

**ANALISIS BREAK EVEN POINT
PADA USAHA CUCI FOTO IRAMA FOTO
DI SAMARINDA**

Oleh :

SIYAM

NIM : 9212112

NIRM : 92.11.311.401101.00782



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MUHAMMADIYAH
SAMARINDA
1998**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : ANALISIS BREAK EVEN POINT PADA USAHA CUCI
FOTO IRAMA FOTO DI SAMARINDA

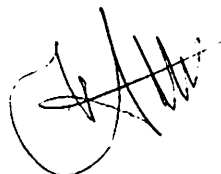
Nama Mahasiswa : S I Y A M

N I M : 9212112

Jurusan : Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing I,



Drs. SIBURAN, M.Agr

Pembimbing II,



Drs. M. HERMANTO

Mengetahui,

Ketua STIE Muhammadiyah

Samarinda

Drs. H. M. ARIFIN .H

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

1. Nama Penulis : Siyam
2. Tempat Tanggal Lahir : Karanganyar, 02 Februari 1972
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Jl.Suwandi No.53 RT.25/09 Samarinda
6. Riwayat Pendidikan :
 - Tamat Sekolah Dasar Tahun 1981
 - Tamat Sekolah Menengah Pertama Tahun 1987
 - Tamat Sekolah Menengah Ekonomi Atas Tahun 1992
 - Masuk Kuliah di STIE Muhammadiyah Tahun 1992

B. Data Keluarga :

1. Nama : Asrul Sani, SP
2. Nama Anak :
 - Rizqi Fakhri Alfurqan
 - Rizqi Fikri Alkautsar

- C. Riwayat Pekerjaan : Pada tahun 1989 diterima bekerja sebagai staf administrasi pada Colorado Training Center hingga tahun 1992 dan pada bulan Desember 1992 diterima pada konsultan Pengawas PT Delta Tama Wajo Corp. Proyek Rehabilitasi Pelabuhan Samarinda hingga tahun 1995.

D. Data Orang Tua :

1. Nama Bapak : Abdul Muchsin
2. Nama Ibu : Painem

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati penulis memanjatkan rasa syukur yang tak terhingga ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Didalam menyusun skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Ketua STIE Muhammadiyah Samarinda yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Siburian M.Agr dan Bapak Drs. M. Hermanto yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menyusun skripsi ini.
3. Bapak Pimpinan dan seluruh karyawan usaha cuci cetak foto di Samarinda yang telah memberikan data-data dan keterangan yang penulis perlukan.
4. Bapak dan ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis.
5. Terima kasih yang tak terhingga pula untuk suami tercinta yang telah mencurahkan segenap perhatian dan bantuannya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Ucapan terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat yang telah banyak memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis berharap bahwa penulisan skripsi ini dapat bermanfaat untuk usaha cuci cetak foto Irama Foto Samarinda dan pihak lain yang berkepentingan.

Samarinda, Oktober 1998

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	5
D. Sistematika Penulisan	5
BAB II. DASAR TEORI	7
A. Akuntansi Biaya	7
1. Pengertian Biaya	7
2. Penggolongan Biaya	8
B. Break Even	11
1. Pengertian Break Even	11
2. Konsep Dasar Analisa Break Even	14
3. Teknik Penentuan Break Even	16
4. Kegunaan Break Even Point	23
C. Hipotesa	24
D. Definisi Konseptual	24
BAB III. METODE PENDEKATAN	26
A. Definisi Operasional	26

B. Rincian Data Yang Diperlukan	28
C. Jangkauan Penelitian	28
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Analisis Dan Pengujian Hipotesis	29
BAB IV. HASIL PENELITIAN	31
A. Sejarah Singkat Perusahaan	31
B. Struktur Organisasi	32
C. Jam Kerja Perusahaan	36
D. Sistem Kerja Perusahaan	36
E. Hasil Penjualan Perusahaan	39
BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran-saran	56

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Tubuh Utama	Halaman
1.	Jumlah Penjualan Irama Foto bulan Mei sampai dengan September 1997 dari berbagai masing-masing ukuran	40
2.	Jumlah penjualan Irama Foto secara keseluruhan dari bulan Mei sampai September 1997	41
3.	Pengeluaran Biaya Variabel dan biaya tetap empat jenis ukuran pada Irama Foto Samarinda .	41
4.	Biaya yang dikeluarkan sejak 01 Mei 1997 sampai dengan 31 September 1997	42
5.	Perhitungan rugi laba per jenis ukuran Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Tubuh Utama	Halaman
1.	Break Even Chart, Dimana Garis Biaya Tetap digambarkan sejajar dengan sumbu Horizontal	21
2.	Break Even Chart, Dimana Garis Biaya Tetap digambarkan sejajar dengan garis biaya variabel.	22
3.	Struktur Organisasi Irama Foto Samarinda	33
4.	Posisi Break Even Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda, ukuran 2 x 3 cm, 3 x 4 cm, dan 4 x 6 cm	52
5.	Posis Break Even Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda, Ukuran 8 x 12 cm (3R)	53
6.	Posisi Break Even Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda, Ukuran 12 x 17 cm (5R)	
7.	Posisi Break Even Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda, Ukuran 19 x 24 cm (10R)	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan pembangunan di Indonesia setiap tahun meningkat sesuai dengan bidang masing-masing. Tujuan pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan adil makmur dan merata.

Usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat memerlukan peningkatan kualitas sumber daya manusia, peningkatan kualitas sumber daya manusia, peningkatan kualitas sumber daya manusia bertujuan untuk meningkatkan produktifitas yang tinggi membawa nilai tambah sehingga menambah kesejahteraan.

Adanya peningkatan sumber daya manusia secara tidak langsung memerlukan spesialisasi suatu bidang kegiatan. Tanpa adanya spesialisasi kemajuan suatu bidang akan lamban karena seluruh bidang kegiatan memerlukan spesialisasi. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi spesialisasi suatu kegiatan maka semakin tinggi teknologinya.

Dokumentasi adalah salah satu bidang kegiatan yang memerlukan spesialisasi tinggi. Bidang dokumentasi berkembang sesuai kebutuhan seiring dengan kemajuan teknologi.

Dalam kehidupan sehari-hari bidang dokumentasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat ditinggalkan. Setiap manusia memerlukan kebutuhan dokumentasi.

Kebutuhan dokumentasi dibutuhkan manusia pelengkap administrasi, sebagai arsip, sebagai kenangan dan sebagai alat komunikasi. Kegiatan fotografi merupakan kegiatan yang lebih spesifik dari kegiatan dokumentasi.

Untuk membantu masyarakat Kota Madya Samarinda dalam memenuhi kebutuhan bidang dokumentasi atas inisiatif Bapak Joyo Suwarno didirikan foto studio yang bernama Irama Foto.

Didirikannya foto studio Irama foto didalamnya terdapat kegiatan fotografi yaitu cuci cetak foto. Didirikannya usaha cuci cetak foto bukan hanya semata-mata ingin membantu kebutuhan masyarakat Kota Madya Samarinda namun juga ingin memperoleh keuntungan dari usaha tersebut.

Sebagai alternatif yang mendasari keputusan untuk mendirikan usaha cuci cetak foto selain membantu dan ingin memperoleh keuntungan juga adanya peluang yang memungkinkan untuk usaha tersebut. Selain itu kegiatan fotografi menempati posisi penting keberadaanya disela-sela kesibukan masyarakat Kota Madya Samarinda dan sekitarnya.

Dari berbagai ukuran cuci cetak foto yang dipesan masyarakat konsumen yang ada disekitar dan paling ramai adalah ukuran 2 x 3

cm dan 3 x4 cm. Ukuran 2 x 3 cm dan 3 x 4 cm dipakai oleh masyarakat konsumen untuk bermacam-macam kepentingan misalnya untuk pelengkap administrasi, kartu identitas, riwayat hidup, dan kartu pengenalan lainnya yang dibutuhkan sesuai dengan kepentingannya.

Manajemen Perusahaan adalah memasarkan cuci cetak foto tidak hanya ingin memuaskan konsumen saja tetapi juga ingin mencapai laba yang maksimum. Untuk mencapai tujuan perusahaan kegiatan pemasaran diarahkan untuk meningkatkan jumlah penjualan agar dapat menghasilkan laba yang diinginkan dan kontinuitas usaha dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Salah satu strategis perusahaan dalam memasarkan produknya harus mempertahankan dan memperhatikan jenis ataupun produk yang diminati konsumen dan menghasilkan laba, produk-produk mana yang kurang diminati konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat mengambil kebijaksanaan untuk masing-masing ukuran produk.

Jalur lain yang dapat ditempuh untuk mencapai laba yang maksimum adalah dengan menekan biaya produksi dengan cara membentuk Total Quality Control atau Gugus Kendali Mutu. Dengan dibentuknya Total Quality Control atau Gugus Kendali Mutu akan dapat diketahui kelemahan perusahaan. Selanjutnya dapat diketahui dimana letak pemborosan biaya disetiap bagian. Dengan diketahui kelemahan perusahaan akan dapat membantu pihak manajemen untuk mencapai

efisiensi yang tinggi. Selain itu perusahaan dapat dengan mudah mengendalikan bahan baku, pengendalian tenaga kerja, pemakaian metoda kerja yang tepat dan pemakaian waktu yang tepat.

Dalam menjalankan usahanya Irama Foto mengetahui jumlah penjualan dan biaya yang dikeluarkan secara keseluruhan dalam setiap periode akuntansi tertentu.

Adapun ukuran foto yang dipesan konsumen dan dapat dilayani oleh perusahaan bervariasi yakni ukuran 2 x 3 cm, 3 x 4 cm, 4 x 6 cm, 8 x 12 cm, (3R), 12 x 17 cm (5R) dan 19 x 24 cm (10R). Sampai pada saat ini perusahaan belum mengetahui berapa titik pulang pokok atau tingkat break even point usahanya tersebut.

Agar titik pulang pokok atau break even point dapat ditentukan secara rasional maka biaya-biaya yang terjadi dalam jangka proses produksi perlu dialokasikan secara adil pada masing-masing fungsi.

Dengan diketahui biaya untuk masing-masing fungsi maka pihak manajemen dapat mengambil tindakan atau kebijaksanaan bagi masing-masing ukuran produk yang kurang menguntungkan yaitu dengan melakukan suatu usaha peningkatan atau mencari alternatif ukuran produk yang lebih potensial untuk dipertahankan dan tingkatkan volume penjualannya.

Karena sampai saat ini pihak pimpinan Irama Foto belum mengetahui titik pulang pokok atau break even point

dalam penulisan ini diarahkan untuk membahas judul :
ANALISIS BREAK EVEN POINT PADA USAHA CUCI CETAK FOTO
IRAMA FOTO DI SAMARINDA.

B. Perumusan Masalah

Yang menjadi permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah :

"Apakah perusahaan sudah berada di atas titik break even point atau belum."

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a). Yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui alokasi biaya.
2. Untuk mengetahui titik pulang pokok atau break even point.

b). Sedangkan kegunaan penelitian adalah :

1. Untuk aplikasi teori terhadap dua biaya.
2. Sebagai bahan informasi perusahaan.
3. Sebagai bahan acuan pada penelitian lain.
4. Sebagai bahan masukan untuk kebijaksanaan selanjutnya dan perencanaan laba bagi perusahaan.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk menyusun skripsi ini meliputi beberapa bab yang terdiri dari :

- BAB I. Merupakan pendahuluan yang menguraikan latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II. Meliputi dasar teori yang menguraikan pengertian Break Even Point, teori biaya, hipotesa serta definisi konseptual.
- BAB III. Merupakan metoda pendekatan yang meliputi definisi operasional, rincian data yang diperlukan, jangkauan penelitian, teknik pengumpulan data serta alat analisa dan pengujian hipotesa.
- BAB IV. Merupakan hasil penelitian yaitu sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, jam kerja perusahaan, sistem kerja perusahaan dan hasil penjualan perusahaan.
- BAB V. Merupakan analisa dan pembahasan dimana analisa dan pembahasan ini dilakukan terhadap data yang telah diolah sedemikian rupa dari hasil penelitian dengan membuktikan hipotesa yang telah diajukan.
- BAB IV. Merupakan kesimpulan dan saran yang dikemukakan berdasarkan hasil penelitian, analisa dan pembahasan yang telah dilakukan.

BAB II

DASAR TEORI

A. Akuntansi Biaya

1. Pengertian Biaya

Pengertian biaya berkembang sedemikian rupa sehingga sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan, tetapi pengertian itu tergantung dari sudut mana para ilmuwan melihatnya.

Mulyadi memberikan pengertian biaya sebagai berikut: Didalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis (suatu sumber merupakan sumber ekonomis jika memiliki sifat kelangkaan/ scarcity), yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu 1)

Sedangkan menurut H.J. Vander Schroef yang dikutip oleh R. Soemita Adikoesoemah memberikan pengertian biaya sebagai berikut :

Biaya ialah pengorbanan-pengorbanan yang secara ekonomis tidak dapat dihindarkan untuk memproduksi barang-barang, istilah barang menunjukkan suatu pengorbanan nilai yang belum ditentukan apakah pengorbanan itu berfaedah atau tidak. Jika pengorbanan itu bertujuan maka baru dapat dikatakan bahwa pengorbanan itu adalah biaya 2)

1) Mulyadio, Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya, Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 1979

2) R. Soemita Adikoesoemah, Akuntansi Biaya dan Harga Pokok Perencanaan dan Pengendalian, Akademi Akuntansi Bandung, 1980, halaman 11-12.

Dari dua pengertian biaya tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan suatu pengorbanan yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa.

2. Penggolongan Biaya

Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang dibutuhkan oleh manajemen, agar mereka dalam mengelola perusahaan atau bagiannya secara efektif maka dalam mencatat dan menggolongkan biaya selalu diperhitungkan untuk tujuan manajemen.

Penggolongan biaya menurut Adolph Matz adalah sebagai berikut :

Penggolongan biaya menurut Adolph Matz adalah sebagai berikut :

1. Menurut sifat dari unsur yang bersangkutan (penggolongan dasar).
2. Dengan memperhatikan masa akuntansi terhadap mana mereka diterapkan.
3. Menurut kecenderungannya untuk berubah sesuai dengan volume atau kegiatan produksi.
4. Menurut hubungan dengan hasil produksi.
5. Menurut hubungannya dengan bagian produksi.
6. Menurut sifatnya sebagai biaya bersama atau gabungan.
7. Untuk perencanaan dan pengawasan.
8. Untuk proses analisa 3)

Apabila digolongkan menurut klasifikasi alamiah maka biaya menjadi :

3) Adolph Matz and Milton Usry, Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengawasan, Jilid I, Diterjemahkan oleh Hutaaruk, Erlangga, Jakarta, 1984, Halaman 48.

1. Biaya produksi, yaitu biaya yang terjadi dari tiga unsur, yaitu :
 - a. Biaya bahan baku
 - b. Biaya tenaga kerja langsung
 - c. Biaya overhead pabrik.
2. Biaya komersial, yaitu biaya-biaya yang dimulai pada waktu barang itu selesai diproduksi dan siap untuk dijual yang disebut pula biaya penjualan.
3. Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengarahannya, pengendalian dan administrasi organisasi.

Penggolongan biaya sesuai dengan tingkah laku aktifitas, untuk pengendalian biaya dan pengambilan keputusan biaya digolongkan :

- a. Biaya tetap (fixed cost).
- b. Biaya variabel (variabel cost).
- c. Biaya semi variabel (semi variabel cost).

Biaya tetap (fixed cost) adalah biaya yang harus dibayar / dikeluarkan produsen baik berproduksi maupun tidak berproduksi. Besar kecilnya biaya ini tidak dipengaruhi oleh jumlah output yang dihasilkan.

Biaya variabel (variabel cost) adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah bila jumlah output yang dihasilkan berubah, makin banyak output yang dihasilkan maka makin besar jumlah biaya variabel yang dikeluarkan.

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah bila jumlah out put yang dihasilkannya berubah, tetapi perubahan dari jumlah ini tidak sebesar seperti perubahan pada perubahan biaya variabel.

Adapun karakteristik biaya tetap adalah sebagai berikut :

- a. Jumlahnya tetap dalam suatu volume/kegiatan tertentu.
- b. Biaya tetap rata-rata perunit aktifitasnya berubah-ubah.
- c. Biaya ini digunakan kepada bagian yang ada dalam perusahaan dengan menggunakan metode perbandingan prestasi/kapasitas.
- d. Biaya ini dikontrol oleh pimpinan perusahaan dan bukan oleh kepala bagian ... 4)

Karakteristik biaya variabel adalah :

- a. Jumlah totalnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume aktifitas perusahaan.
- b. Biaya ini tetap konstan untuk tiap satuan prestasi, walaupun total prestasinya berubah-ubah.
- c. Bagian-bagian ini mudah digunakan oleh orang lain, yang melaksanakan operasi perusahaan.
- d. Biaya ini mudah dikontrol oleh bagian yang mengeluarkannya ... 5)

4) R. Soemita Adikoesoemah, Cost Accounting, Kalkulasi Harga Pokok, CV. Tarsito, Bandung, 1975, Halaman 10.

5) R. Soemita Adikoesoemah, Ibid, Halaman 10.

B. Break Even Point

1. Pengertian Break Even Point

Setiap perusahaan selalu menginginkan laba. Laba tersebut digunakan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, untuk pengembangan, untuk perluasan usaha dan deversifikasi. Break Even Point adalah salah satu alat yang digunakan untuk perencanaan laba.

Menurut Syarifudin Alwi, MS Break Even Point adalah:

Break Even Point dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan dimana perusahaan didalam operasinya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita rugi ... ⁶⁾

Pendapat dari Bambang Riyanto Break Even Point adalah :

Break Even Point adalah suatu tehnik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan ... ⁷⁾

Dengan demikian dapat dikatakan jika perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja maka tidak akan muncul masalah break even point dalam perusahaan. Masalah break even point muncul apabila perusahaan disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap.

6) Syarifudin Alwi MS, Alat-alat Analisis Dalam Pembelanjaan, Edisi ketiga, Cetakan Pertama, 1993, Andi ofset, Halaman 25.

7) Bambang Riyanto, Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Cetakan ke-15, Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada Yogyakarta, 1992, Halaman 278.

Sedangkan menurut Soehardi Sigit dalam bukunya

Analisa Break Even adalah :

Break Even adalah sebuah kata Inggris yang belum dapat dialihkan ke dalam bahasa Indonesia dengan tepat diterima oleh semua pihak. Untuk tidak menimbulkan perasaan janggal jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia maka break even itu oleh penulis diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia misalnya dari salah satu dari kata-kata : silang imbang, bak-buk, kembali pokok, tak rugi tak laba, pas-pasan, klop atau impas ...⁸⁾

Dengan demikian dapat dikatakan apabila suatu perusahaan telah dapat dibuat perhitungan rugi laba dari suatu periode kerja atau dari suatu kegiatan usaha tertentu perusahaan tidak memperoleh laba tetapi juga tidak menderita kerugian. Jadi tidak laba rugipun tidak. Jika perusahaan itu memperoleh hasil dari penjualan atau seluruh penghasilan dijumlahkan, jumlah itu sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikorbankan.

Selain itu Soehardi Sigit juga mengatakan :

Analisa BE adalah suatu cara teknik yang digunakan oleh seorang petugas atau menejer perusahaan untuk mengetahui pada volume (jumlah) penjualan dan volume produksi berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak menderita dan tidak pula memperoleh laba ...⁹⁾

Lain halnya menurut Lincoln Arsyad dalam bukunya
Ekonomi Menejerial :

⁸⁾ Soehardi Sigit, Drs. Analisis Break Even, Ancaman Linier Secara Ringkas dan Praktis, Edisi ke-3, BPF, Yogyakarta, 1990, Halaman 1.

⁹⁾ Soehardi Sigit, Ibid, Halaman 1.

Analisis pulang pokok (break even analisis) atau sering juga disebut analisis kontribusi laba merupakan tehnik analysis penting yang digunakan untuk mempelajari hubungan-hubungan antara biaya, penerimaan dan laba ... 10)

J Fred Weston dan Eugene F Brigham mengemukakan pengertian Break Even Analysis sebagai berikut :

- a. Analisis pulang pokok adalah tehnik analisa mempelajari hubungan antara biaya tetap (fixed cost), biaya variabel (variabel cost) dan laba. Apabila semua biaya dalam suatu perusahaan merupakan biaya variabel maka tidak akan timbul masalah volume pulang pokok (break even volume). Dengan adanya beberapa biaya yang variabel dan beberapa biaya tetap, perusahaan akan terpaksa menderita rugi sampai volume tertentu.
- b. Analisa pulang pokok adalah pendekatan perencanaan laba secara formil yang didasarkan atas hubungan yang tetap antara biaya pendapatan. Analisa ini merupakan alat yang menentukan titik dimana hasil penjualan persis sama dengan jumlah biayanya. Apabila perusahaan tidak ingin rugi maka jumlah penjualan harus dapat menutup semua biaya, baik biaya yang berubah secara langsung sesuai perubahan volume produksi maupun biaya tetap tidak berubah.
- c. Jenis biaya variabel antara lain upah buruh pabrik, bahan dan komisi penjualan. Sedangkan jenis biaya tetap antara lain : penyusutan pabrik dan peralatan, sewa, biaya bunga atas pinjaman gaji bagian riset, gaji bagian eksekutif dan biaya administrasi umum. 11)

10) Lincolin Arsyad, Ekonomi Manajerial, Penerapan Ekonomi Mikro Dalam Manajemen Bisnis, BPFE, Yogyakarta, 1988, Halaman 237.

11) J. Fred Weston dan Eugene F. Brigham, Manajemen Finance, alih bahasa Soemarsono SR, Penerbit Esg, Jakarta 1983, Halaman 67.

2. Konsep Dasar Analisa Break Even

Apabila perusahaan akan menggunakan Analisa BE perlu beberapa konsep-konsep yang mendasari serta keterbatasan analisa tersebut yaitu :

1. Biaya harus dapat dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua biaya tetap dan biaya tetap dan biaya variabel dan prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat bukanlah pekerjaan yang mudah karena ada beberapa biaya yang sifatnya banci yaitu biaya yang mempunyai sifat variabel dan sifat tetap (biaya semi variabel).

Terhadap biaya semi variabel ini harus dilakukan pemisahan menjadi unsur tetap dan unsur variabel secara teliti baik dengan pendekatan analistis maupun pendekatan historis.

Pendekatan analistis dilakukan dengan penelitian setiap jenis atau unsur biaya satu persatu dan ditentukan sifatnya dengan mengingat perlu tidaknya biaya yang sangkutan dalam cara kerja yang efisien. Sedangkan pendekatan historis memisahkan unsur tetap dan unsur variabel dalam biaya semi variabel berdasarkan angka-angka atau data biaya pada waktu yang lampau, kemudian dari data tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu diterapkan untuk waktu-waktu yang akan datang.

2. Bahwa biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh. Biaya tetap adalah merupakan biaya yang akan selalu terjadi walaupun perusahaan berhenti operasi. Pada umumnya perusahaan yang dapat berproduksi dalam jumlah besar (tanpa melampaui kapasitas penuh) akan dapat bekerja dengan efisien dan akan dapat menekan biaya yang terjadi termasuk biaya tetapnya. Dengan demikian pada batas-batas tertentu atau pada tingkat kapasitas

produksi/kegiatan tertentu biaya tetap akan mengalami perubahan. Oleh karena itu biaya tetap hanya konstan pada suatu tingkat kapasitas tertentu.

3. Bahwa biaya variabel akan berubah secara proposional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan. Keadaan yang demikian dalam praktek jarang terjadi misalnya biaya variabel bahan mentah, yang berarti mendapat potongan-potongan atau dapat dibeli dengan murah.
4. Harga jual per satuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum. Hal ini sulit ditemukan dalam praktek.
5. Bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau jika lebih maka kombinasi penjualannya (sales mix) akan tetap konstan.¹²⁾

Soehardi Sigit memberikan asumsi-asumsi dalam menganalisa break even termasuk menghitung dan mengumpulkan angka-angka yang dihitung. Asumsi-asumsi yang diperlukan agar dapat menganalisa break even adalah:

1. Bahwa biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan yang bersangkutan (yang dihitung BE-nya) dapat diidentifikasi (ditetapkan) sebagai biaya variabel, atau sebagai biaya tetap. Biaya-biaya yang meragukan apakah sebagai biaya variabel ataukah sebagai biaya tetap harus tegas-tegas dimasukkan salah satu "Variabel" atau "Tetap". Biaya semi variabel dimasukkan biaya variabel, biaya semi tetap dimasukkan biaya tetap. Hanya ada dua kelompok "biaya variabel" dan "biaya tetap" saja apabila kita menghitung dan membuat analisa BE.

¹²⁾ S. Munawir, Analisa Laporan Keuangan, Liberty, Yogyakarta, 1983, halaman 197.

2. Bahwa yang ditetapkan sebagai biaya tetap itu akan tetap konstan, tidak mengalami perubahan meskipun volume produksi atau volume kegiatan berubah.
3. Bahwa yang ditetapkan sebagai biaya variabel itu akan tetap sama jika dihitung biaya perunit produknya, berapapun kuantitas unit yang diproduksi. Jika kegiatan produksi berubah biaya variabel berubah proposional dalam jumlah seluruhnya, sehingga biaya perunitnya akan tetap sama.
4. Bahwa harga jual perunit akan tetap sama, berapapun banyaknya unit produk yang terjual. Harga jual perunit tidak akan turun meskipun pembeli-pembeli banyak. Juga sebaliknya tidak akan naik meskipun langganan membeli hanya sedikit. Sedikit ataupun banyak yang dibeli harga perunit tidak akan mengalami perubahan.
5. Bahwa perusahaan yang bersangkutan menjual/memproduksi hanya satu jenis barang. Jika ternyata memproduksi /menjual lebih dari satu jenis produk, maka produk-produk itu harus dianggap sebagai satu jenis produk dengan kombinasi (mix) yang selalu tetap.
6. Bahwa ada sinkronisasi dalam perusahaan yang bersangkutan antara produksi dan penjualan, barang yang diproduksi terjual dalam periode yang bersangkutan. Jadi tidak ada sisa produk atau persediaan akhir periode (ataupun pada awal periode). Jika terdapat persediaan akhir, maka persediaan itu dianggap telah dijual. Jadi perhitungan BE tidak mengakui barang persediaan. ¹³⁾

3. Teknik Penentuan Titik Break Even

Menurut Mas'ud MC., bahwa untuk menentukan titik ada beberapa cara, yaitu :

13) Soehardi Sigit, Ibid, halaman 3-4.

- a). Dengan persamaan biasa.
- b). Metode Contribution Margin.
- c). Teknik Grafis. 14)

a). Persamaan Biasa

Break Even Point dengan pendekatan persamaan biasa dapat dicari dengan menentukan laba sama dengan nol. $\text{Penjualan} - (\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}) = \text{Laba}$. Karena laba dalam Break Even Point sama dengan nol, maka persamaan tersebut menjadi :

$\text{Penjualan} - (\text{Biaya tetap} + \text{Biaya Variabel}) = 0$ atau :

$\text{Penjualan BEP} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + 0$

b). Teknik Contribution Margin/Marginal Income.

Telah diketahui bahwa biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan ada biaya tetap dan biaya variabel, sehingga dapat terjadi bahwa suatu perusahaan dengan angka/bilangan yang dihasilkan daripada formula tersebut mempunyai arti beberapa bagian dari hasil penjualan yang dapat digunakan menutupi biaya tetap dan laba.

$$\text{atau} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\frac{\text{Sales-Biaya Variabel}}{\text{Sales}}}$$

14) Mas'ud MC., Akuntansi Manajemen, Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, Halaman 142.

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

Break Even Per Unit :

$$\text{BEP (Q)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya Variabel}} \quad 15)$$

c). Teknik Grafis

Cara lain untuk menentukan break even adalah dengan membuat bagan break even. Dalam grafik tersebut akan terlihat garis biaya tetap dan garis biaya total, yang menggambarkan biaya tetap dan biaya variabel serta garis hasil penjualan. Pada sumbu vertikal menggambarkan besarnya biaya dan hasil penjualan. Sumbu berhorizontal menggambarkan jumlah produksi penjualan dalam unit. Titik break even pada persilangan antara garis hasil penjualan dengan biaya total. Dari titik yang terjadi apabila ditarik garis vertikal ke bawah akan menunjukkan volume produk

15) Mas'ud, Ibid, halaman, 145.

tertentu menderita kerugian, karena penghasilan penjualannya hanya menutup biaya variabelnya saja dari biaya tetapnya. Ini berarti bagian penghasilan penjualannya hanya menutup biaya variabelnya saja dari biaya tetapnya. Ini berarti bagian penghasilan penjualan tersedia untuk menutupi biaya tetap yang biasa disebut pula dengan contribution margin atau marginal income atau disebut pula dengan contribution to fixed cost. Apabila contribution margin lebih besar dari biaya tetapnya berarti penghasilan penjualan lebih besar dari biaya totalnya maka perusahaan tersebut mendapat keuntungan. Kalau digunakan konsep kontribution margin, maka break even point akan tetap tercapai pada polume penjualan dimana contribution margin tetap sama besarnya dengan biaya tetap.

Contribution margin ratio atau marginal income ratio (MIR) adalah ratio antara marginal income dengan hasil penjualan, yaitu :

$$\text{MIR} = \frac{\text{Hasil Penjualan} - \text{Total biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}} \quad 16)$$

atau :

$$\text{MIR} = \frac{\text{Marginal Income}}{\text{Total Rvenue}}$$

16) Mas'ud, Ibid, Halaman 143.

atau sama dengan :

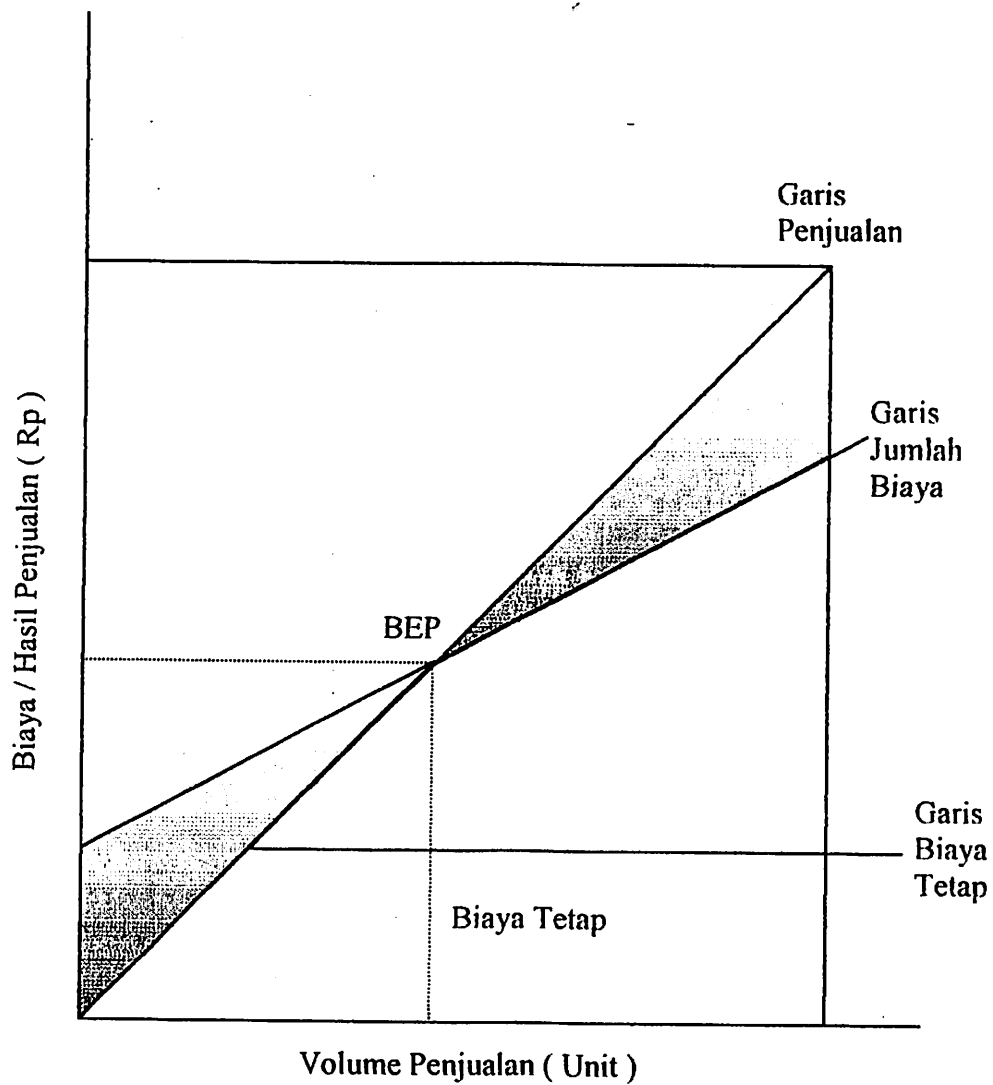
$$1 \quad \frac{\text{Biaya Variabel Per Unit}}{\text{Harga Jual Per Unit}}$$

Besarnya break even dalam unit apabila ditarik garis horizontal (ke sumbu Y) akan menunjukkan besarnya break even dalam rupiah. Garis biaya tetap dalam break even dapat digambarkan dengan berbagai cara :

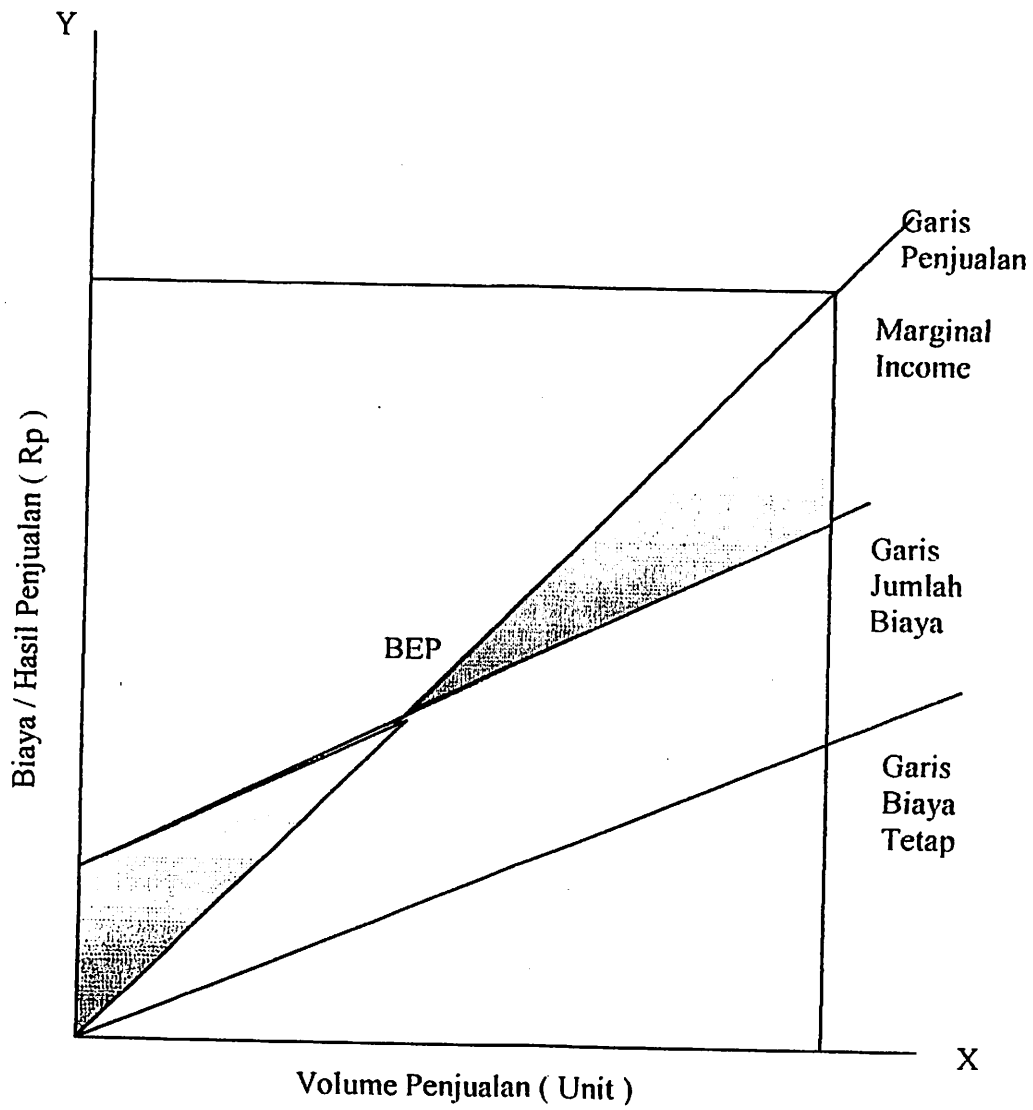
1. Garis biaya tetap digambarkan horizontal sejajar dengan sumbu x.
2. Garis biaya tetap digambarkan sejajar dengan garis biaya variabel. Pada garis ini akan terlihat contribution margin.

Garis biaya tetap dan jumlah satuan unit adalah seperti terlihat pada gambar sebagai berikut :

Gambar 1. Break Even Chart, dimana Garis Biaya Tetap Digambarkan Sejajar dengan sumbu Horizontal.



Gambar 2. Break Even Chart, dimana Garis Biaya Tetap Digambarkan Sejajar dengan garis Biaya Variabel



4. Kegunaan Break Even Point

Break Even Point dapat disebut sebagai alat untuk analisis. Jadi alat analisis break even point adalah suatu cara atau teknik untuk mengetahui kaitan antara penjualan, produksi, harga jual, biaya, rugi dan laba. Dengan mengetahui kaitan itu analisa break even dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran dan tujuan perusahaan. Kegunaan-kegunaan lainnya antara lain adalah :

- a. Sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu. Jadi dapat digunakan untuk merencanakan laba atau "profit planning".
- b. Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan operasi yang sedang berjalan, yaitu untuk alat pencocokan antara realisasi dengan angka-angka dalam perhitungan BE atau dalam gambar (chart) BE. Jadi sebagai alat pengendalian atau "controlling".
- c. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual, yaitu setelah diketahui hasil-hasil perhitungan menurut analisa BE dan laba yang ditargetkan.
- d. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang harus dilakukan oleh seorang manajer. Misalnya seorang manajer akan mengambil suatu keputusan tertentu, terlebih dahulu menanyakan berapakah titik BE-nya. ...¹⁷⁾

17) Soehardi Sigit, Log Cit, Hal. 2.

C. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang terdahulu telah diuraikan maka penulis mencoba mengemukakan dugaan sebagai berikut :

Bahwa Break Even Point usaha cuci cetak foto Irama Foto dapat dikemukakan dalam satuan rupiah (RP) maupun dalam satuan unit.

D. Definisi Konsepsional

Untuk menjawab masalah dan untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan pada uraian-uraian sebelumnya maka perlu adanya pokok bahasan. Suatu perusahaan dikatakan break even apabila setelah dibuat perhitungan rugi laba dari suatu periode kegiatan usaha tertentu, perusahaan itu tidak memperoleh laba juga tidak menderita rugi.

Analisa break even mempunyai hubungan erat dengan program anggaran. Meskipun program anggaran sudah baik dan lengkap, break even analisis tetap memberikan bantuan, sebab analisis break even sangat tinggi nilainya karena dapat digunakan oleh manajer sebagai dasar pengambilan keputusan.

Robinso Tarigan menyebutkan break even sebagai berikut :

Analisa break even yang dimaksud adalah suatu perencanaan laba yang formal yang didasarkan atas hubungan antara penjualan atau penghasilan total dengan biaya total. ...¹⁸⁾

18) Robinson Tarigan, Manajemen Keuangan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1983, Halaman 225.

BAB III

METODE PENDEKATAN

A. Definisi Operasional

Irama foto adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan dan jasa yakni foto studio dan bahan atau barang-barang pelengkap dokumentasi. Penulisan ini diarahkan pada foto studio dengan kegiatan cuci cetak foto hitam putih. Perusahaan ini beralamat di jalan Rajawali Samarinda.

Yang menjadi perhatian penulis dalam penelitian ini adalah break even point cuci cetak foto hitam putih dengan ukuran 2 x 3 cm, 3 x 4 cm, 4 x 6 cm, 8 x 12 cm, (3 R), 12 x 17 cm (5 R) dan 19 x 24 cm (10 R).

Biaya-biaya yang dianalisis untuk mengetahui break even point meliputi :

1. Biaya peralatan yang terdiri dari :
 - Kamera/tustel merk Nixon sebanyak 2 set.
 - Alat cuci film atau klise sebanyak 2 set.
 - Alat cetak foto merk Fujimoto sebanyak 2 set.
2. Biaya peralatan pendukung yang terdiri dari :
 - Alat pengering foto 2 set.
 - Pemotong kertas foto 1 buah.
 - Bak untuk pencuci foto.
 - Lampu dan pinset.

3. Biaya bahan baku yang terdiri dari :

- Film / rol.
- Micro MF yang berfungsi sebagai pencuci film.
- Superbrom yang berfungsi sebagai bahan untuk menimbulkan gambar.
- Kertas foto.
- Acifit yang berfungsi sebagai menguatkan/mematikan gambar dan film.
- Baterai.

4. Biaya sewa tempat usaha.

5. Biaya administrasi terdiri dari biaya alat tulis kantor, biaya pegawai dan biaya sewa modal.

6. Biaya promosi dan penjualan.

7. Biaya lain-lain yang terdiri dari biaya listrik, biaya telepon dan biaya air.

Untuk menghitung titik impas pada perusahaan cuci cetak foto maka biaya-biaya harus dipisahkan kedalam unsur-unsur biaya tetap dan biaya variabel.

Kedua kelompok biaya tersebut yang dikumpulkan adalah :

1. Biaya tetap terdiri dari :

- Gaji pimpinan dan pegawai
- Insentif pegawai.
- Biaya depreciasi peralatan
- Biaya sewa tempat usaha.
- Biaya modal.

- Biaya telepon.
 - Biaya promosi.
 - Biaya air.
 - Dan biaya alat tulis kantor.
2. Biaya variabel terdiri dari :
- Biaya bahan baku yang meliputi film, superbrom, acifit, micro MF, kertas cetak dan baterai.
 - Upah buruh langsung bagian produksi.
 - Biaya listrik.

B. Rincian Data Yang Diperlukan

1. Gambaran umum perusahaan.
2. Hasil penjualan selama periode 01 Mei 1997 s/d 31 September 1997.
3. Biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.
4. Harga penjualan per unit.
5. Biaya bahan baku.
6. Biaya peralatan.
7. Biaya-biaya yang dikeluarkan selama lima bulan periode Mei 1997 sampai September 1997.

C. Jangkauan Penelitian

Penelitian dilakukan pada usaha cuci cetak foto hitam putih di Irama Foto sebagai fokusnya dengan ukuran 2 x 3 cm, 3 x 4 cm, 4 x 6 cm, 8 x 12 cm (3 R), 12 x 17 cm (5 R), 19 x 24 cm (10 R) serta biaya operasi dan hasil penjualan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun cara untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian dapat dibagi dua bagian, yaitu :

1. Field work research, yakni dengan cara mengadakan penelitian langsung ke lapangan dengan metode :
 - a. Observasi, yaitu dengan pengamatan langsung ke lapangan.
 - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penulisan ini.
 - c. Quisioner, yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada pimpinan perusahaan agar penulisan skripsi terarah kepada tujuan penelitian dan permasalahan.
2. Library Research, kegiatan penelitian untuk dapatkan data pendukung yang diperoleh melalui literatur serta catatan atau laporan yang berhubungan dengan penelitian.

E. Analisis dan Pengujian Hipotesa

Dalam menganalisa kebenaran atau membuktikan hipotesis yang dikemukakan, maka alat analisis yang digunakan adalah Break Even Analisis atau analisis titik impas.

Untuk mengetahui batas minimal volume penjualan dimana perusahaan tidak menderita rugi, maka dapat dicari dengan menggunakan analisis titik impas (Break Even Analisis) dengan rumus :

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

dimana :

FC = biaya tetap

CV = biaya variabel

S = volume penjualan

atau :

$$\text{BEF (Q)} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{V}}$$

P = harga jual perunit

V = biaya variabel per unit.

FC = biaya tetap.

Q = Jumlah unit/kualitas produk yang dijual/dihasilkan. 18)

18) Bambang Riyanto, Op. Cit, halaman 297.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Irama foto merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan dan jasa. Dalam kegiatan usahanya perusahaan ini melakukan proses produksi dengan sifat pesanan.

Secara khusus Irama Foto yang utama adalah dibidang Foto Studio. Pada mulanya usaha cuci cetak foto ini keberadaannya tidak seperti sekarang, yang mana kondisi fisik usahanya mulai ada kemajuan. Pada tahun 1995 Irama Foto telah membuka cabangnya yang berada di Sambutan Samarinda. Sedangkan Irama foto sendiri berada di jalan Rajawali Samarinda.

Dalam perkembangan usaha cuci cetak Irama Foto juga menjual barang-barang yang bersifat mendukung usaha tersebut. Barang-barang tersebut antara lain film, album, figura, baterai dan kamera.

Permodalan perusahaan ini berasal dari pinjaman dengan cara memberikan agunan. Adanya modal pinjaman timbul biaya modal pada perhitungan biaya.

Usaha cuci cetak foto Irama Foto merupakan usaha keluarga, oleh karena itu Irama Foto mengalami beberapa kali pergantian pengelola perusahaan. Berikut ini urutan pengelola perusahaan tersebut :

1. Joyo Suwarno (sebagai pendiri)
2. Suhartomo (pengelola kedua)
3. Sri Harlinda (pengelola ketiga)
4. Noor Abadi (pengelola keempat)

Pengelola Irama Foto pada saat ini adalah pengelola ke-empat yakni Bapak Noor Abadi anak ketiga dari Bapak Jaya Suwarno.

Surat Ijin Tempat Usaha Irama Foto tidak dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah, namun pemilik sudah berusaha untuk memperoleh Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) dengan memenuhi persyaratannya. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) didapatkan dari Kepala Kantor Departemen Perdagangan Kotamadya dengan nomor : 245/17-01/PK/VIII/1991. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) berlaku diseluruh Indonesia selama perusahaan masih menjalankan usahanya.

Dalam memasarkan produksnya Irama Foto menggunakan dua orang tenaga salesmen yang melayani konsumen untuk daerah sekitarnya. Sedangkan seluruh tenaga perusahaan berjumlah sembilan orang.

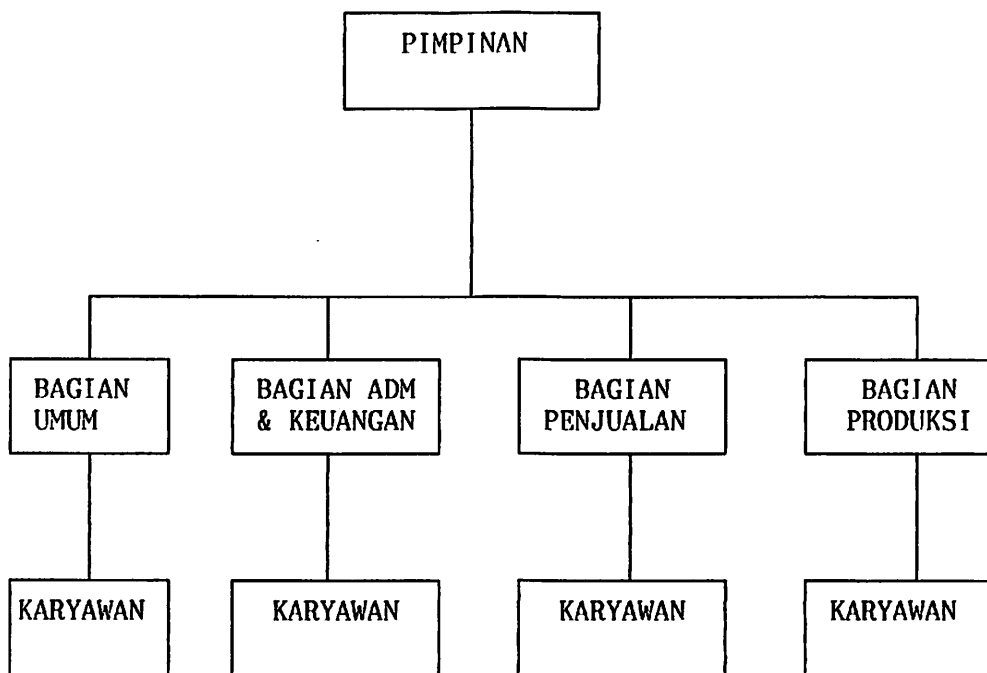
Kebijaksanaan promosi, periklanan dan potongan harga ditentukan oleh pimpinan sendiri. Dalam menjual hasil produksiny Irama Foto mengikuti harga organisasi persatuan para pemilik studio di Samarinda.

B. Struktur Organisasi

Dalam menjalankan kegiatan sehari-hari perusahaan dipimpin oleh seorang manajer sekaligus pemilik perusahaan dan dibantu oleh empat bagian yaitu :

- Bagian Umum
- Bagian Administrasi dan Keuangan
- Bagian Penjualan
- Bagian Proses Produksi.

Struktur organisasi Irama Foto sederhana sekali dimana garis-garis tanggung jawab dan wewenang sudah jelas. Organisasi ini bisa disebut organisasi lini. Untuk lebih jelasnya Struktur Organisasi Irama Foto dapat dilihat pada gambar I.



Gambar 3. Struktur Organisasi Irama Foto Samarinda.

Sumber Data : Irama Foto Samarinda tahun 1998.

Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

Uraian tugas dan tanggung jawab ini diharapkan agar dapat memberikan gambaran secara rinci mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing fungsi dalam struktur organisasi Irama Foto di Samarinda.

Adapun tugas dan tanggung jawab itu dapat dilihat pada uraian tugas sebagai berikut :

a. Pimpinan :

1. Pimpinan adalah yang mempunyai wewenang untuk memegang dan menentukan jalannya perusahaan.
2. Mengawasi jalannya berbagai aktifitas secara menyeluruh.
3. Memberikan pendelegasian wewenang dan tanggung jawab dengan tepat kepada bawahan.
4. Memberikan bantuan penyelesaian pekerjaan yang tidak dapat diselesaikan atau dipecahkan oleh karyawan.
5. Memberikan hak karyawan sesuai dengan produktifitas dan dedikasi dalam bekerja.
6. Memberikan cuti kepada karyawan yang sudah waktunya.
7. Mengawasi pekerjaan karyawan.

b. Bagian Umum :

1. Membantu bagian lain pada jam-jam sibuk.
2. Menyelesaikan listrik, telepon dan air.
3. Menutup dan membuka pintu tempat usaha.
4. Membantu melayani konsumen.

c. Bagian Administrasi dan Keuangan

1. Membuatkan nota atau kuitansi dan mencatat ke dalam pembukuan.
2. Membukukan penerimaan dan pengeluaran ke dalam buku kas.
3. Menyimpan data-data penting perusahaan.
4. Menyiapkan gaji karyawan tepat waktu.
5. Menyiapkan kebutuhan alat tulis kantor dan keperluan administrasi lainnya.
6. Menutup pembukuan secara periodik dan membuat laporan.

d. Bagian Penjualan :

1. Melayani konsumen dengan baik
2. Melaporkan order dari konsumen kepada bagian produksi dan keuangan.
3. Mencari pelanggan baru, dengan menghubungi organisasi atau perorangan.
4. Melayani konsumen yang bersifat panggilan.
5. Memeriksa order yang sudah selesai sebelum diserahkan kepada konsumen.

e. Bagian Produksi :

1. Menyiapkan peralatan untuk siap pakai.
2. Menyiapkan bahan baku untuk proses produksi.
3. Memproses order dari bagian penjualn.
4. Membuat PO atau mencetak klise sesuai dengan order.
5. Mencetak foto sesuai pesanan.
6. Melaporkan hasil pekerjaannya kepada pimpinan.

C. Jam Kerja Perusahaan

Sistem kerja perusahaan Irama Foto dibagi dua bagian yaitu masuk pagi dan masuk sore dengan perincian sebagai berikut :

1. Setiap haru senin s/d kamis :

Shift pertama :

- Masuk kerja mulai jam 08.00 s/d 12.00.
- Istirahat jam 12.00 s/d 13.00.
- Masuk kerja lagi jam 13.00 s/d 17.00.

Shift kedua :

- Jam kerja mulai jam 17.00 s/d 22.00.

2. Untuk hari jum'at :

Shift pertama :

- Masuk kerja mulai jam 08.00 s/d 11.00.
- Istirahat jam 11.00 s/d 13.30.
- Masuk kerja lagi jam 13.30 s/d 17.00.

Shift kedua :

- Jam kerja mulai jam 17.00 s/d 22.00.

3. Untuk hari sabtu jam kerja ship pertama dan ship kedua sama dengan jam kerja hari senin sampai dengan kamis.

4. Untuk hari minggu dan hari libur Nasional perusahaan tutup.

D. Sistem Kerja Perusahaan

Irama Foto dalam menjalankan usahanya tidak menyediakan persediaan barang karena sifat usahanya

pesanan.

Jika terjadi order atau pesanan maka perusahaan baru bisa bekerja oleh sebab itu fungsi pemasaran dalam perusahaan menempati posisi yang sangat penting bagi jalan dan lancarnya perusahaan. Hal ini juga terlihat pada biaya pemasaran atau promosi yang tinggi pada data perusahaan selama penulis mengadakan penelitian.

Dalam proses kerja perusahaan pelanggan dibedakan dua macam yaitu :

a. Pelanggan yang belum ada klise/film.

Proses kerja pelanggan yang belum pernah ada klise/film lebih lama sebab pelanggan belum pernah difoto/diambil gambarnya sehingga tidak ada klise/filmnya. Pelanggan yang datang dicatat dalam order sesuai pesanan oleh bagian penjualan. Bagian penjualan melaporkan kepada bagian produksi untuk proses pengambilan gambar. Selain itu bagian penjualan melakukan order pesanan kepada bagian administrasi dan keuangan untuk membuat tagihan baik secara kredit, persekot maupun tunai.

Setelah proses pengambilan gambar, film diproses untuk dibuat PO. Untuk membuat PO memerlukan bahan baku micro MF, acifit dan tambahan air. Film yang telah dipakai untuk pengambilan gambar dimasukkan ke dalam alat untuk membuat PO yang berisi Mikro MF yang sudah dilarutkan dengan air selama 5 - 15 menit. Film yang

sudah dimasukkan ke dalam larutan Acifit 5 - 15 menit. Proses terakhir untuk membuat PO adalah pencucian dalam air dan dikeringkan.

Tahap pencetakan gambar, pada tahap ini bahan baku yang diperlukan adalah Superbrom, Acifit dan kertas cetak.

Langkah awal untuk mencetak gambar adalah PO/klise dimasukkan ke dalam alat cetak. Lampu alat cetak dinyalakan dan dicari gambar cahaya yang paling terang. Alat cetak tersebut ada bagian pengaturan untuk mencari gambar cahaya yang jelas. Setelah ditemukan cahaya yang jelas, kertas di masukan kedalam cetakan sesuai dengan ukuran yang diminta oleh pelanggan. Waktu pencahayaan sangat berpengaruh terhadap hasil cetakan sebab kertas cetakannya sangat peka terhadap cahaya. Oleh sebab itu tebal tipis klise, gelap dan terang serta waktu pencahayaan sangat mempengaruhi hasil akhir gambar. Setelah kertas diberi cahaya dimasukkan ke dalam larutan Superbrom. Pada saat kertas dalam larutan Superbrom akan muncul gambar. Ketika gambar yang muncul sudah sempurna kertas yang sudah bergambar tersebut diangkat dan dimasukkan ke dalam larutan Acifit selama lebih kurang 10 - 15 menit. Proses selanjutnya adalah pencucian dalam air bersih kurang lebih 10 - 15 menit. Proses produksi terakhir adalah pengeringan dan perapian bentuk gambar.

b. Pelanggan yang sudah membawa PO atau klise.

Perlakuan pelanggan yang sudah ada PO atau mempunyai klise sama dengan perlakuan pada pelanggan yang belum ada POnya hanya bedanya pelanggan ini tidak perlu diambil gambarnya.

E. Hasil Penjualan Perusahaan

Seluruh omset penjualan Irama Foto dan biaya-biaya yang timbul baik proses produksi maupun tidak akan terlihat pada tabel-tabel halaman berikutnya.

Tabel 1 : Jumlah penjualan Irama Foto dari bulan Mei Sampai dengan bulan September 1997 dari berbagai masing-masing ukuran.

Bulan	2 x 3 cm =)	3 x 4 cm =)	4 x 6 cm =)
Mei 1997	2.800.000,-	2.080.000,-	1.900.000,-
Juni 1997	3.610.000,-	3.398.400,-	2.100.000,-
Juli 1997	3.600.800,-	3.419.200,-	1.512.400,-
Agustus 1997	2.000.200,-	2.011.600,-	1.400.200,-
September 1997	2.800.800,-	3.521.800,-	1.600.400,-
Jumlah	14.812.000,-	14.431.000,-	8.513.000,-

Bulan	8 x 12 cm *)	12 x 17 cm x)	19 x 24 cm +)
Mei 1997	400.500,-	300.000,-	267.000,-
Juni 1997	628.500,-	477.000,-	261.000,-
Juli 1997	625.000,-	225.000,-	297.000,-
Agustus 1997	733.500,-	448.500,-	327.000,-
September 1997	734.500,-	283.500,-	321.000,-

Sumber data : Irama Foto Samarinda 1998.

Keterangan : =) harga per unit Rp. 200,-
 *) harga per unit Rp. 500,-
 x) harga per unit Rp. 1.500,-
 +) harga per unit Rp. 3.000,-

Tabel 2 : Jumlah penjualan Irama Foto secara keseluruhan, dari bulan Mei 1997 sampai dengan September 1997.

B u l a n		:	Hasil Penjualan
Mei	1997	:	7.747.500,-
Juni	1997	:	10.475.100,-
Juli	1997	:	9.679.400,-
Agustus	1997	:	6.921.000,-
September	1997	:	9.212.000,-
Jumlah		:	44.035.000,-

Sumber data : Irama Foto Samarinda 1998.

Tabel 3 : Pengeluaran biaya variabel dan biaya tetap empat jenis ukuran pada Irama Foto Samarinda.

Jenis Ukuran	Biaya Variabel (Rp)	Biaya Tetap (Rp)	Total (Rp)
2x3 cm, 3x4 cm dan 4x6 cm	13.419.440,-	20.107.720,-	33.527.160,-
8x12 cm (3 R)	1.293.440,-	1.230.040,-	2.523.480,-
12x17 cm (5 R)	808.400,-	449.216,-	1.257.616,-
19x24 cm (10 R)	646.720,-	673.824,-	1.320.544,-
Jumlah	16.168.000,-	22.460.800,-	38.628.800,-

Sumber data : Irama Foto Samarinda.

Tabel 4 : Biaya yang dikeluarkan sejak 01 Mei 1997 sampai dengan 31 September 1997.

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Variabel :	
- Biaya bahan baku film/rol, superbrom, Acifit, Micro MF, Kertas Cetak, baterai.	Rp.14.679.000
- Upah buruh langsung 2 orang	Rp. 1.140.000
- Biaya Listrik	<u>Rp. 349.000</u>
Jumlah biaya variabel	Rp.16.168.000
Biaya Tetap :	
- Deprisasiasi peralatan	Rp. 3.125.000
- Sewa tempat usaha	Rp. 1.145.800
- Biaya Modal	Rp. 1.125.000
- Gaji pegawai 7 orang	Rp. 7.000.000
- Biaya telepon	Rp. 615.000
- Biaya promosi	Rp. 8.250.000
- Biaya air	Rp. 150.000
- Biaya administrasi/alat tulis kantor	Rp. 250.000
- Insentif pegawai	<u>Rp. 1.200.000</u>
Jumlah biaya tetap	Rp.22.460.800
Jumlah biaya tetap dan biaya variabel	Rp.38.628.800

Sumber data : Irama Foto Samarinda.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa ukuran foto 2x3 cm, 3x4 cm, 4x6 cm mempunyai harga jual perunit sama walaupun ukurannya berbeda yaitu Rp. 200,- perunit atau perlembar. Dalam pelaksanaan perhitungan break even point ketiga ukuran tersebut diatas walaupun ukurannya berbeda dianggap sama karena harga jual perunit/lembar sama. Dari enam ukuran yang ada yaitu 2 x 3 cm, 3 x 4 cm, 4 x 6 cm, 8 x 12 cm (3 R), 12 x 17 cm (5 R), dan 19 x 24 cm (10 R) dianggap ada empat macam jenis ukuran. Alasan penurunan jumlah ukuran tersebut didasarkan pada harga jual per unit/lembarnya ada empat macam yaitu :

1. Ukuran 2 x 3 cm, 3 x 4 cm, 4 x 6 cm dengan harga jual Rp. 200,- perunit atau lembar.
2. Ukuran 8 x 12 cm (3 R) dengan harga jual perunit atau perlembar Rp. 500,-.
3. Ukuran 12 x 17 cm (5 R) dengan harga jual perunit atau perlembar Rp. 1.500,-.
4. Ukuran 19 x 24 cm (10 R) dengan harga jual perunit atau perlembar Rp. 3.000,-.

Jumlah biaya variabel cuci cetak foto Irama Foto yang dikeluarkan sebesar Rp. 16.168.000,- atau sebesar 41,86 %. Untuk menghitung biaya variabel per unit atau

perlembar adalah biaya variabel dibagi dengan volume penjualan dan akan diketahui masing-masing unit atau lembar yang terjual dari empat macam ukuran yang ada, yaitu :

1. Ukuran 2 x 3 cm, 3 x 4 cm, dan 4 x 6 cm, dengan hasil penjualan sebesar Rp. 37.756.000,- dan harga per unit atau perlembar Rp. 200,- maka jumlah unit yang terjual sebesar hasil penjualan dibagi harga jual per unit atau per lembar yaitu :

$$\begin{aligned} & \text{Rp. 37.756.000,-} \\ = & \frac{\text{Rp. 37.756.000,-}}{\text{Rp. 200,-}} \\ & = 188.780 \text{ lembar.} \end{aligned}$$

Sedangkan untuk mengetahui biaya variabel per unit atau perlembar adalah :

$$\begin{aligned} & \text{Jumlah biaya variabel} \\ = & \frac{\text{Jumlah biaya variabel}}{\text{Unit yang terjual}} \\ & \frac{13.419.440}{188.780} \\ & = 71,09 \text{ rupiah/lembar.} \end{aligned}$$

2. Ukuran 8 x 12 cm (3R) dengan hasil penjualan sebesar Rp. 3.122.000,- dan harga per unit atau perlembar sebesar Rp. 500,- maka jumlah unit atau lembar yang terjual sebesar :

$$\begin{aligned} & \text{Hasil Penjualan} \\ = & \frac{\text{Hasil Penjualan}}{\text{Harga Jual per Unit}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 & \text{Rp. 3.122.000,-} \\
 = & \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. 500,-} \\
 = & 6.244 \text{ lembar}
 \end{aligned}$$

Sedangkan untuk mengetahui biaya variabel per unit atau per lembar adalah :

$$\begin{aligned}
 & \text{Jumlah biaya variabel} \\
 = & \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Unit yang terjual} \\
 & \text{Rp. 1.293.440,-} \\
 = & \frac{\quad}{\quad} \\
 & 6.244 \text{ lembar} \\
 = & 207,15 \text{ rupiah/lembar.}
 \end{aligned}$$

3. Ukuran 12 x 17 (5R) dengan hasil penjualan sebesar Rp. 1.734.000,- dan harga jual per unit atau per lembar sebesar Rp. 1.500,- maka unit yang terjual sebesar :

$$\begin{aligned}
 & \text{Hasil Penjualan} \\
 = & \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Harga jual per lembar} \\
 & \text{Rp. 1.734.000,-} \\
 = & \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. 1.500,-}
 \end{aligned}$$

Sedangkan untuk mengetahui biaya variabel per unit atau per lembar adalah :

$$\begin{aligned}
 & \text{Jumlah Biaya Variabel} \\
 = & \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Unit yang terjual} \\
 & \text{Rp. 808.400,-} \\
 = & \frac{\quad}{\quad} \\
 & 1.156 \text{ lembar} \\
 = & 699,31 \text{ Rupiah/lembar.}
 \end{aligned}$$

4. Ukuran 19 x 24 cm (10R) dengan hasil penjualan sebesar Rp. 1.473.000,- dan harga jual per unit atau per lembar sebesar Rp. 3.000,- maka jumlah lembar yang terjual sebesar :

$$\begin{aligned}
 & \text{Hasil Penjualan} \\
 = & \frac{\hspace{10em}}{\text{Harga jual per lembar}} \\
 & \text{Rp. 1.473.000,-} \\
 = & \frac{\hspace{10em}}{\text{Rp. 3.000,-}} \\
 = & 491 \text{ lembar}
 \end{aligned}$$

Sedangkan untuk mengetahui biaya variabel per unit atau per lembar adalah :

$$\begin{aligned}
 & \text{Jumlah Biaya Variabel} \\
 = & \frac{\hspace{10em}}{\text{Unit yang terjual}} \\
 & \text{Rp. 646.720,-} \\
 = & \frac{\hspace{10em}}{491 \text{ lembar}} \\
 = & 1.317,15
 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui apakah perusahaan telah mencapai titik break even, berikut disajikan perhitungan rugi laba tiap-tiap ukuran seperti pada Tabel 5.

Tabe 5. Perhitungan rugi laba per jenis ukuran Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda.

	UKURAN				TOTAL
	2X3 CM, 3X4 CM 4X6 CM	8X12 CM (3 R)	12X17 CM (5 R)	19X24 CM (10 R)	
Hasil penjualan	188.780 X 200 = Rp. 37.756.000,-	6.244 X 500 = Rp. 3.122.000,-	1.156 x 1500 = Rp. 1.734.000,-	491 x 3.000,- = Rp. 1.473.000,-	Rp. 44.035.000,-
Variabel Cost.	Rp. 13.419.440,-	Rp. 1.293.440,-	Rp. 808.400,-	Rp. 646.720,-	Rp. 16.168.000,-
Fixed Cost	Rp. 20.107.720,-	Rp. 1.230.040,-	Rp. 449.216,-	Rp. 673.824,-	Rp. 22.460.800,-
Total Cost	Rp. 33.527.160,-	Rp. 2.523.480,-	Rp. 1.257.616,-	Rp. 1.320.544,-	Rp. 38.628.800,-
PROFIT (Hasil Penjualan - Total Cost)	Rp. 4.228.840,-	Rp. 598.520,-	Rp. 476.484,-	Rp. 152.456,-	Rp. 5.406.200,-

Data diolah dari tabel 1, 2, 3 dan 4.

Untuk mengetahui break even point atau titik pulang pokok pada perusahaan cuci cetak foto secara totalitas adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{Fixed Cost}}{1 - \frac{\text{Variabel cost}}{\text{Sales}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 22.460.800,-}}{1 - \frac{16.168.000,-}{44.035.000,-}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 22.460.800,-}}{1 - 0,3672} \\
 &= \frac{\text{Rp. 22.460.800,-}}{0,6328} \\
 &= \text{Rp. 35.494.311,-}
 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui pada masing-masing ukuran apakah dalam keadaan diatas break even atau tidak adalah :

$$\begin{aligned}
 \text{BEP (2x3, 3x4, 4x6)} &= \frac{\text{Rp. 20.107.720,-}}{1 - \frac{\text{Rp. 13.419.440,-}}{\text{Rp. 37.756.000,-}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 20.107.720,-}}{1 - 0,3554}
 \end{aligned}$$

	Rp. 20.107.720,-
	= <u>0,6446</u>
	= Rp. 31.149.104,89
BEP (8x12 cm)	Rp. 1.230.040,-
	= <u>Rp. 1.293.440,-</u>
	1 - <u>Rp. 3.122.000,-</u>
	Rp. 1.230.040,-
	= <u>1 - 0,4143</u>
	Rp. 1.230.040,-
	= <u>0,5857</u>
	= Rp. 2.100.119,59
BEP (12x17 cm)	Rp. 449.216,-
	= <u>Rp. 808.400,-</u>
	1 - <u>Rp. 1.734.000,-</u>
	Rp. 449.216,-
	= <u>1 - 0,4662</u>
	Rp. 449.216,-
	= <u>0,5334</u>
	= Rp. 842.174,73
BEP (19x24 cm)	Rp. 673.824,-
	= <u>Rp. 646.720,-</u>
	1 - <u>Rp. 1.473.000,-</u>

$$\begin{aligned}
 & \text{Rp. } 673.824,- \\
 & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & 1 - 0,4391 \\
 & \text{Rp. } 673.824,- \\
 & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & 0,5610 \\
 & = \text{Rp. } 1.201.112,30
 \end{aligned}$$

Setelah break even point dalam rupiah dapat diketahui pada masing-masing ukuran maka akan diuraikan lagi mengenai keadaan perusahaan dalam keadaan break even point per unit atau per lembar. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diuraikan maka break even masing-masing ukuran sebagai berikut :

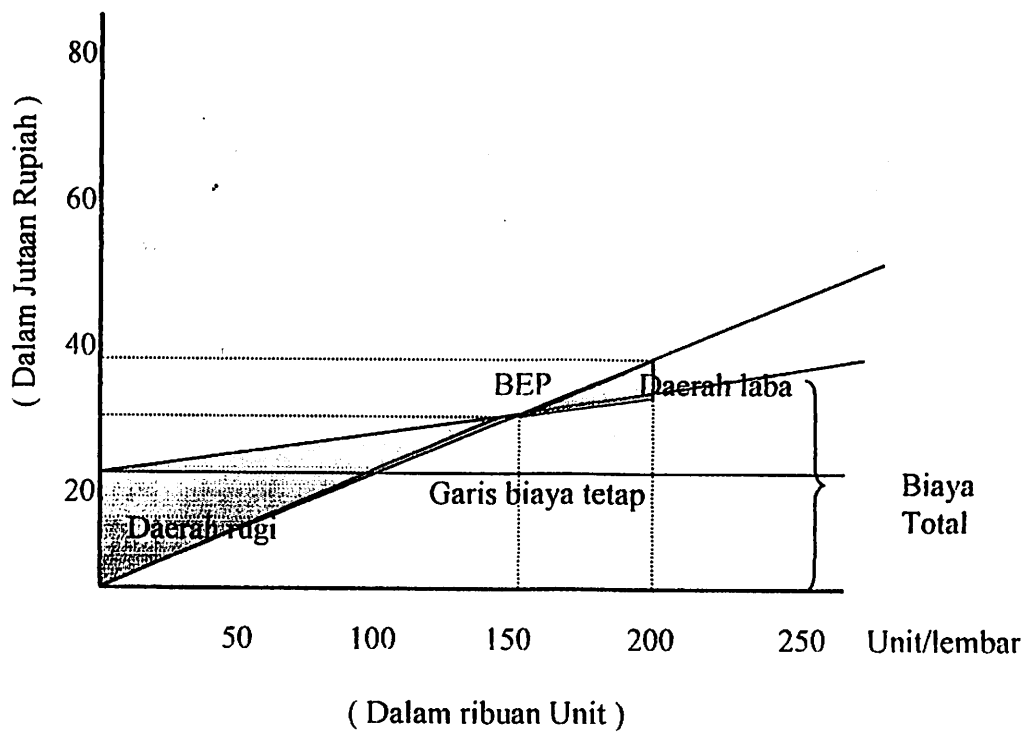
$$\begin{aligned}
 & \text{Fixed Cost} \\
 \text{BEP (Unit)} & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Harga jual} - \text{Biaya Variabel} \\
 & \text{Rp. } 20.107.720,- \\
 & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. } 2000,00 - \text{Rp. } 71,09 \\
 & \text{Rp. } 20.107.720,- \\
 & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. } 128,91 \\
 & = 155.982,6235 \text{ lembar.} \\
 & \text{Rp. } 1.230.040,- \\
 & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. } 500,00 - 207,15 \\
 & \text{Rp. } 1.230.040,- \\
 & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. } 292,85 \\
 & = 4.200,24 \text{ lembar}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 & \text{Rp. 449.216,-} \\
 \text{BEP (12x17 cm)} & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. 1.500,00 - 699,31} \\
 & \text{Rp. 449.216,-} \\
 & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. 800,69} \\
 & = 623,48 \text{ lembar}
 \end{aligned}$$

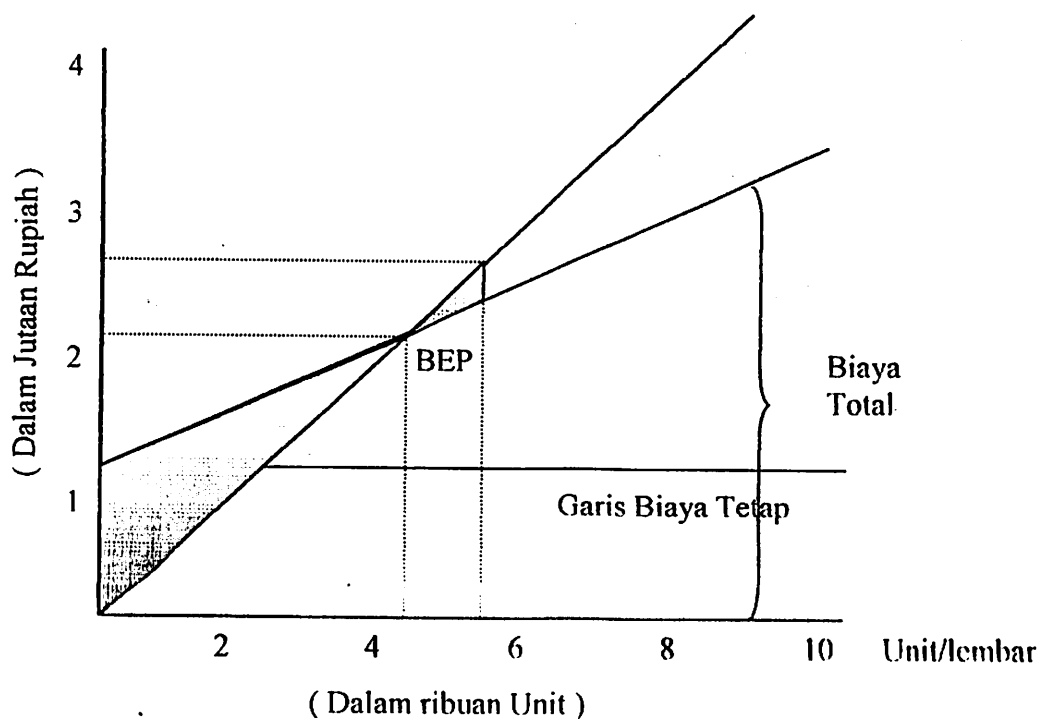
$$\begin{aligned}
 & \text{Rp. 673.824,-} \\
 \text{BEP (19x24 cm)} & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. 3.000,00 - 1.317,15} \\
 & \text{Rp. 673.824,-} \\
 & = \frac{\quad}{\quad} \\
 & \text{Rp. 1.682,85} \\
 & = 400,41 \text{ lembar.}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan uraian pada bab ini maka dapat diketahui bahwa perusahaan pada posisi di atas break even sebesar Rp. 8.540.689,00.

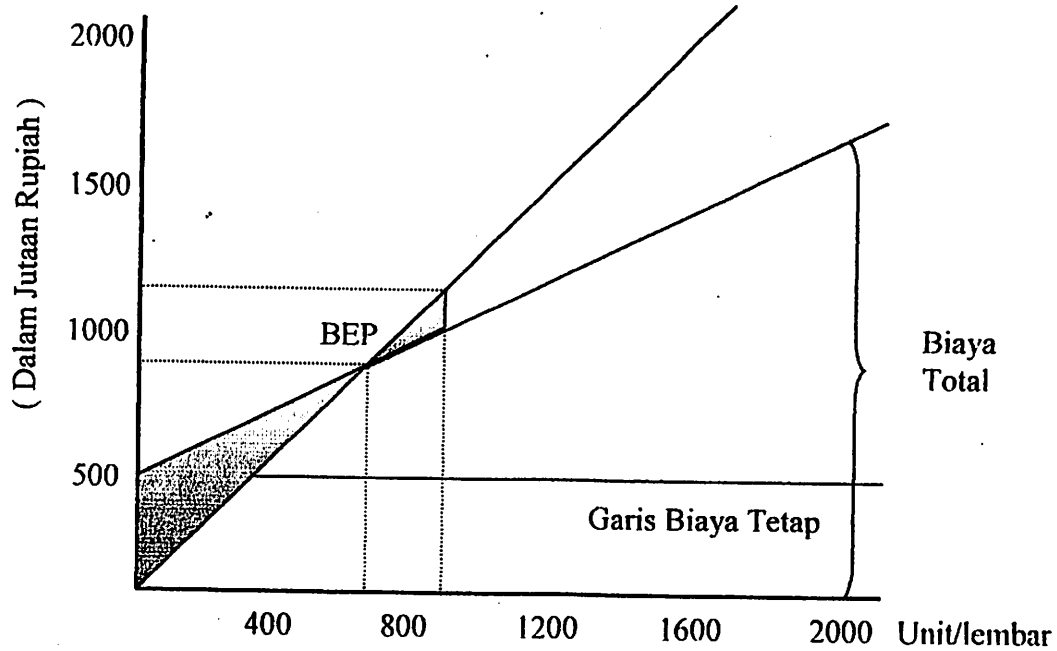
Dengan demikian hipotesis yang dikemukakan pada penulisan skripsi ini dapat diterima. Untuk lebih jelasnya posisi perusahaan cuci cetak foto Irama Foto berada diatas titik break even dapat dilihat pada penjelasan bentuk gambar sebagai berikut :



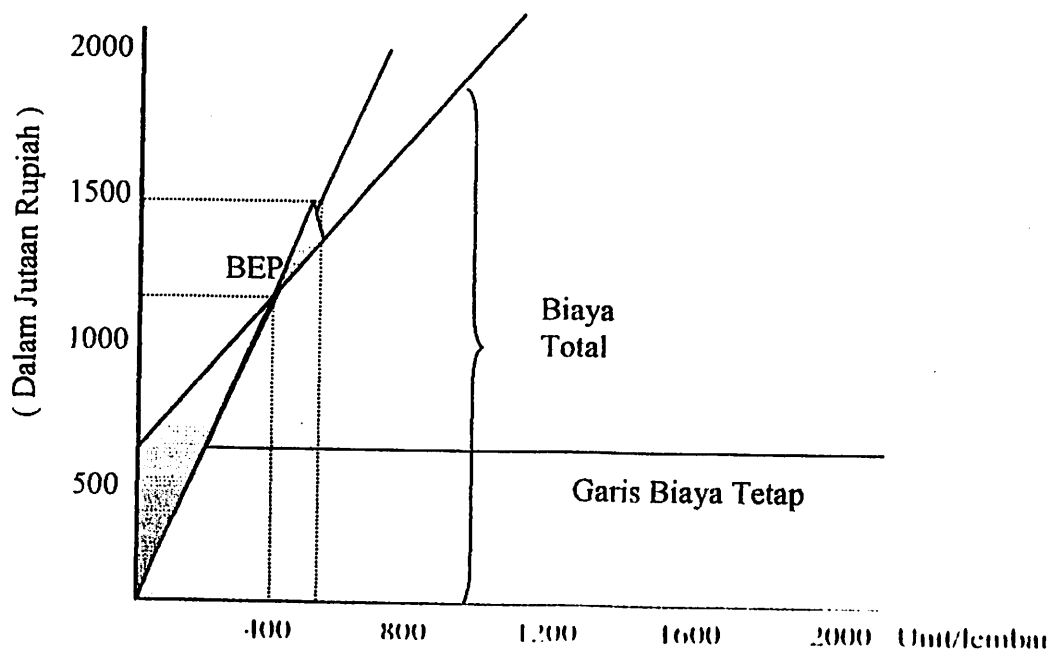
Gambar 4. Posisi Break Even Point Cuci Cetak Irama Foto Samarinda Ukuran 2x3 cm, 3x4 cm dan 4x6 cm



Gambar 5. Posisi Break Even Point Cuci Cetak Foto Irama Samarinda Ukuran 8 x 12 cm (3 R).



Gambar 6. Posisi Break Even Point Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda, Ukuran 12x17 cm (5R).



Gambar 6. Posisi Break Even Point Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda, Ukuran 19x24 cm (10R).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sehubungan dengan uraian dalam Bab-bab terdahulu, maka berikut ini akan diambil beberapa kesimpulan yang berhubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis Break Even Point pada usaha cuci cetak foto Irama Foto Samarinda, menunjukkan bahwa jumlah biaya variabel cuci cetak foto Irama Foto yang dikeluarkan sebesar Rp. 16.168.000 atau sebesar 41,86 %, yang terdiri dari beberapa ukuran yaitu :

1. Ukuran 2 x 3 cm, 4 x 3 cm dan 4 x 6 cm dengan hasil penjualan sebesar 37.756.000 dengan harga per unit atau per lembar Rp. 200,- jadi jumlah unit yang terjual Rp. 188.780 lembar. Sedangkan biaya variabel Rp. 71,09 rupiah/lembar.
2. Ukuran 8 x 12 cm (3R) dengan hasil penjualan Rp. 3.122.000 harga per unit Rp. 500. Jumlah unit yang terjual Rp. 6.244 lembar, biaya variabelnya 207,15 rupiah/lembar.
3. Ukuran 12 x 17 cm (5R) dengan hasil penjualan Rp. 1.734.000 harga jual per unit 1.500 jumlah unit

yang terjual Rp. 1.156 lembar biaya variabelnya 699,31 rupiah/lembar.

4. Ukuran 19 x 24 cm (10R) dengan hasil penjualan Rp. 1.473.000. Harga jual per unit Rp. 3000, jadi jumlah unit yang terjual 491 lembar. Biaya variabelnya 1.317,15 rupiah/lembar.
2. Untuk mengetahui break even point (dalam rupiah) pada perusahaan cuci cetak foto pada Irama Foto Samarinda sebagai berikut :
 - a. Secara totalitas sebesar Rp. 35.494.311
 - b. Untuk masing-masing ukuran sebesar

BEP (ukuran, 2x3, 3x4, 4x6 cm)	= Rp. 31.194.104,89
BEP (ukuran 8 x 12 cm)	= Rp. 2.100.119,59
BEP (ukuran 12 x 17 cm)	= Rp. 842.174,73
BEP (ukuran 19 x 24 cm)	= Rp. 1.201.112,30
 3. Untuk mengetahui break even point perlembar untuk masing-masing ukuran

BEP (unit) :

BEP (2x3, 3x4, 4x6 cm)	= 155.982,6235 lembar
BEP (8 x 12 cm)	= 4.200,24 lembar
BEP (19 x 24 cm)	= 400,41 lembar

Jadi posisi Break Even Point, perusahaan adalah diatas dari pada break even sebesar Rp. 8.540.689,00.

Dengan demikian maka hipotesis yang dikemukakan oleh penulis skripsi ini dapat diterima.

B. Saran-saran

1. Ditinjau dari segi jumlah penjualan perusahaan cukup menggembirakan, namun untuk lebih menguatkan volume penjualan selanjutnya, perlu diadakan promosi yang lebih baik lagi sehingga konsumen lebih mengenal mutu dan kualitas hasil cuci cetak Irama Foto.
2. Diharapkan untuk mempertahankan kualitas hasil cetakan, dan mempertahankan konsumen yang menjadi langganan.
3. Dianjurkan untuk meningkatkan hasil penjualan dikemudian hari agar laba dan keuntungan perusahaan lebih besar lagi diatas dari pada Break Even Point agar perusahaan selalu dalam keadaan normal (baik).

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi, 1979, Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok Dan Pengendalian Dan Biaya, Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- R. Soemita Adikoesoemah, 1980, Akuntansi Biaya Dan Harga Pokok Perencanaan Dan Pengendalian, Akademi Akuntansi, Bandung.
- Adolp Matz And Milton Usry, 1984, Akuntansi Biaya, Perencanaan Dan Pengawasan, Jilid I, Diterjemahkan Oleh Hutaaruk, Erlangga, Jakarta.
- R. Soemita Adikoesoemah, 1975, cost Accounting Kalkulasi Harga Pokok, CV. Tarsito, Bandung.
- Syarifuddin Alwi. MS. 1993, Alat-Alat Analisis Dalam Pembelanjaan, Edisi Ketiga, Cetakan Pertama, Andi ofset.
- Soehardi Sigit. Drs, 1990, Analisis Break Even, Ancangan Linier Secara Ringkas Dan Praktis, Edisi Ke-3, BPFE, Yogyakarta.
- Lincoling Arsyad, 1988, Ekonomi Manajerial, Penerapan Ekonomi Mikro Dalam Manajemen Bisnis, BPFE, Yogyakarta.
- J. Freed Wesdon Dan Eugene F Brigham, 1983, Manajemen Finance, Alih Bahasa Soemarso SR, Penerbit ESG, Jakarta.
- S. Munawir ME, 19 , Akuntansi Manajemen Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.