

**PERENCANAAN LABA DENGAN ANALISIS BREAK EVEN
PADA CV. JAWA INDAH
BALIKPAPAN**

O l e h :

S U K I R N O

NIRM : 90.11.311.401101.00998

NIM : 9010112



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH
SAMARINDA
1995**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PERENCANAAN LABA DENGAN ANALISIS
BREAK EVEN PADA CV. JAWA INDAH
BALIKPAPAN

Nama Mahasiswa : SUKIRNO

N I R M : 90.11.311.401101.00998

N I M : 9010112

Jurusan/Program Studi : Manajemen

Jenjang Studi : Sarjana (S1)

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Daniel Sambo, SE



Drs. Zainal Arifin

Mengetahui :

Ketua STIE Muhammadiyah Samarinda

Drs. M. Arifin

RINGKASAN

SUKIRNO. Perencanaan Laba Dengan Analisis Break Even Pada CV. Jawa Indah Balikpapan di bawah bimbingan Daniel Sambo, SE dan Drs. Zainal Arifin.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak menderita rugi serta meningkatkan volume penjualannya agar perusahaan memperoleh laba sesuai dengan yang telah direncanakan.

Penelitian ini dilakukan terhadap produksi, penjualan yang dilakukan dan laba yang diperoleh CV. Jawa Indah Balikpapan, serta biaya-biaya yang terjadi pada tahun 1990 sampai dengan tahun 1994. Perusahaan ini bergerak dalam bidang pengolahan tegel yang mempunyai peranan cukup penting dalam pembangunan dewasa ini. Penjualan yang diramalkan untuk tahun 1995 adalah sebanyak 182.704 keping tegel traso 30/30.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa atas dasar penjualan tersebut, dengan harga pokok setiap keping tegel 30/30 adalah Rp 435,31 maka pada tahun 1995 diperoleh hasil penjualan sebesar Rp 158.952.480,- dan laba sebesar Rp 25.432.396,80 atau sebesar 16 %. Sedangkan besarnya penjualan yang harus dipertahankan agar tidak menderita rugi ataupun laba adalah sebesar Rp 108.060.298,24 atau sebanyak 124.196 keping.

RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi :

1. Nama Penulis : Sukirno
2. Tempat Tanggal Lahir : Trenggalek, 15 Maret 1958
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Pekerjaan : Karyawan PT. Bank Pembangunan Indonesia Samarinda
6. Alamat : Jalan Pandan Harum RT. 27
No. 34 Samarinda
7. Riwayat Pendidikan :
 1. Tamat SD Tahun 1972
 2. Tamat SMP Tahun 1975
 3. Tamat SMA Tahun 1987
 4. Saat ini masih kuliah di STIEM Samarinda
8. Riwayat Pekerjaan :
 - Tahun 1977 s/d 1979 bekerja di Perhutani Unit II Jawa Timur.
 - Tahun 1981 bekerja di PT. Inhutani Samarinda selama 6 bulan.
 - Bekerja di PT. Bank Pembangunan Indonesia Samarinda dari tahun 1983 sampai saat ini.

B. Data Keluarga :

1. Nama Istri : Sudarsih
2. Nama Anak :
 1. Wiwit Citarasmi
 2. Rekdyan Puspo Palupi

C. Data Orang Tua :

1. Nama Ayah : Kasmodjo
2. Nama Ibu : Karidah

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia serta petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapat bantuan dari berbagai pihak dan untuk itu penulis merasa perlu menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada :

1. Bapak Ketua STIE Muhammadiyah Samarinda yang telah banyak memberikan ilmu dan pendapat yang sangat berguna untuk menunjang penulisan skripsi ini.
2. Bapak Daniel Sambo, SE dan Bapak Drs. Zainal Arifin yang telah bersusah payah mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak Direktur CV Jawa Indah Balikpapan beserta staf yang telah memberikan data-data yang penulis perlukan serta menyediakan waktu untuk diwawancarai oleh penulis dalam melengkapi data tertulis sebagai bahan penulisan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah mengarahkan penulis, baik berupa kritik maupun saran yang sifatnya lebih menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Segala dorongan dan bantuan baik moril maupun materil yang telah diterima, penulis doakan semoga memperoleh imbalan yang layak dari Allah SWT.

Samarinda, Maret 1995

Penulis,

Sukirno

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
BAB II. DASAR TEORI	5
A. Teori Pembelanjaan	5
1. Pengertian Pembelanjaan	5
2. Pengertian Budget (Anggaran)	7
3. Budget Penjualan	11
B. Hipotesis	15
C. Definisi Konseptual	15
BAB III. METODE PENDEKATAN	18
A. Definisi Operasional	18

B.	Perincian Data yang Diperlukan	18
C.	Jangkauan Penelitian	19
D.	Teknik Pengumpulan Data	19
E.	Analisis dan Pengujian Hipotesis	20
BAB IV.	HASIL PENELITIAN	23
A.	Gambaran Umum Perusahaan	23
B.	Produksi dan Penjualan CV. Jawa Indah dari Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994	27
C.	Biaya dan Harga	28
BAB V.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
BAB VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	48
A.	Kesimpulan	48
B.	Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Nomor	Tubuh Utama	Halaman
1.	Jumlah Tenaga Kerja yang Bekerja pada CV. Jawa Indah Balikpapan Tahun 1994	24
2.	Daftar Peralatan yang Dipergunakan untuk Proses Produksi CV. Jawa Indah Balikpapan ...	27
3.	Produksi CV. Jawa Indah dari Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994	28
4.	Penjualan CV. Jawa Indah dari Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994	28
5.	Perhitungan Produk yang Telah Diproduksi/ Dijual dari Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994 (dalam keping)	35
6.	Perhitungan Least Square untuk Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994	45

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Tubuh Utama	Halaman
1.	Struktur Organisasi CV. Jawa Indah Balikpapan	25

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam rangka menunjang program pemerintah di bidang pembangunan, telah banyak bermunculan perusahaan-perusahaan industri, baik yang besar maupun kecil. Untuk terus berkembang dan bertahan lebih lama dalam berproduksi, maka yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan ialah masalah pembelanjaan, karena masalah pembelanjaan merupakan masalah sentral dalam perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan di samping masalah-masalah produksi, pemasaran dan personalia.

Sebagaimana kita ketahui bahwa berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu adalah tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaannya, agar semua kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang itu dapat dihadapinya. Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah pengambilan keputusan dalam pemilihan berbagai alternatif dan perumusan kebijaksanaan.

Ukuran yang sering dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Demikian pula yang dikehendaki oleh

CV. Jawa Indah, salah satu perusahaan tegel yang beralamat di Jalan Industri RT II Gunung Malang, Balikpapan. Perusahaan ini selalu berusaha untuk mengembangkan usahanya sesuai dengan lajunya tingkat pembangunan dewasa ini, dan jumlah permintaan para konsumen serta berusaha untuk memperoleh laba yang besar.

Perusahaan CV. Jawa Indah ini bergerak dalam pengolahan tegel yang dirintis sejak permulaan tahun 1976. Mengingat semakin meningkatnya pembangunan fisik dewasa ini, terutama pembangunan gedung, pertokoan, perumahan dan sebagainya. Ini berarti semakin meningkat pula permintaan akan tegel, terutama tegel teraso 30/30 yang banyak dipakai untuk lantai. Di samping meningkatkan volume penjualannya, perusahaan ini selalu berusaha sebaik mungkin agar biaya-biaya yang dikeluarkan dapat ditekan serendah-rendahnya, sehingga dapat memperoleh laba. Adapun laba yang pernah diperoleh CV. Jawa Indah pada tahun 1990 sebesar 13,16 %, tahun 1991 sebesar 13,98 %, tahun 1992 sebesar 13,66 %, tahun 1993 sebesar 15,59 %, tahun 1994 sebesar 15,18 % dan untuk tahun 1995 perusahaan merencanakan perolehan laba sebesar 16 %.

Berkaitan dengan usaha untuk memperoleh laba yang diinginkan, maka perusahaan ini merencanakan untuk meningkatkan volume penjualannya. Untuk melaksanakan maksud tersebut ternyata tidaklah mudah seperti yang diharapkan, karena di samping CV. Jawa Indah ini masih ada lagi beberapa perusahaan sejenis yang juga memproduksi produk

yang sama.

Untuk meningkatkan volume penjualannya, maka perusahaan harus dapat memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi penjualan tersebut agar tidak menderita kerugian.

Salah satu bentuk analisis yang dipakai untuk mengetahui seberapa penjualan minimal yang harus dipertahankan agar tidak menderita kerugian adalah "Break Even". Dengan analisis ini akan membantu bagi pimpinan perusahaan untuk mengetahui penjualan minimal dan penjualan yang diinginkan di masa yang akan datang dan laba yang ingin diperoleh.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka judul penulisan yang diambil adalah "Perencanaan Laba Dengan Analisis Break Even Pada CV. Jawa Indah Balikpapan".

B. Perumusan Masalah

Dari uraian yang telah dikemukakan pada bagian latar belakang, maka dapatlah diketahui bahwa yang menjadi permasalahan pada CV. Jawa Indah adalah :

"Pada tingkat berapakah volume penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak menderita kerugian dan berapakah volume penjualan yang harus ditingkatkan agar perusahaan memperoleh laba".

C. Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui dengan benar pendapatan minimal yang harus dicapai, supaya perusahaan tidak menderita kerugian.

2. Untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diramalkan atau kerugian yang diderita pada penjualan tertentu, sehingga pimpinan perusahaan mengetahui seberapa penjualan yang harus dilakukan agar perusahaan memperoleh laba.

BAB II

DASAR TEORI

A. Teori Pembelanjaan

1. Pengertian Pembelanjaan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian pembelanjaan, maka dapat dikemukakan beberapa definisi dari para ahli ekonomi, di antaranya adalah G.R. Terry yang mengemukakan arti pembelanjaan sebagai berikut:

Pembelanjaan terdiri daripada tindakan penyediaan dan memproduksi uang capital right dan segala macam dana-dana yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. ¹⁾

Sedangkan Bambang Riyanto mendefinisikan pembelanjaan sebagai berikut :

Pembelanjaan meliputi semua aktivitas perusahaan yang bersangkutan dengan usaha mendapatkan dana yang dibutuhkan oleh perusahaan beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin. ²⁾

Menurut Alex S. Nitisemito, pembelanjaan adalah :

Semua kegiatan perusahaan yang ditujukan untuk mendapatkan dan menggunakan modal dengan cara yang paling efisien. ³⁾

1) G.R. Terry. Principles of Management. Disarikan oleh N. Halim. Cetakan Kedua. Penerbit Cahaya Remaja, Bandung. 1981, hal 200.

2) Bambang Riyanto. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Kedua. Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta. 1981, hal 3.

3) Alex. S. Nitisemito. Pembelanjaan Perusahaan. Cetakan Keenam. Ghalia Indonesia, Jakarta. 1984, hal 13.

Dari pendapat para ahli tersebut di atas, dapatlah disimpulkan bahwa pengertian pembelanjaan mengandung dua masalah pokok, yaitu :

- a. Masalah penarikan/pengumpulan dana-dana.
- b. Masalah penggunaan dari dana-dana tersebut.

Di samping itu ada dua segi yang terlihat dari pengertian tersebut, yaitu :

- a. Pembelanjaan pasif, yaitu bagi perusahaan yang membutuhkan dana, masalahnya adalah bagaimana mendapatkan dana yang dibutuhkan dengan syarat-syarat yang paling menguntungkan.
- b. Pembelanjaan aktif, yaitu bagi perusahaan yang mempunyai uang, masalahnya adalah apakah diserahkan kepada perusahaan lain atau ditanam dalam perusahaan sendiri.

Adanya akan kebutuhan dana dari perusahaan tersebut kita dihadapkan pada persoalan kuantitatif dan kualitatif. Persoalan kuantitatif adalah persoalan berapa jumlah modal yang diperlukan sesuai dengan luas produksi.

Apabila besarnya modal itu diketahui, maka persoalan selanjutnya adalah dengan bentuk apakah modal itu harus ditarik. Bentuk dan jenis modal yang ditarik itulah yang dimaksud dengan kuantitatif.

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut di atas, ternyata masalah pembelanjaan ini tidak terlepas dari masalah keseimbangan. Yang dimaksud dengan masalah keseimbangan di sini adalah suatu keseimbangan antara aktiva dengan pasiva

yang dibutuhkan, serta mencari susunan kualitatif daripada aktiva dan pasiva tersebut dengan sebaik-baiknya.

2. Pengertian Budget (Anggaran)

Semakin kompleksnya masalah yang menyebabkan banyaknya kegiatan yang harus dilaksanakan berdasarkan perencanaan yang cermat. Budget atau anggaran adalah salah satu bentuk dari berbagai rencana yang telah disusun yang mencakup berbagai kegiatan operasional yang paling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain.

Perusahaan sebagai lembaga ekonomi yang pada umumnya selalu berusaha untuk mencapai tingkat efisiensi tertentu dan seterusnya memperoleh keuntungan. Untuk mencapai maksud tersebut, maka perusahaan melaksanakan kegiatan-kegiatan antara lain kegiatan fungsional bidang pemasaran produksi, tertib keuangan dan tertib administrasi. Agar masing-masing bidang dapat saling membantu dalam mencapai tujuan tersebut, maka diperlukan suatu mekanisme sistem perencanaan dan pengendalian terpadu yang dikenal dengan istilah Budget atau Anggaran.

Agar lebih jelas mengenai pengertian budget atau anggaran, berikut ini akan penulis kemukakan beberapa pendapat dari para ahli ekonomi.

R. Soemita mengemukakan pendapatnya sebagai berikut :

Budget adalah suatu alat untuk memperoleh penggunaan sumber-sumber perusahaan yang paling produktif dan menguntungkan.⁴⁾

4) R. Soemita. Management Keuangan. Jilid I. Edisi VI. Penerbit Sinar Baru, Bandung. 1981, hal 104.

Sedangkan D. Hartanto mengemukakan pengertian budget sebagai berikut :

Budget adalah suatu rencana tertulis mengenai kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh suatu organisasi selama jangka waktu tertentu. ⁵⁾

Selanjutnya M. Munandar mengemukakan bahwa :

Business Budget atau Budget (Anggaran) adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter yang berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang. ⁶⁾

Dari pendapat para ahli tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian budget mengandung empat unsur, yaitu :

1. Rencana, ialah suatu penentuan tentang aktivitas atau kegiatan yang akan dilakukan di waktu yang akan datang.
2. Meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yaitu mencakup semua kegiatan yang akan dilaksanakan oleh semua bagian-bagian yang ada dalam perusahaan.
3. Dinyatakan dalam unit moneter, yaitu unit (kesatuan) yang dapat diterapkan dalam berbagai kegiatan perusahaan yang beraneka ragam.
4. Jangka waktu tertentu yang akan datang, yang menunjukkan bahwa berlakunya untuk masa yang akan datang.

5) D. Hartanto. Akuntansi Untuk Perusahaan. Cetakan Kesatu. Edisi Kelima. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 1981, hal 135.

6) M. Munandar. Budgeting, Perencanaan, Pengkoordinasian dan Pengawasan Kerja. Edisi I. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta. 1986, hal 1.

Di samping itu dalam rangka menyusun anggaran, maka perlu diperhatikan beberapa syarat bahwa anggaran tersebut harus realistis, luwes dan kontinu.

Realistis, artinya tidak terlalu optimis dan tidak terlalu pesimis. Luwes, artinya tidak terlalu kaku, mempunyai peluang untuk disesuaikan dengan keadaan yang mungkin berubah. Sedangkan kontinu, artinya membutuhkan perhatian secara terus menerus dan tidak merupakan usaha yang insidental. Selain itu perlu diperhatikan pula bahwa perusahaan yakin bahwa dirinya mempunyai kemampuan untuk mengendalikan berbagai relevant variable dalam mencapai tujuan.

Selanjutnya dalam kaitannya dengan masalah jangka waktu, dikenal dua macam budget, yaitu :

- a. Budget Strategis (Strategic Budget), ialah budget yang berlaku untuk jangka panjang, yaitu jangka waktu yang melebihi satu tahun.
- b. Budget Taktis (Tactical Budget), ialah budget yang berlaku untuk jangka pendek, yaitu satu periode akuntansi atau kurang. 7)

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut di atas, maka budget merupakan alat perencana dan pengendalian yang memberikan kemungkinan kepada pimpinan perusahaan untuk mengharapkan perubahan dan penyesuaian kepada budget. Kebutuhan untuk setiap produksi pada setiap tingkat mempengaruhi laba perusahaan, perencanaan dan pengendalian

7) M. Munandar. Op.cit., hal 6.

adalah inti dari perencanaan laba dan sistem budget memberi gambaran yang terpadu dari operasi perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian jelaslah bahwa sistem budget adalah alat keuangan yang terpenting.

Kemudian menurut R. Soemita, rencana budget yang lengkap dalam suatu badan usaha industri terdiri dari :

- a. Fungsi Penjualan - Budget Penjualan
- b. Fungsi Produksi
 - 1) Budget Biaya Produksi yang dibagi dalam budget bahan baku, tenaga kerja, harga produksi tidak langsung.
 - 2) Budget Persediaan.
 - 3) Budget Pembelian.
- c. Fungsi Biaya Operasi
 - 1) Budget Biaya Penjualan.
 - 2) Budget Biaya Umum dan Administrasi.
- d. Budget Keuangan
 - 1) Budget Penerimaan Kas.
 - 2) Budget Pengeluaran Kas.
- e. Budget Pengeluaran Modal
 - 1) Proposal Bangunan Pabrik dan mesin atau Alat Perlengkapan.
 - 2) Proposal lainnya. 8)

8) R. Soemita. Budget Perusahaan. Penerbit Sinar Baru, Bandung. 1981, hal 24.

3. Budget Penjualan

Bagi perusahaan yang menghadapi pasar yang bersaing, maka masalah pemasaran barang yang diproduksi oleh perusahaan merupakan problem utama, yaitu masalah bagaimana usaha perusahaan agar dapat unggul dalam merebut pasar, sehingga perusahaan dapat menjual barang hasil produksinya sebanyak mungkin.

Sebaliknya, masalah produksi bukanlah merupakan problem yang sulit, sebab kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan lebih besar daripada daya serap pasarnya. Bilamana perusahaan mampu untuk memasarkan barang dalam jumlah yang besar, maka sebesar itu pulalah barang yang akan diproduksi. Sebaliknya, bilamana perusahaan mampu untuk memasarkan barang dalam jumlah sedikit, maka sedikit itu pulalah barang tersebut akan diproduksi.

Dengan demikian, besar kecilnya jumlah yang akan diproduksi tergantung pada besar kecilnya kemampuan perusahaan untuk memasarkan barang tersebut. Ini berarti bahwa budget unit yang akan diproduksi tergantung pada budget penjualan.

Menurut R. Munandar yang dimaksud dengan Budget Penjualan (Sales Budget) ialah :

Budget yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas barang) yang akan dijual, jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, walau perusahaan serta tempat (daerah) penjualan berbeda.⁹⁾

9) M. Munandar. Op.cit., hal 49.

Sifat atau ciri-ciri pasaran dari barang-barang yang diprodusir oleh suatu perusahaan perlu dianalisa bagi kepentingan perusahaan dan keseluruhannya maupun bagi kepentingan perencanaan dan pengawasan produksi. Analisa mengenai sifat pasaran ini diwujudkan dalam bentuk ramalan penjualan.

Adapun kegunaan dari peramalan penjualan adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menentukan kebijaksanaan dalam persoalan penyusunan anggaran (budgeting) yang meliputi anggaran bagi segala aktivitas yang dijalankan.
- b. Untuk pengawasan dalam persediaan (inventory control).
- c. Untuk membantu kegiatan perencanaan dan pengawasan produksi.
- d. Untuk memperbaiki semangat kerja para pekerja (buruh), karena adanya perencanaan yang baik.
- e. Dapat mengurangi banyaknya ongkos mulai (start) sampai berhenti (stop) karena telah diketahuinya aktivitas yang akan dijalankan.
- f. Merupakan ukuran yang baik untuk mengevaluasi kegiatan salesman dalam melayani daerah penjualan.
- g. Berguna untuk mengadakan perencanaan perluasan (ekspansi) perusahaan.
- h. Untuk mengurangi atau mengganti produk yang tidak memberikan keuntungan.
- i. Untuk mengawasi pembelanjaan (finacial control).

- j. Untuk menyusun kebijaksanaan kepegawaian (personal policies) yang lebih efektif dan efisien. 10)

Seorang manajer selalu dihadapkan pada masalah pembuatan rencana kegiatan perusahaan atau bagiannya. Rencana yang dimaksud adalah penentuan tahap-tahap kegiatan yang akan dilakukan dalam suatu periode di masa yang akan datang untuk mencapai suatu tujuan. Dalam pembuatan rencana inilah dibutuhkan peramalan yang menurut Sofyan Assauri dapat dibagi menjadi dua jenis peramalan, yaitu :

- a. Peramalan penjualan jangka panjang.
 - b. Peramalan penjualan jangka pendek.
- ad. a. *Peramalan penjualan jangka panjang.*

Ramalan ini mencakup perkiraan tentang penjualan dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan selama lima tahun yang akan datang. Ramalan penjualan jangka panjang ini sering mempunyai tujuan-tujuan yang berbeda dengan ramalan jangka pendek dan dimaksudkan untuk memungkinkan membuat informasi untuk pengambilan keputusan pada garis-garis kegiatan (seperti investasi jangka panjang dalam alat-alat modal), yang akan memakan waktu untuk pelaksanaannya. Perbedaan-perbedaan dalam tujuan dalam ramalan penjualan jangka panjang terlibat dalam ini dan dimaksudnya, seperti untuk perkembangan penduduk, perluasan kapasitas dan penanaman modal yang biasanya terbatas pada

10) Sofyan Assauri. Management Produksi. Edisi Ketiga. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta. 1978, hal 141.

perkiraan yang luas tentang jumlah volume penjualan. Sudah tentu tidaklah penting dan biasanya tidak akan dapat dipercaya apabila ramalan penjualan jangka panjang yang dibuat adalah terperinci, seperti yang dilakukan pada peramalan jangka pendek.

ad. b. Peramalan penjualan jangka pendek.

Ramalan ini merupakan jenis ramalan yang paling banyak dipergunakan oleh perusahaan. Biasanya ramalan ini mencakup perkiraan tentang penjualan dari produk yang dihasilkan dalam jangka waktu satu tahun atau kurang.

Ramalan ini memberikan dasar pada :

- a. Penyusunan anggaran penerimaan dan belanja perusahaan.
- b. Suatu pedoman bagi perencanaan produk.
- c. Pengawasan terhadap persediaan barang-barang yang selesai.
- d. Penentuan kebutuhan di masa yang akan datang akan tenaga kerja dan bahan.
- e. Patokan terhadap mana prestasi yang akan dinilai.

Ramalan penjualan jangka pendek biasanya dinyatakan dalam nilai atau satuan fisik dan dipecah atau dibagi menurut macam hasil produksi model-model hasil produksi tersebut dan para pemakai/konsumennya.

Dari penjelasan di atas, maka jelaslah bahwa budget penjualan adalah merupakan faktor yang paling penting dalam pengendalian perusahaan terutama dalam perencanaan laba.

Selanjutnya menurut R. Soemita bahwa rencana penjualan harus disusun untuk mencapai sasaran sebagai berikut :

1. Rencana promosi dan reklame.
2. Rencana biaya penjualan.
3. Rencana pemasaran. 11)

B. Hipotesis

Sehubungan dengan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

"Diduga bilamana volume penjualan ditingkatkan, maka laba akan cenderung untuk meningkat".

C. Definisi Konseptual

Berdasarkan judul "Perencanaan Laba Dengan Analisis Break Even Pada CV. Jawa Indah Balikpapan", maka penulis akan memberikan batasan-batasan konsep mengenai hal tersebut :

Break even dikenal dengan istilah pulang pokok, balik pokok, impas, pas-pasan. Dalam tulisan ini, penulis akan memakai istilah break even atau impas, karena kedua-duanya tidak merubah arti yang dimaksud.

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai break even atau impas, maka penulis akan kemukakan beberapa definisi break even, di antaranya :

11) R. Soemita. Op.cit., hal 73.

Menurut Soehardi Sigit :

Suatu perusahaan dikatakan Break Even apabila setelah dibuat perhitungan rugi - laba dari suatu periode kerja atau dari suatu kegiatan usaha tertentu, perusahaan itu tidak memperoleh laba, tetapi juga tidak menderita kerugian, jadi laba tidak, rugipun tidak, juga dikatakan labanya nol atau ruginya adalah nol. 12)

Sedangkan Mulyadi mendefinisikan Break Even sebagai berikut :

Impas adalah suatu keadaan di mana perusahaan tidak memperoleh laba atau tidak memperoleh rugi. Dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas apabila jumlah penghasilan sama dengan jumlah biaya, atau apabila marginal income (contribution marginal) hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap. 13)

Dengan demikian, maka analisis break even adalah suatu cara atau taktik untuk mengetahui hubungan antara penjualan, produksi, harga jual, biaya, rugi dan laba. Dengan mengetahui hubungan tersebut, maka analisis break even dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan. Salah satu kegunaannya antara lain adalah :

Sebagai dasar untuk landasan merencanakan kegiatan operasional dalam mencapai laba tertentu, jika dapat digunakan untuk merencanakan laba atau "Profit Planning".

Yang jelas analisis break even baru muncul di dalam

12) Soehardi Sigit. Analisa Break Even. Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta. 1979, hal 1.

13) Mulyadi. Akuntansi Biaya, Peranan Biaya Dalam Pengambilan Keputusan. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta. 1981, hal 48.

operasi perusahaan apabila biaya-biaya yang terjadi dapat diidentifikasi sebagai biaya tetap atau sebagai biaya variabel.

Sedangkan konsep penjualan yang dimaksud menurut Sutanto, yaitu :

Penjualan adalah merupakan usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan atau jasa-jasanya yang telah dihasilkan kepada yang memerlukannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan. ¹⁴⁾

Selanjutnya konsep laba menurut Soemarsono, yaitu :

"Laba adalah selisih antara pendapatan dan biaya". ¹⁵⁾

14) Sutanto. Teknik Menjual Barang. Penerbit Balai Aksara, Jakarta. 1977, hal 33.

15) Soemarso. Peranan Harga Pokok Dalam Menentukan Harga Jual. Edisi I. Cetakan Ketiga. ESG, Jakarta. 1984, hal 52.

BAB III

METODE PENDEKATAN

A. Definisi Operasional

Dalam penulisan ini akan diberikan suatu perumusan mengenai definisi operasional, yaitu indikator yang digunakan dalam mengukur variabel yang diselidiki.

Yang dimaksud dengan perencanaan laba dengan Analisis Break Even di sini adalah, penulis akan mencoba untuk menganalisis hasil penjualan yang sesungguhnya terjadi selama lima tahun, yakni dari tahun 1990 sampai dengan tahun 1994, dan kemudian akan merencanakan kegiatan di masa yang akan datang, yaitu merencanakan volume penjualan dan laba pada tahun 1995 dan biaya yang akan digunakan dalam proses produksi di tahun tersebut.

Sedangkan dalam penulisan ini diasumsikan semua tegel yaitu jenis tegel traso ukuran 30 cm x 30 cm (tegel traso 30/30), karena jenis ini yang paling banyak permintaannya (laku terjual).

B. Perincian Data yang Diperlukan

Sebagai bahan yang akan dianalisis dalam penulisan ini, maka akan diperlukan antara lain :

1. Data produksi CV. Jawa Indah Balikpapan dari tahun 1990 sampai dengan tahun 1994 (5 tahun).

2. Data penjualan CV. Jawa Indah Balikpapan dari tahun 1990 sampai dengan tahun 1994 (5 tahun).
3. Biaya-biaya lainnya, seperti :
 - a. Penyusutan mesin.
 - b. Penyusutan peralatan administrasi.
 - c. Pemeliharaan/reparasi mesin.
 - d. Dan biaya-biaya lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

C. Jangkauan Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian ini, maka yang menjadi daerah atau obyek penelitian bagi penyusunan skripsi ini hanya terbatas pada aspek perusahaan yang bersangkutan saja. Karena faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan tersebut sangat banyak ragamnya, maka agar dapat dijangkau oleh penulis, sasaran yang diambil hanyalah pada masalah manajemen pembelanjaan, yaitu perencanaan dengan analisis break even pada CV. Jawa Indah Balikpapan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, maka penelitian dilaksanakan melalui :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian dengan cara :
 - a. Mengadakan wawancara langsung pada pimpinan perusahaan.

- b. Membuat daftar pertanyaan secara tertulis yang diajukan kepada pimpinan perusahaan.
3. Data sekunder, yaitu data yang akan diperoleh dengan membaca buku-buku dan catatan yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

E. Analisis dan Pengujian Hipotesis

Dalam menganalisis kebenaran hipotesis yang dikemukakan, maka penulis menggunakan peralatan seperti di bawah ini.

1. Untuk meramalkan penjualan pada tahun 1995 digunakan peralatan statistik Garis Trend dengan persamaan : $Y = a + bx$

Pemecahan persamaan ini menggunakan Metode Least Square dengan rumus-rumus :

$$\Sigma Y = na + b \Sigma X$$

$$\Sigma XY = b \Sigma X^2 + a \Sigma X$$

n = jumlah data

ΣX = dapat diinformasikan sehingga sama dengan nol.

$$\Sigma Y = na$$

$$a = \frac{\Sigma Y}{n}$$

$$\Sigma XY = b \Sigma X^2$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2}$$

16)

16) Soemarso. Op.cit., hal 32.

2. Sedangkan untuk menghitung penjualan pada Break Even (Impas) dipergunakan rumus :

a. Break Even (dalam satuan produk yang dijual).

$$= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}}$$

b. Break Even (dalam rupiah penjualan).

$$= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}} \quad 17)$$

3. Selanjutnya untuk menghitung laba dengan analisis Break Even, digunakan peralatan dengan teknik persamaan, yaitu laba adalah sama dengan hasil penjualan dikurangi dengan biaya atau dapat dinyatakan dengan rumus :

$$Y = cx - bx - a \quad 18)$$

di mana :

Y = laba;

c = harga jual per satuan;

x = jumlah produk yang dijual;

b = biaya variabel per satuan;

a = biaya tetap.

Apabila persamaan tersebut dinyatakan dalam bentuk laporan rugi - laba metode derat costing sebagai berikut :

17) Mulyadi. Op.cit., hal 50.

18) Ibid., hal 48.

Hasil penjualan	cx	
Biaya Variabel	bx	
	<hr/>	
Marginal income	cx - bx	
Biaya tetap	a	
	<hr/>	
Laba	y	19)

19) Ibid., hal 49.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Perusahaan ini berbentuk dan bernama CV. Jawa Indah di Balikpapan. Pada mulanya perusahaan ini bergerak di bidang penjualan tegel yang berasal dari Surabaya, tetapi oleh pimpinan perusahaan yang pada waktu itu ingin mencoba memproduksi sendiri, maka dengan penuh keuletan akhirnya keinginan tersebut dapat terlaksana.

Perusahaan ini didirikan berdasarkan Akta Notaris Gusti Kamarudzaman, Notaris di Malang (Jawa Timur) Nomor 32 tertanggal 8 Juni 1976. Terdaftar di Kapaniteraan Pengadilan Negeri Balikpapan dengan Nomor 145/1976 tertanggal 13 Juli 1976 dengan ijin dari Dinas Perindustrian Propinsi Kalimantan Timur Kantor Kotamadya Balikpapan Nomor 296/DPB/76 tanggal 26 September 1976, maka perusahaan ini secara formal telah berdiri dengan peralatan yang masih sangat sederhana. Adapun lokasi perusahaan ini berada di Jalan Industri RT II Gunung Malang Kotamadya Balikpapan.

Sejalan dengan lajunya perkembangan pembangunan dewasa ini, terutama pembangunan fisik, di daerah Kalimantan Timur umumnya dan Balikpapan pada khususnya, maka CV. Jawa Indah inipun selalu berusaha turut serta mengisi pembangunan yang sedang giat-giatnya dilaksanakan oleh

pemerintah dewasa ini. Perusahaan CV. Jawa Indah selalu berusaha mengembangkan usahanya di bidang industri tegel, dan untuk memenuhi permintaan konsumen, maka perusahaan berusaha melayani kebutuhan-kebutuhan tersebut dengan lancar.

Tenaga kerja adalah salah satu faktor yang penting dalam perusahaan untuk melaksanakan operasinya. Tenaga kerja yang potensial adalah sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan operasinya dan meningkatkan keuntungan perusahaan, dan tenaga kerja yang murah akan mengurangi biaya-biaya operasi perusahaan.

Di perusahaan ini terdapat 65 orang tenaga kerja, yaitu 56 orang merupakan pegawai harian dan 9 orang staf.

Berikut ini dapat dilihat perincian jumlah tenaga kerja pada CV. Jawa Indah, dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Tenaga Kerja yang Bekerja pada CV. Jawa Indah Balikpapan Tahun 1994.

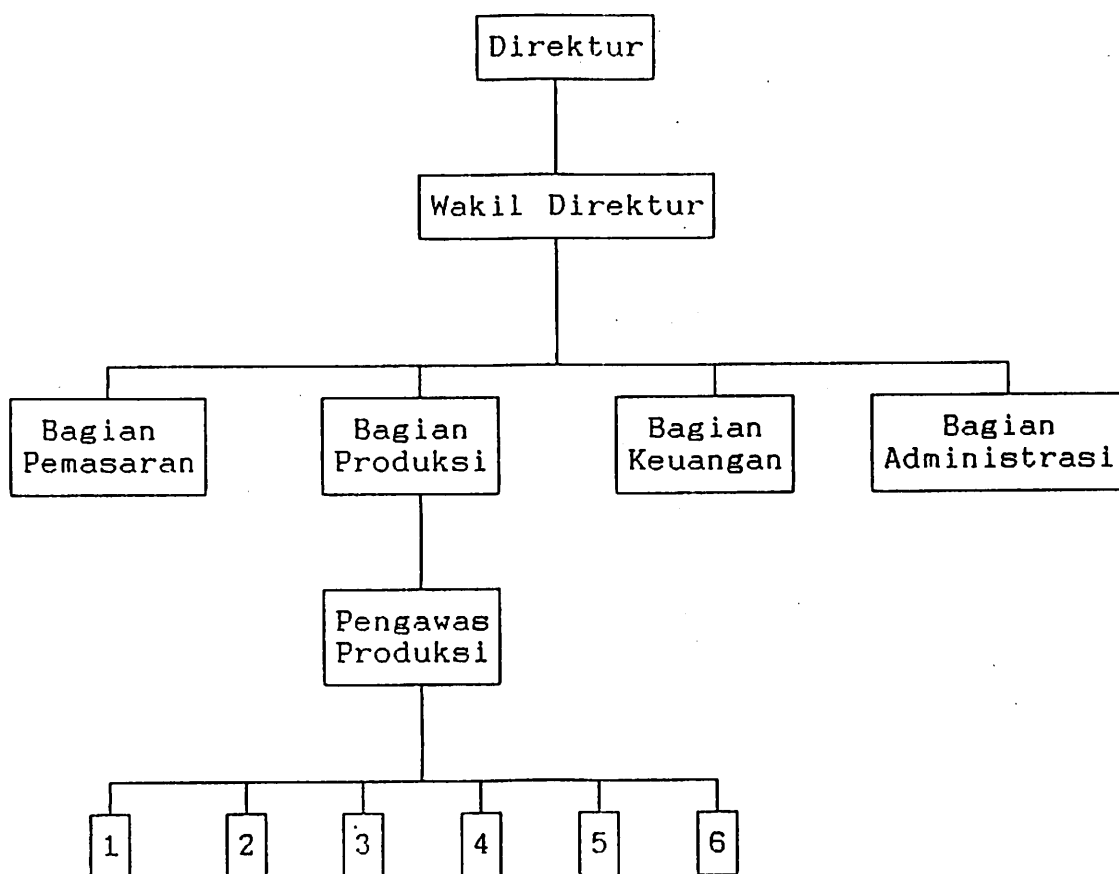
Nomor	K e t e r a n g a n	J u m l a h
1.	D i r e k t u r	1 orang
2.	Wakil Direktur	1 orang
3.	Bagian Pemasaran	1 orang
4.	Bagian Produksi	2 orang
5.	Bagian Keuangan	2 orang
6.	Pengawas Produksi	2 orang
7.	Bagian Percetakan	8 orang
8.	Pegawai lainnya (pembantu)	48 orang
J u m l a h		65 orang

Sumber : CV. Jawa Indah Balikpapan

Dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan, organisasi merupakan alat yang diperlukan oleh suatu perusahaan.

Struktur organisasi dari suatu perusahaan adalah merupakan hal yang penting, karena struktur organisasi dapat memberikan penjelasan kepada para anggota mengenai fungsi-fungsi serta hubungan di antara fungsi-fungsi tersebut dan wewenang serta tanggung jawab, sehingga pada hakekatnya struktur organisasi merupakan pola tertentu untuk melaksanakan aktivitas-aktivitasnya.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan disajikan struktur organisasi CV. Jawa Indah Balikpapan.



Gambar 1. Struktur Organisasi CV. Jawa Indah Balikpapan

Keterangan :

1. Bagian Pembersihan
2. Bagian Campur
3. Bagian Cetak
4. Bagian Rendam
5. Bagian Sigiran
6. Bagian Pengangkutan dan Pergerakan Bahan

Sumber : CV. Jawa Indah Balikpapan.

Dari bagan tersebut dapat dilihat bahwa struktur organisasi CV. Jawa Indah ini adalah organisasi lini (garis). Di sini Direktur perusahaan, yaitu H. Achmad Hanafiah Zakaria dengan dibantu oleh Muhammad sebagai Wakil Direktur, membawahi langsung Bagian Pemasaran, Bagian Produksi, Bagian Pembukuan, dan Bagian Administrasi.

Dalam kegiatan proses produksi peralatan yang dipergunakan perusahaan ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Daftar Peralatan yang Dipergunakan untuk Proses Produksi CV. Jawa Indah Balikpapan

No.	U n i t	Jenis Peralatan
1.	6 unit	Mesin Press
2.	1 unit	Genset, 2 buah mesin pompa
3.	2 unit	Mesin Potong Tegel
4.	2 unit	Molen (mesin pencampur semen)
5.	1 unit	Truck Colt Diesel
6.	1 unit	Gedung
7.	1 unit	Kantor
8.	1 unit	Mesin Tik
9.	1 unit	Mesin Hitung
10.	2 unit	Lemari File
11.	4 unit	Meja dan Kursi
12.	1 set	Kursi Tamu

Sumber : CV. Jawa Indah Balikpapan.

B. Produksi dan Penjualan CV. Jawa Indah dari Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994

Untuk melihat perkembangan produksi dan penjualan tegel traso di perusahaan ini, berikut disajikan tabel berikut ini.

Tabel 3. Produksi CV. Jawa Indah dari Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994.

Nomor	Tahun	Jumlah Produksi (dalam keping)
1.	1990	148.786
2.	1991	163.140
3.	1992	165.653
4.	1993	171.030
5.	1994	175.450

Sumber : CV. Jawa Indah Balikpapan.

Tabel 4. Penjualan CV. Jawa Indah dari Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994.

Nomor	Tahun	Jumlah Penjualan (dalam keping)
1.	1990	146.286
2.	1991	159.930
3.	1992	164.617
4.	1993	170.576
5.	1994	173.750

Sumber : CV. Jawa Indah Balikpapan.

C. Biaya dan Harga

Sebagaimana diketahui bahwa dalam rangka kegiatan produksi dan pemasaran tegel traso tersebut, perusahaan telah mengeluarkan biaya, di mana biaya tersebut diperinci dalam :

1) Biaya Variabel

Biaya variabel setiap tahun terdiri dari :

Tahun 1990

a) Bahan baku		
- Semen putih	Rp 19.838.150,-	
- Tepung	Rp 3.223.700,-	
- Batu Traso	Rp 14.878.600,-	
		————— Rp 37.940.450,-
b. Solar		Rp 2.480.000,-
c. Upah buruh		Rp 17.110.390,-
		————— +
Jumlah biaya prod. variabel	Rp 57.530.840,-	
d. Biaya pemasaran	Rp 1.462.860,-	
		————— +
Jumlah biaya variabel	Rp 58.993.700,-	

Tahun 1991

a) Bahan baku		
- Semen putih	Rp 22.336.575,-	
- Tepung	Rp 3.534.700,-	
- Batu Traso	Rp 16.314.000,-	
		————— Rp 42.185.275,-
b. Solar		Rp 4.078.500,-
c. Upah buruh		Rp 19.073.750,-
		————— +
Jumlah biaya prod. variabel	Rp 65.337.525,-	
d. Biaya pemasaran	Rp 1.599.300,-	
		————— +
Jumlah biaya variabel	Rp 66.936.825,-	

Tahun 1992

a) Bahan baku		
- Semen putih	Rp 22.502.150,-	
- Tepung	Rp 3.589.300,-	
- Batu Traso	Rp 16.565.300,-	
	<hr/>	Rp 42.656.750,-
b. Solar		Rp 5.704.200,-
c. Upah buruh		Rp 20.050.100,-
		<hr/> +
Jumlah biaya prod. variabel		Rp 68.411.050,-
d. Biaya pemasaran		Rp 1.646.175,-
		<hr/> +
Jumlah biaya variabel		Rp 70.057.225,-

Tahun 1993

a) Bahan baku		
- Semen putih	Rp 23.089.050,-	
- Tepung	Rp 3.705.650,-	
- Batu Traso	Rp 17.103.000,-	
	<hr/>	Rp 43.897.700,-
b. Solar		Rp 6.271.100,-
c. Upah buruh		Rp 19.668.450,-
		<hr/> +
Jumlah biaya prod. variabel		Rp 69.837.250,-
d. Biaya pemasaran		Rp 1.705.800,-
		<hr/> +
Jumlah biaya variabel		Rp 71.543.050,-

Tahun 1994

a) Bahan baku

- Semen putih Rp 23.830.600,-

- Tepung Rp 4.181.325,-

- Batu Traso Rp 19.299.500,-

	Rp 47.311.425,-
--	-----------------

b. Solar Rp 5.848.400,-

c. Upah buruh Rp 20.176.750,-

	+ Rp 73.336.575,-
--	----------------------

d. Biaya pemasaran Rp 1.732.250,-

	+ Rp 75.068.825,-
--	----------------------

Dari data di atas, maka biaya produksi variabel per keping adalah :

Tahun 1990

- Jumlah produksi tegel traso 148.786 keping.

- Jumlah biaya produksi variabel Rp 57.530.840,00

Biaya produksi variabel per keping =

$$\frac{\text{Rp } 57.530.840,00}{148.786} = \text{Rp } 386,67$$

Tahun 1991

- Jumlah produksi tegel traso 163.140 keping.

- Jumlah biaya produksi variabel Rp 65.337.525,00

Biaya produksi variabel per keping =

$$\frac{\text{Rp } 65.337.525,00}{163.140} = \text{Rp } 400,50$$

Tahun 1992

- Jumlah produksi tegel traso 165.653 keping.
 - Jumlah biaya produksi variabel Rp 68.411.050,00
- Biaya produksi variabel per keping =
Rp 68.411.050,00
 165.653 = Rp 412,98

Tahun 1993

- Jumlah produksi tegel traso 171.030 keping.
 - Jumlah biaya produksi variabel Rp 69.837.250,00
- Biaya produksi variabel per keping =
Rp 69.837.250,00
 171.030 = Rp 408,33

Tahun 1994

- Jumlah produksi tegel traso 175.450 keping.
 - Jumlah biaya produksi variabel Rp 73.336.575,00
- Biaya produksi variabel per keping =
Rp 73.336.575,00
 175.450 = Rp 417,99

2) Biaya Tetap

Biaya tetap setiap tahun terdiri dari :

Tahun 1990

- Biaya pemeliharaan	Rp 5.750.000,-
- Penyusutan-penyusutan	Rp 2.813.500,-
- Gaji pegawai	Rp 35.507.750,-
- Biaya listrik dan telepon	Rp 2.513.100,-
- Biaya administrasi kantor	Rp 5.400.700,-
- Biaya kesejahteraan pegawai	Rp 2.016.300,-
	<hr style="width: 20%; margin-left: auto; margin-right: 0;"/>
Jumlah biaya tetap	Rp 54.001.350,-

Tahun 1991

- Biaya pemeliharaan	Rp 2.900.375,-
- Penyusutan-penyusutan	Rp 2.813.500,-
- Gaji pegawai	Rp 38.267.150,-
- Biaya listrik dan telepon	Rp 2.477.400,-
- Biaya administrasi kantor	Rp 5.300.125,-
- Biaya kesejahteraan pegawai	Rp 2.317.200,-

Jumlah biaya tetap Rp 54.075.750,-

Tahun 1992

- Biaya pemeliharaan	Rp 2.925.275,-
- Penyusutan-penyusutan	Rp 2.813.500,-
- Gaji pegawai	Rp 38.814.425,-
- Biaya listrik dan telepon	Rp 2.170.100,-
- Biaya administrasi kantor	Rp 4.900.700,-
- Biaya kesejahteraan pegawai	Rp 2.475.100,-

Jumlah biaya tetap Rp 54.099.170,-

Tahun 1993

- Biaya pemeliharaan	Rp 3.287.250,-
- Penyusutan-penyusutan	Rp 2.813.500,-
- Gaji pegawai	Rp 39.384.700,-
- Biaya listrik dan telepon	Rp 2.100.450,-
- Biaya administrasi kantor	Rp 3.700.875,-
- Biaya kesejahteraan pegawai	Rp 2.590.400,-

Jumlah biaya tetap Rp 53.877.175,-

Tahun 1994

- Biaya pemeliharaan	Rp 2.250.300,-
- Penyusutan-penyusutan	Rp 2.813.500,-
- Gaji pegawai	Rp 40.617.150,-
- Biaya listrik dan telepon	Rp 2.150.700,-
- Biaya administrasi kantor	Rp 3.454.800,-
- Biaya kesejahteraan pegawai	Rp 2.700.475,-
	<hr/>
Jumlah biaya tetap	Rp 53.986.925,-

Sedangkan harga jual dari tahun 1990 sampai sekarang adalah Rp 870,- per keping dan perencanaan laba yang diinginkan pada tahun 1995 adalah sebesar 16 %.

BAB V
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Untuk dapat mencapai tujuan penelitian ini, maka data yang telah diperoleh dianalisis terlebih dahulu. Dalam menghitung laba yang telah diperoleh perusahaan dari tahun 1990 sampai dengan tahun 1994, maka harus diperhitungkan dahulu jumlah produk yang telah diproduksi maupun yang telah dijual selama periode tersebut.

Sedangkan untuk perhitungan produk pada tahun 1990, maka penulis menggunakan asumsi bahwa persediaan awal tahun tidak ada. Dengan kata lain semua produk yang dihasilkan pada tahun 1989 telah habis terjual.

Adapun perhitungan produk tersebut dapat dilihat pada Tabel 5 berikut :

Tabel 5. Perhitungan Produk yang Telah Diproduksi/Dijual dari Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994 (dalam keping).

Keterangan	Tahun				
	1990	1991	1992	1993	1994
Persediaan Awal	-	2.500	5.170	6.746	7.200
P r o d u k s i	148.786	163.140	165.653	171.030	175.450
J u m l a h	148.786	165.640	171.363	177.776	182.650
P e n j u a l a n	146.286	159.930	164.617	170.576	173.750
Persediaan Akhir	2.500	5.710	6.746	7.200	8.900

Sumber : Diolah dari Tabel 3 dan Tabel 4.

Dari Tabel 5 tersebut, maka laba yang diperoleh perusahaan adalah :

a) Tahun 1990

Hasil Penjualan			
(148.826 x Rp 870,-)		Rp 129.008.820,-	100 %
<u>Biaya Variabel</u>			
Persediaan awal	Rp	0	
Biaya produksi variabel	Rp	57.530.840,-	
Biaya pemasaran	Rp	1.462.860,-	
		<hr/>	
		Rp 58.993.700,-	
Persediaan akhir			
(2.500 x Rp 386,67)	Rp	966.675,-	
		<hr/>	
Jumlah Biaya Variabel		Rp 58.027.025,-	44,98 %
		<hr/>	
Contribution Margin		Rp 70.981.795,-	55,02 %
Biaya Tetap		Rp 54.001.350,-	41,43 %
		<hr/>	
L a b a		Rp 16.980.445,-	13,16 %

b) Tahun 1991

Hasil Penjualan

(159.930 x Rp 870,-) Rp 139.139.100,- 100 %

Biaya Variabel

Persediaan awal Rp 966.675,-

Biaya produksi variabel Rp 65.337.525,-

Biaya pemasaran Rp 1.599.300,-

Rp 67.903.500,-

Persediaan akhir

(5.710 x Rp 400,50) Rp 2.286.855,-

Jumlah Biaya Variabel Rp 65.616.645,- 47,16 %

Contribution Margin Rp 73.522.455,- 52,84 %

Biaya Tetap Rp 54.075.750,- 38,86 %

L a b a Rp 19.446.705,- 13,98 %

c) Tahun 1992

Hasil Penjualan

(164.617 x Rp 870,-) Rp 143.216.790,- 100 %

Biaya Variabel

Persediaan awal Rp 2.286.855,-

Biaya produksi variabel Rp 68.411.050,-

Biaya pemasaran Rp 1.646.175,-

Rp 72.344.080,-

Persediaan akhir

(6.746 x Rp 412,98) Rp 2.785.963,-

Jumlah Biaya Variabel Rp 69.558.117,- 48,57 %

Contribution Margin Rp 73.658.673,- 51,43 %

Biaya Tetap Rp 54.099.170,- 37,77 %

L a b a Rp 19.559.503,- 13,66 %

d) Tahun 1993

Hasil Penjualan

(170.576 x Rp 870,-) Rp 148.401.120,- 100 %

Biaya Variabel

Persediaan awal Rp 2.785.963,-

Biaya produksi variabel Rp 69.837.250,-

Biaya pemasaran Rp 1.705.800,-

Rp 74.329.013,-

Persediaan akhir

(7.200 x Rp 408,33) Rp 2.939.976,-

Jumlah Biaya Variabel Rp 71.389.037,- 48,11 %

Contribution Margin Rp 77.012.083,- 51,89 %

Biaya Tetap Rp 53.877.175,- 36,30 %

L a b a Rp 23.134.908,- 15,59 %

d) Tahun 1994

Hasil Penjualan			
(173.750 x Rp 870,-)		Rp 151.162.500,-	100 %
 <u>Biaya Variabel</u>			
Persediaan awal	Rp 2.939.976,-		
Biaya produksi variabel	Rp 73.366.575,-		
Biaya pemasaran	Rp 1.732.250,-		
		<hr/>	
	Rp 78.008.801,-		
Persediaan akhir			
(8.900 x Rp 417,99)	Rp 3.720.111,-		
		<hr/>	
Jumlah Biaya Variabel		Rp 74.288.690,-	49,11 %
		<hr/>	
Contribution Margin		Rp 76.873.810,-	50,89 %
Biaya Tetap		Rp 53.986.925,-	35,71 %
		<hr/>	
L a b a		Rp 22.886.885,-	15,18 %

Kemudian dari hasil penelitian pula, maka dapat dihitung Break Even-nya sebagai berikut :

a) Tahun 1990

Break Even (dalam rupiah penjualan)

$$= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}}$$

$$\begin{aligned}
 & \text{Rp } 54.001.350,- \\
 = & \frac{\text{Rp } 386,67}{1 - \frac{\text{Rp } 870,-}{\text{Rp } 54.001.350,-}} \\
 & \text{Rp } 54.001.350,- \\
 = & \frac{\text{Rp } 54.001.350,-}{1 - 0,44445} \\
 & \text{Rp } 54.001.350,- \\
 = & \frac{\text{Rp } 54.001.350,-}{0,55555} \\
 = & \text{Rp } 97.203.402,03
 \end{aligned}$$

Break Even (dalam satuan produk yang dijual)

$$\begin{aligned}
 & \text{Biaya tetap} \\
 = & \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}} \\
 & \text{Rp } 54.001.350,- \\
 = & \frac{\text{Rp } 54.001.350,-}{\text{Rp } 870,00 - \text{Rp } 386,67} \\
 & \text{Rp } 54.001.350,- \\
 = & \frac{\text{Rp } 54.001.350,-}{\text{Rp } 483,33} \\
 = & 111.727,7 \text{ unit} \\
 = & 111.728 \text{ keping (dibulatkan)}.
 \end{aligned}$$

b) Tahun 1991

Break Even (dalam rupiah penjualan)

$$\begin{aligned}
 & \text{Biaya tetap} \\
 = & \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}} \\
 & \text{Rp } 54.075.750,- \\
 = & \frac{\text{Rp } 54.075.750,-}{1 - \frac{\text{Rp } 400,50}{\text{Rp } 870,-}} \\
 & \text{Rp } 54.075.750,- \\
 = & \frac{\text{Rp } 54.075.750,-}{1 - 0,46034}
 \end{aligned}$$

$$= \frac{\text{Rp } 54.075.750,-}{0,53966}$$

$$= \text{Rp } 100.203.368,80$$

Break Even (dalam satuan produk yang dijual)

$$= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 54.075.750,-}{\text{Rp } 870,00 - \text{Rp } 400,50}$$

$$= \frac{\text{Rp } 54.075.750,-}{\text{Rp } 469,50}$$

$$= 115.177,3 \text{ unit}$$

$$= 115.177 \text{ keping (dibulatkan).}$$

c) Tahun 1992

Break Even (dalam rupiah penjualan)

$$= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 54.099.170,-}{1 - \frac{\text{Rp } 412,98}{\text{Rp } 870,-}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 54.099.170,-}{1 - 0,47469}$$

$$= \frac{\text{Rp } 54.099.170,-}{0,52531}$$

$$= \text{Rp } 101.081.589,40$$

Break Even (dalam satuan produk yang dijual)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 54.099.170,-}{\text{Rp } 870,00 - \text{Rp } 412,98} \\
 &= \frac{\text{Rp } 54.099.170,-}{\text{Rp } 457,02} \\
 &= 116.185,7 \text{ unit} \\
 &= 116.186 \text{ keping (dibulatkan)}.
 \end{aligned}$$

d) Tahun 1993

Break Even (dalam rupiah penjualan)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.877.175,-}{1 - \frac{\text{Rp } 408,33}{\text{Rp } 870,-}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.877.175,-}{1 - 0,46934} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.877.175,-}{0,53066} \\
 &= \text{Rp } 101.528.615,30
 \end{aligned}$$

Break Even (dalam satuan produk yang dijual)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.877.175,-}{\text{Rp } 870,00 - \text{Rp } 408,33}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Rp } 53.877.175,-}{\text{Rp } 461,67} \\
 &= 116.700,6 \text{ unit} \\
 &= 116.701 \text{ keping (dibulatkan)}.
 \end{aligned}$$

e) Tahun 1994

Break Even (dalam rupiah penjualan)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{1 - \frac{\text{Rp } 417,99}{\text{Rp } 870,-}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{1 - 0,48045} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{0,51955} \\
 &= \text{Rp } 103.910.932,50
 \end{aligned}$$

Break Even (dalam satuan produk yang dijual)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{\text{Rp } 870,00 - \text{Rp } 417,99} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{\text{Rp } 452,01} \\
 &= 119.437,5 \text{ unit} \\
 &= 119.438 \text{ keping (dibulatkan)}.
 \end{aligned}$$

Sedangkan ramalan penjualan di masa yang akan datang dihitung berdasarkan data lima tahun yang lalu, yaitu tahun 1990 sampai dengan tahun 1994 seperti nampak pada perhitungan di bawah ini :

Tabel 6. Perhitungan Least Square untuk Tahun 1990 sampai dengan Tahun 1994.

Tahun	X	Y	XY	X ²	Y'
1990	- 2	146.286	- 292.572	4	?
1991	- 1	159.930	- 159.930	1	?
1992	0	164.617	0	0	?
1993	1	170.576	170.576	1	?
1994	2	173.750	347.500	4	?
Jumlah	0	815.159	65.574	10	.

Sumber : Diolah dari Tabel 5.

Keterangan :

Y = jumlah penjualan dalam kepeng.

Persamaan Trend : $Y = a + bx$, di mana :

$$I. \Sigma Y = na + b \Sigma X, \text{ karena } \Sigma X = 0$$

$$\Sigma Y = na$$

$$a = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{815.159}{5} = 163.031,8$$

$$II. \Sigma XY = a \Sigma X + b \Sigma X^2, \text{ karena } \Sigma X = 0$$

$$\Sigma XY = b \Sigma X^2$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{65.574}{10} = 6.557,4$$

Persamaan Trend : $Y = a + bx$

$$Y = 163.031,8 + 6.557,4 X$$

Ramalan penjualan untuk tahun 1995, sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Tahun 1995} &= 163.031,8 + 6.557,4 (3) \\ &= 182.704 \text{ keping} \end{aligned}$$

Selanjutnya berdasarkan ramalan penjualan tersebut di atas, maka perusahaan dapat mengetahui biaya produksi variabel yang akan dikeluarkan pada tahun tersebut.

Dalam perhitungan ini diasumsikan bahwa perusahaan tegel ini memproduksi dalam kapasitas normal, sehingga biaya tetapnya tidak mengalami penurunan maupun kenaikan. Sedangkan harga pasarpun diasumsikan tetap juga. Dengan memasukan data-data yang didapat ke dalam persamaan berikut :

$$Y = cx - bx - a, \text{ maka}$$

$$\text{Hasil penjualan} = 182.704 \times \text{Rp } 870,- = \text{Rp } 158.952.480,-$$

Laba yang diinginkan pada tahun 1995 adalah :

$$Y = 16 \%$$

$$Y = 16 \% \times \text{Rp } 158.952.480,- = \text{Rp } 25.432.396,80$$

$$Y = cx - bx - a$$

$$\text{Rp } 25.432.396,80 = \text{Rp } 870,- (182.704) - b (182.704) - \text{Rp } 53.986.925,-$$

$$\text{Rp } 25.432.396,80 = \text{Rp } 158.952.480,- - 182.704 b - \text{Rp } 53.986.925,-$$

$$182.704 b = \text{Rp } 158.952.480,- - \text{Rp } 53.986.925,- - \text{Rp } 25.432.396,80$$

$$b = \frac{\text{Rp } 79.533.158,20}{182.704} = \text{Rp } 435,31/\text{keping}$$

Kemudian berdasarkan perhitungan tersebut, maka perusahaan dapat mengetahui berapa penjualan yang harus dipertahankan agar tidak menderita kerugian ataupun memperoleh keuntungan (Break Even/Impas, laba = 0, Y = 0).

Adapun perhitungan penjualan dalam keadaan break even/impas adalah sebagai berikut :

Break Even (dalam rupiah penjualan)

$$= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{1 - \frac{\text{Rp } 435,31}{\text{Rp } 870,-}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{1 - 0,5004}$$

$$= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{0,4996}$$

$$= \text{Rp } 108.060.298,24$$

Break Even (dalam satuan produk yang dijual)

$$= \frac{\text{Biaya tetap}}{\frac{\text{Harga jual per satuan}}{\text{Biaya variabel per satuan}} - 1}$$

$$= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{\frac{\text{Rp } 870,00}{\text{Rp } 435,31} - 1}$$

$$= \frac{\text{Rp } 53.986.925,-}{\text{Rp } 434,69}$$

$$= 124.196,15 \text{ unit}$$

$$= 124.196 \text{ keping (dibulatkan).}$$

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab terdahulu, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan hasil pada analisis dan pembahasan, maka perusahaan CV. Jawa Indah dapat mengetahui besarnya penjualan yang seharusnya dilakukan pada tahun 1995, yaitu sebanyak 182.704 keping atau sebesar Rp 158.925.480,-
2. Dengan diketahuinya penjualan yang seharusnya pada tahun 1995 itu, dapatlah diketahui harga pokok untuk setiap kepingnya, yaitu sebesar Rp 435,31.
3. Setelah dianalisis, maka besarnya penjualan yang dipertahankan agar tidak menderita kerugian ataupun memperoleh keuntungan adalah sebesar Rp 108.060.298,24 atau sebanyak 124.196 keping.

B. Saran-saran

Dari kesimpulan di atas, dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Tingkat penjualan yang ada di atas tingkat Break Even diharapkan dapat dipertahankan, oleh karena biaya-biaya yang terjadi di perusahaan tersebut

dapat meningkat, sedangkan tingkat penjualannya dipengaruhi oleh kebutuhan manusia dan perusahaan pesaing yang ada kemungkinannya naik atau turun.

2. Disarankan agar pihak perusahaan dalam merencanakan laba penjualan yang berkaitan dengan volume/omset penjualan dapat berpedoman pada perhitungan analisis Break Even.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 1978. Manajemen Produksi. Edisi Ketiga. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Hartanto, D. 1981. Akuntansi Untuk Perusahaan. Cetakan Kesatu. Edisi Kelima. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Mulyadi. 1981. Akuntansi Biaya, Peranan Biaya Dalam Pengambilan Keputusan. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Munandar, M. 1986. Budgeting, Perencanaan, Pengkoordinasian dan Pengawasan Kerja. Edisi I. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Nitisemito, A.S. 1984. Pembelanjaan Perusahaan. Cetakan Keenam. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Riyanto, B. 1981. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Kedua. Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta.
- Sigit, S. 1979. Analisa Break Even. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Gajah Mada, Yogyakarta.
- Soemarso, S.R. 1984. Peranan Harga Pokok Dalam Menentukan Harga Jual. Edisi I. Cetakan Ketiga. ESG, Jakarta.
- Soemita, R. 1981. Manajemen Keuangan. Jilid I. Edisi VI. Penerbit Sinar Baru, Bandung.
- Soemita, R. 1981. Budget Perusahaan. Penerbit Sinar Baru, Bandung.
- Sutanto. 1977. Teknik Menjual Barang. Penerbit Balai Aksara, Jakarta.
- Terry, G.R. 1981. Principles of Management. Disarikan oleh N. Halim. Cetakan Kedua. Penerbit Cahaya Remaja, Bandung.