

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

Oleh :

W I N A R T O

NIM. 96110098

NIRM. 96.11.311.401100.01579

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH
S A M A R I N D A
2001**

HALAMAN PENGESAHAN

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

Nama : WINARTO

NIM : 96110098

NIRM : 96.11.311.401101.01579

Jurusan : Manajemen

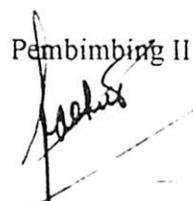
Program Studi : Sarjana (S1)

Menyetujui,

Pembimbing I


Drs. H. ARIFIN IDRIS

Pembimbing II


H. FACHRUDDIN ADNANI M.LC, MM

Mengetahui,
Ketua STIE Muhammadiyah
Samarinda



Drs. H. ARIFIN IDRIS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Winarto lahir pada tanggal 10 Agustus 1975 di desa Ringin Kembar, Kecamatan Sumber Manjing Wetan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Ia anak ke-6 dari Ibu Nasum dan Bapak Suwito. Pada tahun 1978 ikut merantau di pulau Kalimantan Timur.

Tahun 1983 memulai pendidikannya di Sekolah Dasar dan berijazah Tahun 1989. Kemudian dilanjutkan di Sekolah Menengah Tingkat Pertama dan berijazah pada Tahun 1992 di Panajam. Kemudian pada tahun 1993 masuk Sekolah Menengah Tingkat Atas dan berijazah tahun 1996 di Samarinda. Dan memulai lagi pendidikan Perguruan Tinggi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yaitu di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. karena atas limpahan rahmat dan karunianya jualah maka skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belumlah dapat dikatakan sempurna karena kurangnya pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Saran dan kritik yang sehat demi perbaikan skripsi ini di kemudian hari akan penulis terima dengan senang hati sehingga skripsi ini dapat lebih bermanfaat.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak dan dalam kesempatan ini pada tempatnyalah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada para rekan kuliah yang banyak membantu terlebihnya lagi saya ucapkan kepada Bapak Dosen Pembimbing yang banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan tugas ini, serta telah pula mendidik dan memberi petunjuk kepada penulis selama menempuh pendidikan dan pengetahuan di bangku perkuliahan.

1. Bapak Drs. H. Arifin Idris selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda beserta staff Dosen dan Administrasi.
2. Bapak Drs. H. Arifin Idris dan H. Fachruddin Adnani M, LC, MM. Yang selalu membimbing dan memberikan pengarahan dan dalam keseluruhan kegiatan ini.
3. Bapak Pimpinan Irama Foto yang telah membantu penulis dalam memperoleh data-data penelitian.

4. Ayah dan Ibunda tercinta yang telah mengasuh penulis hingga dewasa dan memberi bantuan moril maupun materil.
5. Kakak dan adik tersayang, yang juga telah banyak memberikan dorongan dan semangat serta bantuan moril dan materil.
6. Semua keluarga dan rekan-rekan handai tolan yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang tidak henti-hebtinya memberikan dorongan semangat pada penulis.
7. Pacarku tersayang, yang telah banyak memberikan semangat dan dorongan agar dapat memperoleh sukses dan cita-cita yang diharapkan.

Akhirnya, semoga tulisan ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini mendapat imbalan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Amin.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan	4
D. Sistematika Penulisan	5
BAB II. DASAR TEORI	
A. Akuntansi Biaya	7
1. Pengertian Akuntansi Biaya	7
2. Penggolongan Biaya	8
B. Break Even	10
1. Pengertian Break Even	10
2. Konsep Dasar Analisa Break Even	13

3. Teknik Penentuan Break Even	16
4. Kegunaan Break Even Point	22
C. Hipotesis	23
D. Definisi Konseptual	23
BAB III. METODA PENDEKATAN	
A. Definisi Operasional	24
B. Rincian Data yang Diperlukan	26
C. Jangkauan Penelitian	26
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Analisis dan Pengujian Hipotesis	27
BAB IV. HASIL PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	29
B. Struktur Organisasi	30
C. Jam Kerja Perusahaan	34
D. Sistem Kerja Perusahaan	35
E. Hasil Penjualan Perusahaan	37
BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	51
B. Saran-saran	53
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel	Tubuh Utama	Halaman
1	Jumlah Penjualan Irama Foto bulan Agustus sampai dengan Desember 2000 berbagai masing-masing ukuran ...	37
2	Jumlah penjualan Irama Foto secara keseluruhan dari bulan Agustus sampai Desember 2000	38
3	Pengeluaran biaya variabel dan biaya tetap empat jenis ukuran pada Irama Foto Samarinda	38
4	Biaya yang dikeluarkan sejak 1 Agustus 2000 sampai dengan 31 Desember 2001	39
5	Perhitungan rugi laba per jenis ukuran cuci cetak foto Irama Foto Samarinda	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Tubuh Utama	Halaman
1	Break Even Chart. dimana Garis Biaya Tetap digambarkan sejajar dengan sumbu horizontal	20
2	Break Even Chart dimana garis Biaya Tetap digambarkan sejajar dengan garis biaya variabel	21
3	Struktur Organisasi Irama Foto Samarinda	31
4	Posisi Break Even cuci cetak foto Irama Foto Samarinda ukuran 2 x 3 cm, 3 x 4 cm dan 4 x 6 cm	49
5	Posisi Break Even cuci cetak foto Irama Foto Samarinda ukuran 8 x 12 cm (3R)	49
6	Posisi Break Even cuci cetak foto Irama Foto Samarinda ukuran 12 x 17 cm (5R)	50
7	Posisi Break Even cuci cetak foto Irama Foto Samarinda ukuran 19 x 12 cm (10R)	50

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 bertujuan untuk meningkatkan produktifitas. Adanya 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 kebutuhan yang tidak dapat ditinggalkan. Setiap manusia memerlukan kebutuhan dokumentasi.

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

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

Didirikannya foto studio Irama Foto di dalamnya terdapat kegiatan fotografi yaitu cuci cetak foto. Didirikannya usaha cuci cetak foto bukan hanya semata-mata ingin membantu kebutuhan masyarakat Kota 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 keberadaannya disela-sela kesibukan masyarakat Kota Samarinda dan sekitarnya.

Dari berbagai ukuran cuci cetak foto yang dipesan masyarakat konsumen yang paling ramai adalah ukuran 2 x 3 cm dan 3 x 4 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 usaha 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 di pertahankan dalam jangka panjang. Salah satu strategi perusahaan dalam memasarkan produknya harus mempertahankan dan memperhatikan jenis ataupun ukuran produk yang 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-kelemahan perusahaan. Selanjutnya dapat diketahui dimana letak pemborosan biaya di setiap 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 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 Event Point usahanya tersebut.

Agar Titik Pulang Pokok atau Break Even Point dapat ditentukan secara rasional maka biaya-biaya yang terjadi dalam rangka proses produksi perlu dialokasikan secara adil pada masing-masing fungsi.

Dengan diketahuinya 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 tingkatan 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, kegunaan 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, tehnik pengumpulan data serta alat analisa dan pengujian hipotesa.

BAB IV. Merupakan hasil penelitian yaitu sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, jam kerja perusahaan, sistim 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 dertgan membuktikan hipotesa yang telah diajukan.

BAB VI. 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 ini berfaedah atau tidak. Jika pengorbanan itu bertujuan maka baru dapat dikatakan bahwa pengorbanan itu adalah biaya. ²⁾

¹⁾ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*, Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 1979, halaman 3.

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 :

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 :

1. Biaya Produksi, yaitu biaya yang terjadi dari tiga unsur, yaitu :
 - a. Biaya bahan baku

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

- 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 (variable cost)
- c. Biaya semi variabel (semi variable cost)

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

Biaya variabel (variable cost) adalah biaya-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 output yang dihasilkan 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 per unit aktifitasnya berubah-ubah
- c. Biaya ini digunakan kepada bagian yang ada dalam perusahaan dengan menggunakan metoda 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⁾

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 diversifikasi. Break Even Point adalah salah satu alat yang digunakan untuk perencanaan laba.

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

⁵⁾ R. Soemita Adikoesoemah. *Ibid.* halaman 10.

Menurut Syarifudin Alwi, MS Break Even Point adalah :

Break Even Point dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan di mana perusahaan di dalam operasinya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita rugi ⁶⁾

Pendapat dari Bambang Riyanto Break Even Point adalah :

Break Even Point adalah suatu teknik 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.

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 meimbulkan 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⁾

⁶⁾ Syarifudin Alwi MS. *Alat-Alat Analisis Dalam Pembelanjaan*. Edisi ketiga. Cetakan pertama, 1993, Andi Offset, halaman 25.

⁷⁾ Bambang Riyanto, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Cetakan ke-15, Yayasan Badan Penerbit Gadjah Mada, Yogyakarta, 1992, halaman 278.

⁸⁾ Soehardi Sigit, Drs. *Analisa Break Even, Ancangan Linier Secara Ringkas dan Praktis*, Edisi ke-3, BPFE, Yogyakarta, 1990, halaman 1.

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 mendapatkan 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 manager 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* :

Analisis pulang pokok (break even analisis) atau sering juga disebut analisis kontribusi laba merupakan teknik analissi 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 :

⁹⁾ Soehardi Sigit, Ibit, halaman 1

¹⁰⁾ Lincoln Arsyad, *Ekonomi Manajerial, Penerapan Ekonomi Mikro dalam Manajemen Bisnis*, BPFE, Yogyakarta, 1988, halaman 237.

- a. Analisa pulang pokok adalah tehnik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap (fixed cost), biaya variabel (variable 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 formal yang didasarkan hubungan yang tetap antara biaya pendapatan. Analisa ini merupakan alat yang menemukan 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 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⁾

2. Konsep Dasar Analisa Break Even

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

1. Biaya harus dapat dipindahkan atau diklasifikasikan menjadi dua 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

¹¹⁾ J. Fred Weston dan Eugene F. Brigham, *Manajemen Finance*. Alih Bahasa Soemarso SR. Penerbit Esg. Jakarta, 1983. halaman 67.

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 bersangkutan 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 metoda-metoda 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 melalui kapasitas penuh) akan dapat bekerja secara 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 proporsional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produk 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⁾

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

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.
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 per unit produknya, berapapun kuantitas unit yang diproduksi jika kegiatan produksi berubah biaya variabel berubah proporsional dalam jumlah seluruhnya, sehingga biaya perunitnya akan tetap sama.
4. Bahwa harga jual per unit akan tetap sama, berapaun banyaknya unit produk yang terjual. Harga jual per unit tidak akan turun meskipun pembeli-pembeli banyak. Juga sebaliknya harga per unit tidak akan naik meskipun langganan membeli hanya sedikit. Sedikit ataupun banyak yang dibeli harga per unit tidak akan mengalami perubahan.
5. Bahwa perusahaan yang bersangkutan menjual / memproduksi hanya satu jenis barang. Jika ternyata memproduksi / menjual lebih dari satu jenis produk, angka 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 :

- a. Dengan persamaan biasa
- b. Metoda Contribution Margin
- c. Teknik Grafis¹⁴⁾

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 :

$$\text{Penjualan} - (\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}) = 0 \text{ atau : } \text{Penjualan}_{\text{BEP}} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + 0.$$

¹³⁾ Soehardi Sigit, Ibid, halaman 3 - 4

¹⁴⁾ Mas'ud MC., *Akuntansi Manajemen Bagian Penerbitan* Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, halaman 142.

b. Teknik Contribution Margin / Marginal Incomen

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.

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

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

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

Break Even Per unit :

$$\text{BEP}_{(Q)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel}} \quad 15)$$

¹⁵⁾ Mas'ud, Ibid, halaman 145

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 horizontal 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 tertentu menderita kerugian, karena penghasilan penjualannya hanya menutup biaya variabelnya saja dari biaya tetapnya. Ini berarti bagian penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutupi biaya tetapnya tidak cukup. Penghasilan penjualan setelah dikurangi biaya variabelnya merupakan penghasilan penjualan yang 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 contribution margin, maka Break Even Point akan tetap tercapai pada volume 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 :

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

Atau sama dengan :

$$1 - \frac{\text{Biaya variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}$$

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

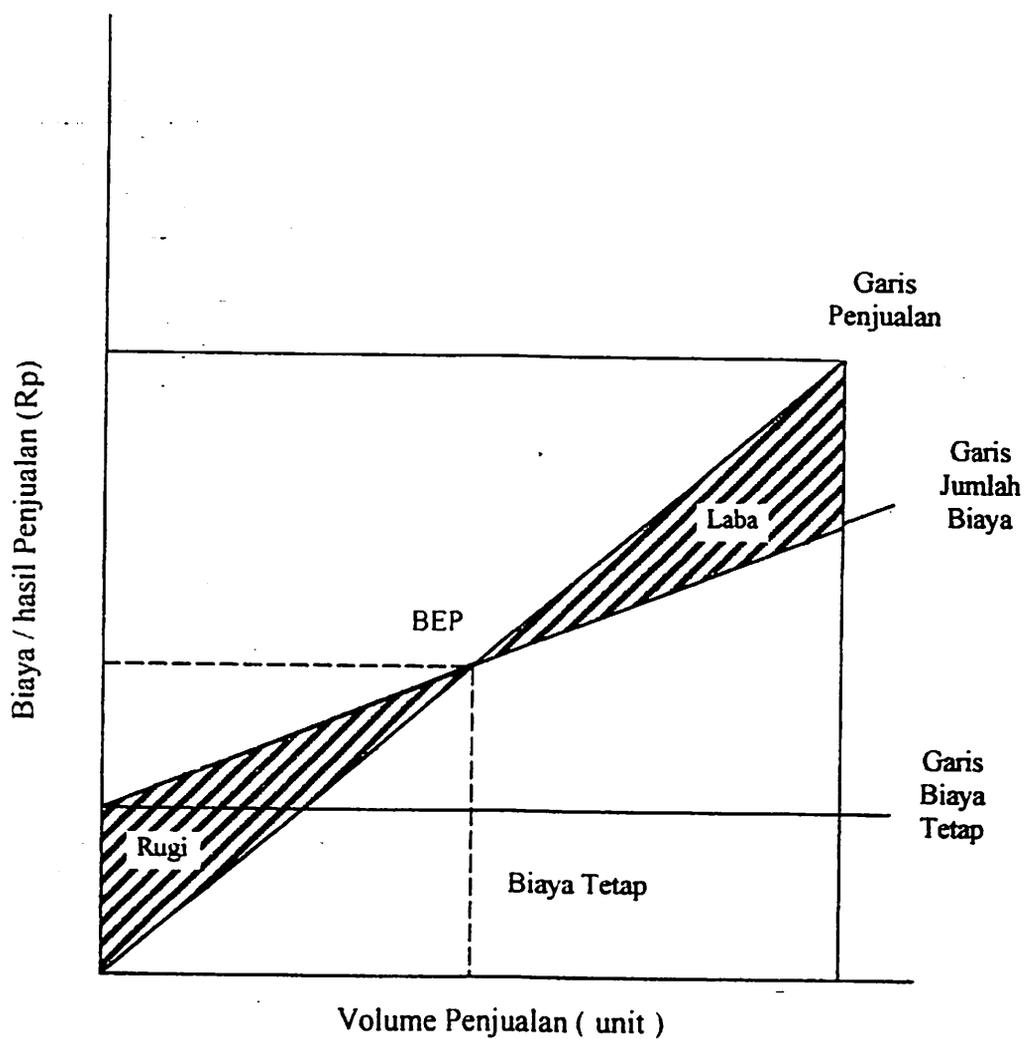
1. Garis biaya tetap digambarkan horizontal sejajar dengan sumbu X
2. Garis biaya tetap digambarkan sejajar dengan garis biaya variabel.

Pada garis ini akan terlihat contribution margin.

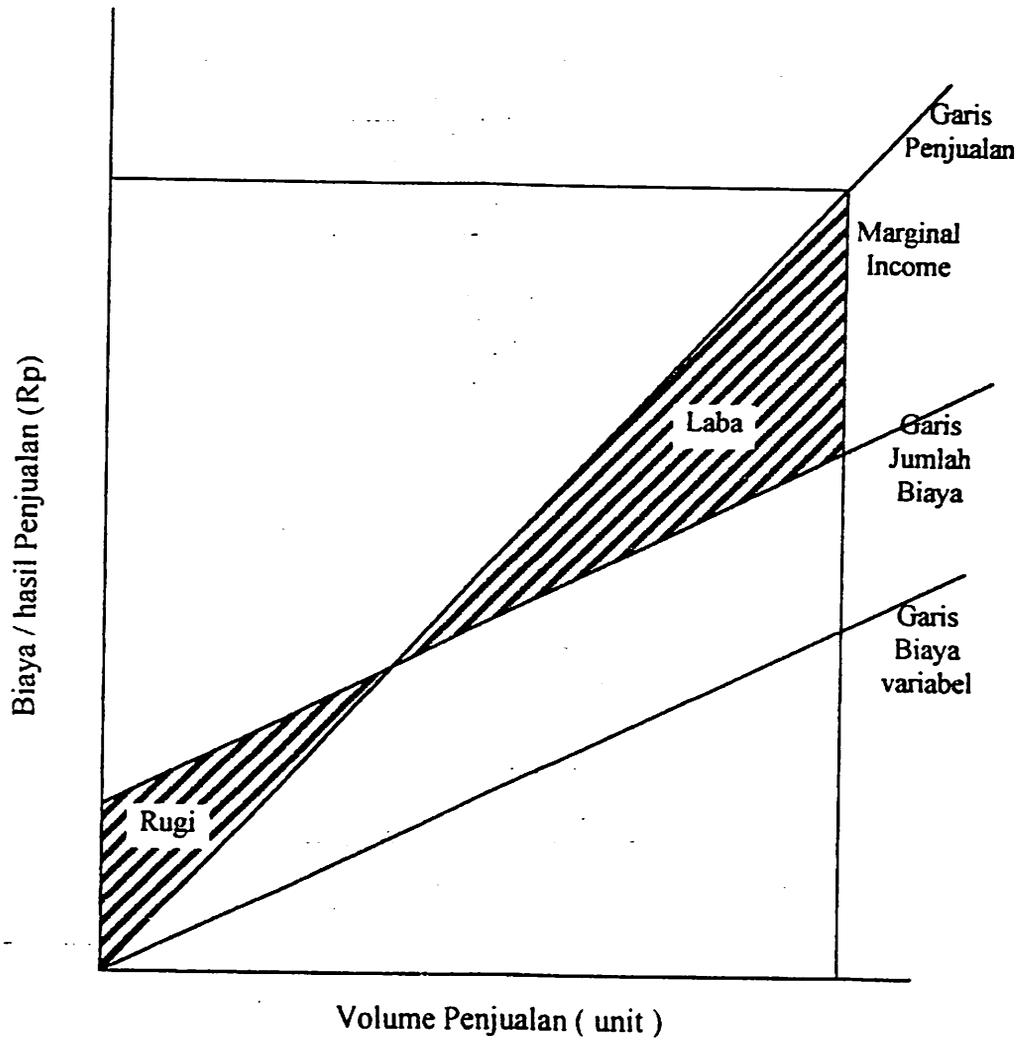
Garis biaya tetap dan jumlah satuan unit adalah seperti terlihat pada gambar sebagai berikut :

¹⁶⁾ Mas'ud, Ibid, halamna 143

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 ini 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 perencanaan 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 berapa titik BE-nya.¹⁷⁾

¹⁷⁾ Soehardi Sigit, Log Cit, halaman 2

C. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang terdahulu telah diuraikan maka penulis mencoba mengemukakan dugaannya 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.

Analisis 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.

Robinson Tarigan menyebutkan Break Even sebagai berikut :

Analisa Break Even yang dimaksud adalah suatu perencanaan laba yang formal didasarkan atas hubungan antara penjualan atau yang 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 (3R), 12 x 17 cm (5R) dan 19 x 24 cm (10R).

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
 - Permotong 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 / memati 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 ke dalam 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 pomosi
 - Biaya air
 - Dan biaya alat tulis kantor
2. Biaya variabel yang 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 1 Agustus 2000 – 31 Desember 2000
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 Agustus 2000 – Desember 2000

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 (3R), 12 x 17 cm (5R), 19 x 24 cm (10R) 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 metoda :
 - 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. Questioner, 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 mendapatkan 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 Analisa 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 :

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

Dimana :

- P = harga jual per unit
- V = biaya variabel per unit
- FC = biaya tetap
- Q = jumlah unit / kualitas produk yang dijual / dihasilkan¹⁸⁾

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 di bidang Foto Studio. Pada mulanya usaha cuci cetak foto ini keberadaannya tidak seperti sekarang, yang mana kondisi fisik usahanya mulai ada kemajuan. Pada tahun 1997 Irama Foto telah membuka cabangnya yang berada di Sambutan Samarinda. Sedangkan Irama Foto sendiri berada di jalan Rajawali Samarinda.

Dalam perkembangan usaha cuci cetak foto 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 angunan. 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. Joya Suwarno (Sebagai pendiri)
2. Juhartomo (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 ke-tiga dari Bapak Jaya Suwarno.

Surat Ijin Tempat Usaha Irama Foto tidak dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah, namun pemilik usaha sudah berusaha 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 Perdagangan (SIUP) berlaku diseluruh Indonesia selama Perusahaan masih menjalankan usahanya.

Dalam memasarkan produknya Irama Foto menggunakan dua orang tenaga salesman 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 produksinya Irama Foto mengikuti harga organisasi persatuan para pemilik studio di Samarinda.

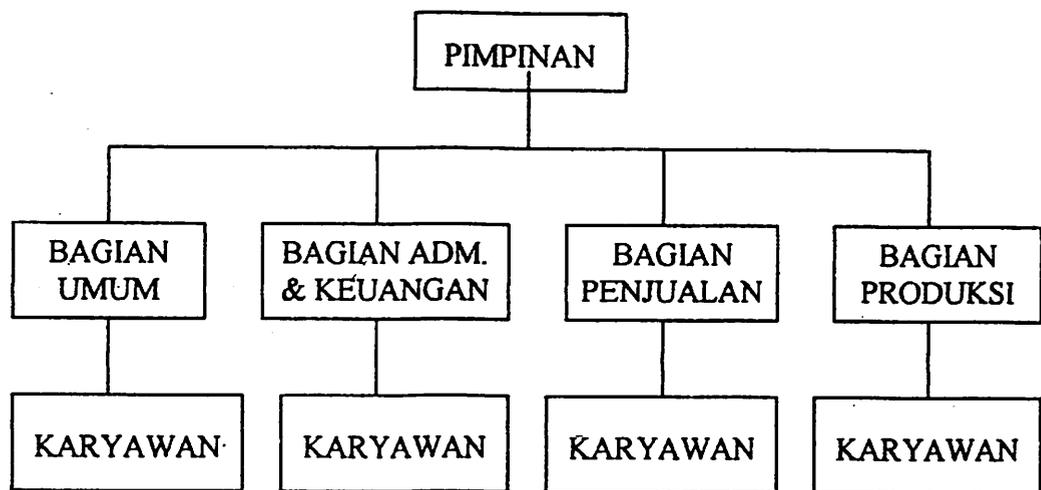
B. Struktur Organisasi

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 3

Gambar 3. Struktur Organisasi Irama Foto Samarinda



Sumber data : Irama Foto Samarinda Tahun 2001

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 aktivitas 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, telpon 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 penjualan.
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 hari Senin s/d Kamis

Shifp 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

Shifp kedua :

- Jam kerja mulai Jam 17.00 s/d 22.00

2. Untuk hari Jum'at :

Shifp 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

Shifp Kedua:

- Jam kerja mulai Jam 17.00 s/d 22.00

3. Untuk hari Sabtu jam kerja shifp pertama dan 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 data perusahaan selama penulis mengadakan penelitian.

Dalam proses kerja perusahaan pelanggan di bedakan dua macam yaitu :

- a. Pelanggan yang belum ada klise/film.

Proses kerja pelanggan yang belum 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 melaporkan 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 di masukkan ke dalam alat untuk membuat PO yang berisi Micro MF yang sudah dilarutkan dengan air selama 5 – 15 menit. Film yang sudah

dimasukkan ke dalam larutan Acifit selama 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 gambar yang jelas, kertas ceak dimasukkan ke dalam cetakan sesuai dengan ukuran yang diminta oleh pelanggan. Waktu pencahayaan sangat berpengaruh terhadap hasil cetakan sebab kertas cetakan 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 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 PO hanya bedanya pelanggan ini tidak perlu di ambil 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 berikut ini.

Tabel 1 : Jumlah penjualan Irama Foto dari bulan Agustus sampai dengan bulan Desember 2000 dari berbagai masing-masing ukuran .

Bulan	2 x 3 cm ⁼⁾	3 x 4 cm ⁼⁾	4 x 6 cm ⁼⁾
Agustus 2000	2.800.000,00	2.080.000,00	1.900.000,00
September 2000	3.610.000,00	3.398.400,00	2.100.000,00
Oktober 2000	3.600.800,00	3.419.200,00	1.512.400,00
November 2000	2.000.200,00	2.011.600,00	1.400.200,00
Desember 2000	2.800.800,00	3.521.800,00	1.600.400,00
Jumlah	14.811.800,00	14.431.000,00	8.513.000,00

Bulan	8 x 12 cm ⁼⁾	12 x 7 cm ⁼⁾	19 x 24 cm ⁼⁾
Agustus 2000	400.500,00	300.000,00	267.000,00
September 2000	628.500,00	477.000,00	261.000,00
Oktober 2000	625.000,00	225.000,00	297.000,00
November 2000	733.500,00	448.500,00	327.000,00
Desember 2000	734.500,00	283.500,00	321.000,00

Sumber data : Irama Foto Samarinda 2001

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 September 2000 sampai dengan Desember 2000.

Bulan	Hasil penjualan
Agustus 2000	7.747.500,-
September 2000	10.475.100,-
Oktober 2000	9.679.400,-
November 2000	6.921.000,-
Desember 2000	9.212.000,-
Jumlah	44.035.000,-

Sumber data : Irama Foto Samarinda, 2001

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

Jenis Ukuran (cm)	Biaya Variabel (Rp)	Biaya Tetap (Rp.)	Total (Rp)
2x3, 3x4, 4x6	13.419.440,-	20.107.720,-	33.527.160,-
8 x 12	1.293.440,-	1.230.040,-	2.523.480,-
12 x 17	808.400,-	449.216,-	1.257.616,-
19 x 24	646.720,-	673.824,-	1.320.544,-
Jumlah	16.168.000,-	22.460.800,-	38.628.800,-

Sumber data : Irama Foto Samarinda. 2001

Tabel 4 : Biaya yang dikeluarkan sejak 1 Agustus 2000 – 31 Desember 2000

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	Rp. 349.000,-
Jumlah biaya variabel	Rp. 16.168.000,-
Biaya Tetap :	
- Deprisasi 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,-
- Insentip biaya tetap.	Rp. 1.200.000,-
Jumlah biaya tetap	Rp. 22.460.800,-
Jumlah biaya tetap dan biaya variabel	Rp. 38.628.800,-

Sumber data : Irama Foro Samaridna, 2001

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa ukuran foro 2 x 3 cm, 3 x 4 cm dan 4 x 6 cm mempunyai harga jual per unit sama walaupun ukurannya berbeda yaitu Rp. 200 per unit atau per lembar. Dalam pelaksanaan perhitungan break even point ketiga ukuran tersebut di atas walaupun ukurannya berbeda dianggap sama karena harga jual per unit / lembar sama. Dari enam ukuran yang ada yaitu 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) 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 per unit atau lembar.
2. Ukuran 8 x 12 cm (3R) dengan harga jual per unit atau per lembar Rp. 500,-
3. Ukuran 12 x 17 cm (5R) dengan harga jual per unit atau per lembar Rp. 1.500,-
4. Ukuran 19 x 24 cm (10R) dengan harga jual per unit atau per lembar Rp. 3.000,-

Jumlah biaya variabel cuci cetak foro Irama Foro yang dikeluarkan sebesar Rp. 16.168.000,- atau sebesar 41,86%. Untuk menghitung biaya variabel per unit atau per lembar 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, 4 x 3 cm dan 4 x 6 cm dengan hasil penjualan sebesar Rp. 37.755.800,- dan harga perunit atau per lembar Rp. 200,- maka jumlah unit yang terjual sebesar hasil penjualan dibagi harga jual per unit atau per lembar yaitu :

$$= \frac{\text{Rp. 37.755.800,-}}{\text{Rp. 200,-}}$$

= 188.799 lembar

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

$$= \frac{\text{Jumlah biaya variabel}}{\text{Unit biaya yang terjual}}$$

$$= \frac{13.419.440}{188.780}$$

= 71,09 rupiah / lembar

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 :

$$= \frac{\text{Hasil Penjualan}}{\text{Harga Jual per Unit}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 3.122.000,-}}{\text{Rp. 500,-}}$$

= 6.244 lembar

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

$$= \frac{\text{Jumlah biaya variabel}}{\text{Unit yang terjual}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 1.293.440,-}}{6.244 \text{ lembar}}$$

$$= 207,15 \text{ rupiah / lembar}$$

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

$$= \frac{\text{Hasil Penjualan}}{\text{Harga Jual per lembar}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 1.734.000}}{\text{Rp. 1.500,-}}$$

$$= 1.156 \text{ lembar}$$

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

$$= \frac{\text{Jumlah biaya variabel}}{\text{Unit yang terjual}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 808.400,-}}{1.156 \text{ lembar}}$$

$$= 699,31 \text{ rupiah / lembar}$$

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

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Hasil Penjualan}}{\text{Harga Jual per Unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 1.473.000,-}}{\text{Rp. 3.000,-}} \\
 &= 491 \text{ lembar}
 \end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Jumlah biaya variabel}}{\text{Unit yang terjual}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 646.720,-}}{491 \text{ lembar}} \\
 &= 1.317,15 \text{ rupiah / lembar}
 \end{aligned}$$

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

Tabel. 5 Perhitungan rugi laba per jenis Ukuran
Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda

	UKURAN				TOTAL
	2 x 3 cm, 3 x 4 cm, 4 x 6 cm	8 x 12 cm (3R)	12 x 17 cm (5R)	19 x 24 cm (10R)	
Hasil Penjualan	188.780 x 200	6.244 x 500	1.156 x 1.500	491 x 3.000	
Variable Cost	Rp. 37.756.000,00	Rp. 3.122.000,00	Rp. 1.734.000,00	Rp. 1.473.000,00	Rp. 44.035.000,00
Fixed Cost	Rp. 13.419.440,00	Rp. 1.293.440,00	Rp. 808.400,00	Rp. 646.720,00	Rp. 16.168.000,00
Total Cost	Rp. 20.107.720,00	Rp. 1.230.040,00	Rp. 449.216,00	Rp. 673.824,00	Rp. 22.460.800,00
PROFIT	Rp. 33.527.160,00	Rp. 2.523.480,00	Rp. 1.257.616,00	Rp. 1.320.544,00	Rp. 38.628.800
(Hasil Penjualan Total Cost)	Rp. 4.228.840,00	Rp. 598.520,00	Rp. 476.4484,00	Rp. 152.456,00	Rp. 5.406.200,00

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 :

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

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

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{(2 \times 3, 3 \times 4, 4 \times 6)} &= \frac{\text{Rp. 20.107.720,-}}{1 - \frac{\text{Rp. 13.419.440,-}}{\text{Rp. 37.756.000,-}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 20.107.720,-}}{1 - 0,6446} \\
 &= \frac{\text{Rp. 20.107.720,-}}{0,6446} \\
 &= \text{Rp. 31.194.104,87,-}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{(8 \times 12 \text{ cm})} &= \frac{\text{Rp. 1.230.040,-}}{\frac{\text{Rp. 1.293.440,-}}{1 - \frac{\text{Rp. 3.122.000,-}}{\text{Rp. 1.230.040,-}}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 1.230.040,-}}{1 - 0,4143} \\
 &= \frac{\text{Rp. 1.230.040}}{0,5857} \\
 &= \text{Rp. 2.100.119,51}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{(12 \times 17 \text{ cm})} &= \frac{\text{Rp. 449.216,-}}{\frac{\text{Rp. 808.400,-}}{1 - \frac{\text{Rp. 1.734.000,-}}{\text{Rp. 449.216}}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 449.216}}{1 - 0,4662} \\
 &= \frac{\text{Rp. 449.216}}{0,5338} \\
 &= \text{Rp. 841.543,63,-}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{(19 \times 24 \text{ cm})} &= \frac{\text{Rp. 673.824,-}}{1 - \frac{\text{Rp. 646.720,-}}{\text{Rp. 1.473.000,-}}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 673.824,-}}{1 - 0,4391} \\
 &= \frac{\text{Rp. 673.824,-}}{0,5610} \\
 &= \text{Rp. 1.201.112,30}
 \end{aligned}$$

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 :

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{(\text{unit})} &= \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}} \\
 \text{BEP}_{(2 \times 3, 3 \times 4, 4 \times 6 \text{ cm})} &= \frac{\text{Rp. 20.107.720,-}}{\text{Rp. 200,00} - \text{Rp. 71,09}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 20.107.720,-}}{\text{Rp. 128,19}} \\
 &= 156.858,7253 \text{ lembar}
 \end{aligned}$$

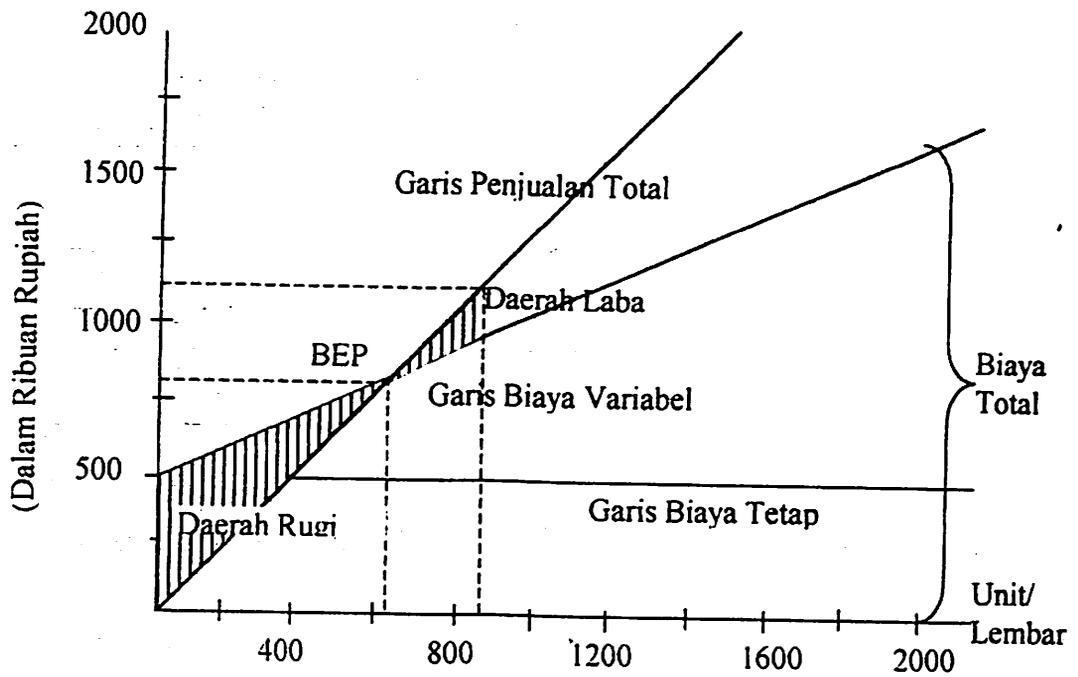
$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{(8 \times 12 \text{ cm})} &= \frac{\text{Rp. 1.230.040,-}}{\text{Rp. 500,00} - \text{Rp. 207,15}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 1.230.040,-}}{\text{Rp. 292,85,-}} \\
 &= 4.200,24 \text{ lembar}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{(12 \times 17 \text{ cm})} &= \frac{\text{Rp. 449.216,-}}{\text{Rp. 1.500,00} - \text{Rp. 699,31}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 449.216,-}}{\text{Rp. 800,69}} \\
 &= 561,103 \text{ lembar}
 \end{aligned}$$

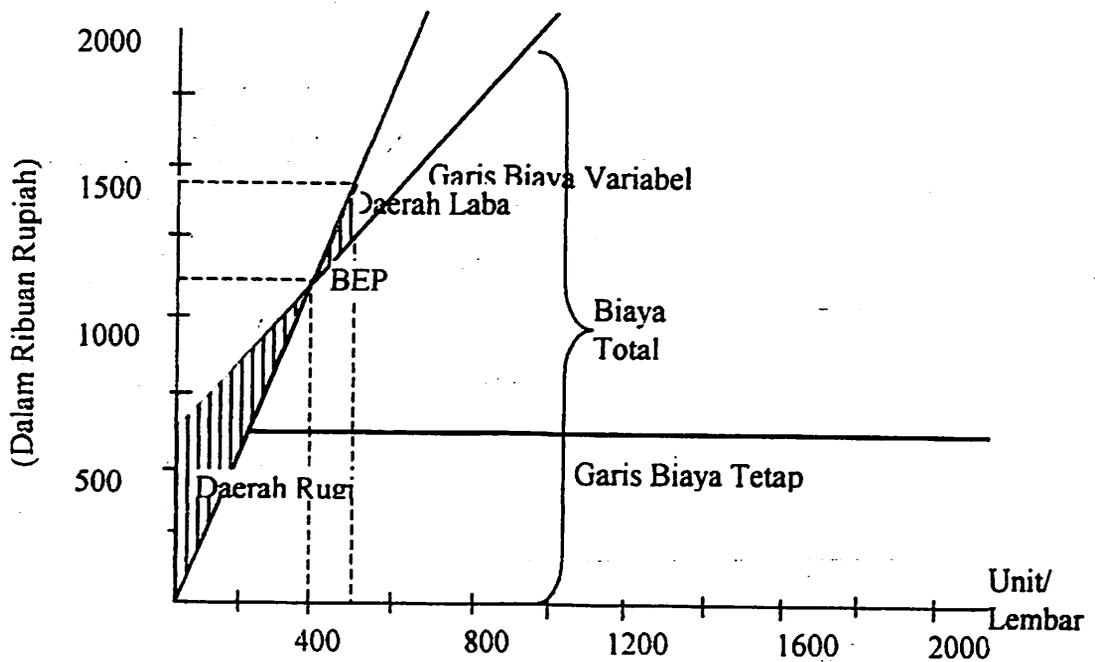
$$\begin{aligned}
 \text{BEP}_{(19 \times 24 \text{ cm})} &= \frac{\text{Rp. 673.824,-}}{\text{Rp. 3.000,00} - \text{Rp. 1.317,15}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 673.824,-}}{\text{Rp. 1.682,85}} \\
 &= 4.00,41 \text{ lembar}
 \end{aligned}$$

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

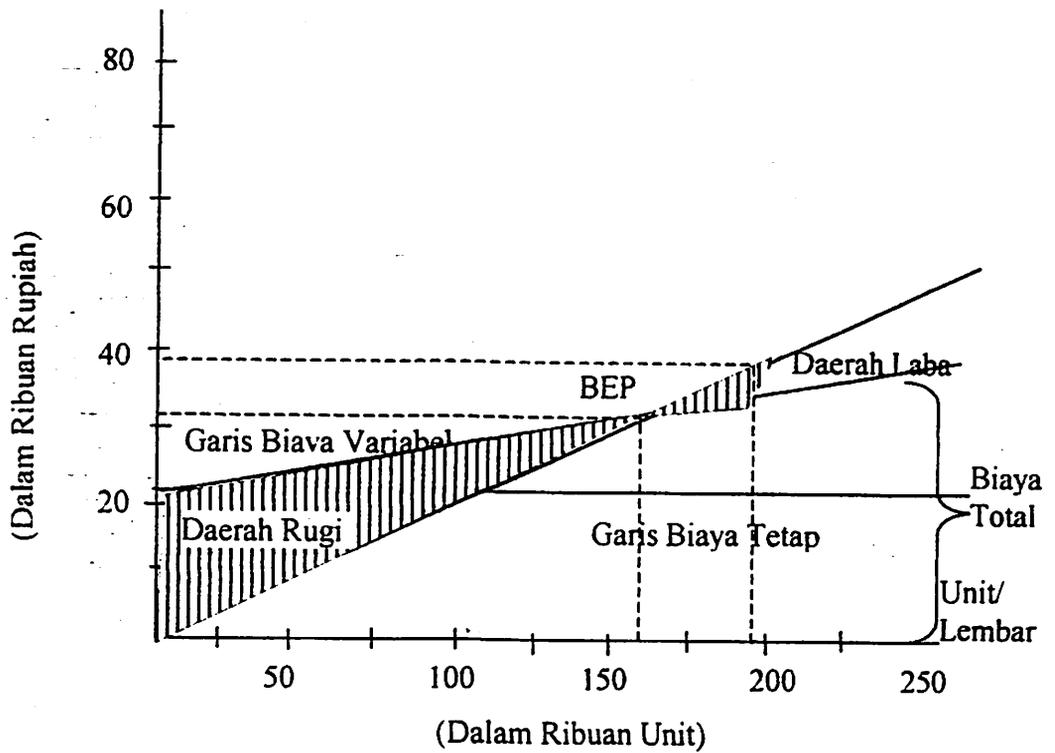
Dengan demikian hipotesis yang dikemukakan pada penulisan skripsi ini dapat diterima. Untuk lebih jelasnya posisi perusahaan cuci cetak foto Irama Foto berada diatas titik break even dapat dilihat pada penjelasan bentuk gambar sebagai berikut :



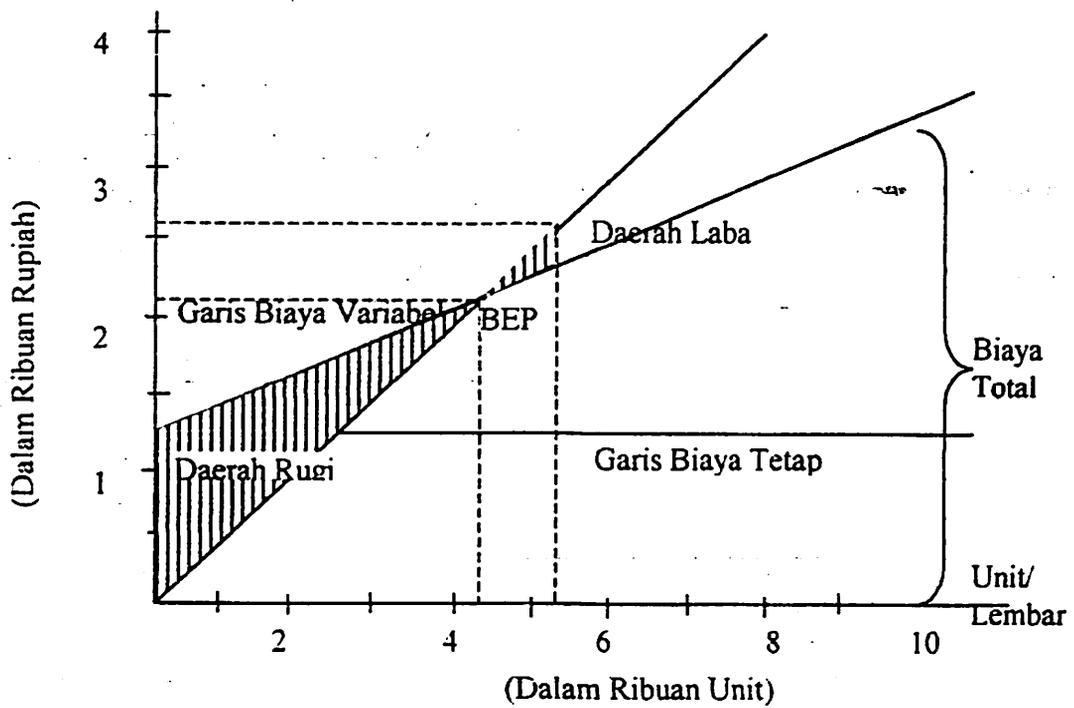
Gambar 6. Posisi Even Point Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda, Ukuran 12 x 7 cm (5R).



Gambar 7. Posisi Even Point Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda, Ukuran 19 x 24 cm (10R).



Gambar 4. Posisi Even Point Cuci Cetak Foto Irama Foto Samarinda, Ukuran 2 x 3 cm , 3 x 4 cm dan 4 x 6 cm.



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

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 Rp. 37.755.800,- dengan harga per unit atau per lembar Rp. 200,-. Jadi jumlah unit yang terjual 188.799 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 6.244 lembar, biaya variabelnya 207,15 rupiah/lembar.
 3. Ukuran 12 x 17 cm (5R) dengan hasil penjualan Rp. 1.739.000,- harga jual per unit Rp. 1.500,-. Jumlah unit yang terjual 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. 3.000,-, 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 :
- Secara totalitas sebesar Rp. 35.494.311,-
 - Untuk masing-masing ukuran sebesar

BEP (ukuran 2 x 3, 3 x 4, 4 x 6 cm)	=	Rp. 31.194.104,89
BEP (ukuran 8 x 12 cm)	=	Rp. 2.100.119,51
BEP (ukuran 12 x 17 cm)	=	Rp. 841.543,64
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 (ukuran 2 x 3, 3 x 4, 4 x 6 cm) = 1.559.826.235 lembar
 - BEP (ukuran 8 x 12 cm) = 420.024 lembar
 - BEP (ukuran 19 x 24 cm) = 40.041 lembar

Jadi posisi Break Even Point perusahaan adalah di atas daripada 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 meningkatkan 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 di atas daripada Break Even Point agar perusahaan selalu dalam keadaan normal (Baik).

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph Matz, 1979. *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- J. Fred. Wesdon dan K. Eugene F. Brigham. 1983. *Manajemen Finance*. Alih bahasa Soemarso S.R. Penerbit KSG. Jakarta.
- Lincolins Arsyad. 1988. *Ekonomi Manajerial, Penerapan Ekonomi Mikro Dalam Manajemen Bisnis*. BPFE. Yogyakarta.
- Mas'ud, ME. *Akuntansi Manajemen*. Bagian penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Mulyadi. 1979. *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*. Bagian penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- R. Soemita Adikoesoemah. 1980. *Akuntansi Biaya dan Harga Pokok Perencanaan dan Pengendalian*. Akademi Akuntansi. Bandung.
- _____. 1975. *Cost Accounting Kalkulasi Harga Pokok*. CV. Tarsito. Bandung.
- Syarifuddin Alwi. MS. 1993. *Alat-alat Analisis dalam Pembelanjaan*. Edisi ketiga, cetakan pertama. Andi Offset.
- Soekardi Sigit. Drs. 1990. *Analisis Break Even, Ancangan Linier Secara Ringkas dan Praktis*. Edisi ketiga. BPFE. Yogyakarta.
- S. Munawir. 1983. *Analisis Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.