

**ANALISIS EFISIENSI BIAYA PEMASARAN SEBAGAI
DASAR PENENTUAN TINGKAT PROFITABILITAS
SETIAP JENIS PRODUK PADA PT CAHAYA
SURYA TUNAS TAPIOKA KABUPATEN
WONOGIRI**

SKRIPSI



Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

Mokh. Saiful Kaharjo

NIM : 940810201069

Terima : 14 NOV 2001
No. Induk : 10237165

SICS

5
Klas
658.8
RAH
ra

©.1

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2001

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS EFISIENSI BIAYA PEMASARAN SEBAGAI DASAR PENENTUAN
TINGKAT PROFITABILITAS SETIAP JENIS PRODUK PADA PT. CAHAYA
SURYA TUNAS TAPIOKA KABUPATEN WONOGIRI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Mokh. Saiful Raharjo

N. I. M. : 9408102069

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna
memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

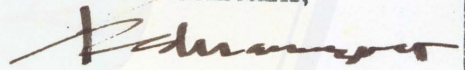
Ketua,



Drs. IKM. Dwipayana, MS

NIP. 130 781 341

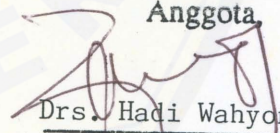
Sekretaris,



Drs. K. Indraningrat, M.Si

NIP. 131 832 337

Anggota



Drs. Hadi Wahyono, MM

NIP. 131 120 331



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Drs. H. Liakip, SU

NIP. 130 531 976

TANDA PERSETUJUAN

Judul : Analisis Efisiensi Biaya Pemasaran Sebagai Dasar
Penentuan Tingkat Profitabilitas Setiap Jenis
Produk Pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka
Kabupaten Wonogiri

Nama Mahasiswa : Mokh. Saiful Raharjo

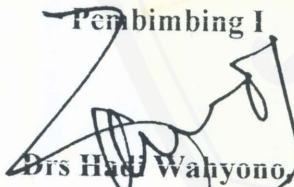
NIM : 9408102069

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal persetujuan : 01 Agustus 2001

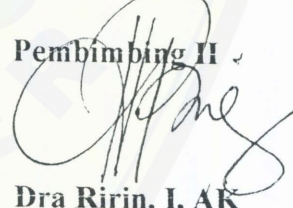
Pembimbing I



Drs Hadi Wahyono, MM

NIP : 131120331

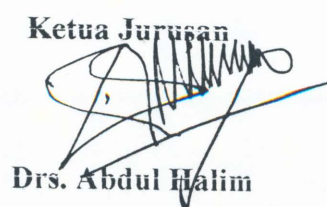
Pembimbing II



Dra Ririn, I, AK

NIP : 132 002 081

Ketua Jurusan



Drs. Abdul Halim

NIP : 130 074 838

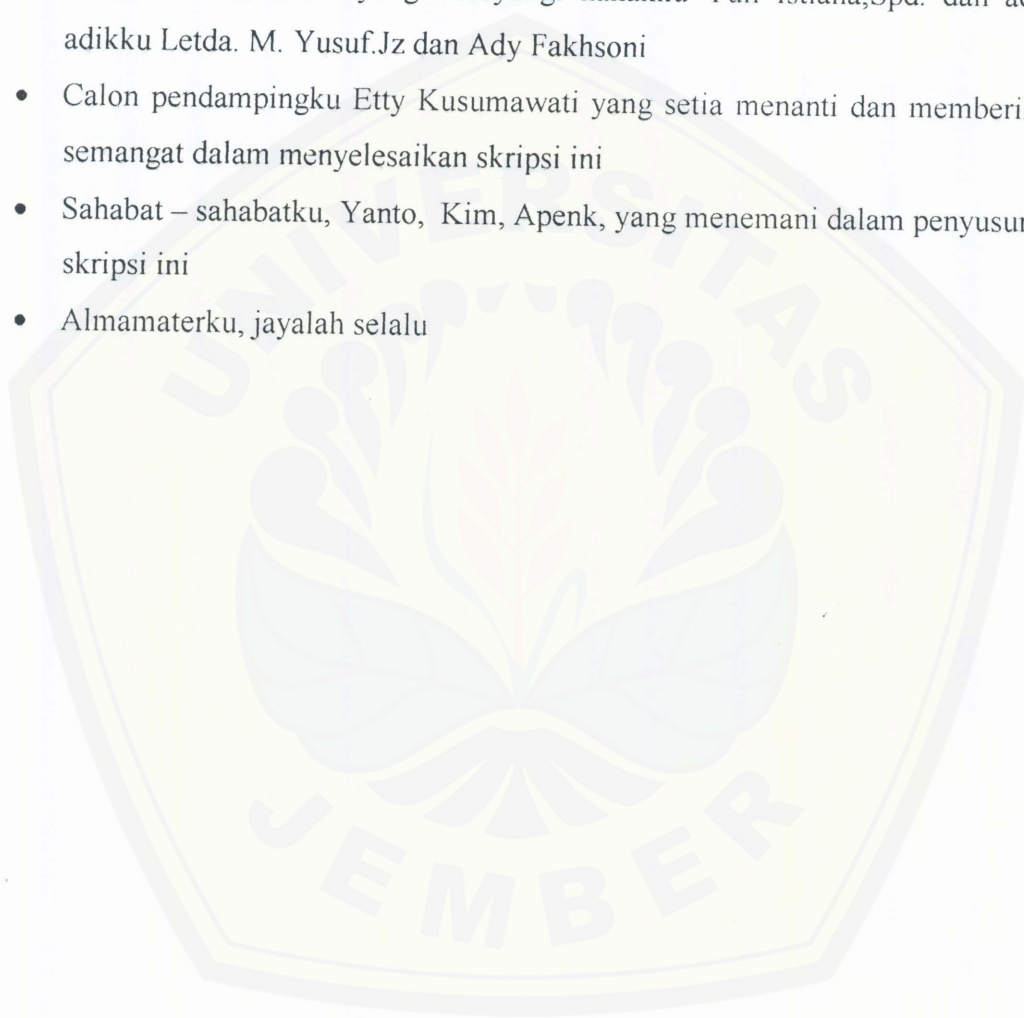
MOTTO :

- ◆ **Demi masa**
- ◆ **Sesungguhnya manusia itu benar – benar ada dalam keadaan merugi**
- ◆ **Kecuali orang – orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran, dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.**

(AL ASHR)

KARYA INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA :

- Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberiku dorongan moril dan materiil dalam menyelesaikan skripsi ini
- Saudara – saudaraku yang kusayangi kakakku Yuli Istiana, Spd. dan adik-adikku Letda. M. Yusuf, Jz dan Ady Fakhsoni
- Calon pendampingku Etty Kusumawati yang setia menanti dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
- Sahabat – sahabatku, Yanto, Kim, Apenk, yang menemani dalam penyusunan skripsi ini
- Almamaterku, jayalah selalu



KATA PENGANTAR

Dengan Memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayatnya kepada penulis, sehingga pada akhirnya selesailah penyusunan skripsi dengan judul “ **Analisis Efisiensi Biaya Pemasaran Sebagai Dasar Penentuan Tingkat Profitabilitas Setiap Jenis Produk Pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Kabupaten Wonogiri**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis diakhir masa perkuliahan pada program S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam menyusun skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka tiada berlebihan jika dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Liakip, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Ketua Jurusan dan sekretaris jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Bapak Drs. Hadi Wahyono, MM dan Ibu Dra. Ririn. I, AK selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan hingga terselesainya skripsi ini
4. Bapak Drs. Kamarul Imam, MSc selaku dosen wali selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember
5. Mr Cho Chen Lung selaku direktur PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri yang memberi ijin untuk mengadakan penelitian
6. Bapak Wihartanto, SE selaku staff manajemen PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri yang banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini
7. Semua anggota Keluarga Silat Nasional Indonesia Perisai Diri Jember, wadah penghilang stress dan berprestasi
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tak langsung membantu dalam penyusunan skripsi ini

Adanya kekurangsempurnaan dalam sebuah penulisan adalah hal wajar, oleh karena itu saran serta kritik sangat diharapkan dari skripsi ini

Jember 31 Juli 2001

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Motto	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xv
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Terminologi.....	3
BAB II Tinjauan Pustaka	
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	4
2.2 Landasan Teori	5
2.2.1 Pengertian Biaya Pemasaran.....	5
2.2.2 Ruang Lingkup Biaya Pemasaran	5
2.2.3 Penggolongan Biaya Pemasaran	7
2.2.4 Karakteristik Biaya Pemasaran	8
2.2.5 Analisis Biaya Pemasaran.....	9
2.2.6 Kesulitan – Kesulitan dalam Pengawasan Biaya Pemasaran	13
2.2.7 Pendekatan Analisis Biaya Pemasaran	15
2.2.7.1 Pendekatan analisis Biaya Pemasaran Menurut Produk Item.....	15

2.2.7.2 Pendekatan analisis Biaya Pemasaran Menurut Produk Bersama..	15
2.2.8 Menghitung Efisiensi Biaya Pemasaran Menurut Produk Item.....	16
2.2.9 Laporan Laba – Rugi.....	17

BAB III Metode Penelitian

3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Prosedur Pengumpulan Data	19
3.2.1 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.3 Devinisi Variabel Operasional dan Pengukurannya.....	20
3.4 Metode Analisis Data.....	21

BAB IV Hasil dan Pembahasan

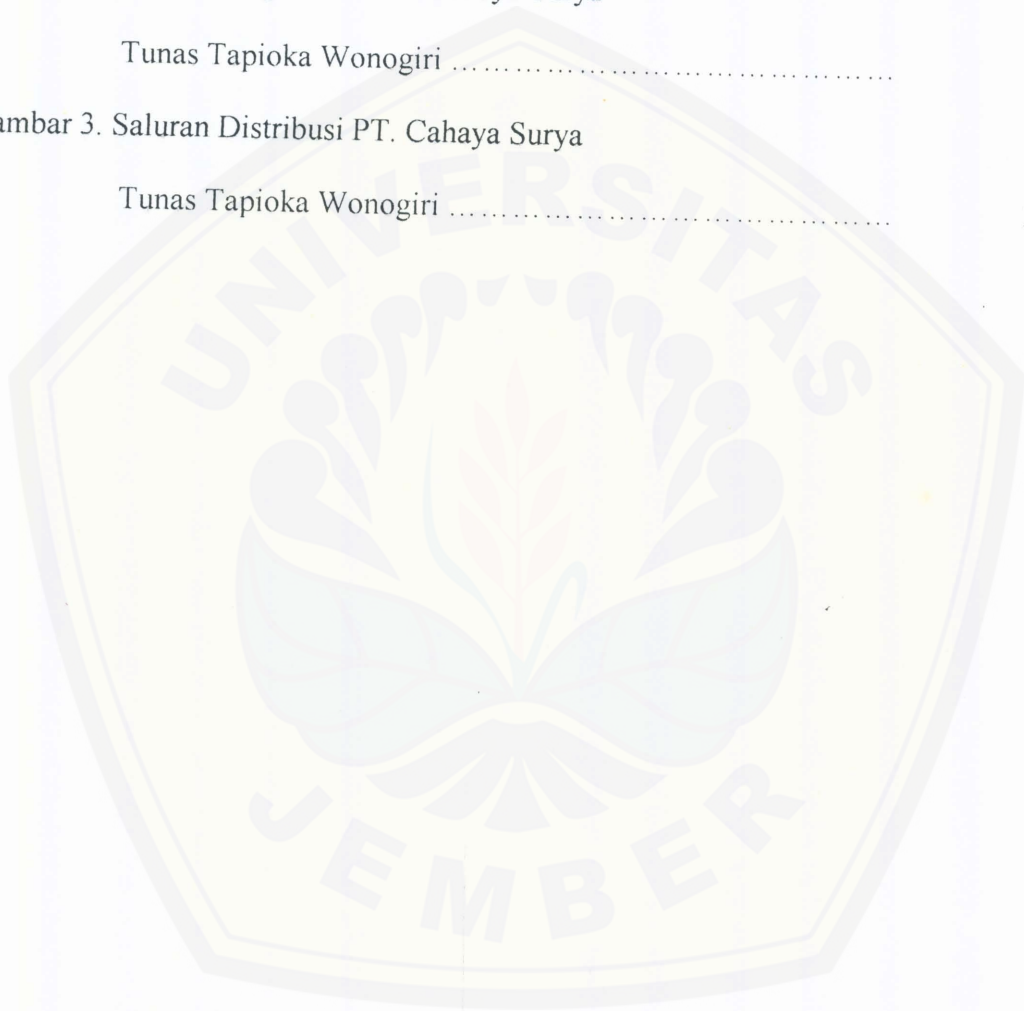
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	28
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	28
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	28
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	29
4.1.4 Ketenaga Kerjaan	30
4.1.4.1 Jumlah Tenaga Kerja	30
4.1.4.2 Hari Kerja	31
4.1.4.3 Jam Kerja	31
4.1.4.4 Kebijakan Pengupahan	32
4.1.5 Aktivitas Produksi	34
4.1.5.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong.....	34
4.1.5.2 Standart Penggunaan Bahan Baku	34
4.1.5.3 Mesin Peralatan	35
4.1.5.4 Proses Produksi	35
4.1.5.1 Volume Produksi	37
4.1.6 Aspek Pemasaran	37
4.1.6.1 Daerah Pemasaran	37
4.1.6.2 Saluran Distribusi	37
4.1.6.3 Volume Penjualan	38

4.1.6.4 Biaya – biaya Pemasaran	38
4.2 Rencana Penjualan	40
4.3 Perhitungan Persediaan Akhir	41
4.4 Penyusunan Anggaran Produksi Tahun 2001	43
4.4.1 Ramalan Harga Jual	43
4.5 Menghitung Rencana Biaya Biaya Produksi Tahun 2001	44
4.5.1 Rencana Biaya Bahan Baku Tahun 2001	44
4.5.1.1 Ramalan Kebutuhan Bahan Baku Tahun 2001	44
4.5.1.2 Ramalan Harga Beli Bahan Baku Tahun 2001	44
4.5.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung	45
4.5.2.1 Ramalan Upah Tenaga Kerja Langsung Tahun 2001	47
4.5.2.2 Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2001	49
4.5.3 Rencana Biaya Overhead Pabrik Tahun 2001	50
4.5.3.1 Ramalan Biaya Bahan Penolong Tahun 2001	50
4.5.3.1.1 Ramalan Kebutuhan Bahan Penolong Tahun 2001	50
4.5.3.1.2 Ramalan Harga Beli Bahan Penolong tahun 2001	50
4.5.3.1.3 Ramalan Biaya Bahan Penolong Tahun 2001	51
4.5.3.2 Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	52
4.5.3.3 Penyusunan Biaya Overhead Pabrik Tahun 2001	53
4.6 Rencana Biaya pemasaran Tahun 2001	53
4.6.1 Analisis Biaya Pemasaran Tahun 1996 – 2000	53
4.6.1.1 Penggolongan Biaya Pemasaran Menurut Fungsinya	53
4.6.1.2 Distribusi Biaya Tak Langsung Pada Fungsi Langsung Pemasaran Tahun 1996 – 2000	55
4.6.1.3 Analisis Pengeluaran Biaya Pemasaran Setiap Fungsi Pemasaran Tahun 1996 – 2000	56
4.6.1.4 Menentukan Tarif Alokasi Biaya Pemasaran Tahun 1996 – 2000 ..	58
4.6.1.5 Menentukan Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Langsung Tahun 1996 – 2000	59

4.6.2 Rencana Biaya Pemasaran Tahun 2001.....	59
4.7 Rencana Biaya Administrasi dan Umum	59
4.8 Laporan Laba – Rugi	60
4.8.1 Laporan Laba – Rugi Tepung Tapioka	60
4.8.2 Laporan Laba – Rugi Glukose Cair	61
4.9 Efisiensi Biaya Pemasaran Tahun 2001	61
4.10 Menghitung Profit Margin Tahun 2001	62
BAB V Kesimpulan Dan Saran	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
Daftar Pustaka	66
Lampiran	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka pemecahan masalah	26
Gambar 2. Struktur Organisasi PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri	30
Gambar 3. Saluran Distribusi PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri	37



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Fungsi Pemasaran dan Dasar Alokasi	12
2. Jumlah Tenaga Kerja Langsung PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 untuk Produk Tepung Tapioka	33
3. Jumlah Tenaga Kerja Langsung PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 untuk Produk Glukose Cair	33
4. Jumlah Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Menurut Produk Item dan Upah per hari PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000	34
5. Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung Bagian Produksi PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000	35
6. Biaya Administrasi dan Umum pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000 (dalam rupiah)	35
7. Daftar Harga Beli Bahan baku dan Bahan Penolong PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri, Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)	36
8. Standart Pemakaian Bahan Baku dan Bahan Penolong masing-masing produk Item PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Tahun 1996 – 2000	36
9. Volume Produksi PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 1996-2000 (dalam kg)	37
10. Harga Jual untuk tiap produk item dari tahun 1996 sampai tahun 2000 dalam rupiah (Rp)	38
11. Volume penjualan produk item PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dari tahun 1996 –2000 (dalam kg)	38
12. Persediaan Awal dan Akhir Masing – Masing Produk Item	

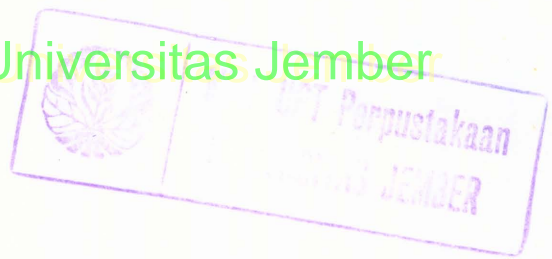
pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996-2000	38
13. Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 - 2000	39
14. Pengeluaran Biaya Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam ribuan rupiah)	39
15. Perhitungan Rencana Penjualan Tepung Tapioka Tahun 2001	40
16. Perhitungan Rencana Penjualan Glukose cair Tahun 2001	41
17. Anggaran Produksi Tahun 2001	43
18. Ramalan Harga Jual Tepung Tapioka dan Glukose Cair PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 –2000	43
19. Perhitungan Rasio Kenaikan Harga Beli Bahan Baku Menggunakan Metode GM pada PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Tahun 1996-2000	45
20. Perhitungan Tenaga Kerja Langsung Golongan I Bagian Produksi, Menurut Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Metode Geometrc Mean Tahun 1996-2000	45
21. Perhitungan Jumlah Tenaga Kerja Langsung Golongan II Bagian Produksi menurut Produk Item PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Geometrik Mean Tahun 1996-2000	46
22. Perhitungan Jumlah Tenaga Kerja Langsung Golongan III Bagian Produksi menurut Produk Item PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Geometrik Mean Tahun 1996-2000	46
23. Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Masing- masing Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001	47

24. Perhitungan Upah Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Golongan I PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Metode Geometrik Mean Tahun 1996 – 2000	47
25. Perhitungan Upah Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Golongan II PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Metode Geometrik Mean Tahun 1996 – 2000	48
26. Perhitungan Upah Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Golongan III PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Metode Geometrik Mean Tahun 1996 – 2000	49
27. Perhitungan Rasio Kenaikan Harga Beli Bahan Penolong Tepung Tapioka Menggunakan Metode Geometrik Mean PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)	51
28. Perhitungan Rasio Kenaikan Harga Beli Bahan Penolong Glukose Cair Menggunakan Metode Geometrik Mean PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)	51
29. Ramalan Biaya Bahan Penolong Produk Tepung Tapioka PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 (dalam rupiah)	52
30. Ramalan Biaya Bahan Penolong Produk Glukose Cair PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 (dalam rupiah)	52
31. Perhitungan biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dengan menggunakan metode harga jual relatif tahun 2001	53
32. Biaya Overhead Pabrik PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001 (dalam rupiah)	53

33. Biaya Tidak Langsung Fungsi Pemasaran pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 1996 –2000 (dalam ribuan rupiah)	54
34. Biaya Langsung Fungsi Pemasaran Pada PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000	54
35. Penggolongan Biaya Pemasaran Menurut Fungsinya pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001 (dalam ribuan rupiah)	55
36. Distribusi Biaya Tak Langsung Fungsi Pemasaran Pada Masing – Masing Fungsi Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000	57
37. Pengeluaran Biaya Pemasaran Setiap Fungsi Pemasaran Pada PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 1996 – 2000 (dalam ribuan rupiah)	57
38. Tarif Alokasi Biaya Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000	58
39. Biaya Pemasaran Menurut fungsi Langsung Pemasaran Pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 - 2000	58
40. Perhitungan Biaya Pemasaran Tepung Tapioka pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001	59
41. Perhitungan Biaya Pemasaran Glukose Cair pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001	59
42. Perhitungan Biaya Administrasi dan Umum pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dengan menggunakan Metode Harga Jual Relatif Tahun 2001	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Perhitungan Ramalan Harga Jual Masing – masing Produk Item PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001	67
Lampiran 2 Perhitungan Ramalan Harga Beli Bahan Baku pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001	68
Lampiran 3 Perhitungan Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung Golongan I Masing – masing Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001	69
Lampiran 4 Perhitungan Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung Golongan II Masing – masing Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001	70
Lampiran 5 Perhitungan Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung Golongan III Masing – masing Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001	71
Lampiran 6 Perhitungan Harga Beli Bahan Penolong	72
Lampiran 7 Perhitungan Distribusi Biaya Tak Langsung Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000	74
Lampiran 8 Perhitungan Hasil Penjualan Produk Tepung Tapioka dan Glukose Cair PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)	76
Lampiran 9 Perhitungan Tarif dan Alokasi biaya Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)	77
Lampiran 10 Perhitungan Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Langsung Pemasaran Masing – Masing Produk Item PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)	79
Lampiran 11 Perhitungan Rencana Biaya Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001	80



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era perdagangan bebas memberikan dampak positif dan negatif terhadap pertumbuhan dan perkembangan perusahaan sebagai salahsatu unit ekonomi. Dampak positifnya adalah bahwasannya pasar suatu produk akan lebih luas dan dampak negatifnya persaingan akan semakin ketat baik didalam maupun di luar negeri. Sehingga para pimpinan perusahaan dituntut untuk bekerja lebih baik untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pada dasarnya tujuan dari perusahaan dapat dibedakan kedalam tujuan khusus dan tujuan umum. Tujuan khusus diperlukan sebagai pegangan dalam melaksanakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Adapun tujuan khusus ini antara lain adalah meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar dan mendapatkan laba dalam jangka pendek. Tujuan umum perusahaan adalah mendapatkan laba yang setinggi-tingginya yang didapatkan dari hasil penjualan. Agar tujuan-tujuan tersebut dapat dicapai secara efektif dan efisien sesuai dengan waktu dan tingkat yang telah ditentukan maka perusahaan perlu melaksanakan perencanaan dan pengawasan pada setiap kegiatan operasionalnya.

Dalam perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif, perusahaan yang memproduksi produknya dengan volume yang besar belum menjamin eksistensi perusahaan tersebut jika perusahaan tidak dapat memasarkan produknya. Untuk itu perlu adanya kegiatan pemasaran guna menunjang kegiatan produksi. Dalam hal ini bidang pemasaran berperan sangat penting karena bidang pemasaran bertujuan untuk mencari peluang pasar dan menjual produk kepada konsumen. Penjualan ini merupakan sumber pendapatan yang diharapkan akan dapat menutup biaya-biaya yang telah dikeluarkan dan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Dengan demikian pemasaran merupakan suatu kegiatan vital yang harus dilakukan guna pencapaian tujuan perusahaan.

Usaha untuk mengatasi semakin ketatnya persaingan menyebabkan pimpinan perusahaan harus mampu memilih strategi pemasaran yang tepat bagi produk yang dihasilkan, sehingga akan dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan situasi yang semakin ketat tersebut biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran menjadi semakin banyak pula sehingga akan mempengaruhi perolehan keuntungan perusahaan. Untuk itu perlu adanya efisiensi terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan perusahaan, sehingga tidak terjadi pemborosan biaya yang tidak perlu.

Analisis efisiensi biaya pemasaran sangat penting dalam mengevaluasi dan mengendalikan biaya pemasaran perusahaan. Dalam analisis biaya pemasaran akan dibahas tentang biaya pemasaran perusahaan yang tercermin pada laporan rugi laba perusahaan. Oleh karena itu pengendalian yang efektif tentang biaya pemasaran dari berbagai fungsi seperti promosi dan penjualan perlu diadakan analisis. Analisis biaya pemasaran diperlukan terutama pada perusahaan yang memproduksi lebih dari satu produk.

1.2. Pokok Permasalahan

PT. CAHAYA SURYA TUNAS TAPIOKA adalah perusahaan yang bergerak dalam pembuatan dua jenis produk yaitu :

1. Tepung tapioka
2. Glukose cair

Dalam kegiatannya, perusahaan membutuhkan informasi mengenai kontribusi dari masing-masing produk untuk menghasilkan laba bagi perusahaan. Maka perusahaan sebagai lembaga ekonomi yang umumnya mengejar keuntungan perlu menggunakan kriteria efisiensi sebagai alat ukurannya. Perusahaan dalam hal ini mempunyai dua permasalahan dalam bidang pemasaran, yaitu :

1. Bagaimana tingkat efisiensi biaya pemasaran setiap jenis produk ?
2. Berapa profit margin berdasarkan tingkat efisiensi yang di kehendaki ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menentukan tingkat efisiensi biaya pemasaran setiap jenis produk pada tahun 2001
2. Untuk menentukan profit margin tahun 2001 berdasarkan tingkat efisiensi yang dikehendaki

1.4. Manfaat Penelitian

Sebagai sumbangan pemikiran bagi PT. CAHAYA SURYA TUNAS TAPIOKA maupun bagi perusahaan yang sejenis dalam usaha meningkatkan efisiensi biaya pemasaran dan profitabilitas. Juga bagi para mahasiswa yang sedang mengadakan penelitian maupun bagi mereka yang memperdalam ilmu ekonomi khususnya biaya pemasaran.

1.5 Terminologi

1. Analisis adalah penyelidikan suatu peristiwa atau masalah untuk mengetahui sebab-sebabnya, bagaimana duduk persoalannya (WJS.Poerwodarmito 1984 :139)
2. Efisiensi adalah perbandingan terbaik antara usaha (biaya yang dikeluarkan) dengan hasilnya (laba) (Sutiono,1993:136)
3. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi 1993 :214)
4. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Syaharudin Alwi 1991 : 40)

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Efektivitas biaya pemasaran memegang teras penting artinya dalam upaya penekanan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Seperti pada penelitian yang sebelumnya, Tri Widaryanto (1999) di PT. KURRI Surabaya yang menyoroti efektivitas biaya pemasaran berdasarkan daerah pemasaran. Dalam skripsi yang berjudul “Analisis Efisiensi Biaya Pemasaran Berdasarkan Produk Item Pada PT. KURRI Surabaya” yang mencari tingkat efisiensi biaya pemasaran dengan persentase perbandingan antara laba kotor dengan biaya pemasaran. Dan perhitungannya adalah sebagai berikut :

Sandal ukuran anak-anak :

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi biaya pemasaran} &= \frac{\text{Rp.496.627.732}}{\text{Rp. 49.061.720}} \times 100\% \\ &= 1012,25 \% \end{aligned}$$

Sandal ukuran remaja :

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi biaya pemasaran} &= \frac{\text{Rp.436.707.547}}{\text{Rp. 57.866.720}} \times 100\% \\ &= 754,68 \% \end{aligned}$$

Sandal ukuran dewasa :

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi biaya pemasaran} &= \frac{\text{Rp.831.705.518}}{\text{Rp. 65.710.742}} \times 100\% \\ &= 1265,70 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa sandal ukuran dewasa memberikan laba kotor terbesar dan tingkat efisiensi biaya pemasaran yang tinggi.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Biaya Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan laba, mempertahankan kelangsungan hidupnya serta berkembang. Berhasil tidaknya pemasaran dalam mencapai tujuan tergantung kepada beberapa unsur pokok pemasaran, antara lain : jenis produk, saluran pemasaran dan bidang lain yang merupakan faktor penunjang berhasil tidaknya pemasaran tersebut.

Beberapa ahli memberikan definisi pemasaran sebagai berikut :

1. William J. Stanton berpendapat: “Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang mampu memuaskan baik kepada pembeli yang potensial maupun kepada pembeli yang ada”.
2. “ Pemasaran adalah suatu proses sosial dengan mana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya”.

(PhillipKotler,1990:5)

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan laba, mempertahankan hidupnya dan berkembang dengan memberikan kepuasan kepada konsumen melalui produk yang ditawarkan

2.2.2 Ruang Lingkup Biaya Pemasaran

Ruang lingkup biaya pemasaran saat ini tidak hanya ditujukan untuk memenuhi permintaan yang ada, tetapi juga menciptakan dan menemukan permintaan baru bagi produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Setiap industri harus memusatkan perhatian kepada kepuasan pelanggan dan bukan hanya memproduksi barang dan jasa saja, pendapat ini memerlukan perangkat kerja yang terbaik untuk digunakan oleh pihak manajemen. Dalam banyak organisasi kegiatan

pemasaran selalu menuntut perhatian manajemen, dan pada sejumlah organisasi perhatian untuk pemasaran lebih difokuskan daripada kegiatan lainnya. Dalam perekonomian dewasa ini, kepentingan strategis dan besar biaya pemasaran ini masih menuntut perhatian lebih besar.

Dalam menghadapi persaingan dengan produk perusahaan lain, manajer pemasaran selanjutnya yang memutuskan, (Basu Swastha, 1993 :)

1. Pemilihan produk, desain, warna, ukuran , pengepakan atau kemasan, dan sebagainya.
2. Harga yang harus dibebankan,
3. Iklan atau promosi yang dibutuhkan,
4. Distribusi fisik yang harus diikuti.

Ber macam-macam keputusan ini membutuhkan penyusunan, perencanaan dan pengendalian. Aktivitas-aktivitas pemasaran biasanya disusun menurut jenis - jenis produk atau merek ataupun menurut daerah penjualan. Tahap-tahap perencanaan dan pengendalian harus didasarkan pada sistem analisis biaya pemasaran dan profitabilitas yang disusun dengan baik.

Pengertian biaya pemasaran ini sendiri adalah : “Semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali kedalam bentuk uang tunai.”(Mulyadi , 1991 : 221)

Kegiatan pemasaran produk dimulai oleh perusahaan sebelum produk selesai diproduksi, kegiatan advertensi biasanya mengawali kegiatan pemasaran produk. Setelah produk selesai diproduksi , kegiatan pemasaran dilakukan melalui serangkaian kegiatan-kegiatan sebagai berikut, penyimpanan produk di gudang penjualan pembungkusan dan pengiriman, penagihan dan pencatatan transaksi penjualan.

2.2.3 Penggolongan Biaya Pemasaran

Secara garis besar biaya pemasaran dapat dibagi dalam menjadi dua golongan yaitu : (Mulyadi,1991 : 530)

1. Biaya untuk mendapatkan pesanan (order getting cost) yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan. Contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya gaji wiraniaga (sales person), komisi penjualan, advertensi dan promosi.
2. Biaya untuk memenuhi pesanan (order filling cost), yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar supaya produk sampai ketangan pembeli. Contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya pergudangan, biaya pembungkusan dan pengiriman, biaya angkutan dan biaya penagihan.

Menurut fungsi pemasaran, biaya pemasaran digolongkan sebagai berikut

1. Fungsi penjualan, fungsi penjualan terdiri dari kegiatan-kegiatan untuk memenuhi pesanan yang diterima dari pelanggan. Biaya fungsi penjualan terdiri dari gaji karyawan fungsi penjualan, biaya depresiasi, kantor dan sewa kantor.
2. Fungsi Advertensi, fungsi advertensi terdiri dari kegiatan perancangan dan pelaksanaan kegiatan perancangan dan pelaksanaan kegiatan order getting advertensi terdiri dari gaji karyawan fungsi advertensi, biaya iklan, biaya pameran, biaya promosi dan biaya contoh.
3. Fungsi pergudangan, fungsi pergudangan terdiri dari kegiatan penyimpanan produk jadi yang siap untuk di jual. Biaya fungsi pergudangan terdiri dari gaji karyawan gudang, biaya depresiasi gudang dan biaya sewa gudang.
4. Fungsi pembungkusan dan pengiriman, fungsi pembungkusan dan pengiriman terdiri dari kegiatan pembungkusan produk dan pengiriman produk kepada pembeli. Biaya fungsi pembungkusan dan pengiriman terdiri dari biaya karyawan fungsi pembungkusan dan pengiriman, biaya bahanpembungkus, biaya pengiriman, biaya depresiasi kendaraan dan biaya operasi kendaraan.

5. Fungsi kredit dan penagihan, fungsi kredit terdiri dari kegiatan pemantauan kemampuan keuangan pelanggan dan penagihan piutang dari pelanggan, biaya fungsi kredit dan penagihan terdiri dari gaji karyawan bagian penagihan, kerugian penghapusan piutang dan potongan tunai.
6. Fungsi Administrasi Pemasaran, fungsi administrasi pemasaran terdiri dari kegiatan pembuatan faktur dan penyelenggaraan catatan akuntansi penjualan. Biaya fungsi administrasi pemasaran terdiri dari gaji karyawan, fungsi administrasi pemasaran dan biaya kantor.

2.2.4 Karakteristik Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran memiliki karakteristik yang berbeda dengan biaya produksi, karakteristik biaya pemasaran adalah sebagai berikut : (Mulyadi; 1991 : 53)

1. Banyak ragam kegiatan pemasaran ditempuh oleh perusahaan dalam memasarkan produknya sehingga perusahaan yang sejenis produknya belum tentu menempuh cara pemasaran yang sama. Hal ini sangat berlainana dengan kegiatan produksi. Dalam memproduksi produk, pada umumnya digunakan bahan baku, mesin dan cara produksi yang sama dari waktu ke waktu. Hal ini memungkinkan diadakannya perbandingan biaya produksi antara perusahaan yang sejenis, berbeda halnya dengan kegiatan pemasaran produk yang bervariasi meskipun dalam perusahaan yang sejenis, sehingga seringkali tidaklah mungkin diadakan perbandingan biaya pemesanan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain.
2. Kegiatan pemasaran seringkali mengalami perubahan sesuai dengan tuntutan perubahan kondisi pasar. Disamping terdapat berbagai macam metode pemasaran untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar. Karena perubahan kebutuhan-kebutuhan konsumen yang menghendaki pelayanan cepat, maka suatu perusahaan mungkin akan mengganti seluruh distribusi yang selama ini digunakan. Begitu

juga kegiatan perusahaan pesaing akan mempunyai pengaruh terhadap metode pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan, sehingga metode pemasaran suatu produk sangat bersifat fleksibel. Hal ini menimbulkan masalah penggolongan dan interpretasi biaya pemasaran.

3. Kegiatan pemasaran berhadapan langsung dengan konsumen yang merupakan variabel yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Manajemen dapat mengendalikan biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, jam kerja dan jumlah mesin yang di gunakan, tetapi tidak seorang pun dapat mengatakan apa yang akan dilakukan oleh konsumen. Dalam kegiatan produksi efisiensi dapat diukur dengan melihat jumlah biaya yang dapat dihemat untuk setiap saluran produk yang diproduksi. Sebaliknya dalam kegiatan pemasaran mendapatkan ukuran efisiensi meskipun tidak setiap kenaikan volume penjualan diikuti dengan kenaikan laba.
4. Dalam biaya pemasaran terdapat biaya tidak langsung dan biaya bersama (joint cost) yang tidak sulit pemecahannya bila di bandingkan dengan yang terdapat dalam biaya produksi. Jika suatu perusahaan menjual berbagai macam produk dengan berbagai cara pemasaran yang berbeda-beda diberbagai daerah pemasaran, maka akan menimbulkan masalah biaya bersama (joint cost) yang komplek.

2.2.5 Analisis Biaya Pemasaran

Analisis biaya pemasaran bertujuan untuk penentuan harga pokok produksi, pengendalian biaya, perencanaan dan pengarahan kegiatan pemasaran. Cara analisis biaya pemasaran dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu : (Mulyadi ; 1991 : 532)

- 1) Analisis biaya pemasaran menurut jenis biaya atau obyek pengeluaran;

Dalam cara analisis ini biaya pemasaran dipecah sesuai dengan jenis biaya-biaya pemasaran, seperti : gaji, biaya iklan, biaya penjualan, biaya depresiasi peralatan kantor, biaya operasi dan pemeliharaan truk dan sebagainya. Dengan

2) Menurut daerah pemasaran

Analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran bermanfaat untuk :

- a. Pengendalian biaya pemasaran yang terjadi dalam tiap-tiap daerah pemasaran
- b. Mengarahkan pemasaran produk pada daerah-daerah pemasaran yang potensial

Analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran hanya dapat diterapkan dalam perusahaan yang mempunyai daerah pemasaran yang luas yang dibagi menjadi daerah-daerah pemasaran yang tiap-tiap daerah tersebut dipimpin oleh seorang manajer. Jika tiap-tiap manajer pemasaran disertai tanggung jawab untuk mengarahkan biaya pemasaran, maka analisis menurut daerah pemasaran ini akan memberikan hasil yang penting. Oleh karena itu jika sebagian besar biaya pemasaran masih dikendalikan oleh kantor pusat maka analisis biaya pemasaran menurut biaya pemasaran tidak begitu bermanfaat.

3) Menurut dasar pesanan

Besar pesanan sangat erat hubungannya dengan menguntungkan tidaknya pesanan dari pelanggan. Dari analisis besar pesanan yang diterima dari pelanggan menyebabkan perusahaan mengeluarkan biaya yang jumlahnya lebih besar dari laba bruto yang diperoleh. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan jumlah nilai rupiah penjualan atas kuantitas minimum untuk setiap kali pesanan sehingga dapat mengurangi jumlah transaksi penjualan dan menaikkan laba.

4) Menurut saluran distribusi

Biaya pemasaran yang berhubungan dengan pencarian jalur produk yang paling menguntungkan dari produsen ke konsumen. Dengan saluran distribusi yang pendek dan mengeluarkan biaya yang sedikit akan menambah efisiensi biaya dan menambah pendapatan. Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam analisis biaya pemasaran, baik menurut jenis produk, daerah pemasaran, besar pesanan maupun menurut saluran distribusi adalah sebagai berikut :

1. Menggolongkan biaya pemasaran menurut fungsinya

cara analisis ini manajemen dapat mengetahui rincian jenis biaya pemasaran, namun tidak dapat memperoleh informasi mengenai biaya yang telah dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan pemasaran tersebut. Oleh karena itu cara analisis ini hanya baik dilakukan jika manajemen tidak menghadapi masalah pengukuran efisiensi kegiatan pemasaran tertentu, kemampuan tiap-tiap produk yang dijual dalam menghasilkan laba, cara penjualan yang dijalankan dan kemampuan menghasilkan laba tiap-tiap daerah pemasaran.

2) Analisis Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah suatu kegiatan pemasaran yang memerlukan pengeluaran biaya. Analisis biaya pemasaran menurut fungsi pemasaran bertujuan untuk pengendalian biaya dan untuk analisis biaya pemasaran menurut usaha pemasaran.

3) Analisis Biaya Pemasaran Menurut Usaha Pemasaran

Analisis biaya pemasaran menurut jenis biaya dan fungsi pemasaran berguna untuk pengendalian biaya tetapi tidak membantu dalam mengarahkan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran tidak akan efektif jika tidak ada penggolongan yang baik, oleh karena itu perlu diadakan analisis biaya pemasaran yang dapat menyajikan informasi kepada manajemen mengenai kemampuan usaha pemasaran tertentu dalam menghasilkan laba.

Analisis biaya pemasaran menurut usaha pemasaran dapat dibagi sebagai berikut :

1) Menurut jenis produk

Analisis biaya pemasaran menurut jenis produk bermanfaat untuk :

- a. Menentukan kemampuan tiap-tiap jenis produk dalam menghasilkan laba
- b. Membantu dalam memperkirakan pengaruh perubahan produk dan metode penjualan produk terhadap biaya dan laba
- c. Memberikan informasi biaya dalam pengambilan keputusan

2. Menentukan jenis analisis yang dijalankan
3. Menggolongkan jenis biaya pemasaran kedalam biaya langsung, biaya setengah langsung dan biaya tidak langsung.
4. Mencari hubungan antara biaya dengan pendapatan yang diperoleh dari pengaluan biaya tersebut, untuk setiap jenis produk, daerah pemasaran, besar order atau saluran distribusi.
5. Menggolongkan dan menentukan dasar alokasi biaya pemasaran.

Menurut fungsi pemasaran, biaya pemasaran digolongkan antara lain :
(Mulyadi, 1993 : 534)

1. Biaya penjualan, terdiri dari gaji bagian penjualan, komisi ;
2. Biaya pembungkusan dan pengiriman, terdiri dari gaji bagian pembungkusan dan pengiriman, biaya pembungkusan dan pengiriman ;
3. Biaya advertensi dan preomosi, terdiri dari gaji bagian advertensi dan promosi, biaya iklan, biaya bagian promosi dan penjualan ;
4. Biaya administrasi dan pemasaran, terdiri dari gaji bagian administrasi pemasaran.

Dasar alokasi dapat ditentukan tidak untuk setiap jenis biaya pemasaran tetapi untuk tiap-tiap fungsi pemasaran seperti berikut :

Tabel 1. Fungsi Pemasaran dan Dasar Alokasi yang Dapat Digunakan

Fungsi pemasaran	Dasar alokasi yang dapat digunakan
Penjualan	Hasil penjualan
Pergudangan	Volume, berat atau jumlah produk yang dikirim
Pembungkusan dan pengiriman	Frekwensi pengiriman, berat atau volume produk
Advertensi	Kuantitas produk yang dijual, perbandingan sirkulasi media yang dipakai atau advertensi
Kredit dan penagihan	Jumlah pesanan pembeli, transaksi atau garis yang dipakai dalam faktur
Administrasi pemasaran	Jumlah pesanan pembeli, transaksi atau garis yang dipakai dalam faktur

Sumber data : Mulyadi; 1993 : 534

Dari langkah diatas, maka dapat ditentukan besarnya tarif alokasi biaya pemasaran menurut fungsi pemasaran dengan cara :

$$\text{Tarif alokasi} = \frac{\text{Jumlah biaya pemasaran}}{\text{Jumlah dasar alokasi biaya pemasaran}}$$

Dengan menggunakan dasar tarif alokasi biaya pemasaran maka perusahaan dapat menghitung pengeluaran biaya pemasaran dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Biaya menurut fungsi pemasaran : Tarif x Σ Dasar alokasi

2.2.6 Kesulitan-kesulitan dalam Pengawasan Biaya Pemasaran

Umumnya kegiatan pengawasan biaya pemasaran lebih sulit dibandingkan dengan pengawasan biaya produksi, hal ini disebabkan oleh faktor-faktor sebagai berikut (RA. Supriono,1991 : 203) :

1. Kegiatan yang dilaksanakan

Kegiatan pemasaran lebih bervariasi dibandingkan dengan kegiatan produksi. Dalam kegiatan produksi umumnya digunakan faktor-faktor produksi yang relatif sama dari waktu ke waktu. Sedangkan kegiatan pemasaran dapat bervariasi dari waktu ke waktu.

2. Fleksibilitas Biaya

Fleksibilitas-fleksibilitas biaya pemasaran lebih mudah terpengaruh dibandingkan biaya produksi. Perubahan-perubahan kondisi pasar lebih sering terjadi dan akan berakibat mempengaruhi kebijaksanaan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Sebaliknya kegiatan produksi sangat jarang mengalami perubahan kondisi dan apabila terjadi perubahan umumnya tidak mempengaruhi tehnik pembuatan produk secara drastis atau menyeluruh.

3. Tingkat Variabilitas Biaya

Variabilitas produksi umumnya hanya dipengaruhi oleh kegiatan produksi, oleh karena itu pengawasan biaya produksi lebih mudah diselenggarakan. Variabilitas

biaya pemasaran lebih banyak dipengaruhi oleh macam fungsi kegiatan pemasaran.

4. Faktor Psikologis

Faktor psikologis didalam memasarkan produk. Pengawasan kegiatan produksi secara psikologis lebih mudah, karena lebih banyak berhubungan dengan pihak di luar perusahaan yang reaksi psikologisnya sulit diawasi.

5. Pengukuran Prestasi

Kegiatan produksi lebih mudah diukur prestasinya, yaitu bagaimana menekan biaya satuan serendah mungkin dengan tetap memperhatikan kualitas produk. Kegiatan pemasaran lebih sulit diukur prestasinya. Karena yang menjadi masalah adalah bagaimana menaikkan penjualan dengan tetap memperhatikan efisiensi dan laba yang lebih besar.

6. Sebab Akibat

Kegiatan produksi lebih mudah diketahui adanya hubungan sebab akibat, sedangkan dalam kegiatan pemasaran sulit diketahui adanya hubungan sebab akibat, hal ini timbul dikarenakan adanya selisih waktu antara sebab dan akibat dan sulitnya sebab dan akibat dihubungkan, sebagai contoh adanya kenaikan biaya advertensi dan promosi pada periode tertentu seringkali baru mengakibatkan kenaikan volume penjualan pada periode berikutnya dan sulit di tentukan apabila kenaikan penjualan tersebut yang menyebabkan adalah adanya promosi penjualan. Adanya kesulitan di dalam pengawasan biaya pemasaran dibandingkan dengan pengawasan biaya produksi tersebut diatas tidak berarti biaya pemasaran tidak perlu diselenggarakan pengawasan akan tetapi yang lebih penting adalah bagaimana mengawasi biaya pemasaran lebih teliti dan hati-hati.

2.2.7 Pendekatan Analisis Biaya Pemasaran

2.2.7.1 Pendekatan Analisis Biaya Pemasaran Menurut Produk Item

Analisis biaya pemasaran menurut jenis produk pendekatan yang digunakan dalam mengalokasikan biayanya dapat dilakukan dengan dua cara (Basu Swastha, Irawan, 1990 : 146)

a. Pendekatan *contribusi margin*

Pendekatan ini, sebenarnya hanya biaya pemasaran langsung yang dapat dialokasikan kemasing-masing unit pemasaran (daerah penjualan produk) yang sedang dianalisis. Ini merupakan biaya-biaya yang nampaknya akan diabaikan apabila tidak ditentukan unit pemasarannya.

b. Pendekatan *Full Costing*

Pendekatan ini, semua biaya baik biaya langsung maupun biaya tidak langsung fungsi dapat dialokasikan keperhitungan unit pemasaran. Adapun tujuan dari perhitungan tersebut untuk menentukan profitabilitas unit-unit yang sedang diteliti yang tidak dapat dilakukan apabila menggunakan pendekatan *contribusi margin*.

2.2.7.2 Pendekatan Analisis Biaya Pemasaran Produk Bersama

Perusahaan yang menghasilkan produk bersama pada umumnya menghadapi masalah dalam bidang pemasaran berbagai macam produk, karena masing-masing produk merupakan kendala dalam pemasaran dan harga jual yang berbeda-beda. Manajemen biasanya ingin mengetahui besarnya kontribusi masing-masing produk bersama tersebut terhadap seluruh penghasilan perusahaan karena dengan demikian manajemen dapat mengetahui dari beberapa macam produk item bersama tersebut, produk item yang menguntungkan atau produk yang perlu didorong pemasarannya kepada masing-masing produk bersama.

Perhitungan biaya bersama pada masing-masing produk item dapat dihitung dengan menggunakan metode nilai jual relatif suatu produk adalah harga jual suatu produk merupakan perwujudan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam menghasilkan produk tersebut, seperti halnya jika salah satu produk terjual lebih tinggi daripada

produk yang lain karena biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut lebih banyak bila dibandingkan dengan produk lain berdasarkan alokasi total biaya bersama dibagi dengan total nilai jual yang telah dikalikan 100%. Adapun tahapan alokasi bersama pada masing-masing jenis produk dapat dilakukan sebagai berikut (Mulyadi, 1993 : 357-366) :

- a. Menghitung total biaya bersama;
- b. Membagi total biaya bersama dengan total nilai jual dikalikan 100% sehingga didapat prosentase biaya dari nilai jual;
- c. Mengalokasikan biaya bersama dengan mengalikan prosentase biaya dengan nilai jual relatif.

2.2.8 Menghitung Efisiensi Biaya Pemasaran Menurut Produk Item

Perhitungan tingkat efisiensi biaya pemasaran menurut produk item dalam menghasilkan tingkat penjualan lebih baik dan keuntungan seperti yang diharapkan perusahaan, digunakan analisis perbandingan atau rasio. Efisiensi adalah perbandingan terbalik antara usaha dan hasilnya, suatu usaha dikatakan efisien kalau pekerjaan tersebut memberikan hasil diatas biaya yang telah dikeluarkan (Sutiono, 1992 : 136)

Efisiensi biaya pemasaran merupakan perbandingan terbalik antara biaya-biaya pemasaran yang dicapai, sehingga dari sini dapatlah diketahui tingkat efisiensi biaya pemasaran menurut jenis produk item. Apabila hasil perhitungan efisiensi yang dihasilkan oleh perusahaan, demikian pula sebaliknya, semakin kecil hasil perhitungan efisiensi biaya pemasaran maka tingkat efisiensi yang dihasilkan perusahaan juga lebih kecil. Tingkat efisiensi dikatakan tidak ada apabila jumlah biaya yang dikeluarkan adalah sama dengan hasil atau pendapatan bruto yang diperoleh perusahaan, atau bahkan biaya yang dikeluarkan jumlahnya lebih besar daripada hasil atau pendapatan bruto yang diperoleh perusahaan, perhitungan efisiensi biaya pemasaran dikatakan efisien apabila perhitungannya lebih dari 100% (efisien > 100%), sedangkan dikatakan tidak efisien / inefisien apabila perhitungannya kurang atau sama dengan 100% (inefisien < 100%)

Dalam menghitung efisiensi biaya pemasaran menurut produk item, digunakan rumus : (Mulyadi,1993 : 534) :

$$\text{Efisiensi biaya pemasaran} : \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Biaya pemasaran}} \times 100\%$$

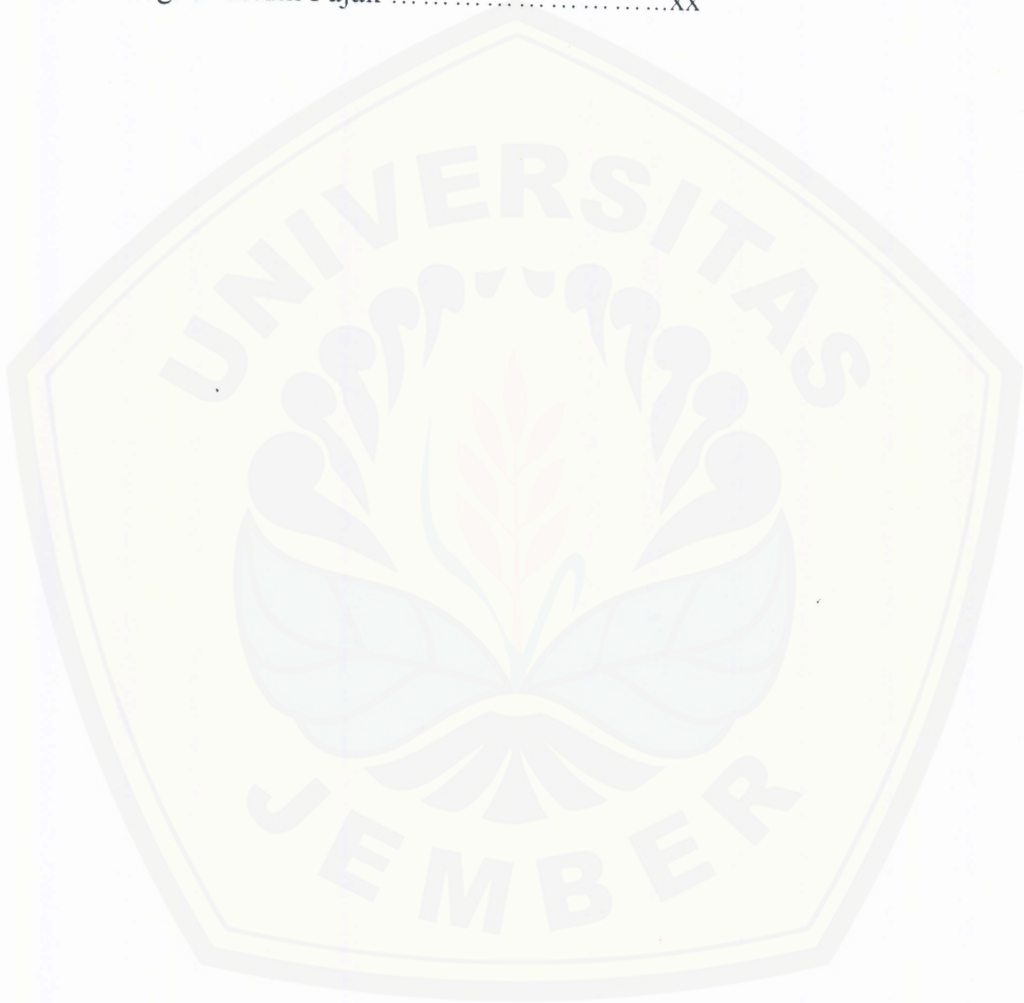
Jadi dari hasil perhitungan efisiensi biaya pemasaran tersebut dapat dilihat seberapa besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam setiap mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp. 1,- .

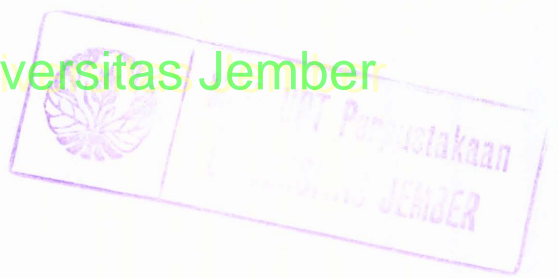
2.2.9 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi merupakan gambaran laporan keuangan dari proses akuntansi perusahaan dalam menghasilkan produknya dari sebelum proses produksi hingga produk jadi sampai ke konsumen. Berdasarkan tingkat penghasilan yang diperoleh dari penjualan produk setelah dikurangi harga pokok produksi perusahaan dapat mengetahui besarnya laba yang diperoleh selama proses produksi yang disusun dalam laporan laba rugi sebagai berikut (Mulyadi, 1993 : 21-23) :

Penjualan	XX	
Harga Pokok Penjualan :		
Biaya Bahan Baku	XX	
Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	XX	
Biaya Overhead pabrik	XX	
	-----	+
Harga Pokok Produksi	XX	
Persediaan Awal Produk Jadi	XX	
	-----	+
Harga Barang Siap Jual	XX	
Persediaan Akhir Produk Jadi	XX	
	-----	-
Harga Pokok Penjualan	XX	
	-----	-
Laba Kotor	XX	
Biaya Usaha :		

Biaya Pemasaranxx
Biaya Administrasi dan Umumxx
+
Biaya Usahaxx
-
Laba / Rugi Sebelum Pajakxx





III. METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus karena hal ini sesuai dengan pokok permasalahan yang dihadapi oleh PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri, yaitu untuk mengetahui efisiensi biaya pemasaran berdasarkan jenis produk sehingga dapat diketahui produk mana yang harus diprioritaskan untuk meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan pendekatan analisis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Saifudin Azwar (1998:5) definisi dari penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerika (angka) yang diolah secara statistika. Pada penelitian ini akan dianalisis mengenai tingkat profitabilitas yang di peroleh perusahaan pada masa akan datang berdasarkan tingkat efisiensi biaya pemasaran berdasarkan jenis produk. Efisiensi biaya pemasaran yang akan datang tersebut diperoleh dengan cara membagi laba kotor yang akan datang dengan biaya pemasaran yang akan datang.

Data historis yang diperoleh adalah lima tahun terakhir (1995-2000) dan data tersebut dianalisis dan digunakan untuk mengestimasi hasil penjualan, harga jual dan alokasi biaya pemasaran yang akan datang pada masing-masing jenis produk.

3.2. Prosedur Pengumpulan Data

3.2.1 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan jalan mengadakan wawancara secara langsung dengan orang yang terkait dengan obyek yang diteliti.

b. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti.

3.3. Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya

Biaya pemasaran secara garis besar digolongkan menjadi dua golongan (Mulyadi, 1999:530-535).

1. Biaya mendapatkan pesanan (order getting cost), yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam rangka untuk memperoleh pesanan. Dari segi fungsional biaya ini dapat digolongkan menjadi 2 kelompok, yaitu :
 - a. biaya promosi dan advertensi, meliputi : gaji karyawan bagian promosi, dan biaya advertensi. Pengukuran variabel didasarkan pada unit produk yang terjual.
 - b. biaya penjualan, meliputi : gaji salesman, komisi penjualan, biaya perjalanan salesman, biaya telepon penjualan, dan lain-lain. Pengukuran variabel didasarkan pada hasil penjualan.
2. Biaya memenuhi pesanan (order-filling cost) yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar produk sampai ketangan pembeli. Dari segi fungsinya biaya ini digolongkan menjadi 4 kelompok yaitu:
 - a. Biaya pergudangan dan penyimpanan, meliputi : gaji karyawan bagian gudang, biaya reparasi dan peralatannya, biaya asuransi gudang, biaya sewa gudang, dan lain-lain. Pengukuran variabel didasarkan pada jumlah produk yang terjual.
 - b. Biaya pengepakan dan pengiriman, meliputi : gaji bagian pengepakan dan pengiriman, biaya angkut barang yang dijual, biaya penyusutan kendaraan, reparasi dan pemeliharaan alat pengepakan, dan lain-lain. Pengukuran variabel didasarkan pada jumlah produk yang terjual.
 - c. Biaya pemberian kredit dan pengumpulan piutang, meliputi gaji bagian pemberian kredit dan pengumpulan piutang, kerugian piutang tak tertarik, suplies kantor, biaya pemeliharaan peralatan, dan lain-lain. Pengukuran variabel didasarkan pada hasil penjualan.
 - d. Biaya administrasi penjualan, meliputi : gaji karyawan bagian administrasi penjualan, penyusutan peralatan, reparasi dan pemeliharaan peralatan, dan

lain-lain. Pengukuran variabel didasarkan pada jumlah produk yang tercantum dalam faktor penjualan.

3.4. Metode Analisis Data

1. Untuk mengetahui tingkat efisiensi setiap jenis produk digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

a) Ramalan Penjualan

Untuk mengetahui ramalan penjualan pada tahun 2001 digunakan *Trend Linier* dengan metode *Least Square* (tingkat penjualan tiap tahun selalu mengalami peningkatan) sesuai dengan informasi perusahaan, bahwa volume penjualan yang dicapai selama ini selalu mengalami peningkatan. Rumus (Gunawan Adi Saputro, 1992 : 159) :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

$$a = \frac{Y}{n} \qquad b = \frac{XY}{X}$$

Y= Penjualan produk periode I

a= konstanta

b= lereng trend pada periode I

X= jumlah periode

n= banyaknya data

b) Menghitung persediaan akhir produk jadi tahun 2001 dengan menghitung tingkat perputaran persediaan berdasarkan rumus (Gunawan Adi Saputro 1992 : 195)

Rata-rata pertambahan biaya produksi berdasarkan metode rata-rata ukur (Geometric mean) merupakan dasar meramalkan biaya produksi pada tahun 2001 melalui perhitungan sebagai berikut : (Agus Ashari, 1991 :199)

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku yang digunakan dalam proses produksi dapat digunakan perhitungan

Biaya Bahan Baku =

$$\sum \text{bahan baku} \times \text{standart pemakaian bahan baku} \times \text{harga/ unit}$$

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

3. Biaya Overhead Pabrik

a. Biaya bahan penolong =

$$\sum \text{biaya penolong} \times \text{standart pemakaian bahan penolong} \times \text{harga per unit}$$

b. Biaya tenaga kerja tak langsung =

$$\sum \text{tenaga kerja tak langsung} \times \text{gaji}$$

e) Menghitung biaya pemasaran setiap jenis produk tahun 2001 menggunakan analisa biaya pemasaran dengan langkah-langkah sebagai berikut (Mulyadi 1993 : 234)

a. Menggolongkan biaya pemasaran menurut fungsinya:

1. Fungsi penjualan
2. Fungsi promosi dan advertensi
3. Fungsi penggudangan dan penyimpanan
4. Fungsi pengiriman dan pembungkusan
5. Fungsi pengumpulan piutang
6. Fungsi administrasi pemasaran

b. Menentukan dasar alokasi biaya pemasaran menurut jenis produk sebagai berikut :

no	Fungsi Pemasaran	Dasar Alokasi
1	Penjualan	Hasil penjualan
2	Penggudangan dan Penyimpanan	Volume produk yang terjual
3	Pengiriman dan Pembungkusan	Volume produk yang terjual
4	Pengumpulan piutang	Hasil penjualan
5	Administrasi pemasaran	Hasil penjualan

f) Membuat laporan Laba/Rugi tahun 2001 untuk menghitung laba perusahaan berdasarkan biaya-biaya yang di keluarkan perusahaan sebagai berikut

(RA. Supriyono 1991 : 173)

Laporan Laba Rugi	
Penjualan	xx
Harga Pokok Penjualan:	
Biaya Bahan Baku.....	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	xx
Biaya overhead pabrik.....	xx +
Harga Pokok Produksi.....	xx
Persediaan Awal Produk Jadi.....	xx +
Harga barang siap jual.....	xx
Persediaan akhir produk jadi.....	xx -
Harga Pokok Penjualan.....	xx -
Laba kotor.....	xx
Biaya Usaha :	
Biaya Pemasaran.....	xx
Biaya administrasi dan umum.....	xx +
Biaya usaha.....	xx -
Laba / Rugi sebelum pajak.....	xx

g) Menghitung efisiensi biaya pemasaran dengan rumus sebagai berikut

(Mulyadi 1993 :544)

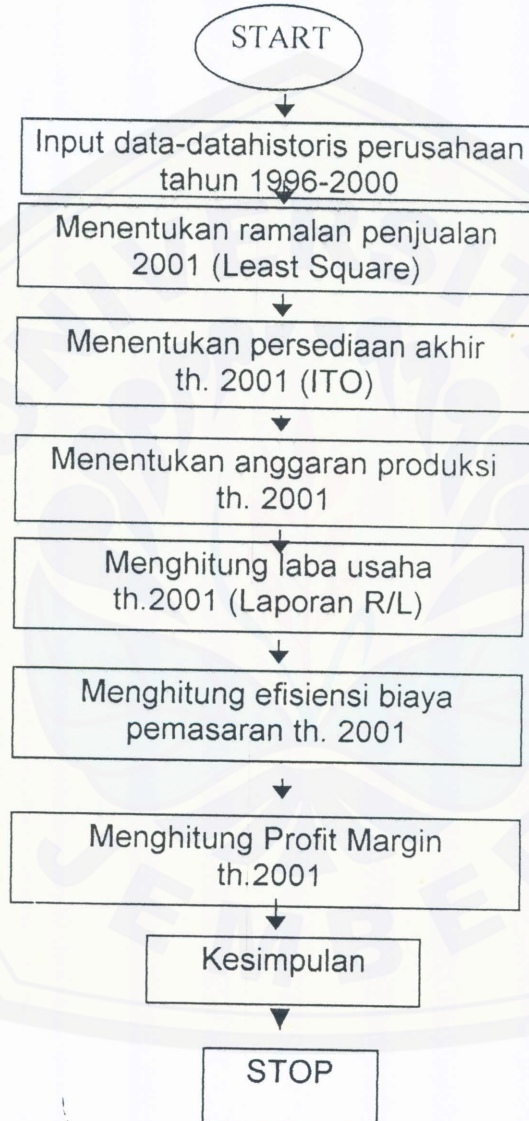
$$\text{Efisiensi Biaya Pemasaran} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Biaya Pemasaran}} \times 100 \%$$

2. Menghitung *Profit Margin* dari setiap jenis produk dengan rumus sebagai berikut
(Bambang Riyanto 1990 : 205)

$$\text{Profit Margin} : \frac{\text{EBIT}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$



Gambar 1
Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan :

1. Mengumpulkan data historis dari perusahaan meliputi : volume penjualan, persediaan awal dan akhir produk jadi, harga beli bahan baku dan penolong, upah per unit produk dan jumlah tenaga kerja langsung, upah dan jumlah tenaga kerja tak langsung dan jumlah biaya administrasi dan pemasaran.
2. Menentukan persediaan akhir tiap jenis produk pada tahun 2000, dengan menggunakan metode ITO dengan asumsi ITO tahun lalu sama dengan tahun yang diramalkan
3. Untuk menunjang kegiatan penjualan maka dihitung anggaran produksi setiap jenis produk tahun 2001 meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.
4. Membuat laporan Laba/Rugi untuk mencari laba kotor setiap jenis produk tahun 2001.
5. Menghitung efisiensi biaya pemasaran setiap jenis produk tahun 2001. Menghitung profit margin setiap jenis tahun 2001.
6. Kesimpulan



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka didirikan oleh Bapak Thejo Dharmawan pada tahun 1992. Perusahaan ini memproduksi tepung tapioka dan glukose cair. Perusahaan ini ditangani langsung oleh Bapak Thejo Dharmawan sendiri dan beberapa orang staf.

Pada awal usahanya, perusahaan ini mempunyai modal yang terbatas, sehingga produksi yang dihasilkan masih sedikit dan hanya memproduksi tepung tapioka saja. Modal yang kecil dan produksi yang terbatas menyebabkan pemasaran produk hanya memenuhi kebutuhan di daerah Wonogiri dan Solo saja.

Dari tahun ke tahun perusahaan semakin berkembang bersamaan dengan semakin banyaknya permintaan. Karena perkembangan yang pesat ini perusahaan memerlukan tambahan modal untuk meningkatkan produksinya, maka pada tahun 1995 perusahaan mengadakan kerjasama dalam bentuk joint venture dengan pengusaha asing dari Taiwan bernama Mr. Cho Chen Lung dan menempatkan beliau sebagai direktur dan membuat difersifikasi produk dengan memproduksi glukose cair bahan pembuat permen yang berbahan dasar tepung tapioka.

4.1.2 Lokasi Perusahaan

Istilah perusahaan mengandung dua pengertian, yaitu kediaman perusahaan dan tempat kedudukan perusahaan. Yang dimaksud tempat kediaman perusahaan adalah suatu tempat dimana suatu perusahaan menjalankan aktivitas teknisnya yaitu membuat suatu produk. Sedangkan yang dimaksud dengan tempat kedudukan adalah suatu tempat dimana perusahaan melaksanakan kegiatan administrasinya.

Lokasi kediaman perusahaan PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka berada di Desa Sonoharjo, Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri. Sedangkan tempat kedudukannya berada di Jl. Muh Yamin no. 145 Solo.

Pemilihan tempat kediaman tersebut dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- Tenaga kerja mudah diperoleh
- Bahan baku mudah didapat
- Harga tanah relatif murah untuk pendirian perusahaan
- Transportasi lancar, serta
- Memungkinkan adanya ekspansi perusahaan dimasa datang

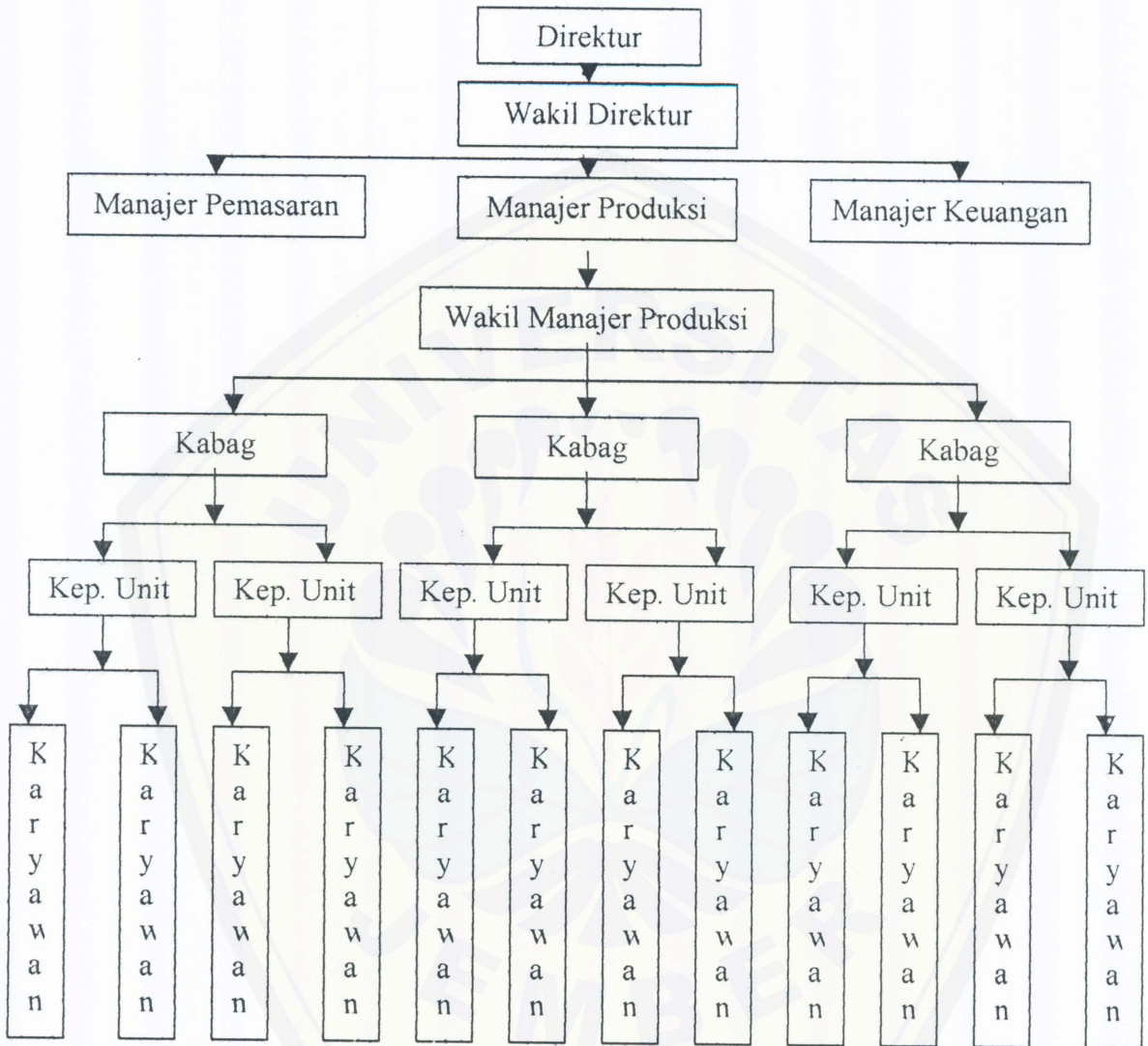
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar, maka diperlukan adanya struktur organisasi yang baik dan tepat. Struktur organisasi perusahaan sangat penting artinya terutama untuk menggambarkan pembagian tugas, wewenang, tanggung jawab dan kerjasama diantara orang-orang atau kelompok yang berada dalam organisasi yang merupakan pedoman dalam menjalin hubungan kerja yang harmonis serta keakraban diantara karyawan. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, maka tidak akan terjadi tumpang tindih dalam pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing masing bagian sehingga dapat mempermudah tercapainya tujuan perusahaan.

Struktur organisasi adalah gambaran secara skematis tentang hubungan-hubungan kerjasama dan orang-orang yang terdapat dalam suatu badan dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan (Manullang , 1992 : 86)

Setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi yang berbeda-beda tergantung pada kondisi perusahaan serta berdasarkan pola hubungan, kerjasama, dan penentuan wewenang serta tanggung jawab tersebut, maka struktur organisasi yang digunakan PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri adalah struktur organisasi garis, dimana wewenang langsung dari atasan kepada bawahan dan bawahan bertanggungjawab langsung kepada atasan, dan lalu lintas tugas, wewenang , dan tanggung jawab berjalan secara lurus mulai dari pimpinan sampai dengan pekerja. Untuk lebih jelasnya mengenai struktur organisasi yang ada pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dapat dilihat pada gambar. 1 berikut ini :

Gambar 1. Struktur organisasi PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka



4.1.4 KETENAGAKERJAAN

4.1.4.1. Jumlah Tenaga kerja

Tenaga kerja langsung yang ada pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka secara keseluruhan berjumlah 206. Jumlah tenaga kerja langsung terbagi menjadi dua yaitu tenaga kerja langsung yang memproduksi tepung tapioka dan tenaga kerja langsung yang memproduksi glukose cair, dan dalam proses produksi sehari-hari dibagi dalam tiga shift.

4.1.4.2. Hari Kerja

Hari kerja adalah jumlah hari yang dipergunakan oleh setiap pekerja selama periode tertentu. Penetapan hari kerja pada PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dibagi menjadi 6 hari kerja dalam seminggu, yakni hari senin sampai dengan hari sabtu. Sedangkan hari kerja menurut jadwal kerja tenaga kerja langsung pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri setiap tahun dari tahun 1996 – 2000, adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Jumlah Tenaga Kerja Langsung PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 untuk Produk Tepung Tapioka

Golongan	Jumlah Tenaga Kerja Langsung				
	1996	1997	1998	1999	2000
I	30	32	32	33	33
II	34	35	35	36	36
III	23	23	24	25	25
Jumlah	87	90	91	94	94

Sumber Data PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000

Tabel 3. Jumlah Tenaga Kerja Langsung PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 untuk Produk Glukose Cair

Golongan	Jumlah Tenaga Kerja Langsung				
	1996	1997	1998	1999	2000
I	37	37	37	37	37
II	37	39	39	40	40
III	34	34	35	35	35
Jumlah	108	110	111	112	112

Sumber Data PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000

4.1.4.3. Jam Kerja

Penetapan jam kerja pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri telah ditetapkan berdasarkan kebijaksanaan perusahaan adalah sebagai berikut :

Untuk Hari Senin – Jumat

Shift	Waktu
A	08.00 – 16.00
B	16.00 - 24.00
C	24.00 - 08.00

Untuk Hari Sabtu

Shift	Waktu
A	08.00 – 14.00
B	14.00 – 20.00
C	20.00 – 02.00

Jam kerja efektif setiap tenaga kerja langsung dalam satu hari adalah 8 jam kecuali hari sabtu 6 jam.

4.1.4.4. Kebijakan Pengupahan

Dalam menetapkan kebijakan pengupahan terhadap tenaga kerja langsung PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri menggunakan sistem upah bulanan. Pemberian upah kepada karyawan dibedakan sesuai dengan golongan karyawan tersebut. Pembagiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 4 . Jumlah Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Menurut Produk Item dan Upah per hari PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000

Tahun	Golongan	Upah per hari (Rp/ orang)	Jumlah Tenaga Kerja Menurut Produk Item		Jumlah
			Tepung Tapioka	Glukose cair	
1996	I	7.800	30	37	195
	II	5.550	34	37	
	III	3.700	23	34	
	jumlah		87	108	
1997	I	7.800	32	37	200
	II	5.550	35	39	
	III	3.700	23	34	
	jumlah		90	110	
1998	I	8775	32	37	202
	II	6450	35	39	
	III	4400	24	35	
	jumlah		91	111	
1999	I	8.775	33	37	206
	II	6.450	36	40	
	III	4.400	25	35	
	jumlah		94	112	
2000	I	9.300	33	37	206
	II	7.050	36	40	
	III	5.000	25	35	
	jumlah		94	112	

Sumber Data : PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000

Pemberian Gaji dan jumlah tenaga kerja tidak langsung bagian produksi terlihat pada tabel 5 di bawah ini :

Tabel 5. Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung Bagian Produksi PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000

Tenaga Kerja Tidak Langsung	Jumlah Orang	Gaji per bulan (Rp)	Gaji per tahun (Rp)
Manager Produksi	1	1.300.000	15.000.000
Wakil Manager Produksi	1	930.000	11.160.000
Kabag	3	630.000	22.680.000
Kepala seksi/ unit	7	480.000	40.320.000
Jumlah	12	3.340.000	89.760.000

Sumber Data : PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000

Tabel 6. Biaya Administrasi dan Umum pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000 (dalam rupiah)

No	Tenaga Kerja Tidak Langsung	Jumlah (orang)	Gaji per bulan	Gaji per tahun
1.	Manager Keuangan	1	1.300.000	15.600.000
2.	Manager Administrasi	1	930.000	11.160.000
3.	Ass. Manager Adm.	1	630.000	7.560.000
4.	Kepala Seksi Adm.	1	480.000	5.760.000
5.	Karyawan Adm.	22	210.000	30.240.000
6.	Manager Pengiriman	1	930.000	11.160.000
7.	Asisten Manager Pengiriman	1	630.000	7.560.000
8.	Kepala Seksi Pengiriman	1	480.000	5.760.000
9.	Karyawan Pengiriman	24	230.000	38.640.000
10.	Manager Personalia	1	930.000	11.160.000
11.	Asisten Manager Personalia	1	630.000	7.560.000
12.	Kepala Seksi Personalia	1	480.000	5.760.000
13.	Karyawan Personalia	16	210.000	20.160.000
	Jumlah	44	8.070.000	251.040.000

Sumber Data : PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka

4.1.5 AKTIVITAS PRODUKSI

4.1.5.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong

Harga Beli bahan baku dan bahan penolong dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini :

Tabel 7. Daftar Harga Beli Bahan baku dan Bahan Penolong PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri, Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)

No	Jenis Bahan	Satuan	1996	1997	1998	1999	2000
	Bahan Baku						
1.	Singkong	Kg	480	482	488	504	550
	Bahan Pembantu						
1.	Belerang	Kg	800	813	853	967	1.144
2.	Tawas	Kg	1.200	1.222	1.240	1.328	1.513
	Bahan Pembantu						
	Glukose cair						
1.	Fungamyl	Lt	17.850	17.915	18.135	18.720	20.400
2.	Hyflocelite	Lt	11.526	11.850	12.280	13.060	14.700
3	Asam Oksalat	Lt	8.400	8.855	9.205	9.730	10.675

Sumber Data : PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000

4.1.5.2. Standart Penggunaan Bahan Baku

Usaha mengendalikan penggunaan bahan PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Menetapkan standart penggunaan bahan baku seperti terlihat pada tabel 8 berikut ini :

Tabel 8. Standart Pemakaian Bahan Baku dan Bahan Penolong masing-masing produk Item PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Tahun 1996 – 2000

No.	Jenis Bahan	Satuan	Standart Pemakaian Bahan	
			Tepung Tapioka	Glukose Cair
	Bahan Baku			
1.	Singkong	Kg	1,5	
2.	Tepung Tapioka	Kg		0,75
	Bahan Pembantu			
1.	Belerang	Kg	0,015	
2.	Tawas	Kg	0,01	
3.	Fungamyl	Lt		0,025
4.	Hiflo Celite	Lt		0,015
5.	Asam Oksalat	Lt		0,01

Sumber Data : PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2000

4.1.5.3. Mesin Peralatan

Dalam menjalankan aktivitas produksinya, PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka menggunakan beberapa mesin dan peralatan. Mesin dan peralatan yang digunakan tersebut antara lain adalah :

1. Tepung tapioka
 - a. Conveyer, digunakan untuk memisahkan dan menata singkong
 - b. Washer , digunakan untuk membersihkan dan mencuci singkong
 - c. Rasper , digunakan untuk menghaluskan (memarut)
 - d. Estraktor, digunakan untuk memisahkan antara ampas dengan air
 - e. Sparator , digunakan untuk pengolahan air singkong
 - f. Centerfuge, digunakan untuk memadatkan air singkong
 - g. Oven , digunakan untuk memanaskan (jadi tepung)
2. Glukose cair
 - a. Mixer , digunakan untuk mencampur tapioka
 - b. Hatter, memanaskan tepung tapioka
 - c. Filter , dalam bentuk tabung digunakan untuk menyaring kotoran
 - d. Ion, dalam bentuk tabung digunakan untuk penjernihan sirup

4.1.5.4 Proses Produksi

Proses produksi adalah keseluruhan aktivitas perusahaan untuk menghasilkan suatu produk dari bahan baku menjadi barang yang siap dipasarkan. Proses produksi yang ada pad PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri adalah proses produksi yang bersifat kontinyu atau terus menerus, artinya proses produksi yang mengalir secara berurutan melalui beberapa tahap sampai menjadi barang jadi, dan alat-alat yang digunakan sama tanpa perubahan susunan untuk suatu periode tertentu. Proses produksi yang dikerjakan untuk menghasilkan produk tepung tapioka adalah sebagai berikut :

- a. Proses pengaturan singkong

Singkong yang telah dikupas diatur dan ditata dalam conveyer

b. Proses pencucian / Washer

Setelah ditata rapi singkong-singkong tersebut masuk dalam bak-bak berisi air untuk membersihkan kotoran yang ada pada singkong

c. Proses pamarutan

Singkong-singkong yang telah bersih diparut dengan memasukkannya ke mesin rasper. Dari sini akan dihasilkan parutan singkong

d. Pemisahan ampas dan sari singkong

Parutan singkong diambil saripatinya dan dipisahkan dari ampasnya menggunakan mesin ekstraktor

e. Pengolahan air singkong

Air singkong yang disapat dari hasil ekstraktor diolah dalam mesin sparator dan ditambah dengan air tawas dan belerang untuk memutihkan.

f. Pemadatan air singkong

Air singkong yang telah diolah dipadatkan dengan menggunakan mesin centerfuge sehingga air menguap dan tinggal gumpalan pati singkong

g. Pengovenan

Bentuk padat yang telah didapat dipanaskan dalam oven sehingga terbentuk butiran-butiran tepung tapioka yang siap untuk di bungkus.

Sedangkan proses produksi untuk menghasilkan glukose cair adalah sebagai berikut

a. Pencampuran : Tepung tapioka dimasukkan ke lubang mixer dicampur dengan air sampai berat jenis kurang lebih 1,70; ditambah enzim thermamyl

b. Pemanasan : Cairan tepung tapioka dipanaskan dengan suhu optimal 90-100 derajat celcius

a. Penyaringan : Setelah dimasak, dialirkan ketangki penampungan sampai PH berkisar 5,5 baru dimasukkan enzyfungamil, hyflo celite, lalu disaring sampai kotoran hilang

b. Ionisasi : Sirup hasil penyaringan dimasukkan kedalam tabung ion (berisi HCl dan NaOH) untuk menjernihkan sirup

c. Pemasakan : Sirup dimasak dijadikan Glukose

4.1.5.5. Volume Produksi

Ada dua produk yang dihasilkan oleh PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri, yaitu Tepung tapioka dan Glukose cair. Volume produksi pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Tahun 1996-2000 adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Volume Produksi PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 1996-2000 (dalam kg)

Tahun	Produk item	
	Tepung Tapioka	Glukose cair
1996	14.338.800	11.208.000
1997	14.636.784	11.295.000
1998	15.462.600	11.331.600
1999	16.562.400	11.375.600
2000	19.185.276	11.379.360

Sumber Data : PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka, tahun 2000

4.1.6 Aspek Pemasaran

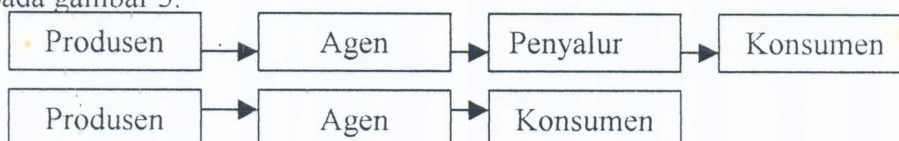
Kegiatan pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan,yaitu memperoleh laba.

4.1.6.1 Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran hasil produksi PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri untuk produksi tepung tapioka meliputi: Jakarta,Purwodadi,Surabaya,Mojokerto. Sedangkan untuk produk glukose cair meliputi Semarang (PT.Kino), Surabaya (PT.Siantar Top), dan Pasuruan (PT.STBC).

4.1.6.2 Saluran Distribusi

Untuk memperlancar dan mempermudah arus penjualan barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor yang penting adalah menentukan secara tepat saluran distribusi yang digunakan untuk menyalurkan barang tersebut kepada konsumen akhir. Adapun saluran distribusi yang digunakan ada 3 jalan seperti terlihat pada gambar 3.





4.1.6.3 Volume penjualan

Volume penjualan produk PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dilakukan menggunakan saluran distribusi agen dan penyalur juga secara langsung kepada konsumen akhir.

Penjualan yang dilakukan PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka berdasarkan satuan kilogram, dimana harga jual ditetapkan perusahaan untuk tiap produk item adalah sebagai berikut :

Tabel 10. Harga Jual untuk tiap produk item dari tahun 1996 sampai tahun 2000 dalam rupiah (Rp)

Produk item	Harga				
	1996	1997	1998	1999	2000
Tepung Tapioka	1800	1825	1870	1925	1990
Glukose Cair	2750	1755	2800	2850	2910

Sumber Data : PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka, tahun 2000

Tabel 11. Volume penjualan produk item PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dari tahun 1996 –2000 (dalam kg)

Tahun	Produk Item	
	Tepung Tapioka	Glukose Cair
1996	13.070.600	11.185.000
1997	13.119.120	11.281.080
1998	13.091.120	11.361.880
1999	13.214.600	11.361.960
2000	13.252.960	11.365.720

Sumber Data : PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka, tahun 2000

Tabel 12. Persediaan Awal dan Akhir Masing – Masing Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996-2000

Tahun	Tepung Tapioka		Glukose Cair	
	Persediaan awal	Persediaan akhir	Persediaan Awal	Persediaan Akhir
1996	195.800	204.480	204.480	226.880
1997	204.000	199.185	226.880	215.515
1998	199.185	203.619	215.515	230.049
1999	203.619	202.984	230.049	215.518
2000	202.984	204.799	215.518	230.197

Sumber Data : PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka, tahun 2000

4.1.6.4. Biaya – Biaya Pemasaran

Arti luas biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai di produksi dan disimpan di gudang sampai produk tersebut dijual menghasilkan penjualan tunai. Demikian halnya dengan PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri, untuk menunjang aktivitas pemasaran karyawan dibedakan menjadi karyawan tidak langsung dan karyawan langsung fungsi pemasaran. Jumlah karyawan menurut fungsi tidak langsung pemasaran masing – masing adalah satu orang, sedangkan untuk fungsi langsung pemasaran terlihat pada tabel 13 seperti dibawah ini :

Tabel 13. Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 - 2000

Fungsi Pemasaran	1996	1997	1998	1999	2000
Promosi Advertensi	2	2	2	2	2
Penjualan	4	4	4	4	4
Pergudangan dan penyimpanan	1	1	2	2	2
Pengiriman barang	3	3	3	3	3
Penagihan piutang	5	5	6	6	6
Adm. pemasaran	2	2	2	2	2
Jumlah	17	17	19	19	19

Sumber Data : PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka, tahun 2000

Secara keseluruhan biaya pemasaran tahun 1996 – 2000 terlihat pada tabel 14 sebagai berikut :

Tabel 14. Pengeluaran Biaya Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam ribuan rupiah)

No	Jenis Biaya Pemasaran	1996	1997	1998	1999	2000
	A. Biaya Tak Langsung Pemasaran					
1	Gaji Manajer Pemasaran	13.200	13.800	14.400	15.000	15.600
2	Gaji manajer Pemasaran	9.960	10.200	10.500	10.800	11.160
3	Gaji Asisten Manajer Pemasaran	6.180	6.480	6.900	7.200	7.560
4	Gaji Kepala Seksi Pemasaran	5.880	6.000	6.180	6.360	6.730
	B. Biaya Langsung Pemasaran					
	1. Biaya Penjualan					
5	Gaji Karyawan Penjualan	18.900	19.800	21.000	22.200	23.100
6	Biaya Perjalanan Dinas Pemasaran	16.800	17.760	18.240	19.200	20.160
7	Biaya Telepon Penjualan	880	915	1.128	1.164	1.260

Lanjutan Tabel 14

8	Biaya Pemeliharaan Kendaraan	2.400	3.360	4.560	6.000	8.400
	2. Biaya Pengiriman Barang					
9	Gaji Karyawan Pengiriman	7.740	8.280	8.640	9.000	9.540
10	Biaya Pengiriman Penjualan	6.720	7.200	8.160	8.832	9.408
11	Biaya Packing	4.310	4.520	4.770	5.620	6.710
	2. Biaya Penggudangan					
12	Gaji Karyawan Gudang	4.200	4.200	4.560	4.800	5.160
13	Biaya Pemeliharaan Gudang	240	275	287	310	355
14	Biaya Asuransi Gudang	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600
15	Biaya Listrik Gudang	240	324	348	408	444
	4. Biaya Administrasi Pemasaran					
16	Gaji Karyawan Adm. Pemasaran	2.220	2.400	2.520	2.820	3.060
	5. Biaya Penagihan Piutang					
17	Gaji Karyawan Penagihan Piutang	15.000	15.300	19.800	20.500	28.440
	6. Biaya Advertensi dan Promosi					
18	Biaya Kaos	553	612,5	630	735	784
19	Biaya Kalender	632	700	720	840	896
20	Biaya Spanduk	395	437,5	450	525	560
	Jumlah	118.050	124.164	135.393	143.934	160.927

Sumber Data : PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Tahun 2000

4.2. Rencana Penjualan

Tabel 15. Perhitungan Rencana Penjualan Tepung Tapioka Tahun 2001

Tahun	Volume Penjualan (y)	x	X ²	(xy)
1996	13.070.600	-2	4	-26.141.200
1997	13.119.120	-1	1	-13.119.120
1998	13.091.120	0	0	0
1999	13.214.600	1	1	13.214.600
2000	13.252.960	2	4	26.505.920
	65.748.400	0	10	460.200

Sumber data : Tabel 11 (data diolah)

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{65.748.400}{5} = 13.149.680$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{238.916.200}{10} = 23.891.620$$

$$y = a + bx$$

$$= 13.149.680 + (460.200 \times 3)$$

$$= 14.530.280$$

Tabel 16. Perhitungan Rencana Penjualan Glukose cair Tahun 2001

Tahun	Volume Penjualan (y)	x	x ²	(xy)
1996	11.185.600	-2	4	-22.371.200
1997	11.281.080	-1	1	-11.281.080
1998	11.316.880	0	0	0
1999	11.361.960	1	1	11.361.960
2000	11.365.720	2	4	22.731.440
	56.511.240	0	10	441.120

Sumber data : Tabel 11 (data diolah)

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{56.511.240}{5} = 11.302.248$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{441.120}{10} = 44.112$$

$$y = a + bx$$

$$= 11.302.248 + (44.112 \times 3)$$

$$= 11.434.584$$

4.2 PERHITUNGAN PERSEDIAAN AKHIR

Menghitung persediaan akhir produk jadi dengan menggunakan tingkat perputaran persediaan berdasarkan rumus ITO (Gunawan Adi Saputro 1992 : 195), dan berdasarkan perhitungan pada lampiran 12 menggunakan ITO maka dapat diketahui persediaan akhir tahun 2001 masing – masing jenis produk, adan perhitungan untuk tahun 2001 adalah sebagai berikut :

a. Tepung Tapioka

$$\text{Persediaan rata-rata tahun 2000} = \frac{202.984 + 204.799}{2}$$

$$= 203.891,5$$

$$\text{ITO tahun 2000} = \frac{13.252.960}{203.891,5} = 65 \text{ kali}$$

$$\text{ITO tahun 2001} = \frac{\text{Rencana Penjualan 2001}}{\text{Persediaan Akhir + Persediaan Awal}}$$

$$\frac{2}{14.530.280}$$

$$65 = \frac{(x + 204.799)}{2}$$

$$14.530.280 = \frac{65 (204.799 + x)}{2}$$

$$204.799 + x = 447.085,5$$

$$x = 242.286,5$$

$$\text{Persediaan akhir 2001} = 242.287 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka persediaan akhir tepung tapioka tahun 2001 adalah 395.223 kg.

b. Glukose Cair

$$\begin{aligned} \text{Persediaan rata-rata tahun 2000} &= \frac{215.518 + 230.197}{2} \\ &= 222.857,5 \\ \text{ITO tahun 2000} &= \frac{11.365.720}{222.857,5} \end{aligned}$$

$$= 51 \text{ kali}$$

Rencana Penjualan Tahun 2001

$$\text{ITO tahun 2001} = \frac{\text{Persediaan akhir + Persediaan awal}}{2}$$

$$\frac{2}{11.434.584}$$

$$51 = \frac{(x + 230.197)}{2}$$

$$230.197 + x = 448.415$$

$$x = 218.218$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka persediaan akhir glukose cair tahun 2001 adalah 27.423 kg

4.4 Penyusunan Anggaran Produksi Tahun 2001

Tabel 17. Anggaran Produksi Tahun 2001

	Tepung tapioka	Glukose cair
Ramalan Penjualan	14.530.280	11.434.584
Persediaan Akhir	242.287	218.218
	+ _____	+ _____
Kebutuhan 1 tahun	14.772.567	11.652.802
Persediaan awal	204.799	230.197
	- _____	- _____
	14.567.768	11.422.605

Sumber data : Tabel 12,13,15, 16 (data diolah)

Berdasarkan tabel 17 diatas maka anggaran produksi untuk masing- masing produk item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Tahun 2001 untuk tepung tapioka sebesar 14.567.768 kg dan glukose cair 11.422.605 kg.

4.4.1 Ramalan Harga Jual

Tabel 18. Ramalan Harga Jual Tepung Tapioka dan Glukose Cair PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 -2000

Tahun	Tepung Tapioka		Glukose cair	
	Harga	Rasio	Harga	Rasio
1996	1800		2750	
1997	1825	1,013	2755	1,001
1998	1870	1,024	2800	1,016
1999	1925	1,029	2850	1,018
2000	1990	1,033	2910	1,02

Sumber data : tabel 10 (data diolah)

Berdasarkan perhitungan ramalan harga jual pada lampiran 1 menggunakan metode Geometrik mean harga tepung tapioka tahun 2001 = Rp.2027/ kg, sedangkan harga glukose cair tahun 2001 = Rp.2934 / kg

4.5 Menghitung Rencana Biaya Produksi Tahun 2001

4.5.1 Rencana Biaya Bahan Baku Tahun 2001

Besarnya biaya bahan baku pada masing-masing produk item yang dihasilkan PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 adalah sebagai berikut :

4.5.1.1 Ramalan Kebutuhan Bahan Baku Tahun 2001

Rencana anggaran produksi, standard pemakaian bahan baku dan rencana harga beli bahan baku tepung tapioka dan glukose cair yang terjadi pada tahun 2001, maka kebutuhan bahan baku pada tahun 2001 dapat dihitung dengan mengalikan standard pemakaian bahan baku dan anggaran produksi.

a. Tepung Tapioka

$$\begin{aligned}\text{Singkong} &= 1,5 \text{ kg} \times 14.575.583 \\ &= 21.863.448\end{aligned}$$

b. Glukose cair

$$\begin{aligned}\text{Tepung tapioka} &= 0,75 \text{ kg} \times 11.434.584 \\ &= 8.575.938\end{aligned}$$

4.5.1.2 Ramalan Harga Beli Bahan Baku Tahun 2001

Ramalan harga beli bahan baku dapat dihitung dengan berpedoman pada tingkat harga beli tahun-tahun sebelumnya (tabel). Adapun tingkat harga beli bahan baku pada tahun 2001 dapat dihitung sebagai berikut :

Tabel 19. Perhitungan Rasio Kenaikan Harga Beli Bahan Baku Menggunakan Metode GM pada PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Tahun 1996-2000

Tahun	Singkong		Tepung Tapioka	
	Harga	Rasio	Harga	Rasio
1996	480	1,003	1800	1,013
1997	482	1,012	1825	1,024
1998	488	1,032	1870	1,029
1999	504	1,089	1925	1,033
2000	550		1990	

Sumber data : Tabel 7 (data diolah)

Berdasarkan perhitungan pada lampiran 2 maka harga beli bahan baku yang digunakan PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka untuk produk tepung tapioka pada tahun 2001 untuk singkong adalah Rp. 564/kg dan bahan baku glukose cair yang berbahan baku tepung tapioka sebesar Rp. 2055

4.5.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 20. Perhitungan Tenaga Kerja Langsung Golongan I Bagian Produksi, Menurut Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Metode Geometric Mean Tahun 1996-2000

Tahun	Tepung Tapioka		Glukose cair	
	TKL	Rasio	TKL	Rasio
1996	30	1,066	37	1
1997	32	1	37	1
1998	32	1,031	37	1
1999	33	1	37	1
2000	33		37	

Sumber data : Tabel 3 (data diolah)

Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung Golongan I masing-masing produk pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka adalah terlihat pada lampiran 3.

Berdasarkan perhitungan pada lampiran tersebut maka jumlah kebutuhan tenaga kerja langsung bagian produksi golongan I PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 untuk menghasilkan tepung tapioka sebanyak 35 orang, sedangkan glukose cair sebanyak 37 orang.

Kebutuhan tenaga kerja langsung golongan II masing-masing produk item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 berdasarkan jumlah tenaga kerja langsung golongan II tahun 1996 - 2000 (tabel 4) dihitung sebagai berikut :

Tabel 21. Perhitungan Jumlah Tenaga Kerja Langsung Golongan II Bagian Produksi menurut Produk Item PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Geometrik Mean Tahun 1996-2000

Tahun	Tepung Tapioka		Glukose cair	
	TKL	Rasio	TKL	Rasio
1996	34	1,029	41	1,951
1997	35		39	1
1998	35	1	39	1
1999	36	1,028	40	1,025
2000	36	1	40	1

Sumber Data : Tabel 3 (data diolah)

Kebutuhan tenaga kerja langsung golongan II masing-masing produk item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri pada tahun 2001 adalah sebagaimana terlihat pada perhitungan lampiran 4. Berdasarkan perhitungan pada lampiran 4 tersebut, maka jumlah kebutuhan tenaga kerja langsung bagian produksi golongan II PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001, untuk menghasilkan tepung tapioka sebanyak 39 orang dan glukose cair sebanyak 40 orang.

Tabel 22. Perhitungan Jumlah Tenaga Kerja Langsung Golongan III Bagian Produksi

Tahun	Tepung Tapioka		Glukose cair	
	TKL	Rasio	TKL	Rasio
1996	23	1	34	1
1997	23		34	1,029
1998	24	1,043	35	1
1999	25	1,041	35	1
2000	25	1	35	1

Sumber Data: Tabel 3 (data diolah)

Kebutuhan tenaga kerja langsung golongan III masing-masing produk item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri pada tahun 2001 adalah sebagaimana terlihat

pada perhitungan lampiran 5. Berdasarkan perhitungan pada lampiran 5 tersebut, maka jumlah kebutuhan tenaga kerja langsung bagian produksi golongan III PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001, untuk menghasilkan tepung tapioka sebanyak 25 orang dan glukose cair sebanyak 35 orang. Hasil perhitungan tersebut secara lebih jelas terlihat pada tabel 23 sebagai berikut :

Tabel 23. Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Masing- masing Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001

Golongan	Jumlah Tenaga Kerja Langsung	
	Tepung Tapioka	Glukose Cair
I	35	37
II	39	40
III	25	35
	99	112

Jadi jumlah keseluruhan kebutuhan tenaga kerja langsung tahun 2001 PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri sebanyak 211 orang.

4.5.2.1 Ramalan Upah Tenaga Kerja Langsung Tahun 2001

Upah merupakan imbalan dari perusahaan kepada karyawan yang telah memberikan tenaganya untuk menghasilkan produk. Adapun sistem upah yang ditetapkan pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri berdasarkan upah per hari pada bagian produksi, dan besarnya upah tenaga kerja langsung PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri pada tahun 2001 berdasarkan upah perhari per orang tahun 1996 – 2000 adalah sebagai berikut :

Tabel 24. Perhitungan Upah Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Golongan I PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Metode Geometrik Mean Tahun 1996 – 2000

Tahun	Upah (rupiah/ hari/ orang)	Rasio
1996	7800	1
1997	7800	1,125
1998	8775	1
1999	8775	1,06
2000	9300	

Sumber data : tabel 4 (data diolah)

$$\begin{aligned}
 Gm &= \sqrt[4]{1 \times 1,25 \times 1 \times 1,06} \\
 &= \sqrt[4]{1,1925} \\
 &= 1,045
 \end{aligned}$$

$$1997 = 1,045 \times 7.800 = \text{Rp. } 8.151$$

$$1998 = 1,045 \times 8.151 = \text{Rp. } 8.517$$

$$1999 = 1,045 \times 8.517 = \text{Rp. } 8.901$$

$$2000 = 1,045 \times 8.901 = \text{Rp. } 9.301$$

$$2001 = 1,045 \times 9.301 = \text{Rp. } 9.720$$

Sedangkan besarnya upah tenaga kerja langsung golongan II, masing-masing produk item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 berdasar upah tenaga kerja langsung golongan II tahun 1996- 2001 dihitung sebagai berikut :

Tabel 25. Perhitungan Upah Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Golongan II PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Metode Geometrik Mean Tahun 1996 – 2000

Tahun	Upah (rupiah/ hari/ orang)	Rasio
1996	5.550	1
1997	5.550	1,162
1998	6.450	1
1999	6.450	1,093
2000	7.050	

Sumber data : tabel 4 (data diolah)

$$\begin{aligned}
 Gm &= \sqrt[4]{1 \times 1,162 \times 1 \times 1,093} \\
 &= \sqrt[4]{1,27} = 1,061
 \end{aligned}$$

$$1997 = 1,061 \times 5.550 = 5.889$$

$$1998 = 1,061 \times 5.889 = 6.248$$

$$1999 = 1,061 \times 6.248 = 6.629$$

$$2000 = 1,061 \times 6.629 = 7.033$$

$$2001 = 1,061 \times 7.033 = 7.462$$

Sedangkan besarnya upah tenaga kerja langsung golongan III, masing-masing produk item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 berdasar upah tenaga kerja langsung golongan III tahun 1996- 2001 dihitung sebagai berikut :

Tabel 26. Perhitungan Upah Tenaga Kerja Langsung Bagian Produksi Golongan III PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Menggunakan Metode Geometrik Mean Tahun 1996 – 2000

Tahun	Upah (rupiah/ hari/ orang)	Rasio
1996	3.700	1
1997	3.700	1
1998	4.400	1,189
1999	4.400	1
2000	5.000	1,136

Sumber data : tabel 4 (data diolah)

$$Gm = \sqrt[4]{1 \times 1,89 \times 1 \times 1,36}$$

$$= \sqrt[4]{1,350} = 1,077$$

$$1997 = 1,077 \times 3.700 = 3.985$$

$$1998 = 1,077 \times 3.985 = 4.292$$

$$1999 = 1,077 \times 4.292 = 4.622$$

$$2000 = 1,077 \times 4.622 = 4.928$$

$$2001 = 1,077 \times 4.928 = 5.361$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka besarnya upah tenaga kerja langsung bagian produksi PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 untuk golongan I sebesar Rp. 9.720/ hari golongan II Rp. 7462/ hari dan golongan III Rp.5361/ hari

4.5.2.2 Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berdasarkan perhitungan diatas maka besarnya biaya tenaga kerja langsung bagian produksi pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 masing-masing produk item adalah sebagai berikut :

- Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk Tepung Tapioka

$$= (35 \times \text{Rp.}9720) + (39 \times \text{Rp.}7462) + (25 \times \text{Rp.} 5361) \times 288 \text{ hari}$$

$$= (340.200 + 291.018 + 134.025) \times 288 \text{ hari}$$

$$= \text{Rp.} 220.389.984$$

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk Glukose Cair

$$\begin{aligned}
 &= (37 \times \text{Rp.}9720) + (40 \times \text{Rp.}7462) + (35 \times \text{Rp.} 5361) \times 288 \text{ hari} \\
 &= (359.640 + 298.480+187.635) \times 288 \text{ hari} \\
 &= \text{Rp.} 243.557.440
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka biaya tenaga kerja langsung bagian produksi tahun 2001 untuk menghasilkan tepung tapioka Rp. 220.389.984 dan untuk glukose cair sebesar Rp. 243.577. 440

4.5.3. Rencana biaya Overhead Pabrik tahun 2001

Biaya Overhead Pabrik adalah biaya-biaya yang dikeluarkan selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Adapun rencana biaya overhead pabrik yang dikeluarkan PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri untu menghasilkan masing-masing produk item adalah sebagai berikut :

4.5.3.1 Ramalan Biaya Bahan Penolong Tahun 2001

4.5.3.1.1 Ramalan Kebutuhan Bahan Penolong Tahun 2001

Kebutuhan bahan penolong untuk menghasilkan Tepung tapioka dan glukose cair pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dapat dihitung dengan mengalikan standart pemakaian bahan penolong dan anggaran produksi.

a. Tepung Tapioka

$$\begin{aligned}
 \text{Belerang} &= 0,015 \text{ kg} \times 14.575.583 &= 218.633,745 \text{ kg} \\
 \text{Tawas} &= 0,01 \text{ kg} \times 14.575.283 &= 145.755,83 \text{ kg}
 \end{aligned}$$

b. Glukose Cair

$$\begin{aligned}
 \text{Fungamil} &= 0,025 \text{ lt} \times 11.434.584 &= 285.864,6 \text{ lt} \\
 \text{Hyflo celite} &= 0,015 \text{ lt} \times 11.434.584 &= 171.518,76 \text{ lt} \\
 \text{Asam Oksalat} &= 0,01 \text{ lt} \times 11.434.584 &= 114.345,84 \text{ lt}
 \end{aligned}$$

4.5.3.1.2 Ramalan Harga Beli Bahan Penolong 2001

Untuk memperoleh ramalan harga beli bahan penolong dapat dihitung dengan berpedoman tingkat harga beli tahun – tahun sebelumnya (tabel 7). Adapun tingkat harga beli bahan penolong pada tahun 2001 sebagai berikut :

Tabel 27. Perhitungan Rasio Kenaikan Harga Beli Bahan Penolong Tepung Tapioka Menggunakan Metode Geometrik Mean PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)

Tahun	Belerang		Tawas	
	Harga	Rasio	Harga	Rasio
1996	800		1200	
1997	813	1,017	1222	1,018
1998	853	1,055	1240	1,015
1999	967	1,127	1328	1,071
2000	1144	1,183	1513	1,139

Sumber data : Tabel 7 (data diolah)

Berdasarkan perhitungan lampiran 6 harga beli bahan penolong produk tepung tapioka pada tahun 2001 untuk belerang sebesar Rp.1.254 dan untuk tawas sebesar Rp.1.606

Tabel 28. Perhitungan Rasio Kenaikan Harga Beli Bahan Penolong Glukose Cair Menggunakan Metode Geometrik Mean PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)

Tahun	Fungamil		Hyflocelite		Asam Oksalat	
	Harga	Rasio	Harga	Rasio	Harga	Rasio
1996	17.850		11.526		8.400	
1997	17.915	1,003	11.850	1,027	8.855	1,054
1998	18.125	1,012	12.288	1,036	9.205	1,039
1999	18.720	1,032	13.060	1,063	9.730	1,057
2000	20.400	1,089	14.700	1,125	10.675	1,097

Sumber data : Tabel 7 (data diolah)

Berdasarkan perhitungan dalam lampiran 6 maka harga beli bahan penolong untuk pembuatan produk glukose cair untuk bahan fungamil sebesar Rp. 21.087, hyflocelite sebesar Rp. 15.570, dan asam oksalat sebesar Rp.11.347

4.5.3.1.3 Ramalan Biaya Bahan Penolong tahun 2001

Besarnya biaya bahan penolong PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri pada tahun 2001 dapat dihitung dengan mengalikan antara kebutuhan bahan penolong dan harga beli bahan penolong.

Sedangkan besarnya biaya bahan penolong yang dikeluarkan PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri untuk menghasilkan masing – masing produk terlihat pada tabel 29 berikut :

Tabel 29. Ramalan Biaya Bahan Penolong Produk Tepung Tapioka PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 (dalam rupiah)

No	Bahan Penolong Tepung Tapioka	
1	Belerang	274.166.716
2	Tawas	234.083.863
	Jumlah	508.250.579

Sumber data : Lampiran 6 (data diolah)

Tabel 30. Ramalan Biaya Bahan Penolong Produk Glukose Cair PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 (dalam rupiah)

No	Bahan Penolong Glukose Cair	
1	Fungamil	6.028.026.820
2	Hyflocelite	2.671.919.243
3	Asam oksalat	1.297.482.246
	Jumlah	9.997.428.309

Sumber Data : Lampiran 6 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas maka biaya bahan penolong masing – masing produk item pada tahun 2001 untuk tepung tapioka sebesar Rp.508.250.579, dan untuk glukose cair sebesar Rp.9.997.428.309.

4.5.3.2 Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan biaya untuk gaji karyawan yang tidak terlibat secara langsung dalam proses produksi dalam menghasilkan produk perusahaan. Adapun besarnya biaya tenaga kerja tidak langsung pa PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dapat menggunakan metode harga jual relatif berdasarkan total biaya tenaga kerja tidak langsung (tabel 5) pada masing – masing produk item berdasarkan anggaran produksi (tabel 18) penjualan, terlihat pada tabel 31 sebagai berikut.

Tabel 31. Perhitungan biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri dengan menggunakan metode harga jual relatif tahun 2001

Produk Item	Anggaran Produksi	Harga Jual	Nilai Jual	Nilai jual dari total nilai jual	Alokasi Biaya Bersama
Tepung Tapioka	14.575.583	2.027	29.544.706.741	46,83%	42.034.608
Glukose Cair	11.434.584	2.934	33.549.069.466	53,17%	47.725.392
Jumlah			63.093.776.207	100%	89.760.000

Sumber Data : Tabel 5 dan 18 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas maka besarnya biaya tenaga kerja tak langsung untuk menghasilkan tepung tapioka sebesar Rp. 42.034.608, dan untuk glukose cair sebesar Rp. 47.725.392

4.5.3.3 Penyusunan Biaya Overhead Pabrik Tahun 2001

Berdasarkan perhitungan biaya bahan penolong (tabel 29) dan tenaga kerja tidak langsung (tabel 30), maka besarnya biaya overhead pabrik pada tahun 2001 terlihat pada tabel 32 berikut ini.

Tabel 32. Biaya Overhead Pabrik PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001 (dalam rupiah)

No	Jenis Biaya Overhead Pabrik	Tepung Tapioka	Glukose Cair
1	Bahan Penolong	508.250.579	9.997.428.309
2	Tenaga Kerja Tidak Langsung	42.034.608	47.725.392
Jumlah		550.285.187	10.045.153.700

Sumber Data : Tabel 29,30,dan 31 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas maka besarnya biaya overhead pabrik untuk tepung tapioka sebesar Rp. 550.285.187,dan untuk glukose cair sebesar Rp.10.145.153.700

4.6 Rencana Biaya Pemasaran Tahun 2001

Untuk menghitung biaya pemasaran tahun 2001 maka perlu analisis data biaya pemasaran seperti halnya data lima tahun terakhir, sebagai berikut :

4.6.1 Analisis Biaya Pemasaran Tahun 1996 – 2000

4.6.1.1 Penggolongan biaya pemasaran menurut fungsinya perlu dipisahkan dahulu antara biaya langsung dan biaya tidak langsung seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel 33. Biaya Tidak Langsung Fungsi Pemasaran pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 1996 –2000 (dalam ribuan rupiah)

No	Biaya Tidak Langsung Pemasaran	1996	1997	1998	1999	2000
1	Gaji manajer pemasaran	13.200	13.800	14.400	15.000	15.600
2	Gaji wakil manajer pemasaran	9.960	10.200	10.500	10.800	11.160
3	Gaji kabag. Pemasaran	6.180	6.480	6.900	7.200	7.560
4	Gaji kepala unit pemasaran	5.880	6.000	6.180	6.360	6.730
J u m l a h		35.220	36.480	37.980	39.360	41.050

Sumber Data : Tabel 14 (diolah)

Tabel 34. Biaya Langsung Fungsi Pemasaran Pada PT Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000

No	Biaya Langsung Pemasaran	1996	1997	1998	1999	2000
I. Biaya Mendapatkan Pesanan						
1. Biaya Penjualan						
1	Gaji Karyawan Penjualan	18.900	19.800	21.000	22.200	23.100
2	Biaya Perjalanan Dinas Pemasaran	16.800	17.760	18.240	19.200	20.160
3	Biaya Telepon Penjualan	880	915	1.128	1.164	1.260
4	Biaya Pemeliharaan Kendaraan	2.400	3.360	4.560	6.000	8.400
2. Biaya Promosi dan Advertensi						
5	Biaya Kaos	553	612,5	630	735	784
6	Biaya Kalender	632	700	720	840	896
7	Biaya Spanduk	395	437,5	450	525	560
II. Biaya Memenuhi Pesanan						
3. Biaya Pengiriman Barang						
8	Gaji Karyawan Pengiriman	7.740	8.280	8.640	9.000	9.540
9	Biaya Pengiriman Penjualan	6.720	7.200	8.160	8.832	9.408
10	Biaya Packing	4.310	4.520	4.770	5.620	6.710
4. Biaya Penggudangan						
11	Gaji Karyawan Gudang	4.200	4.200	4.560	4.800	5.160
12	Biaya Pemeliharaan Gudang	240	275	287	310	355
13	Biaya Asuransi Gudang	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600
14	Biaya Listrik Gudang	240	324	348	408	444
5. Biaya Administrasi Pemasaran						
15	Gaji Karyawan Adm. Pemasaran	2.220	2.400	2.520	2.820	3.060
16	Gaji Karyawan Penagihan Piutang	15.000	15.300	19.800	20.500	28.440
J u m l a h		82.830	87.664	97.413	104.574	119.877

Sumber Data : Tabel 14, diolah

Tabel 35. Penggolongan Biaya Pemasaran Menurut Fungsinya pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001 (dalam ribuan rupiah)

Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran	1996	1997	1998	1999	2000
Biaya Langsung Fungsi Pemasaran					
Biaya Untuk Mendapatkan Pesanan					
a. Biaya Promosi dan Advertensi	1.580	1.750	1.800	2.100	2.240
b. Biaya Penjualan	38.980	41.835	44.928	48.564	52.920
Biaya Untuk Memenuhi Pesanan					
a. Biaya Penggudangan dan Penyimpanan	6.280	6.399	6.795	7.119	7.559
b. Biaya Pengiriman Barang	18.770	20.000	21.570	23.452	25.658
c. Biaya Penagihan Piutang	15.000	15.300	19.800	20.520	28.440
d. Biaya Administrasi Pemasaran	2.220	2.400	2.520	2.820	3.060
Jumlah Biaya Langsung Fungsi Pemasaran	82.830	87.684	97.413	104.574	119.877
Biaya Tak Langsung Fungsi Pemasaran					
1. Gaji Manajer Pemasaran	13.200	13.800	14.400	15.000	15.600
2. Gaji Wakil Manajer Pemasaran	9.960	10.200	10.500	10.800	11.160
3. Gaji Kabag. Pemasaran	6.180	6.480	6.900	7.200	7.560
4. Gaji Kepala Unit Pemasaran	5.880	6.000	6.180	6.360	6.730
Jumlah Biaya Tak Langsung Fungsi Pemasaran	35.220	36.480	37.980	39.360	41.050
Total Biaya Menurut Fungsi Pemasaran	118.050	124.164	135.393	143.934	160.927

Sumber Data : Tabel 31 dan 32, diolah

Berdasarkan tabel 35 diatas, maka besarnya biaya pemasaran menurut fungsinya pada tahun 1996 sebesar Rp. 118. 050. 000, tahun 1997 sebesar Rp. 124.164.000, tahun 1998 sebesar Rp. 135.393.000, tahun 1999 sebesar Rp. 143.943.000, dan tahun 2000 sebesar Rp. 160.927.000.

4.6.1.2 Distribusi Biaya Tak Langsung Pada Fungsi Langsung Pemasaran Tahun 1996 – 2000

Berdasarkan perhitungan penggolongan biaya pemasaran (Tabel 35) dan jumlah karyawan bagian pemasaran menurut fungsi langsung fungsi pemasaran (Tabel 13) maka dapat dihitung distribusi biaya tak langsung fungsi pemasaran pada fungsi langsung pemasaran dengan cara membagi jumlah karyawan masing – masing fungsi langsung pemasaran dengan total karyawan fungsi langsung pemasaran kemudian dikalikan dengan biaya tak langsung fungsi pemasaran, seperti terlihat pada perhitungan lampiran 7.

Berdasarkan perhitungan pada lampiran 7 tersebut, maka distribusi biaya tak langsung fungsi pemasaran pada biaya langsung fungsi pemasaran terlihat pada Tabel 36 sebagai berikut :

Tabel 36 : Distribusi Biaya Tak Langsung Fungsi Pemasaran Pada Masing – Masing Fungsi Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 - 2000

Biaya Langsung Fungsi Pemasaran	1996	1997	1998	1999	2000
	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)
Jumlah Fungsi Pemasaran :					
Promosi dan Advertensi	2.348.000	2.432.000	2.110.000	2.186.670	2.280.560
Penjualan	9.392.000	9.728.000	10.550.000	10.933.330	11.402.780
Penggudangan dan Penyimpanan	2.348.000	2.432.000	4.220.000	4.373.330	4.561.110
Pengiriman Barang	7.044.000	7.296.000	6.330.000	6.560.000	6.841.670
Pengagihan Piutang	11.740.000	12.160.000	12.660.000	13.120.000	13.683.330
Administrasi Pemasaran	2.348.000	2.432.000	2.110.000	2.186.670	2.280.560
Jumlah	35.220.000	36.480.000	37.980.000	39.360.000	41.050.000

Sumber Data : Tabel 13, 35, lampiran 7, diolah

Berdasarkan Tabel 36 diatas, maka besarnya biaya pemasaran menurut fungsi langsung pemasaran berdasarkan distribusi biaya pemasaran menurut fungsi tak langsung pemasaran pada tahun 1996 sebesar Rp. 35.220.000, tahun 1997 sebesar Rp. 36.480.000, tahun 1998 sebesar Rp. 37.980.000, tahun 1999 sebesar Rp. 39.360.000, dan tahun 2000 sebesar Rp. 41.050.000.

4.6.1.3 Analisis Pengeluaran Biaya Pemasaran Setiap Fungsi Pemasaran Tahun 1996 – 2000

Pengeluaran biaya pemasaran setiap fungsi pemasaran pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 1996 – 2000 merupakan akumulasi penggolongan biaya pemasaran menurut fungsinya (Tabel 33) dengan distribusi biaya pemasaran tak langsung fungsi ke biaya langsung fungsi pemasaran (Tabel 34), terlihat pada tabel 37 sebagai berikut :

37. Pengeluaran Biaya Pemasaran Setiap Fungsi Pemasaran Pada PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 1996 – 2000 (dalam ribuan rupiah)

Fungsi Pemasaran	1996 (Rp)	1997 (Rp)	1998 (Rp)	1999 (Rp)	2000 (Rp)	Dasar Alokasi
Promosi dan Advertensi	1.580,00	1.750,00	1.800,00	2.100,00	2.240,00	Hasil Penjualan
Alokasi Biaya Tak Langsung						
Fungsi Pemasaran	2.348,00	2.432,00	2.110,00	2.186,00	2.280,56	
Jumlah	3.928,00	4.182,00	3.910,00	4.286,67	4.520,56	
Penjualan	38.980,00	41.835,00	44.928,00	48.564,00	52.920,00	Hasil Penjualan
Alokasi Biaya Tak Langsung						
Fungsi Pemasaran	9.392,00	9.728,00	10.550,00	10.933,33	11.402,78	
Jumlah	48.372,00	51.563,00	55.478,00	59.497,33	64.322,78	
Penggudangan dan Penyimpanan	6.280,00	6.399,00	6.795,00	7.118,00	7.552,00	Volume Penjualan
Alokasi Biaya Tak Langsung						
Fungsi Pemasaran	2.348,00	2.432,00	4.220,00	4.373,00	4.561,11	
Jumlah	8.628,00	8.831,00	11.015,00	11.491,33	12.120,11	
Pengiriman Barang	18.770,00	20.000,00	21.570,00	23.452,00	25.658,00	Volume Penjualan
Alokasi Biaya Tak Langsung						
Fungsi Pemasaran	7.044,00	7.296,00	6.330,00	6.560,00	6.841,00	
Jumlah	25.814,00	27.296,00	27.900,00	30.012,00	32.499,67	
Penagihan Piutang	15.000,00	15.300,00	19.800,00	20.520,00	28.440,00	Hasil Penjualan
Alokasi Biaya Tak Langsung						
Fungsi Pemasaran	11.740,00	12.160,00	12.660,00	13.120,00	13.683,00	
Jumlah	26.740,00	27.460,00	32.460,00	33.640,00	42.123,00	
Administrasi Pemasaran	2.220,00	2.400,00	2.520,00	2.820,00	3.060,00	Hasil Penjualan
Alokasi Biaya Tak Langsung						
Fungsi Pemasaran	2.348,00	2.432,00	2.110,00	2.186,67	2.280,56	
Jumlah	4.568,00	4.832,00	4.630,00	5.006,67	5.340,56	

Data : Tabel 35,36, diolah

4.6.1.4 Menentukan Tarif Alokasi Biaya Pemasaran Tahun 1996 – 2000

Tarif alokasi biaya pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya pemasaran masing – masing fungsi secara keseluruhan pada masing – masing produk item. Dasar penghitungan tarif alokasi biaya pemasaran merupakan perbandingan biaya pemasaran dengan dasar alokasi biaya pemasaran. Sedangkan besarnya tarif alokasi biaya pemasaran (lampiran 9) yang terjadi pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri untuk masing – masing produk item sebagai berikut :

Tabel 38 : Tarif Alokasi Biaya Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000

No	Fungsi Pemasaran	1996	1997	1998	1999	2000
1	Promosi dan Advertensi	0,00034	0,0004	0,0003	0,0003	0,00033
2	Penjualan	0,00418	0,0043	0,0046	0,0047	0,0046
3	Penggudangan dan Penyimpanan	9,25	9,4084	11,733	13,154	12,7938
4	Pengiriman Barang	27,6751	29,081	29,717	31,743	34,3061
5	Penagihan Piutang	0,00231	0,0023	0,0027	0,0026	0,00303
6	Administrasi Pemasaran	0,00039	0,0004	0,0004	0,0004	0,00038

Sumber Data : Lampiran 9

4.6.1.5 Menentukan Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Langsung Tahun 1996 – 2000

Biaya pemasaran menurut fungsi langsung (lampiran 10) merupakan perhitungan tarif alokasi biaya pemasaran berdasarkan dasar alokasi biaya pemasaran pada masing – masing fungsi. Adapun biaya pemasaran menurut fungsi langsung pada PT.Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri pada tahun 1996 – 2000 adalah sebagai berikut :

Tabel 39 : Biaya Pemasaran Menurut fungsi Langsung Pemasaran Pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 - 2000

No	Produk Item	1996	1997	1998	1999	2000
1	Tepung Tapioka	31.653.790	33.688.133	36.461.775	38.659.186	45.067.446
2	Glukose Cair	45.138.026	47.274.321	51.628.591	54.983.501	61.294.401
Jumlah		76.791.816	80.962.454	88.090.386	93.642.687	10.636.847

Sumber Data : Lampiran 10 (data diolah)

Berdasarkan perhitungan seperti pada tabel 34 diatas maka dapat disusun rencana biaya pemasaran per produk item yang dihasilkan PTCahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001.

4.6.2 Rencana Biaya Pemasaran Tahun 2001

Berdasarkan analisis biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk menghasilkan masing – masing produk item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri pada tahun 1996 – 2000 (lampiran 10), maka besarnya biaya pemasaran pada tahun 2001 adalah sebagai berikut :

Tabel 40. Perhitungan Biaya Pemasaran Tepung Tapioka pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001

	Biaya Pemasaran	
	Tepung tapioka	Glukose Cair
1996	31.653.790	45.138.026
1997	33.688.133	47.274.321
1998	36.461.795	51.628.591
1999	38.659.186	54.983.501
2000	45.067.446	61.294.401
	185.530.350	260.318.840

Sumber Data : Lampiran 11 diolah

Berdasarkan perhitungan pada lampiran 11, menggunakan rumus regresi maka rencana biaya pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri untuk menghasilkan tepung tapioka sebesar Rp. 39.038.910 dan untuk menghasilkan glukose cair sebesar Rp. 52.196.104

4.7 Rencana Biaya Administrasi dan Umum

Besarnya biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan dalam menghasilkan masing – masing produk item terlihat pada tabel 41 berikut

Berdasarkan perhitungan tabel diatas maka besarnya biaya administrasi dan umum untuk menghasilkan tepung tapioka sebesar Rp. 117.361.200 dan untuk glukose cair sebesar Rp. 133.678.800 dengan jumlah biaya administrasi dan umum secara keseluruhan sebesar Rp. 251.040.000.

4.7 Laporan Rugi Laba

Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran dan laba bersih sebelum bunga dan pajak masing – masing produk item yang dihasilkan PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri pada tahun 2001 maka perlu disusun laporan rugi laba sebagai berikut :

Tabel 42 : Laporan Rugi Laba Tepung Tapioka

Penjualan		Rp.29.452.877.560
Harga Pokok Produksi :		
Biaya Bahan Baku	Rp. 21.863.448	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 220.389.984	
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 550.285.187	
	_____ +	
Harga Pokok Produksi	Rp. 792.538.619	
Persediaan Awal Produk Jadi	Rp. 415.127.573	
	_____ +	
Harga Barang Siap Jual	Rp. 1.501.826.459	
Persediaan Akhir Produk Jadi	Rp. 491.115.749	
	_____ +	
Harga Pokok Penjualan		Rp. 1.698.781.932
		_____ -
Laba Kotor Penjualan		Rp.27.754.195.628
Biaya Usaha :		
Biaya Pemasaran	Rp. 39.038.910	
Biaya Adminstrasi dan Umum	Rp. 118.089.216	
	_____ +	
Biaya Usaha		Rp. 157.128.126
		_____ -
Laba Bersih Sebelum Bunga dan Pajak		Rp. 27.596.502

Sumber data : tabel 15 – 41 (diolah)

Berdasarkan perhitungan Rugi laba diatas maka besarnya laba bersih sebelum bunga dan pajak (EBIT) yang diperoleh PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri untuk menghasilkan tepung tapioka adalah sebesar Rp. 27.596.967.502

Tabel 43 :Laporan Rugi Laba Produk Glukose Cair

Penjualan		Rp.33.549.069.466
Harga Pokok Produksi :		
Biaya Bahan Baku	Rp. 8.575.938	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 243.577.440	
Biaya Overhead Pabrik	Rp.10.045.153.700	
		+
Harga Pokok Produksi	Rp.10.297.307.078	
Persediaan Awal Produk Jadi	Rp. 675.397.998	
		+
Harga Barang Siap Jual	Rp. 10.972.050.076	
Persediaan Akhir Produk Jadi	Rp. 640.251.612	
		+
Harga Pokok Penjualan		Rp.11.612.301.688
		-
Laba Kotor Penjualan		Rp. 21.936.767.778
Biaya Usaha :		
Biaya Pemasaran	Rp. 52.196.104	
Biaya Adminstrasi dan Umum	Rp. 132.950.748	
		+
Biaya Usaha		Rp. 185.146.852
		-
Laba Bersih Sebelum Bunga dan Pajak		Rp.21.751.620.926

Sumber data : tabel 15 – 41 (diolah)

Berdasarkan perhitungan Rugi laba diatas maka besarnya laba bersih sebelum bunga dan pajak (EBIT) yang diperoleh PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri untuk menghasilkan glukose cair adalah sebesar Rp. 21.751.620.926

4.2. PEMBAHASAN

4.2.1 Efisiensi Biaya Pemasaran Tahun 2001

Efisiensi biaya Pemasaran merupakan nilai perbandingan dari laba kotor untuk menghasilkan produk. Adapun besarnya efisiensi biaya pemasaran yang dikeluarkan PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri untuk menghasilkan masing – masing produk item pada tahun 2001 adalah sebagai berikut :

a. Tepung Tapioka

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi Biaya Pemasaran} &= \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Biaya Pemasaran}} \times 100\% \\ &= \frac{27.754.095.122}{39.038.910} \times 100\% \\ &= 71.093,41\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi Biaya Pemasaran} &= \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Biaya Pemasaran}} \times 100\% \\ &= \frac{21.936.767.778}{52.196.104} \times 100\% \\ &= 42.027,6\% \end{aligned}$$

Melihat perhitungan diatas dapat diketahui tingkat efisiensi biaya pemasaran dari harga kotor untuk produk tepung tapioka sebesar 71.093,41% yang ber arti setiap perusahaan mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp.100 akan mendapatkan labakotor sebesar Rp71.093 dan untuk produk glukose cair sebesar 42.027% berarti setiap perusahaan mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp. 100 akan mendapatkan laba kotor sebesar Rp. 42.027. Dengan demikian berarti tingkat efisiensi pada kedua produk sangat efisien.

4.2.2 Menghitung Profit Margin Tahun 2001

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

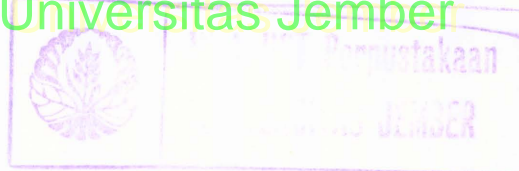
a. Tepung Tapioka =

$$= \frac{27.596.967.502}{29.452.877.560} \times 100\%$$
$$= 39,70\%$$

b. Glukose Cair =

$$= \frac{21.751.620.926}{33.549.069.466} \times 100\%$$
$$= 63,94\%$$

Jadi profit margin yang diperoleh perusahaan dari penjualan tepung tapioka sebesar 39,70% dari penjualan, sedangkan dari penjualan glukose cair sebesar 63,94%



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada bab sebelumnya dan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk menentukan tingkat efisiensi biaya pemasaran tahun 2001 dan profit margin dari tingkat efisiensi yang dikehendaki pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

- a. Laba kotor yang diperoleh pada tahun 2001 :

Untuk produk tepung tapioka	= Rp. 17.614.860.600
Untuk produk glukose cair	= Rp. 4.321.136.126
- b. Biaya pemasaran setiap jenis produk tahun 2001 :

Untuk produk tepung tapioka	= Rp. 76.465.675
Untuk produk glukose cair	= Rp. 92.673.539

1. Tingkat efisiensi setiap jenis produk PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri tahun 2001 :

$$\text{Efisiensi biaya pemasaran} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Biaya pemasaran}} \times 100\%$$

- a. Efisiensi biaya pemasaran tepung tapioka = 347,121%
- b. Efisiensi biaya pemasaran Glukose cair = 42,027%

Berdasarkan perhitungan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa produk tepung tapioka mempunyai tingkat efisiensi biaya pemasaran dari laba kotor sebesar 347,121% yang berarti bahwa perusahaan setiap mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp.100 menghasilkan laba kotor sebesar Rp. 347. Sedangkan produk glukose cair tingkat efisiensi biaya pemasaran dari laba kotor sebesar 42,027% yang berarti setiap perusahaan mengeluarkan biaya pemasaran sebesar

Rp.100 menghasilkan laba kotor Rp.42.027 Ini berarti bahwa produk Tepung tapioka mempunyai tingkat efisiensi biaya pemasaranyang sangat rendah bahkan bisa dikatakan inefisien.

2. Profit Margin Setiap Jenis Produk Tahun 2001 :

Perhitungan profit margin setiap jenis produk pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa produk tepung tapioka profit marginnya sebesar 59,146% dan produk glukose cair sebesar 12,20%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profit margin pada produk tepung tapioka lebih besar dari pada glukose cair, ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat efisiensi biaya pemasaran semakin besar profit margin yang didapat.

5.2. SARAN –SARAN

Setelah dilakukan analisis seperti sebelumnya penulis memberikan saran kepada perusahaan agar pendapatan perusahaan lebih tinggi untuk tahun – tahun kemudian yaitu :

1. Perusahaan harus meningkatkan efisiensi biaya pemasaran pada produk glukose cair sampai lebih besar atau sama dengan 100%.
2. Perusahaan meningkatkan penjualan terhadap produk tepung tapioka untuk mendapatkan keuntungan yang besar karena tepung tapioka tingkan profit marginnya lebih besar dibanding produk glukose cair.

Lampiran 1 : Perhitungan Ramalan Harga Jual Masing – Masing Produk Item PT.

Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri pada Tahun 2001.

a. Tepung Tapioka

$$\begin{aligned} \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,013 \times 1,024 \times 1,029 \times 1,033} \\ &= \sqrt[4]{1,026} \\ &= 1,024 \end{aligned}$$

$$1997 = 1,024 \times 1.800 = 1.843$$

$$1998 = 1,024 \times 1.843 = 1.887$$

$$1999 = 1,024 \times 1.887 = 1.933$$

$$2000 = 1,024 \times 1.933 = 1.979$$

$$2001 = 1,024 \times 1.979 = 2.027$$

b. Glukose Cair

$$\begin{aligned} \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,001 \times 1,016 \times 1,018 \times 1,02} \\ &= \sqrt[4]{1,0560} \\ &= 1,013 \end{aligned}$$

$$1997 = 1,013 \times 2.750 = 2.786$$

$$1998 = 1,013 \times 2.786 = 2.822$$

$$1999 = 1,013 \times 2.822 = 2.859$$

$$2000 = 1,013 \times 2.859 = 2.896$$

$$2001 = 1,013 \times 2.896 = 2.934$$

Lampiran 2 : Perhitungan Ramalan Harga Beli Bahan Baku pad PT. Cahaya Surya
Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001

a. Singkong :

$$\begin{aligned} \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,003 \times 1,012 \times 1,032 \times 1,089} \\ &= \sqrt[4]{1,141} \\ &= 1,033 \end{aligned}$$

1997	= 1,033 x 480	= 495
1998	= 1,033 x 495	= 512
1999	= 1,033 x 512	= 529
2000	= 1,033 x 529	= 546
2001	= 1,033 x 546	= 564

b. Tepung Tapioka

$$\begin{aligned} \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,013 \times 1,024 \times 1,029 \times 1,033} \\ &= \sqrt[4]{1,026} \\ &= 1,024 \end{aligned}$$

1997	= 1,024 x 1.800	= 1.843
1998	= 1,024 x 1.843	= 1.887
1999	= 1,024 x 1.887	= 1.933
2000	= 1,024 x 1.933	= 1.979
2001	= 1,024 x 1.979	= 2.027

Lampiran 3 : Perhitungan Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung Golongan I Masing – masing Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001

a. Tepung Tapioka

$$\begin{aligned}
 \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,066 \times 1 \times 1,03 \times 1} \\
 &= \sqrt[4]{1,099} \\
 &= 1.023 \\
 1997 &= 1.023 \times 30 &= 31 \text{ orang} \\
 1998 &= 1.023 \times 31 &= 32 \text{ orang} \\
 1999 &= 1.023 \times 32 &= 33 \text{ orang} \\
 2000 &= 1.023 \times 33 &= 34 \text{ orang} \\
 2001 &= 1.023 \times 34 &= 35 \text{ orang}
 \end{aligned}$$

b. Glukose cair :

$$\begin{aligned}
 \text{Gm} &= \sqrt[4]{1 \times 1 \times 1} \\
 &= \sqrt[4]{1} \\
 &= 1 \\
 1997 &= 1 \times 37 &= 37 \text{ orang} \\
 1998 &= 1 \times 37 &= 37 \text{ orang} \\
 1999 &= 1 \times 37 &= 37 \text{ orang} \\
 2000 &= 1 \times 37 &= 37 \text{ orang} \\
 2001 &= 1 \times 37 &= 37 \text{ orang}
 \end{aligned}$$

Lampiran 4 : Perhitungan Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung Golongan II Masing – masing Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001

c. Tepung Tapioka

$$\text{Gm} = \sqrt[4]{1,029 \times 1 \times 1,028 \times 1}$$

$$= \sqrt[4]{1,057}$$

$$= 1,015$$

$$1997 = 1,015 \times 34 = 35 \text{ orang}$$

$$1998 = 1,015 \times 35 = 36 \text{ orang}$$

$$1999 = 1,015 \times 36 = 37 \text{ orang}$$

$$2000 = 1,015 \times 37 = 38 \text{ orang}$$

$$2001 = 1,015 \times 38 = 39 \text{ orang}$$

d. Glukose cair :

$$\text{Gm} = \sqrt[4]{1,054 \times 1 \times 1,035 \times 1}$$

$$= \sqrt[4]{1,080}$$

$$= 1,019$$

$$1997 = 1,019 \times 37 = 38 \text{ orang}$$

$$1998 = 1,019 \times 38 = 38 \text{ orang}$$

$$1999 = 1,019 \times 38 = 39 \text{ orang}$$

$$2000 = 1,019 \times 39 = 40 \text{ orang}$$

$$2001 = 1,019 \times 40 = 40 \text{ orang}$$

Lampiran 5 : Perhitungan Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung Golongan III Masing – masing Produk Item pada PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 2001

a. Tepung Tapioka

$$\begin{aligned}
 Gm &= \sqrt[4]{1 \times 1,043 \times 1,041 \times 1} \\
 &= \sqrt[4]{1,0858} \\
 &= 1,02 \\
 1997 &= 1,02 \times 23 &= 23 \text{ orang} \\
 1998 &= 1,02 \times 23 &= 24 \text{ orang} \\
 1999 &= 1,02 \times 24 &= 24 \text{ orang} \\
 2000 &= 1,02 \times 24 &= 25 \text{ orang} \\
 2001 &= 1,02 \times 25 &= 25 \text{ orang}
 \end{aligned}$$

b. Glukose Cair

$$\begin{aligned}
 Gm &= \sqrt[4]{1 \times 1,029 \times 1 \times 1} \\
 &= \sqrt[4]{1,029} \\
 &= 1,077 \\
 1997 &= 1,077 \times 34 &= 34 \text{ orang} \\
 1998 &= 1,077 \times 34 &= 34 \text{ orang} \\
 1999 &= 1,077 \times 34 &= 35 \text{ orang} \\
 2000 &= 1,077 \times 35 &= 35 \text{ orang} \\
 2001 &= 1,077 \times 35 &= 35 \text{ orang}
 \end{aligned}$$

Lampiran 6 : Perhitungan Harga Beli Bahan Penolong

a. Tepung Tapioka

Belerang

$$\begin{aligned}
 \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,017 \times 1,055 \times 1,027 \times 1,183} \\
 &= \sqrt[4]{1,04305} \\
 &= 1,094 \\
 1997 &= 1,094 \times 800 &= 875 \\
 1998 &= 1,094 \times 875 &= 957 \\
 1999 &= 1,094 \times 957 &= 1.047 \\
 2000 &= 1,094 \times 1.047 &= 1.146 \\
 2001 &= 1,094 \times 1.146 &= 1.254
 \end{aligned}$$

b. Tawas

$$\begin{aligned}
 \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,018 \times 1,015 \times 1,071 \times 1,139} \\
 &= \sqrt[4]{1,2605} \\
 &= 1,060 \\
 1997 &= 1,060 \times 1.200 &= 1.272 \\
 1998 &= 1,060 \times 1.272 &= 1.348 \\
 1999 &= 1,060 \times 1.348 &= 1.429 \\
 2000 &= 1,060 \times 1.429 &= 1.515 \\
 2001 &= 1,060 \times 1.515 &= 1.606
 \end{aligned}$$

Glukose Cair

a. Fungamyl

$$\begin{aligned}
 \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,003 \times 1,012 \times 1,032 \times 1,089} \\
 &= \sqrt[4]{1,1408} \\
 &= 1,034
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 1997 &= 1,034 \times 17.850 &= 18.448 \\
 1998 &= 1,034 \times 18.448 &= 19.075 \\
 1999 &= 1,034 \times 19.075 &= 19.723 \\
 2000 &= 1,034 \times 19.723 &= 20.394 \\
 2001 &= 1,034 \times 20.394 &= 21.087
 \end{aligned}$$

Hyflocelite

$$\begin{aligned}
 \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,027 \times 1,036 \times 1,063 \times 1,125} \\
 &= \sqrt[4]{1,2724} \\
 &= 1,062 \\
 1997 &= 1,062 \times 11.526 &= 12.240 \\
 1998 &= 1,062 \times 12.240 &= 12.999 \\
 1999 &= 1,062 \times 12.999 &= 13.805 \\
 2000 &= 1,062 \times 13.805 &= 14.661 \\
 2001 &= 1,062 \times 14.661 &= 15.570
 \end{aligned}$$

Asam Oksalat

$$\begin{aligned}
 \text{Gm} &= \sqrt[4]{1,054 \times 1,089 \times 1,057 \times 1,097} \\
 &= \sqrt[4]{1,2698} \\
 &= 1,062 \\
 1997 &= 1,062 \times 8.400 &= 8.921 \\
 1998 &= 1,062 \times 8.921 &= 9.474 \\
 1999 &= 1,062 \times 9.474 &= 10.061 \\
 2000 &= 1,062 \times 10.061 &= 10.685 \\
 2001 &= 1,062 \times 10.685 &= 11.397
 \end{aligned}$$

Lampiran 7 : Perhitungan Distribusi Biaya Tak Langsung Pemasaran PTa Cahaya
Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000

Tahun 1996

1. Promosi dan Advertensi	=	$1/15 \times 35.220.000$	=	2.348.000
2. Penjualan	=	$4/15 \times 35.220.000$	=	9.392.000
3. Penggudangan dan Penyimpanan	=	$1/15 \times 35.220.000$	=	2.348.000
4. Pengiriman Barang	=	$3/15 \times 35.220.000$	=	7.044.000
5. Penagihan Piutang	=	$5/15 \times 35.220.000$	=	11.740.000
6. Administrasi Pemasaran	=	$1/15 \times 35.220.000$	=	2.348.000

Tahun 1997

1. Promosi dan Advertensi	=	$1/15 \times 36.480.000$	=	2.432.000
2. Penjualan	=	$4/15 \times 36.480.000$	=	9.728.000
3. Penggudangan dan Penyimpanan	=	$1/15 \times 36.480.000$	=	2.432.000
4. Pengiriman Barang	=	$3/15 \times 36.480.000$	=	7.296.000
5. Penagihan Piutang	=	$5/15 \times 36.480.000$	=	12.160.000
6. Administrasi Pemasaran	=	$1/15 \times 36.480.000$	=	2.432.000

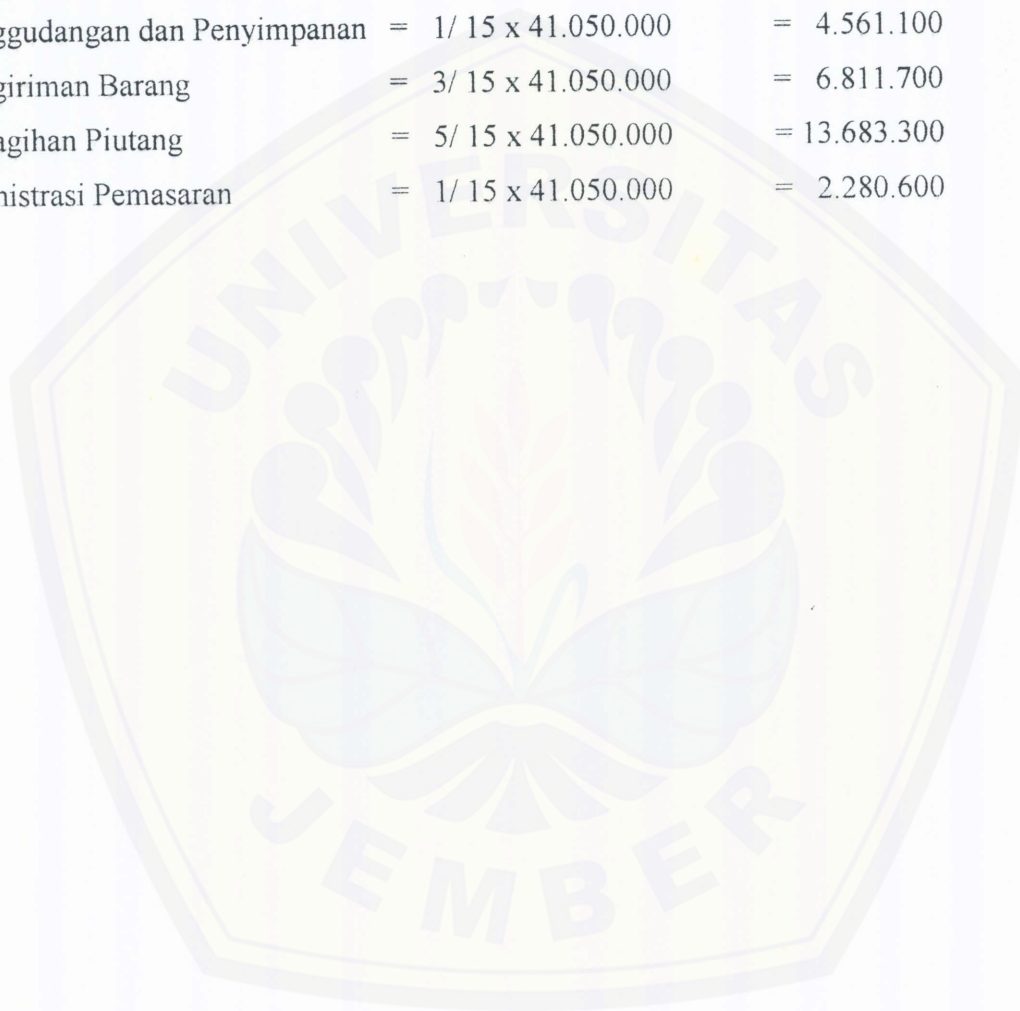
Tahun 1998

1. Promosi dan Advertensi	=	$1/15 \times 37.980.000$	=	2.110.000
2. Penjualan	=	$4/15 \times 37.980.000$	=	10.550.000
3. Penggudangan dan Penyimpanan	=	$1/15 \times 37.980.000$	=	4.220.000
4. Pengiriman Barang	=	$3/15 \times 37.980.000$	=	6.330.000
5. Penagihan Piutang	=	$5/15 \times 37.980.000$	=	12.660.000
6. Administrasi Pemasaran	=	$1/15 \times 37.980.000$	=	2.110.000

Tahun 1999

1. Promosi Advertensi	=	$1/15 \times 39.360.000$	=	2.186.700
2. Penjualan	=	$4/15 \times 39.360.000$	=	10.933.300
3. Penggudangan dan Penyimpanan	=	$1/15 \times 39.360.000$	=	4.373.300
4. Pengiriman Barang	=	$3/15 \times 39.360.000$	=	6.560.000
5. Penagihan Piutang	=	$5/15 \times 39.360.000$	=	13.120.000

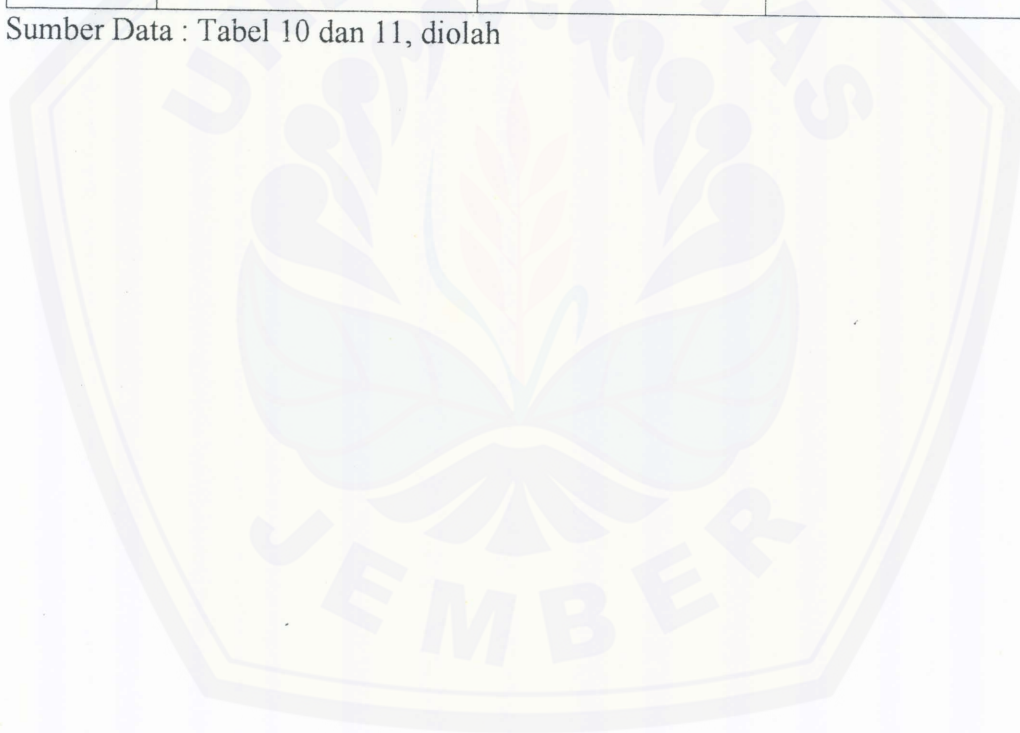
6. Administrasi Pemasaran	=	$1/15 \times 39.360.000$	=	2.186.700
Tahun 2000				
1. Promosi dan Advertensi	=	$1/15 \times 41.050.000$	=	2.280.000
2. Penjualan	=	$4/15 \times 41.050.000$	=	11.402.000
3. Penggudangan dan Penyimpanan	=	$1/15 \times 41.050.000$	=	4.561.100
4. Pengiriman Barang	=	$3/15 \times 41.050.000$	=	6.811.700
5. Penagihan Piutang	=	$5/15 \times 41.050.000$	=	13.683.300
6. Administrasi Pemasaran	=	$1/15 \times 41.050.000$	=	2.280.600



Lampiran 8 : Perhitungan Hasil Penjualan Produk Tepung Tapioka dan Glukose Cair
PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam
rupiah)

Tahun	Tepung Tapioka	Glukose Cair	Jumlah
1996	23.527.080.000	30.758.750.000	54.285.830.000
1997	23.942.394.000	19.798.295.400	43.740.689.400
1998	24.480.394.400	31.813.264.000	56.293.658.400
1999	25.438.105.000	32.381.586.000	57.819.691.000
2000	26.373.390.400	33.074.245.200	59.447.635.600

Sumber Data : Tabel 10 dan 11, diolah



Lampiran 9 : Perhitungan Tarif dan Alokasi biaya Pemasaran PT. Cahaya Surya
Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)

No	Fungsi Pemasaran	1996		
		Jumlah Biaya Pemasaran	Jumlah Dasar Alokasi	Tarif Alokasi
1	Biaya Promosi	3.928.000	11.565.075.480	0,0003396
2	Penjualan	48.372.000	11.565.075.480	0,0041826
3	Penggudangan dan Penyimpanan	8.628.000	932.751	9,250057
4	Pengiriman Barang	25.814.000	932.751	27,675124
5	Penagihan Piutang	26.740.000	11.565.075.480	0,0023124
6	Administrasi Pemasaran	4.568.000	11.565.075.480	0,000395

Sumber Data : Tabel 11, 35, dan lampiran 8, diolah

No	Fungsi Pemasaran	1997		
		Jumlah Biaya Pemasaran	Jumlah Dasar Alokasi	Tarif Alokasi
1	Biaya Promosi	4.182.000	11.874.403.920	0,0003522
2	Penjualan	51.563.000	11.874.403.920	0,0043424
3	Penggudangan dan Penyimpanan	8.831.000	938.632	9,408373
4	Pengiriman Barang	27.296.000	938.632	29,080619
5	Penagihan Piutang	27.460.000	11.874.403.920	0,0004069
6	Administrasi Pemasaran	4.832.000	11.874.403.920	0,0004069

Sumber Data : Tabel 11, 35, dan lampiran 8, diolah

No	Fungsi Pemasaran	1998		
		Jumlah Biaya Pemasaran	Jumlah Dasar Alokasi	Tarif Alokasi
1	Biaya Promosi	3.910.000	12.078.251.490	0,0003237
2	Penjualan	55.478.000	12.078.251.490	0,0045932
3	Penggudangan dan Penyimpanan	11.015.000	938.844	11,732514
4	Pengiriman Barang	27.900.000	938.844	29,717397
5	Penagihan Piutang	32.460.000	12.078.251.490	0,0026875
6	Administrasi Pemasaran	4.630.000	12.078.251.490	0,0003833

Sumber Data : Tabel 11, 35, dan lampiran 8, diolah

No	Fungsi Pemasaran	1999		
		Jumlah Biaya Pemasaran	Jumlah Dasar Alokasi	Tarif Alokasi
1	Biaya Promosi	4.286.670	12.697.808.030	0,0003376
2	Penjualan	59.497.330	12.697.808.030	0,0046856
3	Penggudangan dan Penyimpanan	11.491.330	945.473	12.154.054
4	Pengiriman Barang	30.012.000	945.473	31,742.842
5	Penagihan Piutang	33.640.000	12.697.808.030	0,0026493
6	Administrasi Pemasaran	5.006.670	12.697.808.030	0,0003943

Sumber Data : Tabel 11, 35, dan lampiran 8, diolah

No	Fungsi Pemasaran	2000		
		Jumlah Biaya Pemasaran	Jumlah Dasar Alokasi	Tarif Alokasi
1	Biaya Promosi	4.520.560	13.881.800.370	0,0003256
2	Penjualan	64.322.778	13.881.800.370	0,004633
3	Penggudangan dan Penyimpanan	12.120.110	947.343	12,793793
4	Pengiriman Barang	32.499.670	947.343	34,306128
5	Penagihan Piutang	42.123.330	13.881.800.370	0,0030344
6	Administrasi Pemasaran	5.340.560	13.881.800.370	0,0003847

Sumber Data : Tabel 11, 35, dan lampiran 8, diolah

Ug Jitaa

Lampiran 10 : Perhitungan Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Langsung Pemasaran Masing – Masing Produk Item PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Tahun 1996 – 2000 (dalam rupiah)

No	Fungsi Pemasaran Tepung Tapioka	1996	1997	1998	1999	2000
1	Promosi dan Advertensi	1.002.016	1.084.640	1.002.433	1.096.051	1.231.577
2	Penjualan	12.339.493	13.373.334	14.223.262	15.212.767	17.521.743
3	Penggudangan dan Penyimpanan	2.586.670	2.653.415	3.319.386	3.452.347	3.635.267
4	Pengiriman Barang	7.739.072	8.201.520	8.407.705	9.016.523	9.747.846
5	Penagihan Piutang	6.821.261	7.122.001	8.321.985	8.601.352	11.476.036
6	Administrasi Pemasaran	1.165.278	1.253.223	1.187.024	1.280.147	1.454.977
	Jumlah	31.653.790	33.688.133	36.461.795	38.659.186	45.067.446

Sumber Data : Tabel 11, 35, lampiran 8 dan 9, diolah

No	Fungsi Pemasaran Tepung Tapioka	1996	1997	1998	1999	2000
1	Promosi dan Advertensi	1.553.769	1.646.007	1.542.591	1.649.126	1.775.944
2	Penjualan	19.134.149	20.294.854	21.887.437	23.513.818	25.266.497
3	Penggudangan dan Penyimpanan	3.022.576	3.085.739	3.839.794	4.015.298	4.238.891
4	Pengiriman Barang	9.043.262	9.537.803	9.725.850	10.486.787	11.366.444
5	Penagihan Piutang	10.577.341	10.808.074	12.806.269	13.294.796	16.548.638
6	Administrasi Pemasaran	1.806.929	1.901.843	1.826.649	1.978.676	2.098.088
	Jumlah	45.138.026	47.274.321	51.628.591	54.983.501	61.294.401

Sumber Data : Tabel 11, 35, lampiran 8 dan 9, diolah

Lampiran 11 : Perhitungan Rencana Biaya Pemasaran PT. Cahaya Surya Tunas

Tapioka Wonigiri Tahun 2001

Ramalan biaya pemasaran tahun 2001

a. Tepung tapioka :

no	Biaya Pemasaran(y)	Volume Penjualan(x)	Y ²	X ²	(XY)
	31.653.790	13.070.600	1.001.962.421.364.100	170.840.584.360.000	413.734.027.574
	33.688.133	13.119.120	1.134.890.305.025.689	172.111.309.574.400	441.958.659.402
	36.461.795	13.091.120	1.329.462.494.622.025	171.377.422.854.400	477.325.733.760
	38.659.186	13.214.600	1.494.532.662.182.596	174.625.653.160.000	510.865.679.315
	45.067.446	13.252.960	2.031.074.688.962.916	175.640.948.761.600	597.277.059.140
	185.530.350	65.748.400	34.421.510.771.122.500	4.322.852.102.560.000	12.198.323.663.940

Sumber data : Tabel 11,Lampiran 10 (diolah)

$$Y = a + bx$$

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

$$= 1,4$$

$$\sum y = na + \sum xb$$

$$185.530.350 = 5.a + 65.748.400(1,4)$$

$$185.530.350 = 5.a + 92.047.760$$

$$5a = 93.482.590$$

$$a = 18.696.518$$

$$y = a + bx$$

$$= 18.696.518. + 1,4 (14.530.280)$$

$$= 39.038.910$$

b. Glukose Cair

Tahun	Biaya Pemasaran(y)	Volume Penjualan(x)	Y ²	X ²	(XY)
96	45.138.026	11.185.600	2.037.441.391.176.676	125.117.647.360.000	504.895.903.62
97	47.274.321	11.281.080	2.234.861.426.011.041	127.262.765.966.400	533.305.397.14
98	51.628.591	11.316.880	2.665.511.408.645.281	128.071.772.934.400	584.274.568.91
99	54.983.501	11.361.960	3.023.185.382.217.001	129.094.135.041.600	624.720.339.02
00	61.294.401	11.365.720	3.757.003.593.948.801	129.179.591.118.400	696.654.999.33
	260.318.840	56.511.240	67.765.898.458.945.600	3.193.520.246.337.600	14.710.940.443.70

Sumber data : Tabel 11,Lampiran 10 (diolah)

$$\Sigma Y = na + \Sigma xb$$

$$260318840 = 5a + 56.511.240$$

$$260.318.840 = 5a + 56.511.240$$

$$5a = 260.318.840 - 56.511.240$$

$$a = 40.761.520$$

$$y = a + bx$$

$$= 40.761.520 + (1.0)11.434.584$$

$$y = 52.196.104$$

p-12 Perhitungan Persediaan Awal dan Persediaan Akhir Produk Tepung Tapioka PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Dengan Rumus ITO

$$\text{Rumus : } \frac{\text{Rencana Penjualan}}{\frac{\text{Persediaan Awal} + \text{Persediaan Akhir}}{2}}$$

Persediaan Rata – rata tahun 1996

$$= \frac{195.800 + 204.480}{2}$$

$$= 200.140$$

ITO tahun 1996

$$= \frac{\text{Volume Penjualan Th 1996}}{\text{Rata – rata persediaan}}$$

$$= \frac{13.070.600}{200.140}$$

= 65 kali

ITO tahun 1997

$$= \frac{\text{Rencana Penjualan Th 1997}}{\frac{\text{Persediaan Awal} + \text{Persediaan Akhir}}{2}}$$

$$65 = \frac{13.119.120}{\frac{(204.480 + x)}{2}}$$

$$13.119.120 = \frac{65 (204.480 + x)}{2}$$

$$204.480 + x = 403.665$$

$$x = 199.185$$

Persediaan Rata – rata tahun 1997

$$= \frac{204.480+199.185}{2}$$

$$= 201.832,5$$

ITO tahun 1997

$$= \frac{13.119,20}{201.832,5}$$

$$= 65 \text{ kali}$$

ITO tahun 1998

$$65 = \frac{13.119.120}{(199.185 + x)}$$

$$13.119.120 = \frac{65 (199.185 + x)}{2}$$

$$199.185 + x = 402.803,7$$

$$x = 203.619$$

Persediaan Rata – rata tahun 1998

$$= \frac{199.185+203.619}{2}$$

$$= 201.402$$

ITO tahun 1998

$$= \frac{13.091.120}{201.402}$$

$$= 64,99 = 65 \text{ kali}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO tahun 1999} &= \\ 65 &= \frac{13.214.600}{(203.619 + x)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 13.214.600 &= \frac{65 (203.619+x)}{2} \\ 203.619 + x &= 406.603 \\ x &= 202.984 \end{aligned}$$

Persediaan Rata – rata tahun 1999

$$\begin{aligned} &= \frac{203.619+202.984}{2} \\ &= 203.301,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO tahun 1999} &= \frac{13.214.600}{203.301,5} \\ &= 65 \text{ kali} \end{aligned}$$

ITO tahun 2000

$$65 = \frac{13.252.960}{(202.984+ x)}$$

$$\begin{aligned} 13.252.960 &= \frac{65 (202.984+x)}{2} \\ 202.984+x &= 407.783 \\ x &= 204.799 \end{aligned}$$

Persediaan Rata – rata tahun 2000

$$= \frac{202.984+204.799}{2}$$

$$= 203.891,5$$

ITO tahun 2000

$$= \frac{13.252.960}{203.891,5}$$

$$= 65 \text{ kali}$$

ITO tahun 2001

$$65 = \frac{14.530.280}{(204.799 + x)}$$

$$14.530.280 = \frac{2}{65 (204.799+x)}$$

$$204.799+x = \frac{2}{447.085,5}$$

$$x = 242.286,5$$

Perhitungan Persediaan Awal dan Persediaan Akhir Produk Glukose Cair PT. Cahaya Surya Tunas Tapioka Wonogiri Dengan Rumus ITO

Persediaan Rata – rata tahun 1997

$$= \frac{204.480+226.880}{2}$$

$$= 215.680$$

ITO tahun 1997

$$= \frac{11.185.000}{215.680}$$

$$= 51 \text{ kali}$$

ITO tahun 1997

$$51 = \frac{11.281.080}{(226.880 + x)}$$

$$11.281.080 = \frac{2}{51 (226.880 + x)}$$

$$226.880 + x = 442.395,29$$

$$x = 215.515$$

Persediaan Rata – rata tahun 1997

$$= \frac{226.880 + 215.515}{2}$$

$$= 221.197,5$$

ITO tahun 1997

$$= \frac{11.281.080}{221.197}$$

$$= 51 \text{ kali}$$

ITO tahun 1998

$$51 = \frac{11.361.880}{(215.515 + x)}$$

$$11.361.880 = \frac{2}{65 (215.515 + x)}$$

$$215.515 + x = 445.563,9$$

$$x = 230.049$$

Persediaan Rata – rata tahun 1998

$$= \frac{215.515+230.049}{2}$$

$$= 222.782$$

ITO tahun 1998

$$= \frac{11.361.880}{222.782}$$

$$= 51 \text{ kali}$$

ITO tahun 1999

$$51 = \frac{11.361.960}{(230.049+ x)}$$

$$11.361.960 = \frac{51 (230.049+x)}{2}$$

$$230.049+x = 445.567$$

$$x = 215.518$$

Persediaan Rata – rata tahun 1999

$$= \frac{230.049+215.518}{2}$$

$$= 222.783,5$$

ITO tahun 1999

$$= \frac{11.361.960}{222.783,5}$$

$$= 51 \text{ kali}$$

ITO tahun 2000

$$51 = \frac{11.365.720}{(215.518+ x)}$$

$$2$$

$$11.365.720 = \frac{51 (215.518+x)}{2}$$

$$215.518+x = 445.714$$

$$x = 230.197$$

Persediaan Rata – rata tahun 2000

$$= \frac{215.518 + 230.197}{2}$$

$$= 222.857,5$$

ITO tahun 2000

$$= \frac{11.365.720}{222.857,5}$$

$$= 51 \text{ kali}$$

ITO tahun 2001

$$51 = \frac{11.434.584}{(230.197 + x)}$$

$$11.434.584 = \frac{51 (230.197+x)}{2}$$

$$230.197+x = 448.415$$

$$x = 218.218$$