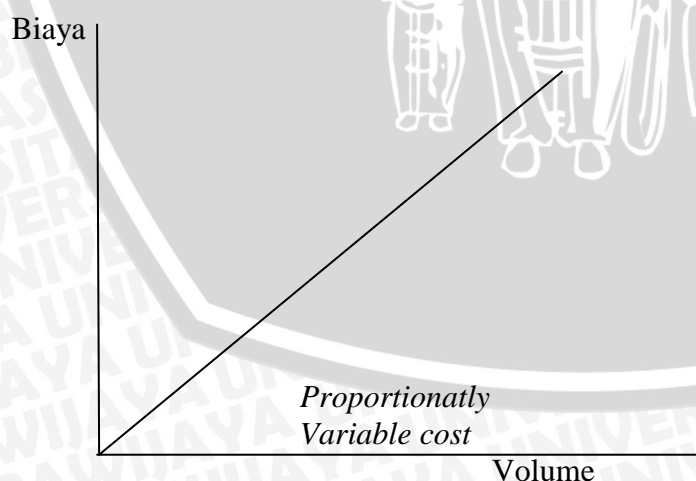
Hubungan antara suatu bisnis dengan biaya variabel adalah saling mempengaruhi satu sama lain. Menurut Mulyadi (2009:510), “Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan”. Biaya variabel juga mencakup biaya bahan baku langsung dan biaya pengiriman barang. Biaya – biaya tersebut akan meningkat atau menurun sejalan dengan kenaikan ataupun kemerosotan produksi atau volume penjualan.

Syamsudin (2004:92), “ Biaya variabel berhubungan langsung dengan tingkat produksi atau penjualan, karena besarnya ditentukan oleh berapa besar volume produksi atau penjualan yang dilakukan”. Apabila kegiatan usaha meningkat 10 persen, maka biaya variabel juga naik 10 persen. Contoh biaya variabel adalah konsumsi penjualan, semakin tinggi penjualan, maka komisi penjualan yang diberikan juga akan semakin tinggi. Jadi, biaya variabel adalah biaya yang secara total akan selalu berubah seiring dengan perubahan volume

kegiatan dimana biaya variabel per unitnya tetap walaupun total biaya variabelnya berubah-ubah. Sementara itu, Matz, *et, al* (2005:36) menyebutkan bahwa ciri – ciri biaya variabel adalah sebagai berikut :

- Perubahan jumlah total dalam proporsi yang sama dengan perubahan volume produksi
- Biaya per unit relatif tetap meskipun volume berubah dalam rentang yang relevan
- Dapat dibedakan dalam departemen operasi dengan cukup mudah dan tepat
- Dapat dikendalikan oleh seseorang penyelia operasi

Biaya – biaya yang termasuk dalam biaya variabel adalah Biaya bahan baku, Biaya bahan bakar, Biaya sumber tenaga, Biaya pengangkutan atau transportasi dalam pabrik, Biaya komunikasi, Biaya upah tenaga kerja langsung, Biaya penjualan, dan lain lain. Berdasarkan beberapa pengertian di atas disimpulkan bahwa biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional sesuai dengan perubahan tingkatan atau volume, volume produksi ataupun volume penjualan dan jumlah biaya per unitnya tidak mengalami perubahan.



Sumber: Mulyadi (2009:469)

**Gambar 2. Grafik Biaya Variabel**



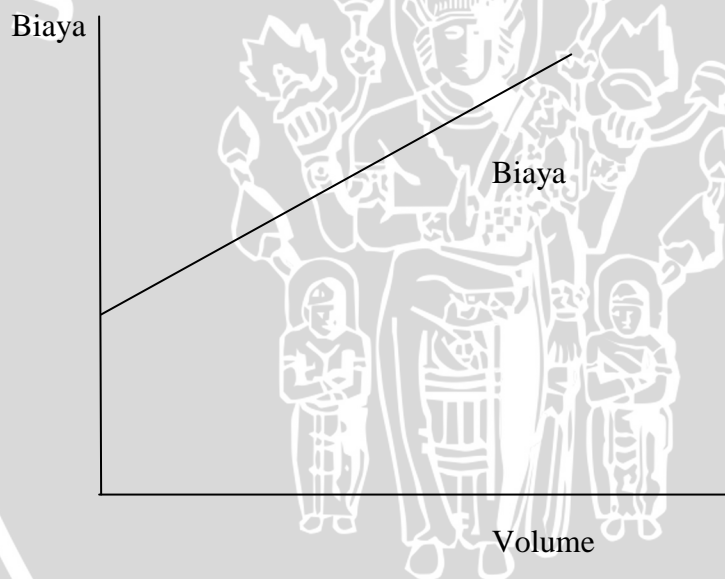
### 3. Biaya Semivariabel (*Semivariable Cost*)

Biaya semivariabel (*semivariable cost*) dapat juga dikatakan sebagai biaya campuran. Mulyadi (2009:469) menyatakan bahwa, “Biaya semivariabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel didalamnya”. Biaya ini mengandung bagian tetap dari biaya yang dikeluarkan bahkan pada saat fasilitas menganggur, dan bagian variabelnya yang meningkat sebanding dengan volume. Misalnya biaya rekening telepon adalah salah satu contoh biaya semivariabel (*semivariable cost*). Perusahaan harus mengeluarkan biaya abonemen langganan telepon meskipun telepon tidak dipakai atau menganggur. Selain itu, perusahaan juga harus membayar pulsa sesuai dengan banyaknya pemakaian. Dalam biaya rekening telepon, biaya abonemen merupakan biaya tetap, sedangkan biaya pulsa merupakan biaya variabelnya.

Berbeda dengan Mulyadi, Syamsudin (2004:92) menyatakan, “Biaya semivariabel atau *semivariable cost* yang kadang-kadang juga disebut dengan *semifixed cost* mempunyai ciri-ciri gabungan antara biaya tetap dan biaya variabel”. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan. Dalam upaya memprediksi seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan pada bermacam-macam tingkat aktivitas, manajemen perlu mengetahui seberapa banyak dari jumlah biaya tersebut yang bersifat variabel dan berapa yang bersifat tetap. Jadi, biaya semivariabel adalah biaya yang bukan merupakan biaya tetap

dan biaya variabel, tetapi mempunyai ciri-ciri gabungan antara biaya tetap dan biaya variabel.

Menurut Kusnadi (2002:148), biaya-biaya yang termasuk dalam biaya semivariabel adalah biaya jasa administrasi publik, biaya pengolahan bahan baku dan persediaan, biaya asuransi kesehatan dan kecelakaan, biaya komisi, biaya gaji eksekutif, biaya listrik, biaya telepon, biaya penghasilan, dan lain lain. Berdasarkan pengertian di atas disimpulkan bahwa biaya semivariabel adalah biaya-biaya yang mempunyai atau mengandung unsur tetap dan unsur variabel yang jumlahnya terpengaruhi oleh volume kegiatan atau produksi perusahaan.



Sumber : Mulyadi (2009:469)

**Gambar 3. Grafik Biaya Semivariabel**

### C. Metode Pemisahan Biaya Semivariabel

Menurut Supriyono (2004:424), atas dasar pendekatan perilaku biaya sesungguhnya masa lalu, biaya semivariabel dapat dipisahkan dengan menggunakan beberapa teknik, yaitu:

1. Metode titik tertinggi dan terendah (*high and low point method*)

Metode titik tertinggi dan terendah memisahkan biaya variabel dan biaya tetap dalam periode tertentu dengan mendasarkan kapasitas dan biaya pada titik tertinggi dan titik terendah, perbedaan biaya antara kedua titik tersebut disebabkan adanya perubahan kapasitas dan besarnya tarif biaya variabel satuan.

sehingga persamaan dapat ditentukan  $y = a + bx H$

Dimana :

$y$  = nilai estemasi dari biaya ( misal biaya pemeliharaan)

$H$  = penggerak biaya ( misalnya jumlah jam operasi untuk pabrik)

$a$  = jumlah tetap yang menjadi nilai  $y$  ketika  $H = 0$

$b$  = kemiringan atau slope dari garis

Langkah-langkah memisahkan biaya variabel dan biaya tetap dengan metode titik tertinggi dan terendah adalah:

a. Menentukan biaya variabel satuan atau  $b$

Biaya pada titik tertinggi  $\rightarrow y_t = a + bx_t$

Biaya pada titik terendah  $\rightarrow y_r = a + bx_r$

Perbedaan  $\rightarrow y_t - y_r = bx_t - bx_r$

Jadi:  $b(x_t - x_r) = y_t - y_r$

$$b = \frac{y_t - y_r}{x_t - x_r}$$

Supriyono (2004:432)

Dimana:

$y_t$  = jumlah biaya pada titik tertinggi

$y_r$  = jumlah biaya pada titik terendah



$a$  = jumlah total biaya tetap

$x_t$  = kapasitas tertinggi

$x_r$  = kapasitas terendah

b. Menentukan besarnya total biaya tetap atau  $a$

Total biaya tetap atau  $a$  dapat dihitung dari biaya pada titik tertinggi atau dari biaya pada titik terendah, dengan rumus:

Pada titik tertinggi adalah

$$a = y_t - bx_t$$

Sedangkan pada titik terendah adalah

$$a = y_r - bx_r$$

Supriyono (2004:432)

c. Menentukan besarnya anggaran fleksibel

Setelah  $b$  dan  $a$  dapat ditentukan, maka besarnya persamaan atau rumus biaya dengan anggaran fleksibel adalah

$$y = a + bx$$

Metode ini memiliki kelebihan dan kekurangan, Kebaikannya metode ini sederhana sehingga mudah dihitung dan dipakai Sedangkan Kelemahannya kurang teliti dan cermat, karena hanya didasarkan pada dua tingkatan kapasitas yang ekstrim, yaitu titik tertinggi dan terendah, sedangkan kapasitas yang lain tidak diperhitungkan. Contoh 1: Biaya listrik untuk pabrik pada PT. Prabowo dalam tahun 19 AA

**Tabel 1. Biaya Listrik Pabrik**

N Bulan	X Kapasitas (jam mesin)	Y Biaya Listrik
1. Januari	1.400	Rp.30.880
2. Februari	1.600	RP.33.920
3. Maret	1.200	RP.28.000
4. April	1.800	RP.37.360
5. Mei	2.400	RP.46.000
6. Juni	2.000	RP.40.400
7. Juli	1.800	RP.37.720
8. Agustus	2.400	RP.45.040
9. September	2.600	RP.49.000
10. Oktober	3.000	RP.55.000
11. November	2.200	RP.43.000
12. Desember	1.600	RP.33.680
Jumlah	24.000	RP.480.000

(Supriyono, 2004:476)

Dari data biaya listrik pabrik tersebut, biaya semivariabel dapat dipisahkan dalam elemen biaya variabel dan biaya tetap dengan menggunakan metode titik tertinggi dan terendah sebagai berikut:

**Tabel 2. Metode Titik Tertinggi dan Terendah**

<b>PT. Prabowo</b>			
<b>Pemisahan biaya variabel dann biaya tetap</b>			
<b>Tahun 19 AA</b>			
Titik Kapasitas	Bulan	(x) Jam Mesin	(y) Biaya Listrik
Tertinggi ( t )	Oktober	3.000	Rp 55.000
Terendah ( r )	Maret	1.200	Rp 28.000
Selisih (Δ)		1.800	Rp 27.000
$b = \frac{y_t - y_r}{x_t - x_r} = \frac{\text{Rp } 27.000}{1.800} = \text{Rp } 15 \text{ per jam}$			
<b>Ketera n gan</b>		<b>Tertinggi</b>	<b>Terendah</b>
Jumlah biaya (y)		Rp 55.000	Rp 28.000
Biaya variabel:			
$b x_t = \text{Rp } 15 \times 3.000$		Rp 45.000	
$b x_r = \text{Rp } 15 \times 1.200$			Rp 18.000
<b>Total biaya tetap per bulan</b>		<b>Rp 10.000</b>	<b>Rp 10.000</b>

<b>(a)</b>		
Besarnya anggaran fleksibel biaya listrik:		
Per bulan $\rightarrow y = a + bx = \text{Rp } 10.000 + \text{Rp } 15x$		
Per tahun $\rightarrow y = ( a \times 12 ) + bx = \text{Rp } 12.000 + \text{Rp } 15x$		

(Supriyono, 2004:427)

## 2. Metode Biaya Bersiap

Metode biaya bersiap (*standby cost method*) atau metode biaya berjaga adalah metode pemisahan biaya tetap dan biaya variabel dengan cara menghitung besarnya biaya pada saat perusahaan atau pabrik ditutup untuk sementara tetapi dalam keadaan siap berproduksi.

Adapun langkah-langkah pada metode biaya bersiap adalah:

- Menentukan besarnya total biaya tetap (a), yaitu besarnya biaya pada saat perusahaan tutup untuk sementara.
- Menentukan besarnya biaya variabel satuan (b) dari tingkat kegiatan rata-rata dan biaya rata-rata, dengan rumus:

$$\bar{Y} = a + bx$$

$$bx = \bar{Y} - a \quad \rightarrow$$

$$b = \frac{\bar{Y} - a}{x}$$

Supriyono (2004:446)

Dengan menggunakan contoh 1 yaitu biaya listrik pada PT. Prabowo, misalnya pada saat kegiatan pabrik dihentikan sementara dalam jangka waktu satu bulan besarnya biaya bersiap Rp 15.000, maka biaya ini adalah total biaya tetap per bulan (a). Besarnya biaya variabel satuan adalah:

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} - \frac{\text{Rp } 480.000}{12} - \text{Rp } 40.000$$

$$X = \frac{\Sigma x}{n} = \frac{24.000}{12} = 2.000 \text{ jam mesin}$$

$$b = \frac{\bar{Y}-a}{x} = \frac{Rp\ 40.000 - Rp\ 15.000}{2.000} = Rp.12,5 \text{ per jam mesin}$$

Jadi anggaran fleksibel adalah:

Per bulan  $\longrightarrow y = a + bx = Rp\ 15.000 + Rp\ 12,5 x$

Per tahun  $\longrightarrow y = a (12) + bx = Rp\ 180.000 + Rp\ 12,5 x$

Metode ini memiliki kelebihan dan kelemahan sebagai berikut:

- a. Kebaikannya adalah perhitungannya sederhana dan mudah
- b. Kelemahannya tidak cermat atau tidak teliti karena hanya mendasarkan pada satu tingkat kegiatan, mahal untuk diterapkan atau digunakan, biaya tetap berjaga tidak sama dengan biaya tetap operasi.

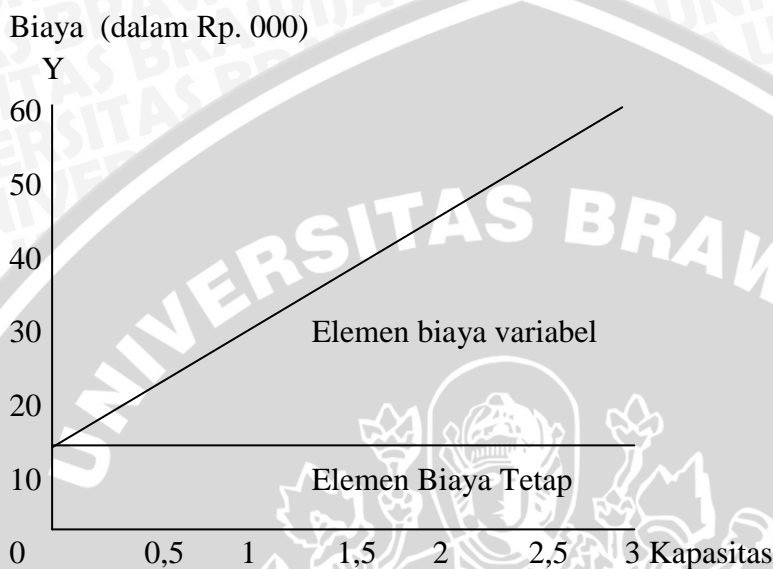
### 3. Metode Grafik Statistikal

Metode grafik statistikal (*statistical scattegraph method*) adalah metode pemisahan biaya tetap dan biaya variabel dengan cara menggambarkan biaya setiap bulan pada sebuah grafik dan menarik satu garis lurus di tengah titik-titik biaya tersebut. Adapun langkah-langkah menurut Supriyono (2004:430) di dalam pembuatan grafik statistikal adalah sebagai berikut: (1)Membuat denah atau grafik statistikal, (2)Memasukkan biaya setiap bulan pada grafik statistikal, (3)Ditarik garis b atau biaya, (4)Menentukan besarnya total biaya tetap atau a (5)Menentukan besarnya biaya variabel satuan atau b

$$b = \frac{\Sigma Y - a.n}{\Sigma x} \quad \text{atau} \quad b = \frac{\bar{Y} - a}{x}$$

Dan yang terakhir (5) Menentukan persamaan anggaran fleksibel

$$y = a + b$$



Supriyono (2004:430)

**Gambar 4. Statistika Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel**

Keterangan gambar:

1. Besarnya biaya tetap per bulan (a) adalah Rp 12.500  
 Besarnya biaya tetap per tahun = Rp 12.500 x 12 = Rp 150.000
2. Biaya variabel satuan (b) adalah:

$$b = \frac{\sum \frac{Y - a \cdot n}{\sum x} = \frac{Rp\ 480.000 - Rp\ 150.000}{240.000} = Rp\ 13,75 \text{ per jam mesin}$$

atau

$$b = \frac{\bar{Y} - a}{x} = \frac{Rp\ 40.000 - Rp\ 12.500}{240.000} = Rp\ 13,75 \text{ per jam mesin}$$

3. Persamaan anggaran fleksibel adalah

Per bulan             $\rightarrow$              $y = a + bx = Rp\ 12.500 + Rp\ 13,75 x$





$$\text{Per tahun} \rightarrow y = a(12) + bx = \text{Rp } 150.000 + \text{Rp } 13,75 x$$

Metode ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan metode grafik statistikal dibanding metode titik tertinggi dan terendah serta metode biaya bersiap, adalah metode grafik statistikal lebih teliti karena semua a atau bulan telah diperhitungkan. Sedangkan kekurangan grafik statistikal yaitu metode grafik statistikal kurang ilmiah karena penarikan garis B dapat berbeda antara orang tertentu dibandingkan orang lain, atau oleh orang tertentu tetapi waktunya berbeda, meskipun dengan menggunakan data, kapasitas dan biaya yang sama. Jadi artinya metode garis statistikal ini sifatnya sangat subyektif tergantung siapa yang menggunakannya. Cukup itulah yang menjadikan metode grafik statistikal barang kali tidak akurat pada satu orang namun dianggap akurat pada orang lain.

#### 4. Metode Garis Regresi Sederhana

Metode garis regresi (*Regression line method*) atau metode kuadrat terkecil (*Least squares method*) adalah metode pemisahan biaya variabel dan biaya tetap dengan cara menentukan hubungan variabel terikat (*dependent variable*) dengan variabel bebas (*independent variable*) dari sekumpulan data. Metode garis regresi sederhana ini dipakai ketika perhitungan hanya melibatkan satu variabel bebas saja. Persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + bx \quad \text{Supriyono (2004:471)}$$

Dimana :

Y : nilai variabel terikat (jumlah prediksi biaya)

X : nilai variabel bebas (tingkat aktifitas)

a : biaya tetap per periode waktu (intersep)

b : biaya variabel per ukuran aktifitas (*slope* / kemiringan)

Perhitungan dengan menggunakan metode garis regresi sederhana dilakukan dengan prosedur sebagai berikut:

- a. Memperoleh data masukan yang diperlukan untuk melakukan analisis regresi sederhana
- b. Mengembangkan persamaan seperti diatas menjadi:

$$\Sigma XY = a\Sigma X + b\Sigma X^2 \dots\dots\dots(1)$$

$$\Sigma Y = a.n + b\Sigma X \dots\dots\dots(2)$$

- c. Mencari nilai a dan b

Dari kedua persamaan tersebut, dapat diketahui nilai konstanta a dan b, yaitu dengan penguraian rumus sebagai berikut:

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

(Mulyadi, 2009:474)

- d. Menyajikan kembali a dan b dalam persamaan  $Y = a + bx$

**Tabel 3. Metode Garis Regresi Sederhana**

(1) Bulan	(2) Jam Mesin (Kapasitas)	(3) Biaya Listrik (RP)	(4)=(2)x(3) X.Y (dalam Rp000)	(5) = (2) <sup>2</sup> X <sup>2</sup> (dalam 000)
1	1.400	30.800	43.232	1.960
2	1.600	33.920	54.272	2.560
3	1.200	28.000	33.600	1.440
4	1.800	37.360	67.248	3.240
5	2.400	46.000	11.0400	5.760
6	2.000	40.400	80.800	4.000
7	1.800	37.720	67.896	3.240
8	2.400	45.040	10.8096	5.760
9	2.600	49.000	12.7400	6.760
10	3.000	55.000	165.000	9.000



11	2.200	43.000	94.600	4.840
12	1.600	33.680	53.888	2.560
Jumlah	24.000	480.000	1.006.432	51.120

(Supriyono,2004:434)

Berdasarkan tabel di atas maka dilakukan substitusi jumlah-jumlah yang ada menjadi persamaan yaitu:

$$\text{Rp } 1.006.432.000 = 24.000 a + 51.120.000 b \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{Rp } 480.000 = 12 a + 24.000 b \dots\dots\dots(2)$$

Untuk menghitung besarnya b, persamaan yang kedua dikalikan 2.000 sehingga persamaannya menjadi:

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Rp } 1.006.432.000 & = & 24.000 a + 51.120.000 b \\
 \text{Rp } 960.000.000 & = & 24.000 a + 48.000.000 b \\
 \hline
 \text{Rp } 46.432.000 & = & 3.120.000 b \\
 b & = & \text{Rp } 46.320.000 \\
 & & \hline
 & & \text{Rp } 3.120.000 \\
 b & = & \text{Rp } 14,882 \text{ per jam}
 \end{array}$$

Setelah besarnya biaya variabel per jam(b) diketahui, maka total biaya tetap (a) per bulan dapat dihitung:

$$\text{Rp } 1.006.432.000 = 24.000 a + 51.120.000 (\text{Rp } 14,882)$$

$$\text{Rp } 1.006.432.000 = 24.000 a + \text{Rp } 760.767.840$$

$$24.000 a = \text{Rp } 1.006.432.000 - 760.767.840$$

$$a = \text{Rp } 245.664.160$$

$$\hline 24.000$$

$$a = \text{Rp } 10.236$$



Setelah dihitung besarnya b dan a, maka anggaran fleksibelnya yaitu:

$$\text{Per bulan} \quad \rightarrow \quad y = \text{Rp } 10.236 \quad + \text{Rp } 14,882 \text{ x}$$

$$\text{Per tahun} \quad \rightarrow \quad y = \text{Rp } 10.236(2) + \text{Rp } 14,882 \text{ x}$$

$$\text{Rp } 122.832 \quad + \text{Rp } 14,882 \text{ x}$$

Kebaikan pemakaian metode garis regresi adalah:

- a. Metode ini sifatnya obyektif
- b. Memakai semua data atau n
- c. Dapat menyelenggarakan informasi statistikal tambahan yang dapat dipakai untuk menaksir biaya

#### 5. Metode Regresi Berganda

Metode regresi berganda merupakan metode kuadrat terkecil untuk beberapa variabel (*Least squares for multiple variable method*), karena dalam keadaan tertentu variabelitas suatu biaya atau y dipengaruhi oleh beberapa variabel bebas atau beberapa jenis kegiatan, sehingga perhitungannya harus dianalisa dengan metode regresi berganda agar diperoleh perhitungan yang lebih akurat didalam menentukan prediksi.

#### D. Metode *Variable Costing*

Terdapat dua metode untuk menghitung harga pokok produk dalam akutansi biaya, yaitu metode penentuan harga pokok penuh (*full costing*) atau metode penentuan harga pokok konvensional (*conventional costing*), dan metode penentuan harga pokok variabel (*variable costing*), atau metode penentuan harga pokok langsung (*direct costing*). Pada metode *full costing* , data-data yang disajikan tidak relevan untuk tujuan perencanaan dan pengendalian jangka

pendek, karena unsur biaya tetap yang terkandung dalam biaya *overhead* dibebankan ke dalam harga pokok produk. Sebagai contoh, dalam unsur biaya *overhead* tetap terdapat biaya depresiasi yang berhubungan erat dengan pengambilan keputusan jangka panjang dan hanya dipengaruhi oleh keputusan manajemen pada waktu membeli aktiva tetap. Jadi, biaya depresiasi tidak dapat dianggap sebagai biaya relevan dalam pengambilan keputusan jangka pendek, karena biaya relevan adalah biaya di masa yang akan datang yang berbeda atau terpengaruh oleh pengambilan keputusan untuk memilih berbagai macam alternatif.

Sedangkan pada metode *variable costing*, biaya *overhead* yang bersifat tetap diperlakukan sebagai *period cost* yang langsung dibebankan pada periode dimana biaya tersebut terjadi, dan bukan merupakan elemen biaya yang membentuk harga pokok produk. Biaya-biaya yang termasuk *period cost* dalam metode *variable cost* adalah biaya-biaya yang tidak mengalami perubahan dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan dalam jangka pendek yang terdiri dari biaya *overhead* tetap, biaya pemasaran tetap, biaya umum dan administrasi tetap. Dengan demikian pengertian *periode cost* antara metode *full costing* dengan metode *variable costing* berbeda. Dalam metode *full costing*, *period cost* diartikan sebagai biaya yang tidak ada hubungannya dengan produksi, seperti biaya pemasaran, biaya umum dan administrasi, baik yang bersifat tetap maupun variabel.

Menurut Mulyadi (2009:132), yang dimaksud dengan harga pokok produk menurut metode *variable costing* terdiri dari:

Biaya bahan baku	Rp.xxx
Biaya tenaga kerja	xxx
Biaya overhead pabrik	xxx
Harga pokok produk	<u>Rp. xxx</u>

### E. *Contribution Margin* (Marjin Kontribusi)

#### 1. Pengertian *Contribution Margin*

Supriyono (2004:531). “*contribution margin* adalah pendapatan penjualan dikurangi semua biaya variabel”. *Contribution margin* tersebut menunjukkan jumlah yang tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan setelah biaya tetap tertutup maka sisanya untuk menghasilkan laba pada periode yang bersangkutan. Jika *contribution margin* tidak cukup untuk menutup biaya tetap maka terjadi rugi pada periode tersebut. *Contribution margin* dapat dihitung dengan dua cara, yaitu:

$$\text{CM per unit} = \text{harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}$$

$$\text{CM total} = \text{pendapatan penjualan} - \text{biaya variabel total}$$

Supriyono (2004:532)

#### 2. *Contribution Margin Ratio* (Rasio Marjin Kontribusi)

*Contribution Margin* dapat dinyatakan dalam *contribution margin ratio* (*CM ratio*) atau disebut pula sebagai *profit-volume ratio* (*PV Ratio*). Menurut Sugiri (2005:115), “Rasio Marjin kontribusi merupakan perbandingan antara marjin kontribusi dengan penjualan”. Rasio ini sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mengetahui perubahan marjin kontribusi sebagai akibat perubahan setiap rupiah penjualan. Menurut Sugiri (2005:120) *Contribution margin ratio* dapat dihitung dengan dua cara, yaitu:

$$\text{CM Ratio} = \frac{\text{CM total}}{\text{Pendapatan Penjualan}}$$

$$\text{CM Ratio} = \frac{\text{CM per unit}}{\text{Harga Jual per unit}}$$

*Contribution margin ratio* tersebut dapat memudahkan manajemen dalam mengantisipasi perubahan serta membuat keputusan operasional, khususnya pada perusahaan yang menjual beberapa jenis produk. Hal ini disebabkan *CM Ratio* memungkinkan perbandingan produk jenis tertentu dengan produk lain. Seorang manajer akan mengutamakan jenis produk dengan *CM Ratio* tertinggi, karena dengan penjualan tertentu akan menghasilkan *contribution margin* dengan jumlah lebih besar, sehingga dapat segera menutup biaya tetap dan menghasilkan laba.

### 3. Arti Penting *Contribution Margin*

Analisis *contribution margin* bagi perusahaan sangat penting artinya untuk:

- Pertimbangan dalam menentukan kombinasi yang paling menguntungkan terhadap biaya variabel, biaya tetap, dan volume penjualan.
- Analisis *contribution margin* merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan dalam jangka pendek, yaitu untuk memaksimalkan laba.
- Komposisi produk dapat pula ditentukan dengan analisis *contribution margin* agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

### 4. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Contribution Margin*

Menurut Sunarto (2004:138), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *contribution margin* antara lain:

- a. Harga jual per unit  
Perubahan harga jual per unit sangat berpengaruh terhadap margin kontribusi, dimana apabila harga jual per unit naik, maka margin kontribusi akan naik dan tingkat laba perusahaan akan naik pula. Sebaliknya apabila harga jual per unit turun, maka margin kontribusi juga akan turun yang berarti laba menjadi rendah.
- b. Volume penjualan  
Semakin besar volume produk yang dijual maka akan memperbesar margin kontribusi yang sekaligus akan memperbesar laba.
- c. Komposisi produk yang dijual  
Perubahan komposisi produk yang dijual mengakibatkan berubahnya margin kontribusi secara total. Perubahan komposisi dari produk-produk yang mempunyai margin kontribusi rendah menyebabkan keuntungan total menurun, meskipun dari penjualan total meningkat. Sebaliknya perubahan komposisi dari produk-produk yang menghasilkan margin kontribusi tinggi akan meningkatkan keuntungan, walaupun penjualan total berkurang.
- d. Biaya variabel per unit  
Perubahan biaya variabel sangat berpengaruh terhadap margin kontribusi karena biaya variabel merupakan instrumen penting dalam menentukan margin kontribusi. Apabila biaya variabel naik maka margin kontribusi akan turun, sebaliknya apabila biaya variabel turun maka margin kontribusi akan meningkat.

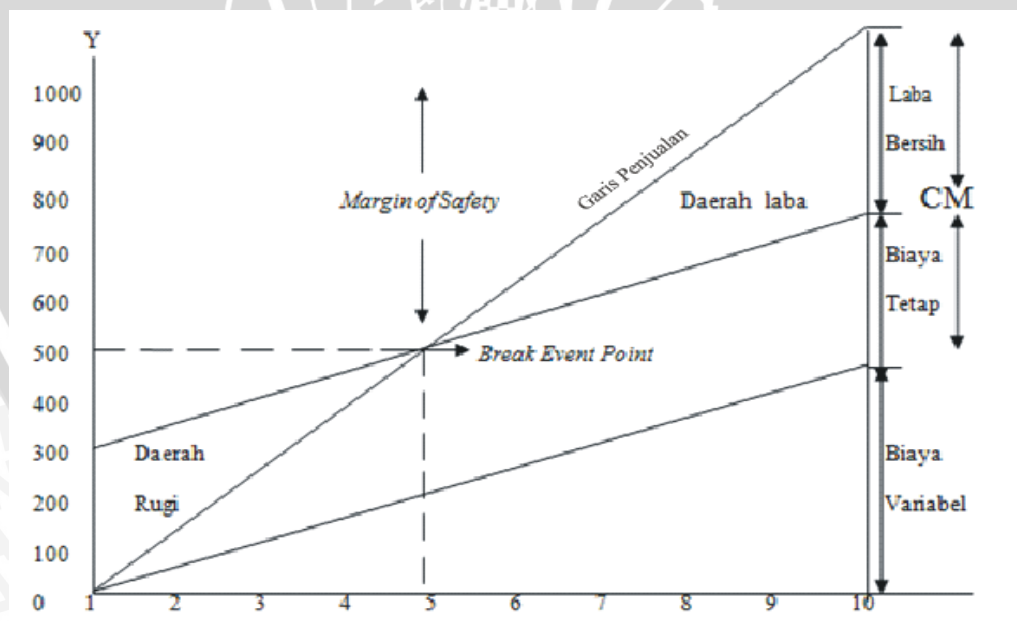
#### **F. Hubungan Analisis *Contribution Margin* dengan perencanaan penjualan**

Perencanaan penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan bagi kelangsungan hidup perusahaan, karena dengan perencanaan tersebut pihak manajemen dapat menentukan tingkat penjualan dari bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan. Hubungannya dengan perencanaan penjualan khususnya yang meliputi jenis barang yang akan dijual, jumlah barang yang akan dijual, serta penetapan harga barang yang akan dijual, perhitungan *contribution margin* merupakan pertimbangan utama karena dengan *contribution margin* dapat diputuskan mengenai kombinasi yang paling menguntungkan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual, volume penjualan dan perencanaan kombinasi produk sehingga



dengan analisis ini pula manajemen dapat menghitung besarnya marjin kontribusi total dan margin kontribusi masing-masing produk.

Besarnya *contribution margin* dan *contribution ratio* tersebut akan berpengaruh kuat terhadap langkah – langkah yang diambil perusahaan untuk meningkatkan laba. Karena dapat mengetahui produk mana yang akan memberikan marjin kontribusi yang paling tinggi. Selanjutnya analisis *contribution margin* untuk perencanaan penjualan digunakan sebagai penentu penjualan pada tingkat impas (*break event point*), tingkat laba yang diharapkan, dan tingkat keamanan dari kondisi penjualannya (*margin of safety*) dan penentuan produk mana yang penjualannya dapat mengoptimalkan laba (*sales mix*). Sehingga hubungan antara *contribution margin* dengan perencanaan penjualan dapat dijelaskan pada gambar 5



(Riyanto,2006:281)

**Gambar 5. Grafik Contribution Margin dan Break Event Point**

**Keterangan:****1. Titik Impas (*Break Event Point*)**

Menurut Horngren (2005:75), “Titik impas adalah jumlah penjualan output yang akan menyamakan pendapatan total dengan biaya total, yaitu jumlah pendapatan output yang akan menghasilkan laba nol”. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya atau margin kontribusi (MK) hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

Pada umumnya, semakin rendah titik impas, maka semakin tinggi laba dan semakin kecil resiko operasinya, dengan asumsi hal lain tetap. Titik impas juga memberikan wawasan perencanaan laba untuk manajer non keuangan. Sehingga titik impas dapat dihitung

rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{MK dalam rupiah per unit}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{MK dalam persen}}$$

(Ahmad, 2005:57)

Syamsudin (2004:104) menyatakan bahwa untuk mencari *break event point* dari dua produk atau lebih, perhitungannya agak berbeda sedikit dengan *break event point* satu jenis produk karena adanya *variable operating cost* dan harga jual per unit yang berbeda dari masing- masing jenis produk. Sehingga pada

perusahaan multiproduk, perhitungan unit penjualan pada titik impas (*break event point*) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM rata-rata tertimbang}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM Ratio}}$$

(Syamsuddin, 2004:105)

## 2. Analisis Target Laba

Selain untuk menentukan titik impas(BEP), analisis *contribution margin* juga dapat digunakan untuk menentukan tingkat penjualan yang diperlukan guna mendapat laba yang diinginkan (target laba bersih).

Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Penjualan(unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap+EBIT yang digunakan}}{\text{CM per unit}}$$

$$\text{Penjualan(Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap+EBIT yang digunakan}}{\text{CM Ratio}}$$

(Syammsuddin, 2004:101)

## 3. Margin of safety

Menurut Garrison (2005:263), "*Margin of safety* adalah kelebihan dari anggaran penjualan atau penjualan yang aktual diatas penjualan titik impas".

*Margin of safety* dapat digunakan untuk menentukan sejauh mana jumlah penurunan penjualan sampai titik impas atau titik dimana tidak terjadi kerugian dan juga laba.

*Margin of safety* digunakan sebagai alat ukur resiko operasi. Semakin besar rasionya, maka semakin aman situasinya karena hanya terdapat sedikit resiko dalam mencapai titik impas. Margin ini merupakan persentase dimana pendapatan penjualan dapat terus turun sebelum merugi. Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{MOS}(\text{unit}) = \text{vol. Penjualan dianggarkan} - \text{vol. Penjualan BEP}$$

$$\text{MOS}(\text{Rp}) = \text{Penjualan dianggarkan} - \text{penjualan BEP}$$

(Supriono, 2004:557)

*Margin of safety* juga dapat dinyatakan dalam bentuk persentase dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{MOS Ratio} = \frac{\text{MOS (unit)}}{\text{Volume Penjualan Dianggarkan}}$$

$$\text{MOS Ratio} = \frac{\text{MOS (Rp)}}{\text{Penjualan Dianggarkan}}$$

atau

$$\text{MOS} = \frac{\text{perkiraan penjualan} - \text{penjualan impas}}{\text{perkiraan penjualan}} \times 100\%$$

Garrison (2005:273)

#### 4. Bauran Penjualan (*sales mix*)

Pada perusahaan yang memproduksi banyak produk, bauran penjualan merupakan faktor yang penting diperhitungkan untuk menghitung *contribution margin* dan titik impas perusahaan secara keseluruhan. Menurut Supriyono

(2004:200). “Bauran penjualan (*sales mix*) dapat diartikan sebagai kombinasi relatif berbagai jenis produk terhadap total pendapatan dalam suatu perusahaan”.

Bauran penjualan tersebut digunakan untuk menghitung *contribution margin* rata-rata tertimbang, yang merupakan rata-rata dari *contribution margin* per unit yang tertimbang oleh proporsi penjualan relatif dari setiap lini produk atau jasa. Sehingga manajemen akan selalu berusaha mencapai bauran atau komposisi yang dapat menghasilkan laba yang paling besar.

Jumlah laba yang besar dapat dicapai jika sebagian besar komposisi produk yang dijual mempunyai margin kontribusi yang tinggi. Pergeseran bauran penjualan yang dari jenis produk yang menghasilkan kontribusi margin rendah ke produk yang menghasilkan margin kontribusi tinggi mengakibatkan total laba menjadi bertambah. Sebaliknya, pergeseran bauran penjualan dari jenis produk yang menghasilkan margin kontribusi tinggi ke produk yang menghasilkan margin kontribusi rendah mengakibatkan total laba menjadi berkurang.

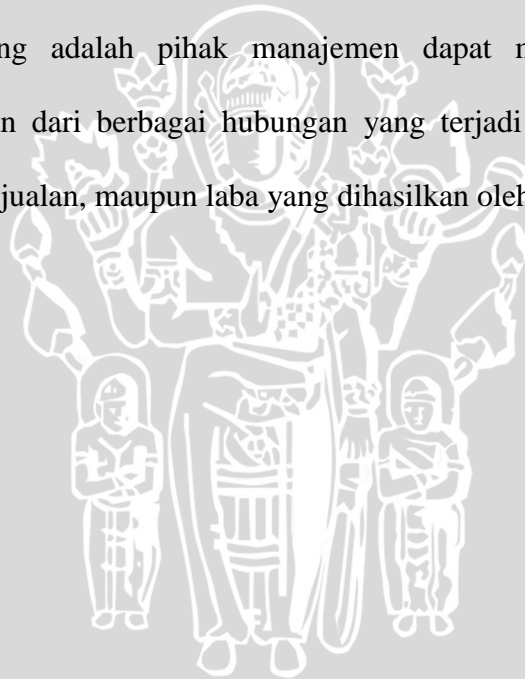
Analisis *contribution margin* dan titik impas tersebut merupakan suatu model statik dari kondisi bisnis, kendatipun kondisi yang sama di dunia nyata sangatlah dinamis. Ketidakpastian masa depan, kemungkinan pola perilaku biaya nonlinier, dan dunia bisnis yang senantiasa bergejolak menuntut bebrapa asumsi yang membatasi penerapan analisis *contribution margin* :

Menurut Shim (2006:38), dalam analisi *contribution margin* dan titik impas ada beberapa asumsi yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Harga jual per unit konstanta dalam keseluruhan kegiatan yang relevan.
2. Semua biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap ataupun variabel
3. Biaya variabel per unit konstanta
4. Hanya terdapat satu produk atau bauran penjualan yang konstan
5. Persediaan tidak berubah banyak dari satu periode ke periode selanjutnya

6. Volume merupakan satu – satunya faktor yang mempengaruhi biaya variabel

Beberapa asumsi tersebut, manajemen harus dapat mengevaluasi fakta – fakta yang terdapat dalam analisis *contribution margin* manakalah terjadi perubahan asumsi yang dapat mempengaruhi perhitungan *contribution margin*, karena dengan perubahan tersebut tentunya tidak diharapkan perusahaan akan memperoleh hasil kesimpulan yang tidak akurat. Oleh karena itu, asumsi yang mengalami perubahan sepatutnya dievaluasi secara cermat untuk memastikan bahwa asumsi tersebut realistis untuk diterapkan pada suatu kegiatan operasi. Tetapi yang terpenting adalah pihak manajemen dapat memperoleh suatu informasi yang relevan dari berbagai hubungan yang terjadi antara komponen biaya, pendapatan, penjualan, maupun laba yang dihasilkan oleh perusahaan.



### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan prosedur dalam menyelesaikan masalah dengan mengumpulkan data atau fakta-fakta, kemudian dianalisis secara kritis untuk mencapai keputusan-keputusan berdasarkan bukti-bukti nyata dan didukung dengan teori-teori yang menyangkut masalah tersebut. Pengertian penelitian menurut Hillway, sebagaimana yang telah dikutip oleh Nazir (2003:12), “Penelitian tidak lain dari suatu metode studi yang dilakukan seseorang melalui penyelidikan yang hati-hati dan sempurna terhadap suatu masalah, sehingga diperoleh pemecahan yang tepat terhadap masalah tersebut”. Sedangkan menurut Subianto (2000:1), yang dimaksud “Penelitian adalah suatu proses pencarian kebenaran ataupun pembuktian terhadap fenomena yang dihadapi dengan melalui prosedur kerja tertentu”. Dengan demikian penelitian merupakan cara berpikir kritis untuk menentukan suatu kebenaran.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Nazir (2003:54) adalah “suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”. Metode deskriptif ini dimaksudkan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta sifat-sifat dan suatu fenomena yang diselidiki. Penelitian deskriptif merupakan penelitian non hipotesis, sehingga langkah penelitiannya tidak memerlukan rumusan hipotesis.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2006:120), “Studi kasus adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu”. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif mengenai analisis *contribution margin* dalam menentukan tingkat penjualan produk.

### **B. Fokus Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Biaya – biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, yang terdiri dari biaya produksi dan nonproduksi
2. Biaya tetap dan biaya variabel
3. Penerapan metode *contribution margin*

### **C. Sumber Data**

Menurut Arikunto (2006:107), yang dimaksud dengan sumber data adalah subyek dari mana data diperoleh. Sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam metode pengumpulan data. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya dari perusahaan yang akan dijadikan obyek penelitian dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang keadaan



perusahaan. Dalam penelitian ini, data primernya adalah berupa data hasil wawancara yang bersumber dari bagian keuangan, produksi dan personalia Perusahaan Timbangan X Kota Malang.

## 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (data dikumpulkan, diolah, dan disajikan pihak lain). Data sekunder ini berupa laporan keuangan perusahaan, gambar umum perusahaan, serta bukti-bukti pendukung lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang menjadi obyek penelitian (Perusahaan Timbangan X Kota Malang).

### D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan adalah:

#### 1. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terkait untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan. Dalam metode pengumpulan data ini tanya jawab dilakukan secara langsung pada karyawan bagian produksi, personalia, dan keuangan.

#### 2. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat dan mengumpulkan laporan-laporan, catatan atau dokumen, dan bukti pendukung lainnya dari sumber-sumber data yang berkenaan dengan masalah yang diteliti.

### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian memegang peranan penting dalam usaha untuk memperoleh informasi. Menurut Hasan (2005:76). “Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk melaksanakan pengukuran, dalam hal ini alat untuk mengumpulkan data pada suatu penelitian”. Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah:

#### **1. Pedoman Wawancara**

Yaitu berupa daftar pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya yang digunakan untuk melakukan tanya jawab atau wawancara dengan pihak yang bersangkutan seperti pimpinan dan karyawan perusahaan.

#### **2. Pedoman Dokumentasi**

Yaitu berupa garis-garis besar dan kategori yang akan diamati yang dilakukan dengan menggunakan alat-alat seperti buku atau notes, pensil atau bolpoin yang digunakan untuk mencatat langsung data dari perusahaan yang diperlukan selama penelitian.

### **F. Analisis Data**

Pengelolaan data merupakan suatu cara agar data tersebut dapat dibaca dan ditafsirkan, sehingga berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Menurut Nazir (2003:346), “Data mentah yang telah dikumpulkan untuk penelitian tidak akan ada gunanya jika tidak dianalisis”. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan teknik analisis berdasarkan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memisahkan biaya semivariabel kedalam unsur biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode *least squares*, yaitu dengan rumus,  $Y = a + bX$ , dimana penggunaan *least squares* ini dikarenakan metode tersebut merupakan metode yang paling akurat dan obyektif bila dibandingkan dengan metode-metode yang lainnya.
2. Menentukan harga pokok produk berdasarkan metode *variable costing*

Biaya bahan baku	Rp.xxx
Biaya tenaga kerja	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxx
Harga pokok produk	Rp.xxx

3. Menghitung *contribution margin*

a. *Contribution margin per unit*

CM per unit = harga jual per unit – biaya variabel per unit

CM total = pendapatan penjualan – biaya variabel total

b. *Contribution margin ratio*

$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{\text{Contribution margin per unit}}{\text{Harga Jual per unit}}$
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{\text{Contribution margin total}}{\text{Pendapatan Penjualan}}$
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sugiri (2005:115)

4. Analisis *Contribution Margin* terhadap penjualan

Pengaruh *Contribution Margin* terhadap perencanaan penjualan dapat dilihat pada penentuan tingkat BEP perusahaan dan tingkat laba yang diinginkan oleh perusahaan, dimana hal tersebut dapat dihitung menggunakan:

a. Analisis Titik Impas (*Break Event Point*)

Untuk perusahaan multi produk, maka perhitungann BEP dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM rata-rata tertimbang}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM Ratio}}$$

(Syamsuddin, 2004:105)

b. Analisis Target Laba

Untuk tingkat penjualan pada laba yang direncanakan, maka rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Penjualan(unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap+EBIT yang digunakan}}{\text{CM per unit}}$$

$$\text{Penjualan(Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap+EBIT yang digunakan}}{\text{CM Ratio}}$$

(Syamsuddin, 2004:101)

c. Analisis *Margin of Safety*

Untuk mengetahui sejauh mana jumlah penurunan penjualan maksimal yang boleh terjadi sebelum perusahaan menderita kerugian, maka rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{MOS(unit)} = \text{vol. Penjualan dianggarkan} - \text{vol. Penjualan BEP}$$

$$\text{MOS(RP)} = \text{Penjualan dianggarkan} - \text{penjualan BEP}$$

(Supriyono, 2004:557)

*Margin of Safety* juga dinyatakan dalam bentuk persentase dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{MOS Ratio} = \frac{\text{MOS (unit)}}{\text{Volume Penjualan Dianggarkan}}$$

$$\text{MOS Ratio} = \frac{\text{MOS (Rp)}}{\text{Penjualan Dianggarkan}}$$

Atau

$$\text{MOS} = \frac{\text{perkiraan penjualan} - \text{penjualan impas}}{\text{perkiraan penjualan}} \times 100\%$$

(Garrison, 2005:265)

d. Bauran Penjualan (*Sales Mix*)

Bauran penjualan tersebut digunakan untuk menghitung *contribution margin* rata-rata tertimbang, yang merupakan rata-rata dari *contribution margin* per unit tertimbang oleh proporsi penjualan relatif dari setiap lini produk atau jasa. Sehingga manajemen akan selalu berusaha mencapai bauran atau komposisi yang dapat menghasilkan laba yang paling besar. Jumlah laba yang besar dapat dicapai jika sebagian besar komposisi produk yang dijual mempunyai margin kontribusi yang tinggi.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

##### 1. Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan Timbangan X Kota Malang ini merupakan perusahaan kerajinan timbangan yang memproduksi timbangan ratusan kilogram. Perusahaan Timbangan X adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang timbangan. Perusahaan ini didirikan oleh bapak Nyoto Boediono pada tahun 1964 dan sampai sekarang masih memproduksi timbangan mekanik. Perusahaan ini sudah berumur kurang lebih 50 tahun.

Perusahaan Timbangan X Kota Malang ini awalnya merupakan perusahaan timbangan yang hanya menerima *service* timbangan yang berlokasi di wiromargo 46 pencinaan kecil pasar besar kota malang. Pada saat ini perusahaan ini masih merupakan industri rumah tangga yang hanya memproduksi timbangan. Berkat keuletan, ketekunan, dan konsistensi pemilik, maka industri ini semakin maju semakin berkembang karena pengerajin timbangan tradisional seperti ini sudah langka. Perusahaan ini belum berbasis PT. ( Perseroan Terbatas ) karena sifatnya masih sama seperti pengerajin atau home industri. Pada ahir tahun 1964 perusahaan timbangan ini berkembang dan menerima banyak pesanan dan akhirnya pindah tempat usaha di jalan mayjen panjaitan yang dulunya jalan Betek Malang, karena kebutuhan akan tempat yang lebih luas dan memadai seiring dengan produksi yang semakin bertambah.

Perusahaan ini dari tahun ke tahun mengalami peningkatan apalagi pada tahun 1990-2000 mengalami peningkatan volume penjualan. Walaupun ditengah-tengah krisis moneter yaitu tahun 1999 perusahaan mampu bertahan dan tetap mengalami peningkatan penjualan karena pengiklanan dari BULOG dan peternakan sapi milik Soeharto yang berada di Tapos. Pada tahun berikutnya tahun 2001 perusahaan mengalami penurunan volume penjualam dikarenakan mulai menjamurnya perusahaan timbangan yang serupa di kota Malang. Pada tahun 2002 perusahaan kembali mengalami peningkatan volume penjualan meskipun tidak sebesar atau stabil grafik penjualannya ditahun sebelumnya akan tetapi perusahaan ini tetap berproduksi hingga di era digital seperti saat ini.

#### a. Lokasi Penelitian

Bagi setiap perusahaan pemilihan lokasi usaha merupakan suatu masalah yang tidak dapat diabaikan, karena lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi berhasil tidaknya perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Adapun lokasi perusahaan ini adalah di jalan Mayjen Panjaitan (betek) Malang sebagai kantor dan pabrik atau tempat produksi.

#### b. Tujuan Perusahaan

Pada umumnya suatu organisasi atau perusahaan mempunyai tujuan yang ingin dicapai dalam menjalankan aktivitasnya, seperti halnya dengan perusahaan timbangan, tujuan ini akan berperan sebagai pedoman atau arah bagi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan oprasionalnya, sehingga tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan timbangan dalam menjalankan aktivitas usahannya meliputi tujuan jangka pendek dan janka panjang. Tujuan tersebut antara lain :

### 1) Tujuan jangka pendek

#### a) Meningkatkan volume penjualan

Dalam menjalankan usaha perusahaan ini selalu berusaha untuk meningkatkan volume penjualan produk yang dihasilkan sehingga dapat meningkatkan profit perusahaan serta dapat membiayai segala keperluan yang menyangkut kegiatan operasional perusahaan.

#### b) Meningkatkan kualitas produk

Kualitas produk yang dihasilkan dapat mempengaruhi jumlah produk yang terjual sehingga perusahaan harus berusaha dan selalu menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi kualitas yang dikehendaki oleh para konsumen.

### 2) Tujuan jangka panjang

#### a) Menjaga kontinuitas perusahaan

Dalam menjalankan aktivitas, perusahaan selalu berusaha agar kontinuitas perusahaan tetap terjaga, faktor yang sangat berpengaruh pada kontinuitas perusahaan adalah laba sehingga perusahaan harus terus menjaga kontinuitas perolehan laba dari tahun ke tahun dan berusaha meningkatkannya.

#### b) Mendapatkan keuntungan yang optimal

Setiap perusahaan pada dasarnya selalu mengharapkan keuntungan yang optimal dari usahannya untuk menjaga kelangsungan hidupnya dalam waktu jangka panjang. Hal ini disebabkan karena dengan keuntungan yang optimal, perusahaan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk mengembangkan usahannya.

#### c) Meningkatkan ekspansi perusahaan

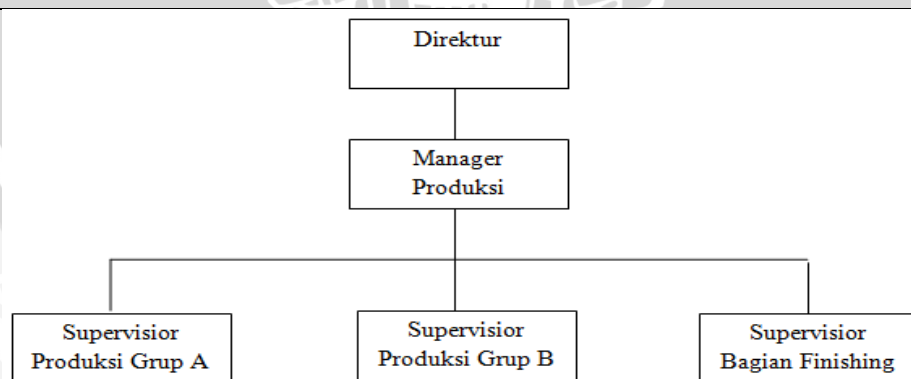


Ekspansi merupakan perluasan usaha dalam bentuk peningkatan produksi, perluasan pangsa pasar, maupun bentuk ekspansi yang lain.

## 2. Struktur Organisasi

Organisasi merupakan wadah yang terdiri dari dua orang atau lebih yang saling berkerjasama dalam melakukan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Suatu organisasi yang baik adalah organisasi yang mempunyai struktur yang jelas dan dapat menggambarkan pembagian tugas dan wewenang dari setiap anggota organisasi, agar tidak terjadi tumpang tindih dalam pembagian tugas dan tanggung jawab.

Struktur organisasi suatu perusahaan juga dapat mempengaruhi berhasil tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuan. Berikut ini disajikan bagian struktur organisasi perusahaan timbangan beserta uraian tugas dan wewenang masing-masing elemen.



Gambar 6. Struktur Organisasi Perusahaan X Kota Malang

Keterangan :

a. Direktur

- 1) Memimpin dan mengawasi operasi perusahaan.
- 2) Membuat perencanaan secara umum dalam perusahaan
- 3) Merumuskan kebijaksanaan umum perusahaan.
- 4) Bertanggung jawab atas pelaksanaan kebijakan yang telah dibuat
- 5) Sebagai pengambil keputusan ahir dengan memperhatikan pertimbangan-pertimbangan yang diberikan oleh bawahan.
- 6) Memimpin dan mengawasi jalannya operasi perusahaan.
- 7) Menyusun rencana dan target penjualan
- 8) Mengadakan penelitian sekaligus mencari daerah pemasaran baru untuk memperluas pangsa pasar
- 9) Memeriksa presensi karyawan melalui daftar absensi sebagai dasar perhitungan gaji dan upah
- 10) semua biaya yang dibutuhkan oleh perusahaan dan Bertanggung jawab atas permasalahan yang berhubungan dengan ketenagakerjaan

b. Manajer Produksi

- 1) Menyusun rencana produksi dan kegiatannya
- 2) Menjaga kelancaran proses produksi serta mengawasi jalannya proses produksi
- 3) Menjaga serta meningkatkan mutu atau kualitas barang hasil produksi
- 4) Memeriksa bahan baku yang tersedia

c. Supervisor Produksi Grup A / Grup B

- 1) Mengawasi bawahan proses jalannya produksi
- 2) Meneliti kembali barang yang akan di finishing
- 3) Membantu bawahan dan Bertanggung jawab atas kelancaran produksi

d. Supervisor Bagian Finishing

- 1) Memeriksa kembali barang yang akan dikemas
- 2) Membantu bawahan dan bertanggung jawab atas proses finishing

**3. Personalia**

**a. Jumlah dan penggolongan tenaga kerja**

Perusahaan timbangan ini memiliki karyawan sebanyak 22 orang dan penggolongan karyawan perusahaan timbangan dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

- 1) Karyawan staff adalah karyawan yang berkerja mengurus administrasi dan kantor.
- 2) Karyawan tetap adalah karyawan yang berkerja di bagian operasional dan produksi perusahaan.

**b. Kualitas tenaga kerja**

Berdasarkan pendidikan formalnya tenaga kerja diperusahaan ini tidak dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok karena tenaga kerja diperusahaan ini adalah turun temurun dan terdapat kejadian orang tua dan anak berkerja disatu pekerjaan. Perusahaan timbangan ini tidak mudah untuk mencari seorang tenaga kerja yang benar-benar konsisten dan dapat diandalkan karena

tenaga kerja yang ada di perusahaan timbangan ini adalah turun temurun sejak 50 tahun yang lalu.

### c. Jam kerja

Jam kerja yang ditetapkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

#### 1) Hari senin-kamis

Masuk kerja : Pukul 07.30 – 12.00 WIB

Istirahat : Pukul 12.00 – 13.00 WIB

Masuk kembali : Pukul 13.00 – 15.30 WIB

#### 2) Hari jumat

Masuk kerja : Pukul 07.00 – 11.00 WIB

#### 3) Hari sabtu

Masuk kerja : Pukul 07.30 – 12.00 WIB

Istirahat : Pukul 12.00 – 13.00 WIB

Masuk kembali : Pukul 13.00 – 15.00 WIB

### d. Sistem gaji dan upah

Kebijakan sistem gaji dan upah yang diberikan oleh perusahaan timbangan besar kecilnya adalah menurut golongan tenaga kerja dan pemberian gaji dan upah dilakukan setiap satu minggu sekali dan itu sama diberlakukan kepada semua tenaga kerja.

## 4. Produksi

### a. Bahan Baku Produksi

Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi pada PT. X timbangan Malang ini terdiri dari besi cor, besi baja atau pisau, betton neser, stang kuning, dan

rantau kuning, plat, kayu jati/besi pipa besar, besi plat dan pan. Bahan baku tersebut didapat dari berbagai kota ataupun luar negeri yang mempunyai standart yang sangat tinggi karena perusahaan timbangan ini mengutamakan kosistensi pada bahan baku. Pengendalian mutu bahan baku dilakukan saat transaksi pembelian bahan berlangsung dimana bahan diperikasa sesuai dengan standart yang ditetapkan perusahaan. Apabila setelah sampai tahan pemotongan besi ternyata ditemukan kecacatan maka perusahaan dapat mengadakan klaim kepada supplier sebanyak bahan yang cacat.

#### **b. Bahan Baku Pembantu**

Bahan pembantu di produk ini tidaklah banyak hanya baut mur dan ring setelah semuanya terpasang di badan utama timbangan setelah itu bahan cat diperlukan untuk mempercantik tampilan timbangan .

#### **c. Sarana Produksi**

Sarana produksi yang dimiliki oleh Perusahaan Timbangan X Kota Malang untuk menunjang kegiatan produksi adalah

##### 1) Ruang Perakitan

Didalam ruangan ini terdapat peralatan seperti meja potong , mesin bor, mesin potong dan alat perakit lainnya

##### 2) Ruang Bubut

Didalam ruangan ini terdapat berbagai mesin bubut yaitu mesin bubut besar, mesin bubut sedang dan mesin bubut kecil.

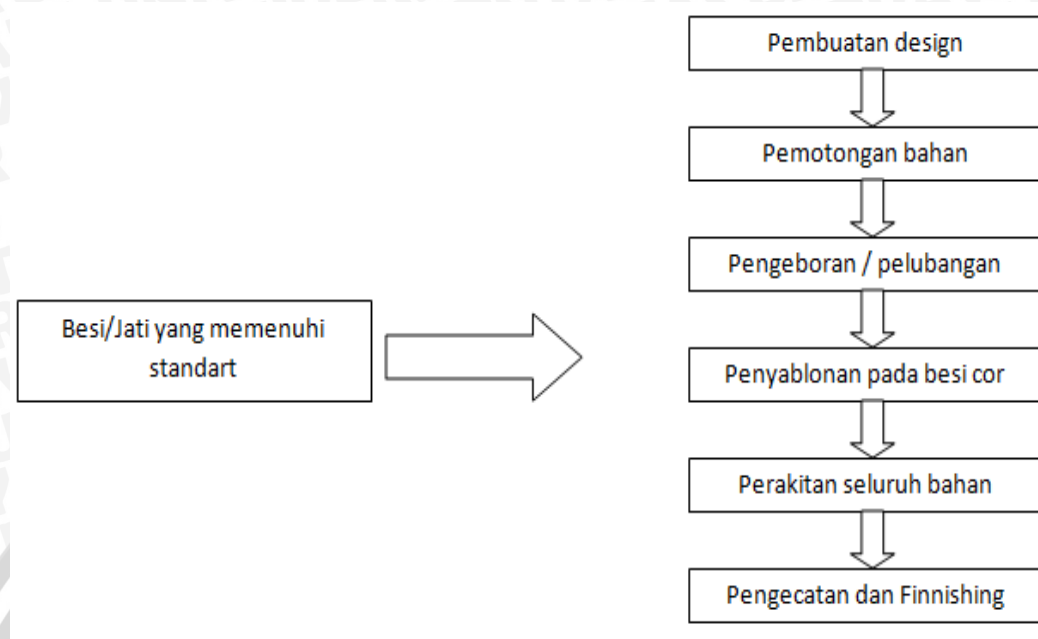
### 3) Ruang Finishing

Didalam ruangan ini terdapat berbagai macam dempul dan peralatan untuk mengecat serta alat untuk membersihkan lapisan timbangan agar mengkilat.

### d. Proses produksi

Proses produksi pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang adalah proses produksi yang bersifat terus menerus meskipun tidak ada pemesanan sekalipun, yaitu proses produksi yang bahan dasarnya berjalan atau mengalir secara berurutan melalui beberapa tingkat pengerjaan sampai barang jadi. Proses dimulai dengan menyiapkan part-part terkecil yang akan dibor/dilubangi setelah semua tempat mur, baut, ring berlubang selanjutnya mulailah proses produksi meliputi :

- 1) Pemotongan pan , pemotongan Plat sesuai dengan jenis produk SP atau National atau berat kilogram yang akan di produksi sesuai contoh produk
- 2) Setelah pemotongan selesai sesuai ukuran dan jenis masing-masing produk dirakit dan diberi stang kuningan sesuai dengan ukuran atau jenis produk yang akan diproduksi. Secara lebih detail, proses produksi yang terdapat pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang meliputi



Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2011

**Gambar 7. Bagan Proses Produksi Perusahaan X Kota Malang**

Keterangan :

a) Pembuatan design

Pembuatan design merupakan tahap awal dalam pembuatan timbangan, yaitu dengan membuat design yang disesuaikan untuk kemudahan pemakaian produk

b) Pemotongan Bahan

Pemotongan bahan ini dilakukan pada bahan yang belum sesuai ukuran yang dimaksud seperti besi cor, pan, besi plat besi pipa besar dipotong sesuai ukuran dan untuk betton nesser itu dari besi yang panjang akan tetapi di potong kecil-kecil sesuai yang dibutuhkan atau dibentuk dengan mesin bubut.

c) Pengeboran atau proses pelubangan

Pengeboran atau proses pelubangan dilakukan apabila semua bahan yang dipotong sesuai ukuran yang diinginkan lalu di bor atau diberi lubang untuk mengaitkan mur, baut atau ring agar dapat menyatu dan dirangkai sesuai yang di maksud produk. Seperti besi baja/pisau pelubangan sangat penting untuk mengaitkan atau penahan pada besi cor.

d) Penyablonan pada besi cor

Penyablonan pada besi cor dilakukan apabila sudah dipotong sesuai yang dibutuhkan produk lalu dikirim ke bagian perakitan.

e) Perakitan seluruh bahan

Perakitan seluruh bahan ini dilakukan apabila bahan sudah di potong , dibubut dan dilubangi sesuai keinginan atau maksud produk tersebut, perakitan dimulai dari penyatuan besi cor dengan sudah dirangkai dengan mur, baut dan ring lalu disatukan lagi dengan besi pipa besar atau jati sesuai jenis produk. Setelah itu pemasangan plat dan pan lalu pemasangan stang kuningan, stang kuningan itu sudah dipesan jadi sesuai produk jadi dipabrik tidak memproduksi stang kuningan secara manua akan tetapi melalui pemesanan dan sesuai ukurannya yaitu 150 kg, 300kg, 500kg. Setelah semua terpasang sesuai bentuk urutan setelah itu dikirim ke bagian pengecatan.

f) Pengecatan dan Finnishing

Pengecatan dan finnishing dimulai dari mendempul seluruh lapisan yang perlu didempul agar produk akan halus dan bagus setelah itu pengecatan untuk memperindah dan terakhir finnishing dibagian yang dilapisi oleh kuningan, yaitu dibersihkan dan diberikan cairan untuk memperindah dan terlihat mengkilat.

e. Hasil produksi

Perusahaan Timbangan X Kota Malang ini merupakan perusahaan home industri kerajinan timbangan yang menghasilkan timbangan ratusan kilogram yaitu 150kg, 300kg dan 500kg yang terdiri dari:

1) Timbangan type SP (Special)

2) Timbangan type National

Perbedaan type ini adalah jika SP (Special) yaitu dari kayu jati dan jika National adalah seluruhnya dari besi pipa besar.



## 5. Pemasaran

### a. Daerah pemasaran

Perusahaan Timbangan X sudah sampai saat ini dapat menembus daerah pemasaran yang cukup luas, daerah-daerah pemasaran tersebut meliputi:

1) Jawa timur : Surabaya, Malang, Kediri, Madiun, Probolinggo, Banyuwangi, Jember dan Madura

2) Jawa tengah : Semarang, Solo, Klaten, Pekalongan, dan Kudus

Jawa barat : Tangerang, Bekasi dan Jakarta

3) Sumatra, Kalimantan, Sulawesi dan Bali

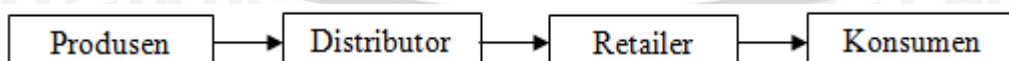
### b. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan untuk produsen dalam memasarkan produknya agar sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu. Dalam memasarkan produknya, saluran distribusi yang digunakan Perusahaan Timbangan X adalah sebagai berikut:

1) Saluran distribusi yang digunakan untuk memasarkan produk di daerah Jawa Timur.



2) Saluran distribusi yang digunakan untuk memasarkan produk di luar Jawa Timur.



### c. Pesaing

Dalam menjalankan aktivitasnya, Perusahaan Timbangan X Kota Malang tidak terlepas dari persaingan yang kompetitif dengan perusahaan yang sejenis karena memiliki daerah pemasaran, segmen pasar dan harga yang relatif sama.

Perusahaan pengrajin timbangan tersebut antara lain:

- 1) Badan usaha PERTIN, CV yang memproduksi timbangan merk PERTIN
- 2) Perusahaan NV, TENAGA yang memproduksi timbangan merk PROTINAL, MERCURY, TSF.
- 3) Perusahaan timbangan PGB yang memproduksi timbangan merk PGB



## B. Penyajian Data

### 1. Data Keuangan Perusahaan

**Tabel 5. Perusahaan Timbangan X Kota Malang NERACA per 31 Desember 2011**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
<b>AKTIVA</b>	
Aktiva Lancar :	
Kas	750.000.000
Persediaan :	
Bahan Baku	415.937.000
Barang dalam proses	135.000.000
Barang jadi	366.000.000
Jumlah Persediaan	<u>916.937.000</u>
Jumlah aktiva lancar	1.666.937.000
Aktiva tetap :	
Tanah	305.550.000
Gedung	508.044.000
Akumulasi penyusutan gedung	(86.000.000)
Nilai buku gedung	422.044.000
Mesin dan peralatan	886.000.000
Akumulasi Penyusutan Mesin & Peralatan	(94.000.000)
Nilai buku mesin dan peralatan	292.000.000
Kendaraan	64.000.000
Akumulasi penyusutan kendaraan	(12.000.000)
Nilai buku kendaraan	52.000.000
Inventaris	88.500.000
Akumulasi penyusutan inventaris	(9.600.000)
Nilai buku inventaris	78.900.000
Jumlah aktiva tetap :	1.150.494.000
Total aktiva	2.817.431.000
<b>PASIVA</b>	
Modal	2.817.431.000

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 6. Perusahaan Timbangan X Kota Malang NERACA per 31 Desember 2012**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
<b>AKTIVA</b>	
Aktiva Lancar	
Kas	608.000.000
Persediaan :	
Bahan Baku	409.745.000
Bahan dalam proses	144.500.000
Barang Jadi	336.000.000
Jumlah persediaan	<u>890.245.000</u>
Jumlah aktiva lancar	1.498.245.000
Aktiva Tetap	
Tanah	305.550.000
Gedung	508.044.000
Akumulasi Penyusutan gedung	(88.000.000)
Nilai buku gedung	420.044.000
Mesin dan peralatan	386.000.000
Akumulasi penyusutan mesin dan peralatan	(100.000.000)
Nilai buku mesin dan peralatan	286.000.000
Kendaraan	64.000.000
Akumulasi penyusutan kendaraan	(13.000.000)
Nilai buku kendaraan	51.000.000
Inventaris	88.500.000
Akumulasi penyusutan inventaris	(9.800.000)
Nilai buku inventaris	78.700.000
Jumlah aktiva tetap	1.141.294.000
Total aktiva	2.639.539.000
<b>PASIVA</b>	
Modal	2.639.539.000

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 7. Perusahaan Timbangan X Kota Malang NERACA per 31 Desember 2013**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
<b>AKTIVA</b>	
Aktiva Lancar	
Kas	945.000.000
Persediaan :	
Bahan Baku	454.605.800
Bahan dalam proses	157.500.000
Barang Jadi	427.000.000
Jumlah persediaan	<u>1.039.105.800</u>
Jumlah aktiva lancar	1.984.105.800
Aktiva Tetap	
Tanah	305.550.000
Gedung	508.044.000
Akumulasi Penyusutan gedung	(90.000.000)
Nilai buku gedung	418.044.000
Mesin dan peralatan	386.000.000
Akumulasi penyusutan mesin dan peralatan	(106.000.000)
Nilai buku mesin dan peralatan	280.000.000
Kendaraan	64.000.000
Akumulasi penyusutan kendaraan	(14.000.000)
Nilai buku kendaraan	50.000.000
Inventaris	88.500.000
Akumulasi penyusutan inventaris	(10.000.000)
Nilai buku inventaris	78.500.000
Jumlah aktiva tetap	1.132.094.000
Total aktiva	3.116.199.800
<b>PASIVA</b>	
Modal	3.116.199.800

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 8. Perusahaan Timbangan X Kota Malang LAPORAN RUGI – LABA per 31 Desember 2011**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
Penjualan	864.800.000
Harga Pokok	<u>(429.362.600)</u>
Laba Kotor	435.437.400
Biaya Administrasi	<u>61.395.000</u>
Laba Usaha (EBIT)	374.042.400
Pajak	<u>8.648.000</u>
Laba Setelah Pajak	365.394.400

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 9. Perusahaan Timbangan X Kota Malang PERUBAHAN MODAL per 31 Desember 2011**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
Modal awal	111.512.200
Laba tahun berjalan	<u>365.394.400</u>
Total Laba	476.906.600
Prive	<u>(10.900.000)</u>
Modal akhir tahun	466.006.600

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 10. Perusahaan Timbangan X Kota Malang LAPORAN RUGI – LABA per 31 Desember 2012**

Keterangan	Jumlah (Rp)
Penjualan	684.350.000
Harga Pokok Penjualan	<u>(494.885.550)</u>
Laba Kotor	189.464.450
Biaya Administrasi	<u>60.260.000</u>
Laba Usaha (EBIT)	129.204.450
Pajak	<u>6.843.500</u>
Laba Setelah Pajak	122.360.950

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 11. Perusahaan Timbangan X Kota Malang PERUBAHAN MODAL per 31 Desember 2012**

Keterangan	Jumlah (Rp)
Modal awal	466.006.600
Laba tahun berjalan	<u>122.360.950</u>
Total Laba	588.367.550
Prive	<u>(12.343.000)</u>
Modal akhir tahun	576.024.550

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 12. Perusahaan Timbangan X Kota Malang LAPORAN RUGI – LABA per 31 Desember 2013**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
Penjualan	984.600.000
Harga Pokok Penjualan	(546.488.141)
Laba Kotor	438.111.859
Biaya Administrasi	<u>62.645.000</u>
Laba Usaha (EBIT)	375.466.859
Pajak	(9.846.000)
Laba Setelah Pajak	365.620.859

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 13. Perusahaan Timbangan X Kota Malang PERUBAHAN MODAL per 31 Desember 2013**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
Modal awal	576.024.550
Laba tahun berjalan	<u>365.620.859</u>
Total Laba	941.645.409
Prive	(15.286.000)
Modal akhir tahun	926.359.409

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013



**Tabel 14. Harga Jual Per Unit Timbangan Special (SP) dan National (Dalam Rupiah) Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Produk	Model	Tahun (Rp)		
		2011(Rp)	2012(Rp)	2013(Rp)
Special (SP)	150 Kg	3.000.000	3.200.000	3.200.000
	300 Kg	3.350.000	3.500.000	3.500.000
	500 Kg	3.700.000	3.700.000	3.700.000
National	300 Kg	3.750.000	3.950.000	3.950.000
	500 Kg	3.950.000	4.150.000	4.150.000

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 15. Volume Produksi Produk Special (SP) dan National (Dalam Unit) Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Produk	Model	Tahun (Unit)		
		2011	2012	2013
Special (SP)	150 Kg	50	16	36
	300 Kg	85	102	122
	500 Kg	26	57	38
<b>Jumlah</b>		<b>161</b>	<b>175</b>	<b>196</b>
National	300 Kg	78	30	49
	500 Kg	20	15	36
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>45</b>	<b>85</b>
<b>Total</b>		<b>259</b>	<b>220</b>	<b>281</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 16. Volume Penjualan Produk Special (SP) dan National (Dalam Unit)  
Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Produk	Model	Tahun (Unit)		
		2011	2012	2013
Special (SP)	150 Kg	50	16	36
	300 Kg	85	112	122
	500 Kg	26	27	28
<b>Jumlah</b>		<b>161</b>	<b>155</b>	<b>186</b>
National	300 Kg	69	20	49
	500 Kg	20	15	35
<b>Jumlah</b>		<b>89</b>	<b>35</b>	<b>84</b>
<b>Total</b>		<b>250</b>	<b>190</b>	<b>270</b>

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 17. Hasil Penjualan Produk Special (SP) dan National (Dalam Rupiah)  
Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Produk	Model	Tahun (Rp)		
		2011	2012	2013
Special (SP)	150 Kg	150.000.000	51.200.000	115.200.000
	300 Kg	284.750.000	392.000.000	427.000.000
	500 Kg	92.300.000	99.900.000	103.600.000
<b>Jumlah</b>		<b>Rp.527.050.000</b>	<b>Rp.543.100.000</b>	<b>Rp.645.800.000</b>
National	300 Kg	258.750.000	79.000.000	193.550.000
	500 Kg	79.000.000	62.250.000	145.250.000
<b>Jumlah</b>		<b>Rp.337.750.000</b>	<b>Rp.141.250.000</b>	<b>Rp.338.800.000</b>
<b>Total</b>		<b>864.800.000</b>	<b>684.350.000</b>	<b>984.600.000</b>

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 18. Harga Pokok Penjualan Tahun 2011-2013 Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Keterangan	Jumlah (Rp)		
	2011	2012	2013
<b>Bahan Baku :</b>			
Persediaan awal	98.539.000	95.517.000	101.313.000
Pembelian bahan	<u>358.500.000</u>	<u>318.900.000</u>	<u>421.000.000</u>
Jumlah bahan siap pakai	457.039.000	414.417.000	522.313.000
Persediaan akhir	<u>(415.937.000)</u>	<u>(409.745.000)</u>	<u>(454.600.800)</u>
Biaya bahan baku yang dipakai	41.102.000	4.672.000	67.712.200
<b>Tenaga kerja langsung</b>	<b>271.320.000</b>	<b>271.320.000</b>	<b>339.150.000</b>
<b>Biaya overhead pabrik :</b>			
Tenaga kerja tak langsung	77.700.000	66.000.000	84.300.000
Depresiasi mesin dan peralatan	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Depresiasi gedung	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Depresiasi kendaraan	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Depresiasi inventaris	200.000	200.000	200.000
<b>Bahan pembantu :</b>			
Baut, Mur, Ring	12.950.000	11.000.000	14.050.000
Bahan pengecatan	53.950.000	44.800.000	61.600.000
Bahan pembantu pengemasan	3.500.000	2.660.000	4.050.000
Biaya tera produk	8.575.000	7.300.000	9.425.000
Pemeliharaan mesin	20.979.000	22.000.000	24.000.000
Pemeliharaan gedung	10.963.000	12.000.000	14.000.000
Listrik, air, telpon	<u>41.698.600</u>	<u>40.733.550</u>	<u>42.425.941</u>
Jumlah biaya overhead	230.940.600	208.393.550	253.625.941
Total biaya produksi	551.937.600	491.685.550	669.913.141
Persediaan awal WIP	<u>128.000.000</u>	<u>125.000.000</u>	<u>134.500.000</u>
Jumlah beban produksi WIP	679.937.600	616.685.550	804.413.141
Persediaan akhir WIP	<u>(135.000.000)</u>	<u>(144.500.000)</u>	<u>(157.500.000)</u>
Harga pokok produksi	544.937.600	472.185.550	646.913.141
Persediaan awal barang jadi	<u>259.000.000</u>	<u>366.000.000</u>	<u>336.000.000</u>
HPP barang siap dijual	803.937.600	832.158.550	982.913.141
Persediaan akhir barang jadi	<u>(366.000.000)</u>	<u>(336.000.000)</u>	<u>(427.000.000)</u>
<b>Harga pokok penjualan</b>	<b>437.937.600</b>	<b>496.158.550</b>	<b>555.913.141</b>

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 19. Harga Pokok Penjualan Tahun 2011-2013 Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Keterangan	Jumlah (Rp)		
	2011	2012	2013
<b>Harga Pokok Penjualan</b>			
1. Harga Pokok Produksi			
1) Biaya pemakaian bahan baku	41.102.000	4.672.000	67.712.200
2) Biaya tenaga kerja tak langsung	77.700.000	66.000.000	84.300.000
3) Biaya FOH			
a. Bahan Pembantu	66.900.000	55.800.000	75.650.000
b. B.listrik,air,telepon	41.698.600	40.733.550	42.425.941
c. B. pemeliharaan mesin dan gedung	31.942.000	34.000.000	38.000.000
d. B. Packing	3.500.000	2.660.000	4.050.000
e. B. Tera Produk	8.575.000	7.300.000	9.425.000
2. Tenaga Kerja Langsung	271.320.000	271.320.000	339.150.000
3. Biaya Overhead Pabrik			
a. Depresiasi mesin	6.000.000	6.000.000	6.000.000
b. Depresiasi gedung	2.000.000	2.000.000	2.000.000
c. Depresiasi kendaraan	1.000.000	1.000.000	1.000.000
d. Depresiasi inventaris	200.000	200.000	200.000
Total biaya produksi	551.937.600	491.685.550	669.913.141
Persediaan awal WIP	128.000.000	125.000.000	134.500.000
Jumlah beban produksi WIP	679.937.600	616.685.550	804.413.141
Persediaan akhir WIP	(135.000.000)	(144.500.000)	(157.500.00)
Harga pokok produksi	544.937.600	472.185.550	646.913.141
Persediaan awal barang jadi	259.000.000	366.000.000	336.000.000
Hpp barang siap jual	803.937.600	832.158.550	982.913.141
Persediaan akhir barang jadi	(366.000.000)	(336.000.000)	(427.000.00)
<b>Harga Pokok Penjualan</b>	<b>437.937.600</b>	<b>496.158.550</b>	<b>555.913.141</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013 (data diolah)

**Tabel 20. Biaya Overhead Pabrik Perusahaan Timbangan Kota Malang**

Keterangan	Jumlah (Rp)		
	2011	2012	2013
Tenaga kerja tidak langsung	77.700.000	66.000.000	84.300.000
Depresiasi mesin dan peralatan	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Depresiasi gedung	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Depresiasi kendaraan	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Depresiasi inventaris	200.000	200.000	200.000
Bahan pembantu :			
Baut, mur, ring	12.950.000	11.000.000	14.050.000
Bahan pengecatan	53.950.000	44.800.000	61.600.000
Bahan pembantu pengemasan	3.500.000	2.660.000	4.050.000
Biaya tera produk	8.575.000	7.300.000	9.425.000
Pemeliharaan mesin	20.979.000	22.000.000	24.000.000
Pemeliharaan gedung	10.963.000	12.000.000	14.000.000
Listrik, air, dan telpon	41.698.600	40.733.550	42.425.941
<b>Total</b>	<b>239.515.600</b>	<b>215.693.550</b>	<b>263.050.941</b>

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013

**Tabel 21. Biaya Administrasi Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Keterangan	Jumlah (Rp)		
	2011	2012	2013
Biaya Administrasi :			
Biaya gaji bagian administrasi	50.400.000	50.400.000	50.400.000
Perlengkapan kantor	2.420.000	2.560.000	2.820.000
<b>Total</b>	<b>52.820.000</b>	<b>52.960.000</b>	<b>53.220.000</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang

### C. Analisis dan Interpretasi Data

#### 1. Menyusun Komponen Biaya

##### a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya utama yang membentuk bagian integral dari produk barang jadi. Biaya bahan baku yang dikeluarkan perusahaan pada tahun 2011 sebesar Rp. 41.102.000,- tahun 2012 sebesar Rp. 4.672.000,- sedangkan pada tahun 2013 sebesar Rp. 67.712.200,-

##### b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya bagi tenaga kerja yang secara langsung berhubungan dengan proses produksi. Biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan perusahaan pada tahun 2011 sebesar Rp. 271.320.000,- tahun 2012 sebesar Rp. 271.320.000,- sedangkan pada tahun 2013 biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp. 339.150.000,-

##### c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan biaya tidak langsung yang berhubungan dengan kegiatan produksi. Biaya overhead pabrik yang dikeluarkan perusahaan pada tahun 2011 adalah sebesar Rp. 239.515.600,- tahun 2012 sebesar Rp. 215.693.550,- sedangkan pada tahun 2013 sebesar Rp. 244.200.941,-

##### d. Biaya Administrasi

Biaya administrasi yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2011 adalah sebesar Rp. 52.820.000,- pada tahun 2012 sebesar Rp. 52.960.000,- sedangkan tahun 2013 sebesar Rp. 53.220.000,-. Biaya tersebut meliputi biaya gaji administrasi, perlengkapan kantor dan biaya tera produk .

2. Menyusun Golongan Biaya Tetap, Variabel, dan Semivariabel

Berdasarkan perilakunya, biaya dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu: biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel. Berikut ini akan disajikan penggolong biaya yang terdapat di Perusahaan Timbangan X Kota Malang berdasarkan perilakunya.

**Tabel 22. Penggolongan Biaya Tetap, Variabel dan Semivariabel Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Semivariabel
Biaya Produksi :			
Biaya bahan baku		*	
Biaya tenaga kerja langsung		*	
Biaya bahan pembantu		*	
Biaya tenaga kerja tidak langsung	*		
Depresiasi mesin	*		
Depresiasi gedung	*		
Depresiasi kendaraan	*		
Depresiasi inventaris	*		
Pemeliharaan mesin			*
Pemeliharaan gedung			*
Listrik, air dan telpon			*
Biaya administrasi dan umum :			
Biaya Bag. Administrasi	*		
Perlengkapan kantor		*	
Biaya tera	*		

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui biaya-biaya apa saja yang termasuk kedalam biaya tetap, variabel dan semivariabel.

3. Memisahkan Biaya Semivariabel

Setelah dilakukan penggolongan biaya seperti yang terdapat pada tabel diatas, terlihat bahwa terdapat beberapa biaya yang merupakan biaya semivariabel. Biaya semivariabel ini harus dipisahkan ke dalam biaya tetap dan

biaya variabel, karena biaya biaya yang terjadi dalam perusahaan harus diklasifikasikan sesuai dengan perubahan aktivitas atau kegiatan perusahaan sehingga dalam perhitungan *contribution margin*, nilai penjualan dapat dikurangkan dengan biaya variabel secara tepat.

Untuk memisahkan biaya semivariabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, metode yang digunakan adalah metode *least squares*. Adapun pemisahan biaya dengan metode tersebut adalah sebagai berikut

**Tabel 23. Least Squares Biaya pemeliharaan Mesin**

Tahun	Produksi (x)	Biaya (y) (Rp)	XY	X <sup>2</sup>
2011	304	20.979.000	6.337.616.000	92.416
2012	247	22.000.000	5.434.000.000	61.009
2013	337	24.000.000	8.088.000.000	113.569
<b>Jumlah</b>	<b>888</b>	<b>Rp.66.979.000</b>	<b>Rp.19.859.616.000</b>	<b>266.994</b>

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

#### Biaya Variabel

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x \cdot \sum y)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{(3)19.859.616.000 - [(888)(66.979.000)]}{(3)266.994 - (888)^2} \\
 &= \text{Rp. } 8160,154366
 \end{aligned}$$

#### Biaya Tetap

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum Y - b \cdot \sum x}{n} \\
 &= \frac{66.979.000 - 8160,154366 (888)}{3}
 \end{aligned}$$



$$= \text{Rp. } 19910927,64$$

Dari perhitungan pemisahan biaya pemeliharaan mesin tersebut, tahun 2013 dapat diperoleh:

$$\text{a. Biaya Variabel} = 8160,154366 \times 888 \text{ unit} = \text{Rp. } 7246217,077$$

$$\text{b. Biaya Tetap} = 19910927,64 \times 3 = \text{Rp. } 59732782,92$$

Total biaya variabel dan biaya tetap adalah Rp. 7246217,077 + Rp.59732782,92 = Rp. 66.979.000

**Tabel 24. Least Squares Biaya Pemeliharaan Gedung Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Tahun	Produksi (x)	Biaya (y) (Rp)	XY	X <sup>2</sup>
2011	304	10.963.000	3332752000	92.416
2012	247	12.000.000	2964000000	61.009
2013	337	14.000.000	4718000000	113.569
<b>Jumlah</b>	<b>888</b>	<b>Rp.36.963.000</b>	<b>Rp.11.014.752.000</b>	<b>266.994</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

#### Biaya Variabel

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

$$= \frac{(3)11.014.752.000 - [(888)(36.963.000)]}{(3)266.994 - (888)^2}$$

$$= \text{Rp. } 17777,13459$$

$$= \text{Rp. } 17777,13459$$

#### Biaya Tetap

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$= \frac{36.963.000 - 17777,13459 (888)}{3}$$

$$= \text{Rp. } 7058968,162$$

Dari perhitungan biaya pemeliharaan gedung tersebut, tahun 2013 dapat diperoleh:

a. Biaya variabel =  $17777,13459 \times 888 \text{ unit} = \text{Rp. } 15786095,51$

b. Biaya tetap =  $7058968,162 \times 3 = \text{Rp. } 21176904,49$

Total biaya variabel dan biaya tetap adalah  $\text{Rp. } 15786095,51 + \text{Rp. } 21176904,49 = \text{Rp. } 36.963.000$

**Tabel 25. Least Square Biaya Listrik, Air dan Telepon–Produksi & Administrasi**

Tahun	Produksi (x)	Biaya (y) (Rp)	XY	X <sup>2</sup>
2011	304	41.698.600	12.676.374.400	92.416
2012	247	40.733.550	10.061.186.850	61.009
2013	281	42.425.941	14.297.542.117	113.569
<b>Jumlah</b>	<b>888</b>	<b>Rp.124.858.091</b>	<b>Rp.37.035.103.367</b>	<b>266.994</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

**Biaya Variabel**

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

$$= \frac{(3)37.035.103.367 - [(888)(124.858.091)]}{(3)266.994 - (888)^2}$$

$$= \text{Rp. } 18598,27086$$

$$= \text{Rp. } 18598,27086$$



**Biaya Tetap**

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$= \frac{124.858.091 - 18598,27086(888)}{3}$$

$$= \text{Rp. } 36114275,49$$

Dari perhitungan pemisahan biaya listrik, air dan telepon – produksi & administrasi tersebut, tahun 2013 dapat diperoleh:

- a. Biaya variabel = 18598,27086 x 888 unit = Rp. 16515264,53
- b. Biaya tetap = 36114275,49 x 3 = Rp. 108342826,5

Total biaya variabel dan biaya tetap adalah Rp. 16515264,53+ Rp. 108342826,5= Rp. 124.858.091

**Tabel 26. Pengelompokan Biaya tetap dan Biaya Variabel Perusahaan Timbangan X Kota Malang tahun 2011-2013 (Dalam Rupiah)**

Jenis Biaya	2011	2012	2013
<b>Biaya Tetap :</b>			
Tenaga kerja tidak langsung	77.700.000	66.000.000	84.300.000
Biaya gaji bagian Administrasi	50.400.000	50.400.000	50.400.000
Depresiasi mesin dan peralatan	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Depresiasi gedung	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Depresiasi kendaraan	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Depresiasi inventaris	200.000	200.000	200.000
Biaya Tera Produk	<u>8.575.000</u>	<u>7.300.000</u>	<u>9.425.000</u>
Jumlah biaya tetap	145.875.000	133.900.000	153.325.000
<b>Biaya Variabel :</b>			
Bahan baku	41.102.000	4.672.000	67.712.200
Tenaga kerja langsung	271.320.000	271.320.000	339.150.000
Bahan pembantu	<u>70.400.000</u>	<u>58.460.000</u>	<u>79.700.000</u>
Jumlah biaya variabel	382.822.000	334.452.000	486.562.200
<b>Biaya Semivariabel :</b>			
Pemeliharaan mesin	20.979.000	22.000.000	24.000.000
Pemeliharaan gedung	10.963.000	12.000.000	14.000.000
Perlengkapan Kantor	2.420.000	2.560.000	2.820.000

Jenis Biaya	2011	2012	2013
Listrik, air dan telepon	41.698.600	40.733.550	42.425.941
Jumlah biaya semivariabel	76.060.600	77.293.550	83.246.882

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

#### 4. Menentukan Harga Pokok Penjualan Variabel

Harga pokok variabel diperoleh dengan cara menjumlahkan biaya-biaya yang bersifat variabel, baik biaya produksi variabel maupun biaya administrasi variabel. Perhitungan harga pokok variabel dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 27. Perhitungan Harga Pokok Variabel Perusahaan Timbangan X Kota Malang**

Keterangan	Jumlah		
	2011	2012	2013
Biaya bahan baku	41.102.000	4.672.000	676.839.200
Biaya tenaga kerja langsung	271.320.000	271.320.000	369.600.000
Biaya overhead pabrik variabel	70.400.000	58.460.000	79.700.000
<b>Total</b>	<b>382.822.000</b>	<b>334.452.000</b>	<b>486.562.200</b>

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

Setelah perhitungan harga pokok variabel diatas, maka langkah selanjutnya adalah mengalokasikan biaya variabel tersebut kepada masing-masing produk, sehingga diperoleh biaya variabel per unit untuk masing-masing produk.

#### 5. Perhitungan *Contribution Margin*

*Contribution margin* merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya variabel. Informasi tentang *contribution margin* memberikan gambaran tentang

jumlah yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba. Semakin besar *contribution margin*, maka kesempatan bagi perusahaan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba juga semakin besar.

Perusahaan Timbangan X Kota Malang, produk yang dihasilkan terdiri dari dua macam produk. Masing-masing produk menghasilkan beberapa model, dimana masing-masing model tersebut mempunyai harga jual yang berbeda-beda, sehingga untuk mengetahui besarnya *contribution margin* total harus dihitung terlebih dahulu tingkat *contribution margin* per unit bagi masing-masing produk. Setelah diketahui *contribution margin* per unit masing-masing produk, maka perhitungan *contribution margin* untuk masing-masing produk pada tahun 2013 adalah sebagai berikut:

a. *Contribution Margin* Produk Special (SP)

**Tabel 28. *Contribution Margin* Produk Special (SP)**

	<b>Special (SP) 150 Kg 36 Unit</b>	<b>Special (SP) 300 Kg 122 Unit</b>	<b>Special (SP) 500 Kg 28 Unit</b>	<b>Jumlah 186 Unit</b>
Penjualan	115.200.000	427.000.000	103.600.000	648.800.000
Biaya variabel	<u>79.200.000</u>	<u>311.100.000</u>	<u>74.900.000</u>	<u>465.200.000</u>
CM	36.000.000	115.900.000	28.700.000	180.600.000
CM Ratio	19,93%	64,17%	15,89%	27,83%
Sales Mix	19,35%	65,60%	15,05%	100%
CM tertimbang	5,54%	17,86%	4,42%	27,83%

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

b. *Contribution Margin* Produk National**Tabel 29. *Contribution Margin* Produk National**

	<b>National 300 Kg 49 Unit</b>	<b>National 500 Kg 35 Unit</b>	<b>Jumlah 84 unit</b>
Penjualan	193.550.000	145.250.000	338.800.000
Biaya variabel	46.550.000	33.250.000	79.800.000
CM	147.000.000	112.000.000	259.000.000
CM Ratio			
Sales Mix	56,75%	43,24%	76,44%
CM	58,33%	41,67%	100%
tertimbang	44,59	33,05%	77,64%

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

Dari perhitungan tersebut, maka besarnya *contribution margin* total adalah sebagai berikut:

**Tabel 30. Perhitungan *Contribution Margin* Total Tahun 2013**

	<b>Special (SP) 186 Unit</b>	<b>National 84 Unit</b>	<b>Jumlah 270 Unit</b>
Penjualan	645.800.000	338.800.000	984.600.000
Biaya variabel	465.200.000	79.800.000	545.000.000
CM	180.600.000	259.000.000	439.600.000
CM Ratio	41,08%	58,91%	44,64%
Sales Mix	68,89%	31,11%	100%
CM tertimbang	18,34%	26,30%	44,64%

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

Setelah dilakukan analisis terhadap biaya-biaya dan penentuan *contribution margin*, maka langkah selanjutnya adalah penyusunan laporan rugi-laba dengan menggunakan format kontribusi. Pada laporan rugi-laba format

kontribusi, biaya-biaya diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, dimana biaya variabel total akan dikurangkan terhadap pendapatan penjualan untuk mendapatkan *contribution margin*. *Contribution margin* tersebut digunakan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba. Perhitungan rugi-laba dengan format kontribusi dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 31. Laporan Rugi-Laba Format Kontribusi Perusahaan Timbangan X Kota Malang periode 31 Desember 2013**

	<b>Special (SP) 186 Unit</b>	<b>National 84 Unit</b>	<b>Jumlah 270 Unit</b>
Penjualan	645.800.000	338.800.000	984.600.000
Biaya variabel	<u>465.200.000</u>	<u>79.800.000</u>	<u>545.000.000</u>
CM	180.600.000	259.000.000	439.600.000
Biaya tetap			<u>153.325.000</u>
Laba			286.275.000

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

#### 6. Analisis *Contribution Margin* terhadap Penjualan

Besarnya *contribution margin* akan berpengaruh kuat terhadap langkah-langkah yang akan diambil perusahaan dalam menentukan tingkat penjualan produk dan laba. Sehingga dalam hubungannya dengan perencanaan penjualan, analisis *contribution margin* digunakan sebagai penentu penjualan pada titik impas (*break even point*), tingkat laba yang diharapkan, dan tingkat keamanan dari kondisi penjualannya (*margin of safety*).

Namun dalam menerapkan analisis *contribution margin* pada perusahaan multiproduk, perusahaan harus memperhatikan bauran penjualannya, dimana bauran penjualan (*sales mix*) tersebut merupakan proporsi penjualan relatif dari setiap jenis produk terhadap volume penjualan total. Sehingga salam menentukan

tingkat penjualan pada tingkat BEP dan target laba, maka perhitungannya harus menggunakan *contribution margin* rata-rata tertimbang. Adapun perhitungan *contribution margin* rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

**Tabel 32. Perhitungan Contribution Margin Rata-rata Tertimbang**

1 Produk	2 Model	3 Vol. Penjualan	4 Sales Mix	5 CM Per Unit	6 = 4x5 CM Tertimbang
Special (SP)	150 Kg	36	13,33%	1.000.000	133.300
	300 Kg	122	45,18%	950.000	429.210
	500 Kg	28	10,38%	1.025.000	106.395
National	300 Kg	49	18,14%	3.000.000	544.200
	500 Kg	35	12,97%	3.200.000	415.040
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>		<b>1.628.145</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013(data diolah)

#### a. Perencanaan Tahun 2014

##### 1. Membuat Perencanaan Penjualan

Membuat perencanaan penjualan untuk tahun 2014 menggunakan metode analisis terkecil (*least square method*) dengan persamaan:

$$Y = a + bX$$

Sedangkan mencari a dan b menggunakan rumus:

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Keterangan :

y = Volume Penjualan

a = Simbol variabel tetap yang akan dicari



b = Simbol variabel perubah

x = Simbol tahun perencanaan ( tahun ke ... )

Perencanaan volume penjualan timbangan di perusahaan x tahun 2014 menggunakan data-data serta informasi penjualan yang diperoleh pada tahun sebelumnya, yaitu:

**Tabel 33. Rencana Volume Penjualan Timbangan di Perusahaan X Kota Malang Tahun 2014**

Tahun	Vol. Penjualan	X	X <sup>2</sup>	XY
2011	304	-1	1	-304
2012	247	0	0	0
2013	337	1	1	337
<b>Total</b>	<b>888</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>33</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013 (data diolah)

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$a = \frac{888}{3}$$

$$= 296$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$b = \frac{33}{2}$$

$$= 16,5$$

Dari perhitungan diatas, maka diperoleh  $Y = a + b(X)$  sehingga persamaan trendnya  $Y = 296 + 16,5(X)$ . Jadi anggaran penjualan untuk tahun 2014 dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Y &= 296 + 16,5 X \\ &= 296 + 16,5(2) \\ &= 329 \text{ unit} \end{aligned}$$

Jadi volume penjualan untuk timbangan direncanakan sebesar 329 unit.

## 2. Membuat Rencana Harga Jual

Setelah membuat rencana volume penjualan, setelah itu dilakukan perencanaan harga jual. Berdasarkan asumsi dasar perhitungan BEP harga jual tidak berubah saat periode dilakukan analisis, untuk tahun 2014 anggaran harga jual Timbangan pada perusahaan X Kota Malang tetap seperti tahun 2013. Dalam analisis *contribution margin* diasumsikan bahwa semua produk habis terjual tanpa menyisahkan barang jadi, maka volume produksi yang direncanakan adalah sebesar 329 unit. Setelah mengetahui rencana volume penjualan dan harga jual tahap selanjutnya merencanakan volume produksi tahun 2014 sesuai dengan budget penjualannya:

**Tabel 34. Anggaran Hasil Jual Timbangan di Perusahaan X Kota Malang Tahun 2014**

Jenis Produk	Vol. Penjualan	Harga Jual/Item	Penjualan (Rp)
SP 150 Kg	51	3.200.000	163.200.000
SP 300 Kg	136	3.500.000	477.535.850
SP 500 Kg	41	3.700.000	151.700.000

Jenis Produk	Vol. Penjualan	Harga jual/ Item	Penjualan
Nat 300 Kg	56	3.950.000	221.200.000
Nat 500 Kg	46	4.150.000	190.900.000
<b>Total</b>	329		1.204.535.850

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013 (data diolah)

### 3. Membuat Anggaran Biaya Tahun 2014

#### a) Anggaran Bahan Baku

Anggaran biaya bahan baku per item tidak mengalami perubahan dari tahun 2013, sehingga perhitungannya adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya bahan baku} &= \text{Biaya bahan baku/item} \times \text{Anggaran penjualan} \\
 &= \text{Rp. } 250.785,92 \times 329 \\
 &= \text{Rp. } 82.508.567,68
 \end{aligned}$$

#### b) Anggaran Tenaga Kerja Langsung (TKL)

Biaya tenaga kerja langsung pada tahun 2014 tidak mengalami kenaikan dari tahun 2013, sehingga biaya tenaga kerja langsung perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya TKL} &= \text{biaya TKL/item} \times \text{anggaran penjualan} \\
 &= \text{Rp. } 1.256.111,11 \times 329 \\
 &= \text{Rp. } 413.260.555,19
 \end{aligned}$$

#### c) Anggaran Biaya Produksi Variabel

Biaya produksi variabel pada tahun 2014 yang dianggarkan pun tidak mengalami kenaikan dari tahun 2013, sehingga biaya produksi variabel perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya produksi variabel} &= \text{Biaya produksi/item} \times \text{Anggaran penjualan} \\ &= \text{Rp. } 346.296,29 \times 329 \\ &= \text{Rp. } 113.931.479,41 \end{aligned}$$

Biaya produksi variabel tahun 2014 digunakan sebagai perhitungan berikut, misalnya menghitung biaya bahan baku pembantu. Perhitungan biaya bahan baku pembantu variabel tahun 2013 adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Bahan baku pembantu} &= \text{Bahan baku pembantu} \times \text{Anggaran penjualan} \\ &= \text{Rp. } 295.185,18 \times 329 \\ &= \text{Rp. } 97.115.924,22 \end{aligned}$$

Penggunaan perhitungan di atas dapat digunakan sebagai acuan menghitung anggaran biaya-biaya produksi variabel tahun 2014 lainnya yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 35. Anggaran Biaya Produksi Perusahaan Timbangan X Kota Malang Tahun 2014**

Keterangan	Biaya Variabel
Biaya Bahan Baku	82.508.567,68
Biaya Tenaga Kerja	413.260.555,19
Biaya Produksi Variabel	113.931.479,41
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>609.700.602,28</b>

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013 (data diolah)

Tahun 2014 biaya administrasi dan umum variabel per item direncanakan tidak mengalami kenaikan, sedangkan biaya total terjadi kenaikan dengan meningkatnya volume penjualan. Biaya administrasi variabel tahun 2013 adalah Rp. 2.820.000. Perhitungan untuk tahun 2014 adalah:

=  $\frac{\text{anggaran penjualan tahun 2014}}{\text{Penjualan tahun 2013}} \times \text{Biaya administrasi tahun 2013}$

Penjualan tahun 2013

=  $\frac{1.204.535.850}{984.600.000} \times 53.220.000$

= 65.108.062

Menghitung biaya perlengkapan kantor:

=  $\frac{\text{anggaran penjualan tahun 2014}}{\text{penjualan tahun 2013}} \times \text{biaya perlengkapan kantor 2013}$

=  $\frac{1.204.535.850}{984.600.000} \times 2.820.000$

= 3.449.919

Menghitung biaya gaji bagian administrasi:

=  $\frac{\text{anggaran penjualan tahun 2014}}{\text{penjualan tahun 2013}} \times \text{biaya gaji bagian administrasi 2013}$

=  $\frac{1.204.535.850}{984.600.000} \times 50.400.000$

= 61.658.142,23

Setelah diketahui biaya administrasi variabel, maka klasifikasi biaya administrasi ke dalam biaya tetap dan biaya variabel disajikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 36. Anggaran Biaya Administrasi Perusahaan Timbangan X Kota Malang Tahun 2014**

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Total
Biaya Perlengkapan Kantor		3.449.919	3.449.919
Biaya Gaji Bagian Administrasi	61.658.142,23		61.658.142,23
<b>Jumlah</b>	<b>61.658.142,23</b>	<b>3.449.919</b>	<b>65.108.061,2</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X kota Malang, 2013 (data diolah)

Setelah diketahui biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya produksi variabel, maka disusun biaya produksi variabel:

**Tabel 37. Biaya Produksi, Biaya Administrasi, Biaya Tetap dan Biaya Variabel Perusahaan Timbangan X Kota Malang 2014 (dalam Rupiah)**

Keterangan	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya Produksi	67.712.200	609.700.602,28
Biaya Administrasi	61.658.142,2	3.449.919
<b>Total</b>	<b>129.370.342,2</b>	<b>613.150.521,2</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013 (data diolah)

Biaya tetap jumlah totalnya tetap meskipun terjadi perubahan volume produksi atau penjualan. Oleh karena itu, jumlah total biaya tetap pada tahun 2014 adalah tetap hanya biaya total per unitnya yang berubah.

#### 1) Biaya Produksi Tetap

Tahun 2014, besarnya biaya produksi tetap sama dengan tahun 2013 yaitu Rp. 669.913.141, maka besarnya biaya produksi timbangan untuk tahun 2014 adalah:

=  $\frac{\text{anggaran penjualan tahun 2014} \times \text{biaya produksi tahun 2014}}{\text{penjualan tahun 2013}}$

=  $\frac{1.204.535.850 \times 67.712.200}{984.600.000}$

= Rp. 82.837.469,55

2) Biaya Administrasi

Tahun 2014, besarnya biaya administrasi tetap sama dengan tahun 2013 yaitu Rp. 61.658.142,2, maka besarnya biaya administrasi timbangan untuk tahun 2014 adalah:

$$= \frac{\text{anggaran penjualan tahun 2014} \times \text{biaya administrasi 2014}}{\text{penjualan tahun 2013}}$$

$$= \frac{1.204.535.850 \times 61.658.142,2}{984.600.000}$$

$$= \text{Rp. } 75.431.081,37$$

Hasil perhitungan diatas maka dapat disajikan dalam bentuk tabel seperti dibawah ini:

**Tabel 38. Anggaran Biaya Tetap Perusahaan Timbangan X Kota Malang Tahun 2014 (dalam Rupiah)**

Keterangan	Biaya Tetap
Biaya Produksi	Rp. 82.837.469,55
Biaya Administrasi	Rp. 75.431.081,37
<b>Total</b>	<b>Rp. 158.268.550,92</b>

Sumber : Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013 (data diolah)

Setelah diketahui biaya produksi dan biaya administrasi serta biaya variabel produk timbangan pada tahun 2014, maka dilanjutkan dengan menghitung besarnya *contribution margin* untuk hasil perhitungannya di bawah ini:

**Tabel 39. Anggaran Contribution Margin Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2014 (dalam Rupiah)**

Keterangan	Total Anggaran Tahun 2014
Penjualan	1.204.535.850

Biaya Variabel	624.680.838,48
<i>Contribution Margin</i>	439.600.000
Biaya Tetap	129.370.342,2
<b>Laba operasi</b>	<b>10.884.669,32</b>

Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013 (data diolah)

Dari perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa laba yang akan diperoleh sebesar Rp. 10.884.669,32. Perhitungan rasio *contribution margin ratio* (CMR) dan rasio laba adalah sebagai berikut:

1) *Contribution Margin Ratio*

$$\text{CMR} = \frac{\text{contribution margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = \frac{439.600.000}{1.204.535.850} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = 36,4953\%$$

2) Rasio Biaya Variabel

$$\text{Rasio Biaya Variabel} = \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Biaya Variabel} = \frac{624.680.838,48}{1.204.535.850} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Biaya Variabel} = 51,8607 \%$$

3) Rasio Laba

$$\text{Rasio Laba} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Laba} = \frac{10.884.669,32}{1.204.535.850} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Laba} = 0,9036\%$$



### b. Titik Impas (Break Event Point)

Setelah diketahui besarnya *contribution margin* rata-rata tertimbang, maka tingkat penjualan pada titik impas dapat dihitung dengan membagi biaya tetap dengan *contribution margin* rata-rata tertimbang, dimana besarnya biaya tetap pada tahun 2013 adalah sebesar Rp. 236.570.941,- sehingga perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{BEP (Unit)} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{CM rata-rata tertimbang}} \\ &= \frac{236.570.941}{1.628.145} \\ &= 145,30090 \end{aligned}$$

Jadi, tingkat penjualan yang harus dicapai sebelum perusahaan menderita kerugian adalah sebesar 145 unit. Sedangkan besarnya BEP untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

#### 1) Produk Special (SP)

$$\begin{aligned} 150 \text{ Kg} \rightarrow \text{BEP (Unit)} &= 145,30090 \times 13,3333333\% \\ &= 1.937,34485 \\ &= 1.937 \text{ Unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 300 \text{ Kg} \rightarrow \text{BEP (Unit)} &= 145,30090 \times 45,1851852\% \\ &= 6.565,4480 \\ &= 6.565 \text{ Unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 500 \text{ Kg} \rightarrow \text{BEP (Unit)} &= 145,30090 \times 10,3703704\% \\ &= 1.506,8241 \\ &= 1.506 \text{ Unit} \end{aligned}$$

#### 2) Produk National

$$\begin{aligned} 300 \text{ Kg} \rightarrow \text{BEP (Unit)} &= 145,30090 \times 18,1481481\% \\ &= 2.636,9422 \end{aligned}$$

$$= 2.636 \text{ Unit}$$

$$\begin{aligned} 500 \text{ Kg} \longrightarrow \text{BEP (Unit)} &= 145,30090 \times 12,962963\% \\ &= 1.883,5301 \\ &= 1.883 \text{ Unit} \end{aligned}$$

Selain dalam bentuk unit penjualan, titik impas juga dapat dinyatakan dalam bentuk rupiah, sehingga penjualan pada tingkat BEP dapat dihitung dengan membagi biaya tetap dengan *CM ratio*, dimana *CM ratio* adalah sebesar 44,64% atau 44,6475726%. Adapun perhitungan BEP dalam bentuk rupiah adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{CM Ratio}} \\ &= \frac{\text{Rp.236.570.941}}{44,6475726\%} \\ &= \text{Rp.529.862.940} \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan minimum yang harus dicapai sebelum perusahaan menderita kerugian adalah sebesar 145 unit atau sebesar Rp. 529.862.940.

### c. Target laba

Untuk menentukan tingkat penjualan yang dianggarkan pada tahun 2014, perusahaan harus menetapkan besarnya target laba atau tingkat keuntungan yang diinginkan. Maka perusahaan menetapkan target laba untuk tahun 2014 sebesar 25% dari penjualan, sehingga besarnya penjualan yang harus dicapai adalah sebagai berikut:

$$\text{Penjualan (Rp)} = \text{Biaya tetap} + \text{EBIT yang diinginkan}$$

CM Ratio

$$PX = \frac{Rp.236.570.941 + 0,25 PX}{0,4464}$$

$$0,4464 PX = Rp.236.570.941 + 0,25 PX$$

$$(0,4464 - 0,25) PX = Rp. 236.570.941$$

$$PX = \frac{Rp.236.570.941}{0,1964}$$

$$= Rp.1.204.535.850$$

Dari perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa apabila perusahaan ingin memperoleh laba sebesar 25% dari penjualan, maka perusahaan harus mampu menjual produknya sebesar Rp. 1.204.535.850

#### d. *Margin of Safety*

*Margin of safety*(MOS) adalah kelebihan dari anggaran penjualan atau penjualan yang aktual di atas penjualan titik impas. *Margin of safety* digunakan untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang direncanakan boleh turun, namun perusahaan tidak sampai mengalami kerugian. Berdasarkan perhitungan yang telah diperoleh, total penjualan yang dianggarkan adalah sebesar Rp. 4.832.393.689 maka angka margin of safety adalah:

$$MOS = \frac{\text{Perkiraan penjualan} - \text{penjualan impas} \times 100\%}{\text{Perkiraan Penjualan}}$$

$$= \frac{1.204.535.850 - 529.862.940}{1.204.535.850} \times 100\%$$

$$= \frac{674.672.910}{1.204.535.850}$$

$$= 0,56011027$$

$$= 56,01\%$$

Diketahui perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa jika tingkat penjualan yang dianggarkan tidak tercapai, maka penurunan penjualan maksimal yang boleh terjadi (*margin of safety*) adalah sebesar Rp. 674.672.910 atau 56,01% dari penjualan yang dianggarkan. Karena jika total penjualan turun lebih dari 56,01%, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Perolehan angka *margin of safety* tersebut dapat digunakan untuk mengetahui besarnya persentase laba yang ditargetkan oleh perusahaan, yaitu dengan cara mengalikan persentase *margin of safety* sebesar 56,01% dengan *CM ratio* sebesar 44,64% sehingga perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\% \text{ laba} = \% \text{ MOS} \times \% \text{ CM}$$

$$= 0,56011027 \times 0,44647573$$

$$= 0,2500$$

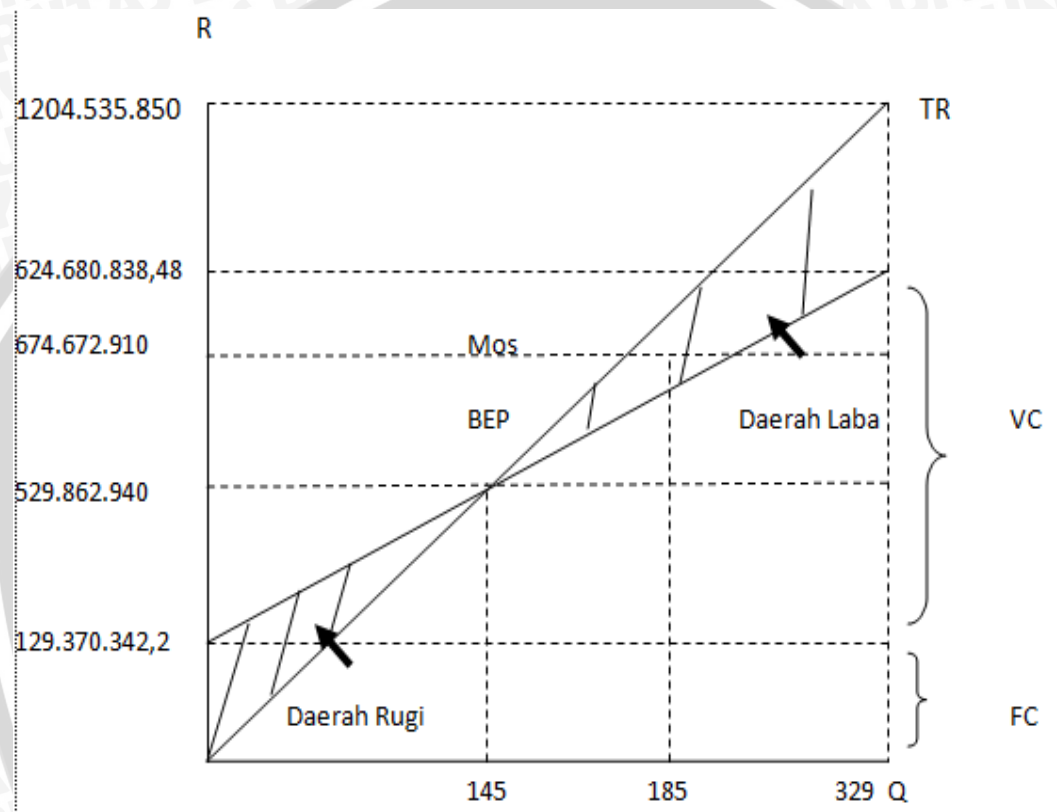
$$= 25\%$$

Perhitungan tersebut membuktikan bahwa *contribution margin* dapat digunakan untuk perencanaan penjualan maupun laba, sehingga memudahkan pihak manajemen dalam pengambilan keputusan. *Contribution margin* untuk perencanaan penjualan digunakan sebagai penentu penjualan pada tingkat impas (*break event point*), tingkat laba yang diharapkan dan tingkat keamanan dari kondisi penjualannya (*margin of safety*) dan penentu produk mana yang penjualannya dapat mengoptimalkan laba (*sales mix*). Sehingga hubungan antara

*contribution margin* dengan perencanaan penjualan dapat dijelaskan pada gambar 8

**Gambar 8. Grafik Contribution Margin dan Break Event Point**

SS



Sumber: Perusahaan Timbangan X Kota Malang, 2013 (data diolah)

**Keterangan :**

R = Rupiah    TR = *total revenue*    BEP = titik impas

MoS = *margin of safety*    FC = *fixed cost*    VC = *variable cost*

**e. Rekapitulasi Hasil Analisis**

Berdasarkan perolehan laba selama tahun 2011-2013 serta perencanaan laba untuk tahun 2014, maka perolehan laba perusahaan selama 3 tahun dapat direkapitulasi sebagai berikut:



Tabel 40. Rekapitulasi Hasil Analisis Tahun 2011-2014

Tahun	Keterangan	Sebelum Analisis	Setelah Analisis
2011	Penjualan	864.800.000	
	Laba bersih	168.775.000	
2012	Penjualan	684.350.000	
	Laba bersih	136.440.000	
2013	Penjualan	984.600.000	
	Laba bersih	136.440.000	
2014	Penjualan		1.204.535.850
	Laba bersih		450.484.669,32



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan Pembahasan dan analisis data pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Marjin kontribusi total yang diperoleh perusahaan adalah sebesar Rp. 439.600.000 sedangkan marjin kontribusi untuk masing-masing produk yaitu produk Special(SP) sebesar Rp.180.600.000 dan produk National sebesar Rp.259.000.000 sehingga dari kedua produk tersebut diketahui bahwa produk menghasilkan *contribution margin* tertinggi sebagai penyumbang laba terbesar bagi perusahaan adalah produk National yaitu dengan perolehan *contribution margin ratio* sebesar 76,44%
2. Untuk setiap jenis model timbangan yang dihasilkan, diketahui bahwa model yang menghasilkan *contribution margin* tertinggi adalah model National 300kg dan Special(SP) 300kg, yaitu dengan *contribution margin ratio* masing-masing sebesar 56,75% dan 64,17%. Hal ini dikarenakan model National 300kg dan Special(SP) selain mempunyai *contribution margin* yang tinggi, kedua model tersebut juga mempunyai bauran penjualan yang lebih besar daripada jenis model timbangan yang lainnya.
3. Dari hasil analisis data, diperoleh nilai *break event point* (BEP) sebesar Rp. 529.862.940 atau sebanyak 145 unit. Dalam keadaan tersebut, perusahaan tidak akan mengalami kerugian tetapi juga tidak memperoleh laba. Sedangkan untuk tahun 2014, perusahaan menetapkan target laba sebesar 25% dari total



penjualnya, sehingga perusahaan harus mampu menjual produknya sebesar Rp. 1.204.535.850

4. Apabila tingkat penjualan yang dianggarkan untuk memperoleh target laba tersebut tidak tercapai, maka penurunan penjualan maksimal yang boleh terjadi (*margin of safety*) adalah sebesar Rp. 674.672.910 atau 56,01% dari penjualan yang dianggarkan. Karena jika total penjualan tersebut turun lebih dari 56,01% maka perusahaan akan mengalami kerugian.

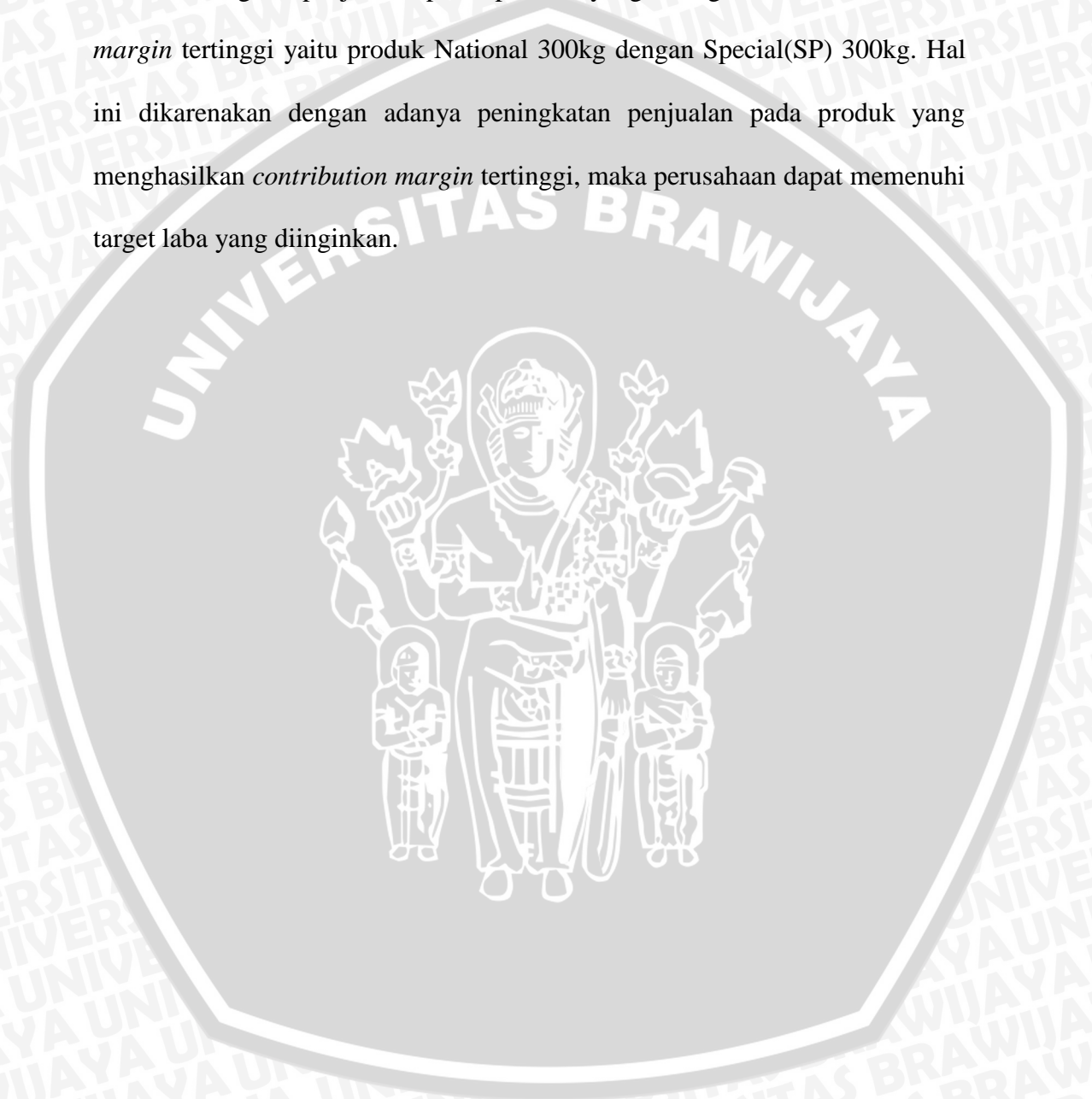
## B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan. Adapun beberapa saran tersebut antara lain:

1. Perusahaan hendaknya melakukan analisis *contribution margin* dalam menentukan tingkat penjualan produk dalam rangka mengoptimalkan laba. Hal ini dikarenakan dengan analisis *contribution margin*, perusahaan dapat mengetahui jenis produk mana yang paling menguntungkan dari tingkat penjualannya, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba seoptimal mungkin.
2. Dalam kaitannya dengan perencanaan laba dan penentuan tingkat penjualan produk, perusahaan hendaknya memperhatikan komposisi bauran penjualan (*sales mix*) masing-masing produk dengan jumlah permintaan konsumen. Karena dengan bauran penjualan yang tepat perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal.



3. Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat mengimplikasikan bahwa Perusahaan Timbangan X Kota Malang ini sebaiknya memperhatikan atau menekan tingkat penjualan pada produk yang menghasilkan *contribution margin* tertinggi yaitu produk National 300kg dengan Special(SP) 300kg. Hal ini dikarenakan dengan adanya peningkatan penjualan pada produk yang menghasilkan *contribution margin* tertinggi, maka perusahaan dapat memenuhi target laba yang diinginkan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Kamaruddin. 2005. *Akuntansi Manajemen: Dasar-dasar Konsep Biaya Dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Alwi, Syafaruddin. 2004. *Alat-alat Analisis Dalam Pembelanjaan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Kineka Cipta.
- Garrison, Ray H. And Eric W. Norren. 2005. *Akuntansi Manajemen*. Buku 1. Alih bahasa: A. Totok Budisantoso. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, Don R. And Maryanne M. Mowen. 2004. *Akuntansi Manajemen*. Jilid 2. Alih bahasa: A. Hermawan. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, M. Iqbal. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Horngren, Charles T, Srikant M. Datar, dan George Foster. 2005. *Akuntansi Biaya: Penekanan Manajerial*. Alih bahasa: Desi Adhariani. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kusnadi, dkk. 2002. *Akuntansi Manajemen: Komprehensif, Tradisional, Dan Kontemporer*. Malang: UNIBRAW.
- . 2005. *Akuntansi Biaya: Tradisional Dan Modern*. Malang: UNIBRAW.
- Maher, Michael W. and Edward B. Deakin. 2004. *Cost Accounting*. Boston: Irwin.
- Matz, Adolph, Milton F. Usry, and Lawrence H. Hammer. 2005. *Akuntansi Biaya: Perencanaan Dan Pengendalian*. Edisi 9. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: STIE YKPN
- . 2005. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Riyanto, Bambang. 2006. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: Yayasan Badan Penerbit Gadjah Mada.
- Syamsuddin, Lukman. 2004. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shim, Jae K. dan Joel G. Siegel. 2006. *Budgeting: Pedoman Lengkap Langkah-langkah Penganggaran*. Alih bahasa: Julius Mulyadi dan Neneng Natalia. Jakarta: Erlangga.
- Sunarto. 2004. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Supriyono. 2004. *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya Dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta: BPFE.

-----, 2005. *Akuntansi Manajemen I: Konsep Dasar Akuntansi Manajemen Dan Proses Perencanaan*. Yogyakarta: BPF.



## CURRICULUM VITAE

**Nama** : Fridayanti Silvana  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Sidoarjo, 26 Desember 1991  
**Agama** : Islam  
**Status** : Belum Menikah  
**Email** : [prita.silvana@yahoo.com](mailto:prita.silvana@yahoo.com)  
**Alamat** : Jalan Sedati Agung I / 43 Sedati – Sidoarjo

### Latar belakang pendidikan :

1. MI Wachid Hasyim Tamat tahun 2004
2. SMP Wachid Hasyim Tamat tahun 2007
3. SMA Negeri 14 Surabaya Tmat Thun 2010

