

TIDAK DIPINJAMKAN KELUAR

**ANALISIS KEBIJAKSANAAN HARGA JUAL DALAM HUBUNGANNYA  
DENGAN PENENTUAN VOLUME PENJUALAN MINIMUM  
PADA PERUSAHAAN TEGEL "CV. TEGEL HAFANA"  
DI SRAGEN**

**SKRIPSI**

MILIK PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JEMBER

Diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Atal	Media	Klasifikasi S 650.8 FAX 160
Terima Tgl: 29 APR 2000	Pembelian	
No. Induk: PTI'2000 - 9.935		

Oleh :

M. PENASARAX

*Ulil Luthfy Fahmi*

NIM. D1B195-309

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2000**

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS KEBIJAKSANAAN HARGA JUAL DALAM HUBUNGANNYA  
DENGAN PENENTUAN VOLUME PENJUALAN MINIMUM PADA  
PERUSAHAAN TEGEL CV. TEGEL HAFANA  
DI SRAGEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **ULIL LUTHFY FAHMI**

N.I.M : **D1B1 95 309**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

**26 Februari 2000**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar **Sarjana** dalam ilmu ekonomi Universitas Jember.

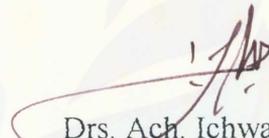
**Susunan Panitia Penguji**

Ketua,



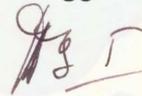
Drs. H. Sukusni, M.Sc.  
NIP : 130 350 764

Sekretaris,



Drs. Ach. Ichwan  
NIP : 130 781 340

Anggota,



Dra. Diah Yuli S, M.Si  
NIP : 131 624 474



Mengetahui/ Menyetujui  
Universitas Jember  
Dekan,



Drs. H. Sukusni, M.Sc.  
NIP : 130 350 764

**Tanda Persetujuan Skripsi Sarjana**

Nama : Ulil Luthfy Fahmi  
Nomor Induk Mahasiswa : D1B1 95-309  
Program Studi : S.1 (Srata 1)  
Jurusan : Manajemen  
Mata Kuliah Dasar  
Penyusunan Skripsi : Manajemen Pemasaran  
Dosen Pembimbing : 1. Dra. Diah Yuli S, M.Si  
2. Drs. Wasito, Ak.

Disahkan di : Jember

Tanggal :  
\_\_\_\_\_

Disetujui dan diterima baik oleh  
Dosen Pembimbing

Pembimbing I,

Dra. Diah Yuli S, M.Si  
NIP: 131 624 474

Pembimbing II,

Drs. Wasito, Ak.  
NIP: 131 966 372

Ketua Jurusan Manajemen,

Drs. Abdul Halim  
NIP: 130 674 838

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, rasa syukur yang sangat mendalam penulis rasakan atas segala rahmat, inayah, hidayah dan taufik-Nya, sehingga terselesainya penulisan skripsi ini.

Skripsi adalah laporan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dipertahankan di depan panitia penguji, sehingga dinyatakan lulus. Skripsi ini disusun sebagai kelengkapan akhir dan syarat bagi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Selama berlangsungnya penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, petunjuk serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Diah Yuli S, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Bpk. Drs. Wasito, Ak., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan dorongan, petunjuk maupun bimbingan serta saran-saran yang dapat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bpk. Drs. Sukusni, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember beserta segenap Dosen dan Karyawan yang telah banyak membantu penulis selama menuntut ilmu di bangku kuliah.
3. Pimpinan dan staff karyawan perusahaan tegel CV. Tegel Hafana di Sragen yang telah banyak memberikan kesempatan dan memberikan bantuan dalam penelitian.
4. Ibu dan Bapak, kakak dan adik-adikku tercinta, atas do'a restu maupun perhatiannya yang dapat memberikan dorongan moril dalam menunjang terselesainya penulisan skripsi ini.

5. Alm. KH. Shodiq Machmud; S.H. dan Bpk. Drs. H. Sahilun A. Nasir beserta Ibu H. Lilik Istiqomah, S.H. selaku pengasuh Pondok Pesantren Al-Jauhar Jember dan juga para Dewan Asatidz yang terhormat yang telah membimbing jiwa penulis dalam menjalani hidup.
6. Sahadat-sahabat santri di Pondok Pesantren Al-Jauhar Jember yang banyak memberikan motivasi dan saran.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini, baik dalam pengungkapan, penyajian, penulisan kata-kata yang dipergunakan maupun pembahasan materi skripsi ini masih belum seperti yang diharapkan. Karenanya kritik, saran, serta segala bentuk pengarahannya dari semua pihak sangat diharapkan.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga penulisan skripsi ini menjadi amal sholeh dan bermanfaat bagi semua pihak

Jember, Maret 2000

Ulil Luthfy Fahmi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
MOTTO .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Pokok Permasalahan .....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	4
1.4 Metodologi Penelitian .....	4
1.4.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.4.2 Metode Analisis Data .....	5
1.5 Asumsi .....	7
1.6 Batasan Masalah .....	7
1.7 Terminologi .....	7
1.8 Kerangka Pemecahan Masalah .....	8
II. LANDASAN TEORI .....	10
2.1 Harga .....	10
2.1.1 Pengertian Harga .....	10
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga .....	11

2.1.3 Metode Penetapan Harga .....	13
2.2 Analisis Biaya Semi Variabel .....	15
2.2.1 Timbulnya Biaya Semi Variabel .....	15
2.2.2 Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel .....	17
2.3 Analisa Cost, Profit, Volume .....	19
2.3.1 Pengertian Analisa, Cost, Profit, Volume .....	19
2.3.2 Manfaat Analisa Biaya-Volume-Laba bagi Manajemen .....	20
2.3.3 Grafik Biaya-Volume-Laba .....	21
2.4 Teori Break-even .....	22
2.4.1 Pengertian Analisa Break-even .....	22
2.4.2 Pengertian Break-even point .....	23
2.4.3 Manfaat Break-even bagi Perusahaan .....	24
2.4.4 Asumsi-asumsi dalam Analisa Perhitungan Break-even .....	25
2.4.5 Unsur-unsur dalam Analisa Perhitungan Break-even .....	27
2.4.6 Beberapa Pendekatan Break-even .....	28
III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	31
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	31
3.2 Lokasi Perusahaan .....	32
3.3 Struktur Organisasi .....	33
3.4 Tenaga Kerja dan Jumlah Jam Kerja .....	37
3.4.1 Jumlah Tenaga Kerja .....	37
3.4.2 Jam Kerja dan Hari Kerja .....	38
3.4.3 Sistem Pembayaran Upah dan Gaji .....	38
3.5 Kegiatan Produksi .....	38
3.5.1 Bahan Baku dan Pembantu .....	38
3.5.2 Peralatan Produksi .....	40
3.5.3 Proses Produksi .....	41

3.5.4 Hasil Produksi .....	44
3.6 Kegiatan Pemasaran .....	44
3.6.1 Saluran Distribusi .....	44
3.6.2 Daerah Pemasaran .....	45
3.6.3 Perusahaan Pesaing .....	45
3.7 Biaya-biaya Perusahaan .....	46
3.7.1 Biaya Penyusutan Tahunan .....	46
3.7.2 Biaya Gaji dan Upah Tetap .....	46
3.7.3 Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin .....	47
3.7.4 Biaya Pemakaian Bahan Baku dan Penolong .....	49
3.7.5 Biaya Reparasi Kendaraan .....	49
3.7.6 Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	51
3.7.7 Biaya Listrik dan Air .....	52
3.7.8 Biaya Pemasaran .....	53
3.7.9 Biaya Administrasi dan Umum .....	54
IV. ANALISA DATA .....	55
4.1 Pemisahan Biaya Semi Variabel .....	55
4.1.1 Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin .....	55
4.1.2 Biaya Reparasi Kendaraan .....	57
4.1.3 Biaya Listrik dan Air .....	58
4.1.4 Biaya Pemasaran .....	60
4.1.5 Biaya Administrasi dan Umum .....	61
4.2 Perhitungan Jumlah Biaya Variabel .....	62
4.3 Penentuan Harga Jual .....	64
4.4 Penentuan Volume Penjualan Minimum .....	65
4.4.1 Penentuan Biaya Tetap Total .....	65
4.4.2 Break-even Point dalam Unit .....	66

4.4.3 Break-even Point dalam Rupiah .....	67
V. KESIMPULAN .....	68
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN .....	71
Lampiran 1. Perhitungan Pemisahan Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin Tahun 1999 .....	71
Lampiran 2. Perhitungan Pemisahan Biaya Reparasi Kendaraan Tahun 1999 .....	72
Lampiran 3. Perhitungan Pemisahan Biaya Listrik dan Air Tahun 1999 ..	73
Lampiran 4. Perhitungan Pemisahan Biaya Pemasaran Tahun 1999 .....	74
Lampiran 5. Perhitungan Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum Tahun 1999 .....	75

DAFTAR TABEL

Tabel:	Halaman
1. Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penolong CV. Tegel Hafana...	40
2. Hasil Produksi Trasso CV. Tegel Hafana .....	44
3. Biaya Tetap Penyusutan Tahunan .....	46
4. Biaya Gaji dan Upah Tetap CV. Tegel Hafana Tahun 1999.....	47
5. Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin CV. Tegel Hafana Tahun 1999 .....	48
6. Biaya Pemakaian Bahan Baku dan Bahan Penolong CV. Tegel Hafana Tahun 1999.....	49
7. Biaya Reparasi Kendaraan CV. Tegel Hafana Tahun 1999 .....	50
8. Biaya Tenaga Kerja Langsung CV. Tegel Hafana Tahun 1999 .....	51
9. Biaya Listrik dan Air CV. Tegel Hafana Tahun 1999.....	52
10. Biaya Pemasaran CV. Tegel Hafana Tahun 1999 .....	53
11. Biaya Administrasi dan Umum Tahun 1999 .....	54
12. Perhitungan Pemisahan Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin Tahun 1999 .....	71
13. Perhitungan Pemisahan Biaya Reparasi Kendaraan Tahun 1999.....	72
14. Perhitungan Pemisahan Biaya Listrik dan Air Tahun 1999.....	73
15. Perhitungan Pemisahan Biaya Pemasaran Tahun 1999 .....	74
16. Perhitungan Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum Tahun 1999	75

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar :	Halaman
1. Kerangka Pemecahan Masalah .....	8
2. Cost, Provit, Volume Graph .....	22
3. Keadaan Break-even .....	30
4. Struktur Organisasi .....	35
5. Proses Produksi .....	43

## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan di dalam menjalankan kegiatannya tidak akan terlepas dari usahanya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik itu tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek, yang pada prinsipnya bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang akan dipergunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan pengembangan perusahaan.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis tergantung dari kemampuan perusahaan di dalam menjalankan kegiatan usahanya. Seorang pengusaha harus mampu menjalankan fungsi-fungsi perusahaan yang meliputi fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi personalia dan fungsi keuangan. Selain itu, pengusaha harus mampu mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diharapkan.

Pemasaran merupakan suatu sistem kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli. Dalam hal seperti ini, maka perusahaan harus memfokuskan kepada peluang dan kebutuhan (opportunity and needs).

Pada dasarnya, tujuan beroperasinya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba (profit). Namun pada akhirnya tujuan tersebut berkembang menjadi pencapaian keuntungan stakeholder. Dalam merealisasikan tujuan tersebut, perusahaan pada umumnya melakukan kegiatan bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri dari variabel-variabel yaitu: product, price, promotion dan place (channel of distribution). Karena marketing mix merupakan inti dari pemasaran, maka perusahaan harus dapat mengkoordinir dan mengkombinasikannya, agar dapat melakukan kegiatan pemasaran secara efektif.

Salah satu kegiatan pemasaran yang dianggap penting adalah mengenai

penentuan harga jual produk yang tepat dan dapat diterima oleh konsumen. Apabila perusahaan dalam menentukan harga jual produknya kurang tepat, maka akan berdampak pada sulitnya memasarkan produknya, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan. Misalnya harga produk yang terlalu tinggi akan berpengaruh pada daya saing produk dipasaran serta volume penjualan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan karena konsumen tidak dapat membeli dengan alasan harga terlalu mahal. Atau jika perusahaan menetapkan harga jual produknya terlalu rendah, sedangkan biaya produksinya terlalu tinggi, maka perusahaan akan mengalami kerugian karena biaya produksinya tidak dapat ditutup oleh harga jual yang rendah walaupun volume penjualan mengalami kenaikan. Namun demikian, variabel harga jual bukan satu-satunya faktor keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, karena faktor harga jual ini bagaimanapun juga terkait dengan produk, promosi dan distribusi.

Penentuan harga jual produk merupakan masalah yang rumit dan kompleks bagi perusahaan, terutama jika dikaitkan dengan kondisi perekonomian yang melanda Indonesia saat ini. Perusahaan hendaknya lebih berhati-hati dalam penentuan harga jual yang tepat dan dapat diterima oleh konsumen serta melancarkan proses pemasaran produknya dalam meningkatkan daya saing di pasaran.

Kejadian-kejadian pada masa lalu hendaknya dapat dievaluasi dan sedapat mungkin semua kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi pada masa yang akan datang harus telah disadari sebelumnya. Dengan demikian akan dapat direncanakan suatu kebijaksanaan yang dapat mengantisipasi kejadian yang tidak diinginkan, sebab apa yang akan terjadi adalah sesuatu yang tidak pasti. Melalui perencanaan yang tepat, maka perusahaan akan dapat merealisasikan tujuannya serta mampu memperkecil penyimpangannya.

## 1.2 Pokok Permasalahan

Pada masa dewasa ini di mana persaingan sangat ketat antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain di dalam memasarkan hasil produksinya, perusahaan harus efektif dalam melakukan kegiatan pemasarannya terutama masalah harga jual yang sesuai dengan tingkat kemampuan daya beli masyarakat dan bersaing dengan harga produk perusahaan pesaing serta di sisi lain dapat memberikan keuntungan yang diinginkan oleh pihak manajemen. Dalam hal ini, masing-masing perusahaan akan menentukan harga jual yang relatif lebih murah dibandingkan dengan produk dari perusahaan pesaing, karena bagaimanapun juga harga sebuah produk mempengaruhi perilaku konsumen.

Perusahaan Tegel "CV. Tegel Hafana" yang berkedudukan di Sragen merupakan perusahaan yang memproduksi tegel. Dalam kondisi krisis saat ini harga bahan-bahan (bahan baku maupun bahan-bahan pembantu) mengalami kenaikan yang mengakibatkan biaya-biaya produksi juga meningkat. Di pihak lain harga jual/unit mengalami kenaikan sangat sedikit, sehingga mengakibatkan berkurangnya tingkat keuntungan yang dicapai. Oleh karena itu perusahaan harus meninjau kembali tentang kebijaksanaan harga jual produknya agar perusahaan dapat mengimbangi biaya-biaya yang dikeluarkan.

Salah satu langkah yang ditempuh, agar perusahaan tidak menderita kerugian adalah dengan menentukan volume penjualan minimum yang harus dicapai. Sehingga dengan diketahuinya volume penjualan minimum yang harus direalisasikan tersebut, apabila perusahaan menjual produk di bawah titik minimum, harus segera mengambil kebijaksanaan secepat dan setepat mungkin untuk mengantisipasi agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Penjualan minimum dapat diketahui dari titik potong antara jumlah penghasilan dan biaya yang dikeluarkan perusahaan. Keseimbangan antara biaya dan penghasilan akan membentuk suatu Break-even Point (BEP). Jadi BEP ini dimaksudkan untuk mencapai tingkat penjualan minimum agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Penjualan minimum juga

dapat diketahui dengan cara menambah biaya tetap dengan keuntungan yang diinginkan, kemudian dibagi dengan variabel expense ratio (biaya variabel yang dinyatakan dengan prosentase dari penjualan).

Bertitik tolak dari uraian di atas, maka pokok permasalahan skripsi ini adalah : Berapakah harga jual yang sesuai dengan mark-up yang diharapkan dan berapa penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita kerugian ?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kebijaksanaan harga jual produk tahun 1999 yang sesuai dengan mark-up yang diharapkan perusahaan dalam hubungannya dengan penentuan volume penjualan minimum.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

#### a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi pimpinan perusahaan dalam menentukan harga jual produk yang akan dipasarkan ke konsumen.

#### b. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu pengetahuan yang selama ini didapat di bangku kuliah.

#### c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi untuk menambah pengetahuan khususnya mengenai penentuan harga jual produk dalam hubungannya dengan penentuan besarnya volume penjualan.

## 1.4 Metodologi Penelitian

### 1.4.1 Metode Pengumpulan Data

a. Interview

Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara secara langsung dengan pihak perusahaan yang berkaitan dengan obyek penelitian.

b. Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung mengenai obyek penelitian.

c. Studi Literatur

Metode pengumpulan data dengan cara membaca buku dan literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

1.4.2 Metode Analisis Data

Untuk menentukan harga jual produk yang sesuai dengan mark-up yang diharapkan dan volume penjualan minimum, digunakan langkah perhitungan sebagai berikut:

1. Perhitungan pemisahan biaya semi variabel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (Supriyono, 1994:300):

$$Y = a + bX$$

$$a = \bar{Y} - b \cdot \bar{X}$$

$$b = \frac{\sum X.Y}{\sum X^2}$$

dimana :

Y : biaya total

a : elemen total biaya tetap

b : elemen biaya variabel satuan

X : tingkat kegiatan

2. Menghitung jumlah biaya variabel dengan menggunakan metode Direct Costing (Mulyadi, 1993:236) :

Biaya bahan baku	XX
Biaya tenaga kerja variabel	XX
Biaya overhead pabrik variabel	<u>XX +</u>
Jumlah biaya produksi variabel	XX
Biaya variabel lain :	
- Biaya administrasi dan umum variabel	XX
- Biaya pemasaran variabel	<u>XX +</u>
Jumlah biaya variabel lain	<u>XX +</u>
Jumlah biaya variabel	XX

$$\text{Biaya variabel / unit} = \frac{\text{Jumlah biaya variabel}}{\text{Jumlah unit yang diproduksi}}$$

3. Menghitung harga jual/unit (Gudono, 1993:140):

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya variabel/unit} + x \% (\text{biaya variabel perunit})$$

4. Menentukan volume penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita kerugian

Menghitung Break-even point (Swastha, 1997:260)

$$\text{BEP(unit)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Harga jual / unit} - \text{biaya variabel / unit}}$$

$$\text{BEP(rupiah)} = \frac{\text{Total biaya tetap}}{1 - \frac{\text{biaya variabel}}{\text{penjualan}}}$$

### 1.5 Asumsi

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

- a. besarnya prosentase mark-up ditentukan oleh perusahaan, yaitu sebesar 25%
- b. harga jual per unit tetap konstan
- c. metode pembebanan biaya yang digunakan adalah direct costing atau variabel costing.

### 1.6. Batasan Masalah

Guna menghindari pembahasan yang terlalu luas dalam pembahasan masalah ini, maka perlu kiranya diberikan suatu batasan masalah yang dimaksudkan agar pembahasan ini sesuai dengan judul yang ada. Adapun batasan masalah yang menjadi ruang lingkup pembahasannya adalah :

- a. penentuan volume penjualan minimum
- b. produk yang dianalisis adalah tegel jenis teraso
- c. biaya yang dianalisa dalam hal ini adalah biaya pada tahun 1999

### 1.7 Terminologi

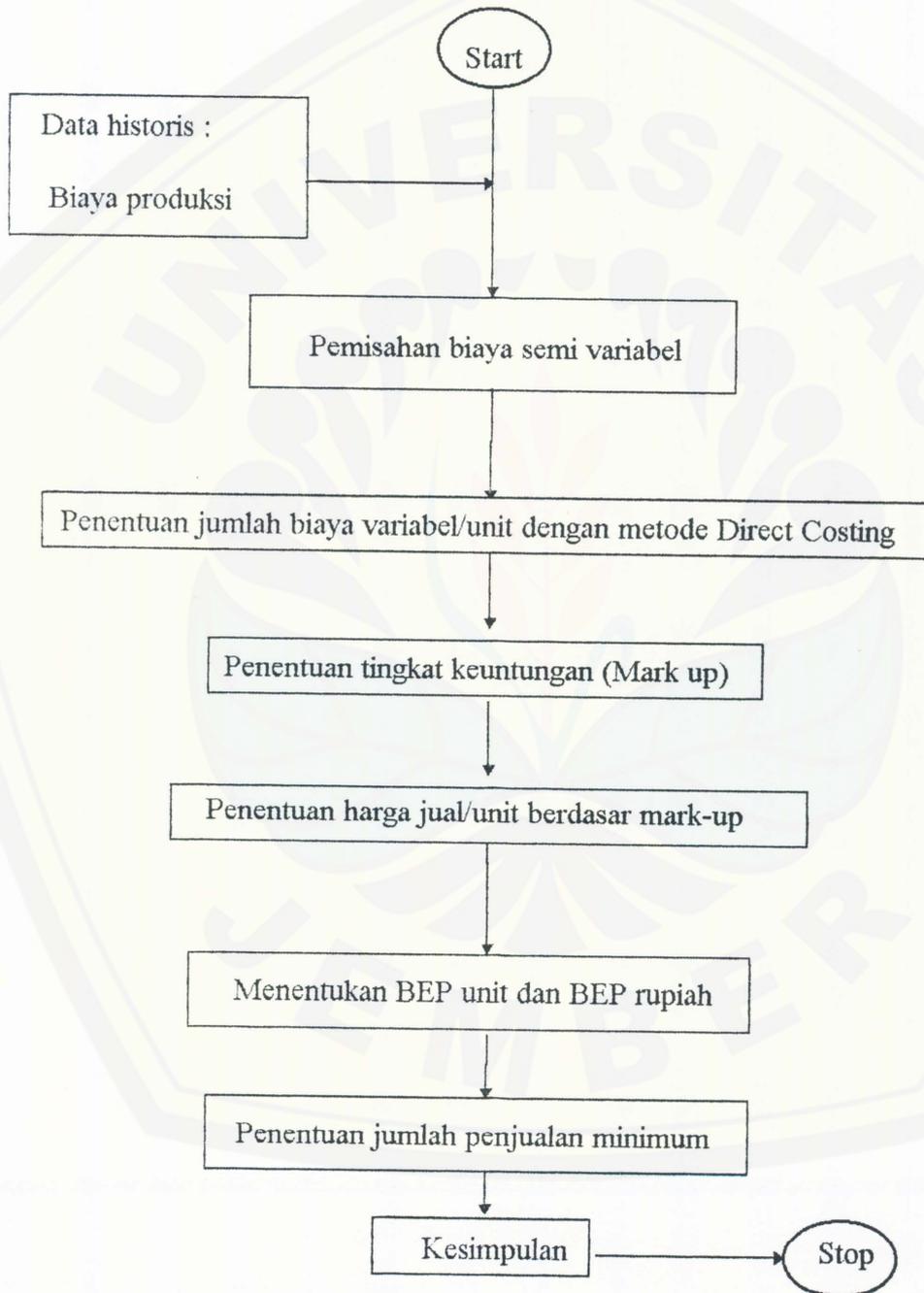
*Analisis* : penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perubahan) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (Poerwodarminto, 1995:39).

*Harga* : Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swastha, 1997:241).



### 1.8 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk memudahkan dan memahami dalam pemecahan masalah, maka kami sajikan kerangka pemecahan masalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemecahan masalah

#### Penjelasan Kerangka Pemecahan Masalah

1. Memisahkan biaya-biaya semi variabel yang ada, sebab pada perhitungan break-even tidak dikehendaki adanya biaya semi variabel. Jadi, biaya yang tampak adalah biaya tetap dan biaya variabel saja.
2. Menghitung biaya variabel per unit dengan menggunakan metode *direct costing*.
3. Menentukan tingkat keuntungan yang diinginkan oleh pihak manajemen, untuk supaya dapat ditentukan harga produk per unit sesuai dengan tingkat keuntungan yang diinginkan. Dalam hal ini mark-up ditentukan perusahaan, yaitu sebesar 20 %
4. Kemudian menentukan harga jual/unit
5. Setelah langkah-langkah tersebut di atas dilalui semua, maka langkah selanjutnya yaitu menentukan tingkat penjualan minimum dengan mencari BEP unit dan BEP rupiah agar supaya perusahaan tidak menderita kerugian.
6. Setelah proses perhitungan diatas, maka langkah terakhir yaitu mengambil kesimpulan penelitian ini.

## BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini akan menguraikan beberapa teori yang ada hubungannya dengan materi skripsi ini. Teori sebagai dasar yang memberikan arah dalam rangka pemecahan masalah, sehingga dengan demikian segala harapan yang diinginkan dari pemecahannya dapat memberikan nilai kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan baik secara ilmiah maupun praktek.

### 2.1 Harga

#### 2.1.1 Pengertian Harga

Salah satu unsur kegiatan pemasaran adalah menentukan harga. Artinya, harga merupakan satu hal penting yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan pemasaran, sedangkan pemasaran itu sendiri merupakan jantung perusahaan. Tanpa adanya fungsi pemasaran, suatu perusahaan akan sangat kesulitan dalam mencapai tujuannya. Sedangkan definisi harga menurut Swastha (1997:241) adalah, "Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya."

Definisi tersebut memberikan pengertian bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut.

Satu hal penting yang perlu diperhatikan manajer dalam menentukan harga adalah mengetahui tujuan ditetapkannya harga. Tujuan itu berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa setepat mungkin. Banyak perusahaan yang mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Keputusan untuk menetapkan harga sering pula melibatkan kepentingan pimpinan (top manager) terutama untuk produk baru. Penentuan tingkat

harga tersebut biasanya dilakukan dengan mengadakan beberapa perubahan untuk menguji pasarnya. Jika pasarnya menerima penawaran tersebut, berarti harga itu sudah sesuai. Tetapi jika mereka menolak, maka harga tersebut perlu diubah secepatnya. Jadi, ada kemungkinan keliru tentang keputusan harga yang diambil oleh manager.

### 2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga

Kenyataanya, menentukan harga adalah sesuatu yang sangat fleksibel. Hal ini dikarenakan dalam menentukan harga ada beberapa faktor yang mempengaruhi, antara lain (Swastha, 1997:242):

#### 1. keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada keadaan krisis misalnya, dimana harga bahan-bahan baku melonjak, maka harga yang ditetapkan juga akan terpengaruh ikut tinggi untuk menutup biaya-biaya yang dikeluarkan

#### 2. penawaran dan permintaan

Permintaan merupakan sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Sedangkan penawaran merupakan kebalikan daripada permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar. Menurut teori ekonomi harga dapat diketemukan melalui titik perpotongan antara kurve penawaran dan permintaan.

#### 3. elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang

dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

#### 4. persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjualan perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli yang lain. selain persaingan murni dapat pula terjadi keadaan persaingan yang lain, seperti: persaingan tidak sempurna, oligopoli, dan monopoli.

#### 5. biaya

Biaya merupakan dasar dalam menentukan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun non operasi, akan menghasilkan keuntungan.

#### 6. tujuan perusahaan

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai tersebut antara lain: laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasa pasar, dan kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu

#### 7. pengawasan pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk: penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta

praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

### 2.1.3 Metode Penetapan Harga

Penetapan harga barang dan jasa yang efisien sering merupakan masalah yang sulit bagi sebuah perusahaan. Meskipun cara penetapan harga yang dipakai sama bagi semua perusahaan (didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba), tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produknya, pasarnya, dan tujuan perusahaan. Jadi, tugas manajer di sini adalah mengembangkan dan menerapkan strategi penetapan harga yang dapat memenuhi keinginan perusahaan pada waktu tertentu.

Banyak perusahaan menggunakan prosedur penetapan harga yang paling mudah pengaturannya dan hanya memerlukan asumsi yang sangat terbatas tentang permintaan. Mungkin teknik penetapan harga yang paling sederhana adalah mark-up pricing. Adapun metode-metode penetapan harga tersebut, antara lain:

- Metode penetapan harga mark-up

Metode ini dalam menetapkan harga jual adalah dengan menambahkan sejumlah rupiah pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual. Jadi, mark-up tersebut dipakai untuk menutup biaya overhead dan laba bagi perusahaan. Biasanya mark-up ini ditentukan dengan prosentase dari biaya produknya, maka prosentase mark-up tersebut harus dikalikan dengan biaya produk, kemudian ditambahkan pada biaya produk. Dengan demikian akan kita dapatkan sejumlah rupiah sebagai harga jual. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Harga jual} &= \text{Biaya Produk} + \text{Mark-up} \\ &= \text{Biaya Produk} + (\% \times \text{biaya produk})\end{aligned}$$

- Metode penetapan harga break-even

Dalam break-even pricing kita dapat mengetahui tentang bagaimana satuan-satuan produk itu dijual pada harga tertentu untuk mengembalikan dana yang tertanam dalam produk tersebut. Untuk memperoleh tingkat atau titik break-even dapat dipakai rumus (Swastha, 1997:260):

$$\text{TBE (dalam rupiah)} = \frac{BTT}{1 - \frac{BVR}{P}}$$

$$\text{TBE (dalam unit)} = \frac{BTT}{H - BVR}$$

di mana:

TBE = titik break-even

BTT = biaya tetap total

BV = biaya variabel

P = penjualan

H = harga jual per unit

BVR = biaya variabel rata-rata

- Metode penetapan harga rate of return

Kebijaksanaan ini merupakan kebijaksanaan yang banyak dipakai oleh perusahaan-perusahaan besar. Metode ini adalah bertujuan untuk mencapai tingkatan pengembalian investasi (rate of return on investement).

- Metode penetapan harga biaya variabel

Penetapan harga biaya variabel (variabel cost pricing) ini didasarkan pada suatu ide bahwa biaya total tidak selalu harus ditutup untuk menjalankan

kegiatan bisnis yang menguntungkan. Sistem penetapan harga biaya variabel ini dapat dipakai untuk menentukan harga minimum yang dapat dikuasai.

Penetapan harga biaya variabel ini sering dijumpai dalam situasi di mana biaya tetap merupakan bagian yang besar dalam biaya total. Perusahaan angkutan kereta api dan perusahaan penerbangan adalah dua contoh industri yang memerlukan biaya tetap tinggi dan sering memakai penetapan harga biaya variabel untuk meningkatkan volumenya. Sebagai contoh, mereka sering memberikan reduksi kepada anak-anak sekolah atau rombongan tertentu.

- Metode penetapan harga beban puncak

Metode ini dapat dipakai bilamana jumlah barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sangat terbatas, dan permintaan pembeli cenderung berubah dikemudian hari. Dalam metode ini, perusahaan dapat menaikkan tarif di atas biaya rata-rata selama periode permintaan tinggi, dan mengurangkan pada biaya variabelnya di luar periode ramai. Tarif rendah yang dikenakan pada jam-jam/hari-hari tidak ramai kemungkinan dapat meningkatkan pendapatan dengan menarik langganan yang jarang menggunakan jasa perusahaan.

## 2.2 Analisis Biaya Semi Variabel

### 2.2.1 Timbulnya Biaya Semi Variabel

Menurut konsep variabilitas biaya, biaya dapat digolongkan menjadi dua macam, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Tapi dalam kenyataannya banyak sekali biaya-biaya yang sulit untuk digolongkan baik ke dalam biaya tetap maupun biaya semi variabel. Biaya-biaya semacam ini disebut biaya semi variabel atau biaya semi tetap yang perubahannya tidak proposional dengan perubahan volume outputnya.

Variabilitas biaya semi variabel ini disebabkan karena kombinasi pengaruh dari : alur waktu, aktivitas atau volume output yang dihasilkan, dan kebijaksanaan manajemen .

Sebab-sebab timbulnya biaya semi variabel ini karena hal-hal sebagai berikut(Adolp Mats. Othel, dkk, 1990:538):

1. kebutuhan untuk tetap mempertahankan minimal organisasi yang harus ada atau adanya kebutuhan untuk tetap menggunakan sejumlah minimal bahan-bahan atau jasa-jasa dengan harapan agar segala sesuatunya dalam keadaan siap atau beroperasi. Biaya minimal yang dikeluarkan untuk kebutuhan-kebutuhan tersebut diatas akan tetap jumlahnya dan diatas biaya ini timbulah biaya tambahan yang jumlahnya tidak proporsional dengan volume outputnya.
2. adanya klasifikasi biaya dalam praktek akuntansi yang didasarkan pada obyek timbulnya biaya atau menurut fungsi atau departemen yang ada, sehingga klasifikasi accounting ini mencampur biaya tetap dan biaya variabel bersama-sama ke dalam satu rekening. Contohnya adalah biaya pembuatan uap yang mungkin dibebankan atau dikumpulkan ke dalam satu rekening tunggal. Padahal dalam kenyataannya uap yang digunakan untuk pemanasan (heating) akan bervariasi dengan cuaca, bukan dengan volume produksi, sedangkan uao yang digunakan untuk proses produksi akan bervariasi sesuai dengan volume produksi.
3. faktor- faktor produksi dibagi menjadi bagian satuan yang paling kecil bilamana biaya yang ditimbulkan dihubungkan dengan volumenya, maka gerakannya akan menurut undakan, bukan garis lurus. Hal ini akan tampak apabila terdapat perubahan shift satu ke shift dua atau shift tiga yang mana perlu adanya biaya tambahan untuk para pengawas.

Untuk keperluan titik impas atau titik pulang pokok, maka biaya-biaya semi variabel ini harus dipecah, walaupun bagaimana sulitnya cara

pemecahannya atau cara pemisahannya, sehingga dapat dihitung berapa besarnya komponen yang tetap dan komponen yang variabel.

Dalam memisahkan unsur-unsur biaya tetap dan biaya variabel harus menggunakan metode-metode yang betul-betul sesuai dengan seluk beluk perusahaan. Kesalahan dalam memilih metode pendekatan membawa pengaruh yang besar.

### 2.2.2 Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel

Adapun beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengadakan pemisahan biaya semi variabel ini, antara lain (Supriyono, 1994:296):

#### 1. metode titik tertinggi dan terendah

Pada metode ini untuk memisahkan biaya tetap dengan biaya variabel dalam periode tertentu dipilih dua titik yang mempunyai tingkatan aktivitas tertinggi dan terendah, atas dasar persamaan garis lurus  $y = a + bx$ , perbedaan biaya antara kedua tingkatan tersebut disebabkan karena perubahan aktivitas dan besarnya tarif biaya variabel.

#### 2. metode biaya bersiap

Metode biaya bersiap atau standby cost methode menghitung biaya tetap dengan menaksir besarnya biaya apabila pabrik ditutup untuk sementara, misalnya satu bulan. Biaya yang terjadi selama pabrik ditutup sementara tersebut dinamakan biaya bersiap yang merupakan elemen biaya tetap.

Langkah berikutnya untuk mengetahui besarnya biaya variabel per unit, biaya rata-rata dalam satu bulan yang ditaksir pada tingkat kegiatan rata-rata dikurangi dengan biaya bersiap merupakan biaya variabel total selama satu bulan pada tingkat kegiatan tersebut, biaya variabel satuan dihitung dari biaya variabel total selama satu bulan dibagi dengan tingkat kegiatan.

#### 3. metode grafik statistik

Pada metode grafik statistik ini, kapasitas atau kegiatan setiap bulan

digambarkan pada denah atau grafik statistik. Garis tegak lurus (vertikal) pada grafik disebut sumbu Y yang menunjukkan tingkatan besarnya biaya, sedangkan garis mendatar (horizontal) pada grafik tersebut, menunjukkan tingkatan kegiatan. Setiap titik di dalam grafik menunjukkan biaya dan tingkatan kegiatan setiap bulan, dari kebanyakan titik-titik tersebut ditarik garis B yang menunjukkan garis biaya. Dari perpotongan garis B dan sumbu Y ditarik garis sejajar dengan sumbu X (sumbu mendatar) dinamakan sumbu A yang menunjukkan batas besarnya biaya variabel dan biaya tetap, di atas garis A sampai dengan garis B menunjukkan elemen biaya variabel yang berbentuk segitiga siku-siku, di atas sumbu X sampai dengan di bawah garis A menunjukkan elemen biaya tetap.

#### 4. metode kuadrat terkecil

Metode ini disebut pula dengan garis regresi yang menggunakan persamaan garis lurus:

$$Y = a + bx$$

di mana, Y = jumlah biaya

a = elemen total biaya tetap

b = elemen biaya variabel satuan

x = tingkat kegiatan

Slope garis b dapat dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{\sum X \cdot Y}{\sum X^2}$$

dimana, X = deviasi atau penyimpangan dari X rata-rata

Y = deviasi atau penyimpangan dari Y rata-rata

setelah slope b ditentukan, a dapat dihitung dengan mensubstitusikan ke dalam rumus:

$$a = \bar{Y} - b.\bar{X}$$

#### 5. metode kuadrat terkecil untuk beberapa variabel bebas

Tingkat variabilitas biaya tertentu ada yang dipengaruhi oleh salah satu faktor variabel tertentu, misalnya pada biaya reparasi dan pemeliharaan mesin yang telah dibahas di muka, bisa dianalisa dengan regresi sederhana atau kuadrat terkecil biasa (Supriyono, 1994:296).

### 2.3. Analisa Cost, Profit, Volume

#### 2.3.1. Pengertian Analisa Cost, Profit, Volume

Cost, Profit, Volume analysis atau analisa biaya, kuantita dan laba merupakan salah satu alat bantu untuk perencanaan jangka pendek. Pada jangka pendek, manajemen dibatasi oleh tingkah laku biaya, kapasitas normal, dan luasnya benda modal yang tersedia. Untuk itu manajemen harus merencanakan, menganalisis dan memutuskan kebijakan jangka pendek secermat mungkin, agar laba maksimal tersebut bisa dicapai.

Analisis Cost, Profit, Volume ini merupakan analisis terhadap hubungan ketiga elemen biaya, kuantita dan laba tersebut. Analisis ini akan membantu memecahkan masalah-masalah yang mempengaruhi perubahan biaya variabel atau tetap terhadap laba, jumlah kapasitas produksi harus dijual agar perusahaan tidak menderita kerugian, perkiraan laba akibat penambahan produk yang dijual, cara dan strategi komposisi produk harus dijual agar memperoleh laba maksimal dan lain sebagainya.

Model analisis yang paling umum digunakan untuk mengetahui hubungan ketiga elemen tersebut (cost, profit dan volume) adalah Titik Impas atau sering disebut (Break Even Point) dan Cost, Profit, Volume Graph. Analisis impas (BEP) memberikan informasi tingkat penjualan minimum yang

harus dicapai suatu usaha agar tidak mengalami kerugian. Analisis tersebut juga menjelaskan sampai berapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak menderita kerugian. Analisis impas menyajikan informasi untuk perencanaan volume penjualan. Analisis impas merupakan salah satu bentuk analisis biaya-volume-laba karena untuk mengetahui impas maupun margin of safety perlu dilakukan analisis terhadap hubungan antara biaya, volume, dan laba.

Jika dalam analisis impas titik berat analisis diletakkan pada penaksiran tingkat penjualan minimum yang menghasilkan laba sama dengan nol, maka dalam analisa biaya-volume-laba ini titik berat analisis diletakkan pada sampai seberapa besar perubahan-perubahan biaya, volume, dan harga jual berdampak terhadap laba perusahaan.

### 2.3.2 Manfaat Analisis Biaya-Volume-Laba bagi Manajemen

Hubungan antara biaya, volume, dan laba dipengaruhi oleh lima faktor atau suatu kombinasi faktor-faktor berikut ini (Mulyadi, 1993:261):

- a. harga jual per satuan
- b. volume penjualan
- c. komposisi produk yang dijual
- d. biaya variabel per satuan, dan
- e. total biaya tetap.

Perencanaan laba perusahaan dapat efektif, bila manajemen mampu memperkirakan dampak perubahan masing-masing faktor tersebut terhadap laba bersih, impas dan return of investement perusahaan.

Pembuatan anggaran pendapatan dan biaya dan penyajian informasi tersebut dalam grafik laba dan volume merupakan alat yang efektif dalam menyajikan informasi bagi manajemen untuk keperluan perencanaan jangka pendek. Hal ini memungkinkan manajemen memperkirakan pengaruh kegiatan atau usaha-usaha yang akan dilaksanakan dan pengaruh perubahan

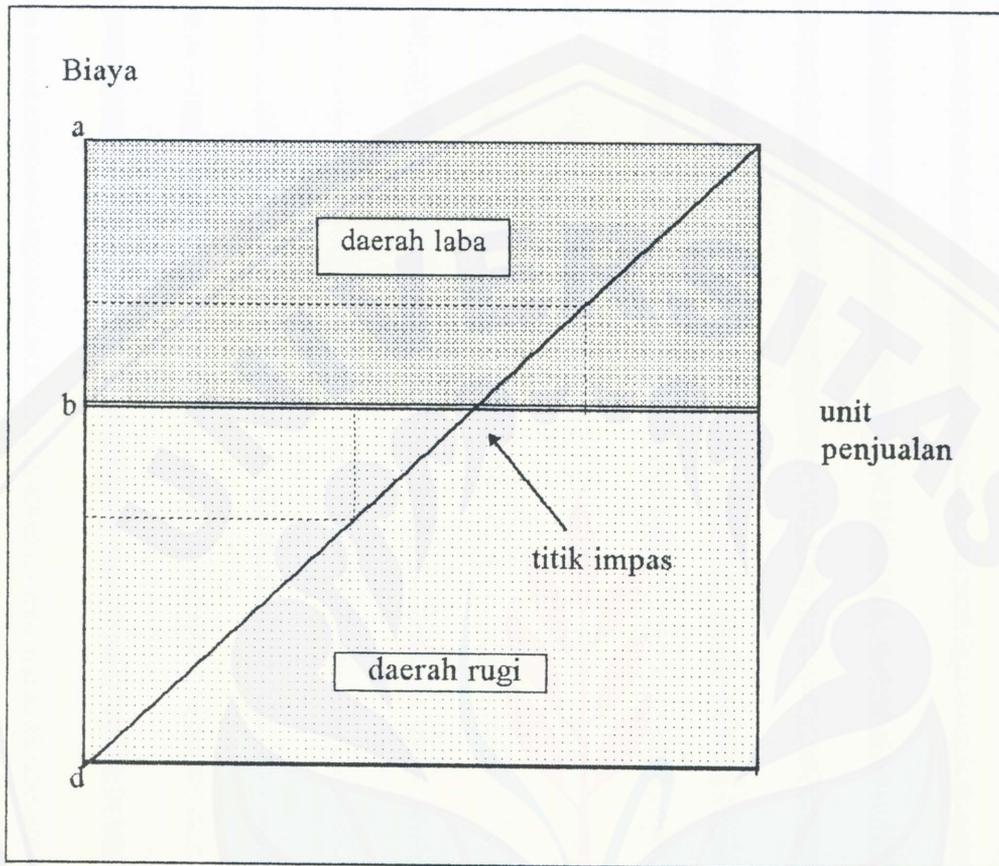
kondisi pasar terhadap laba, sehingga manajemen dapat memilih berbagai macam usul kegiatan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pencapaian laba di masa yang akan datang.

### 2.3.3 Grafik Biaya-Volume-Laba

Grafik Biaya-Volume-Laba bisa digunakan sebagai alat analisis hubungan ketiga elemen tersebut, dengan grafik tersebut akan diketahui berapa perubahan laba akibat perubahan volume penjualan. Garis vertikal dalam grafik biaya-volume-laba menunjukkan jumlah laba atau rugi pada volume penjualan tertentu. Garis vertikal ditarik di tengah-tengahnya secara horisontal merupakan garis volume unit yang dijual. Dengan menghubungkan titik laba tertinggi dan rugi tertinggi akan diketahui garis yang memperlihatkan berapa laba rugi tertentu pada volume penjualan tertentu, yang sebelumnya dicari berapa titik impas. Adapun langkah pembuatan grafik tersebut dilakukan sebagai berikut:

1. dibuat grafik yang dibagi menjadi dua bagian yang dibatasi dengan garis penjualan yang dibuat mendatar. Sumbu tegak menunjukkan jumlah laba atau rugi pada berbagai tingkat volume penjualan.
2. kemudian ditarik garis rugi-laba yang menghubungkan titik-titik rugi atau laba pada berbagai volume penjualan. Kerugian terbesar adalah sebesar biaya tetap, yang terjadi pada saat penjualan sama dengan nol.
3. titik pertemuan garis rugi-laba dengan garis penjualan menunjukkan titik impas.

Adapun Cost, Profit, Volume Graph adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Cost, Profit, Volume Graph  
Sumber : Mas'ud Machfudz (1996:317)

## 2.4 Teori Break-even

### 2.4.1 Pengertian Analisa Break-even

Analisa break-even adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. (Riyanto, 1995:278)

Jadi, apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja, atau hanya mempunyai biaya tetap saja, maka tidak akan muncul masalah

break-even. Penerapan break-even akan terjadi apabila suatu usaha disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap.

Besarnya biaya variabel secara totalitas selalu berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi. Adapun yang termasuk dalam golongan biaya variabel, pada umumnya adalah bahan baku, upah, komisi penjualan dan lain sebagainya. Sedangkan yang termasuk dalam golongan biaya tetap pada umumnya adalah depresiasi aktiva tetap, sewa bunga, gaji pimpinan, gaji pegawai dan lain sebagainya.

Adanya unsur variabel di satu pihak dan unsur biaya tetap di lain pihak, akan menyebabkan terjadinya suatu usaha dengan jumlah tertentu akan menderita kerugian, karena pendapatan penjualan hanya menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap. Ini berarti bahwa bagian dari penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap biasanya disebut "contribution margin" atau contribution to fixed cost" atau kontribusi margin. Apabila kontribusi margin lebih besar daripada biaya tetap, maka berarti penghasilan penjualan lebih besar daripada biaya total, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan.

#### 2.4.2 Pengertian Break -even point

Break-even adalah keadaan di mana suatu usaha itu memperoleh hasil dari penjualan atau seluruh penghasilan dijumlahkan dan jumlah itu sama besarnya dengan seluruh biaya yang telah dikeluarkan atau telah dikorbankan, dengan kata lain suatu usaha dikatakan break-even apabila jumlah penghasilan sama dengan biaya keseluruhan. Sedangkan yang dimaksud titik impas (break-even point atau BEP) adalah perbatasan antara laba dan rugi,

atau sama dengan volume penjualan pada saat laba perusahaan sama dengan nol (Gudono, 1993:75).

Berhubung dengan itu, maka sangatlah penting bagi pimpinan perusahaan untuk mengetahui pada volume kegiatan berapa penghasilan penjualan dapat tetap menutup biaya totalnya untuk dapat menghindari kerugian. Jika menggunakan konsep kontribusi margin, maka break-even point akan tercapai pada volume penjualan di mana kontribusi margin-nya tepat sama besarnya dengan biaya tetapnya. Oleh karena itu, analisa break-even point mempelajari pertimbangan antara pendapatan dikurangi biaya variabel di satu pihak dengan biaya tetap di lain pihak. Dalam kenyataannya dikatakan bahwa analisa break-even point merupakan salah satu cara untuk mempelajari operating leverage yang terjadi tiap waktu di mana suatu perusahaan mempunyai biaya tetap yang harus ditutup berapapun besarnya volume kegiatannya.

#### 2.4.3 Manfaat Break-even bagi Perusahaan

Telah disebutkan bahwa analisa break-even point adalah suatu cara atau teknik untuk mengetahui hubungan antara penjualan, produksi, biaya, rugi dan laba. Maka, dengan mengetahui kaitannya tersebut analisa break-even point dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan. Sedangkan kegunaan lainnya, antara lain:

- a. sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu. Jadi, dapat digunakan untuk merencanakan laba atau profit planning.
- b. sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan operasional yang sedang berjalan yaitu untuk alat mencocokkan antara realisasi dengan angka-angka dalam perhitungan break-even point. Jadi break-even point dapat digunakan sebagai alat pengendalian atau controlling.

- c. sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual yaitu setelah diketahui hasil perhitungannya menurut analisa break-even dan laba yang ditarget.
- d. sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang harus dilakukan oleh seorang manager(Sigit, 1989:2).

Berhubung analisa break-even point dapat digunakan untuk berbagai bahan pertimbangan bagi seorang manager perusahaan di dalam mengambil keputusan, baik itu hanya perusahaan kecil maupun perusahaan besar; misalnya perusahaan semen atau kapal terbang, maka ia perlu menguasai dan memahami teori break-even point ini. Bagi perusahaan kecil atau perusahaan besar cara dalam menghitung dan menganalisa break-even, bedanya hanya terletak pada besarnya angka-angka dan jenis dari komponen biayanya.

#### 2.4.4 Asumsi-Asumsi dalam Analisa Break-even point

Dalam menganalisa break-even point termasuk menghitung dan mengumpulkan angka-angka yang akan dihitung dalam analisa break-even point menetapkan diperlukannya syarat tertentu. Jika syarat-syarat tersebut tidak dipenuhi dalam kenyataannya, maka harus diadakan atau harus diperlukan seperti yang disyaratkan. Jadi, jika syaratnya tidak ada dapat dianggap ada. Inilah yang disebut asumsi. Meskipun analisa break-even point bermanfaat sekali, penggunaannya harus hati-hati. Ada beberapa asumsi yang harus diketahui oleh para akuntan. Jika kondisi perusahaan tidak memungkinkan penerapan asumsi-asumsi di bawah ini, penggunaan analisa break-even point ini sebaiknya dipertimbangkan lagi. Asumsi-asumsi tersebut antara lain (Gudono, 1993:93):

- a. bahwa biaya-biaya yang terjadi di dalam perusahaan yang bersangkutan dapat diidentifikasi sebagai biaya variabel atau biaya tetap. Biaya-biaya yang meragukan apakah sebagai biaya tetap atau biaya variabel harus

tegas-tegas dimasukkan ke dalam biaya variabel atau biaya tetap saja. Biaya semi variabel dimasukkan ke dalam biaya variabel dan biaya semi tetap dimasukkan ke dalam biaya tetap. Jadi, dalam analisa break-even ini hanya ada dua kelompok biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

- b. bahwa biaya yang ditetapkan sebagai biaya tetap adalah konstan tidak mengalami perubahan, meskipun volume produksi atau volume kegiatan berubah.
- c. bahwa yang ditetapkan sebagai biaya variabel itu akan tetap sama, jika dihitung per unit produknya, berapapun kuantitas unit yang diproduksi. Jika kegiatan produksi berubah, biaya itu berubah proposional dala jumlah seluruhnya, sehingga biaya variabel per unitnya akan tetap sama.
- d. bahwa harga jual per unit akan tetap sama berapapun jumlah produk yang dijual. Harga jual produk per unit tidak akan turun , meskipun konsumen membeli dalam jumlah yang sedikit atau banyak .
- e. bahwa perusahaan yang bersangkutan menjual atau memproduksi hanya satu jenis barang, Jika ternyata perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu barang, mak produk-produk harus dianggap satu jenis produk dengan campuran yang selalu tetap.
- f. bahwa ada sinkronisasi di dalam perusahaan yang bersangkutan, antara produksi dan penjualan barang yang diproduksi dalam periode yang bersangkutan. Jadi tidak ada produk atau persediaan akhir periode atau awal periode. Jika biasanya terdapat persediaan akhir, maka persediaan tersebut dianggap telah terjual. Jadi perhitungan break-even tidak mengakui adanya persediaan.

Adapun maksud daripada anggapan-anggapan tersebut adalah mengingat bahwa masalah itu sendiri sangat kompleks sifatnya dan selalu

berubah-ubah setiap saat. Analisa pulang pokok atau titik impas ini akan tetap apabila variabel-variabel yang dimiliki atau dipakai untuk menghitung titik pulang pokok tidak berubah.

#### 2.4.5 Unsur-unsur dalam Analisa Perhitungan Break-even

Dalam analisa perhitungan break-even terdapat unsur-unsur yang menjadi variabel persamaan, antara lain:

##### a. Biaya Tetap (fixed cost)

Biaya tetap memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.
- 2) Pada biaya tetap, biaya satuan (unit cost) akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan, semakin tinggi volume kegiatan, semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

##### b. Biaya Variabel (Variabel Cost)

Biaya variabel memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) Biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (proposional) dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel.
- 2) Pada biaya variabel, biaya satuan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan, jadi biaya satuan konstan.

##### c. Biaya Semi Variabel (Semi Variable Cost)

Dalam perhitungan analisa break-even, biaya semi variabel harus dipisahkan ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel. Jadi, pada intinya analisa break-even bukan mengabaikan biaya-biaya semi variabel

dan menganggapnya tidak ada, melainkan memisahkan biaya-biaya tersebut ke dalam elemen biaya tetap dan elemen biaya variabel, sebab pada analisa ini biaya semi variabel tidak bisa ditampakkan (Supriyono, 1994:294).

#### 2.4.6 Beberapa Pendekatan Break-even

##### a. Pendekatan Break-even secara matematis

Dalam pendekatan matematis ini, untuk mencari titik break-even dapat dilakukan dengan dua cara :

##### 1) atas dasar unit

Perhitungan break even point atas dasar unit dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

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

dimana:

P = harga jual per unit

V = biaya variabel per unit

FC = biaya tetap

Rumus tersebut pada dasarnya adalah penggunaan dari konsep contribution margin per unit (yaitu selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit).

##### 2) atas dasar rupiah

Perhitungan break-even point atas dasar penjualan dalam rupiah dapat dilakukan dengan menggunakan rumus matematis sebagai berikut:

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

dimana:

FC = biaya tetap



VC = biaya variabel

S = volume penjualan

Dalam kenyataannya menunjukkan bahwa tidak satupun pengusaha di dunia ini dalam menjalankan usahanya menginginkan selalu impas apalagi rugi, tetapi selalu mengharapkan adanya keuntungan yang layak sesuai dengan besarnya modal yang dikeluarkan.

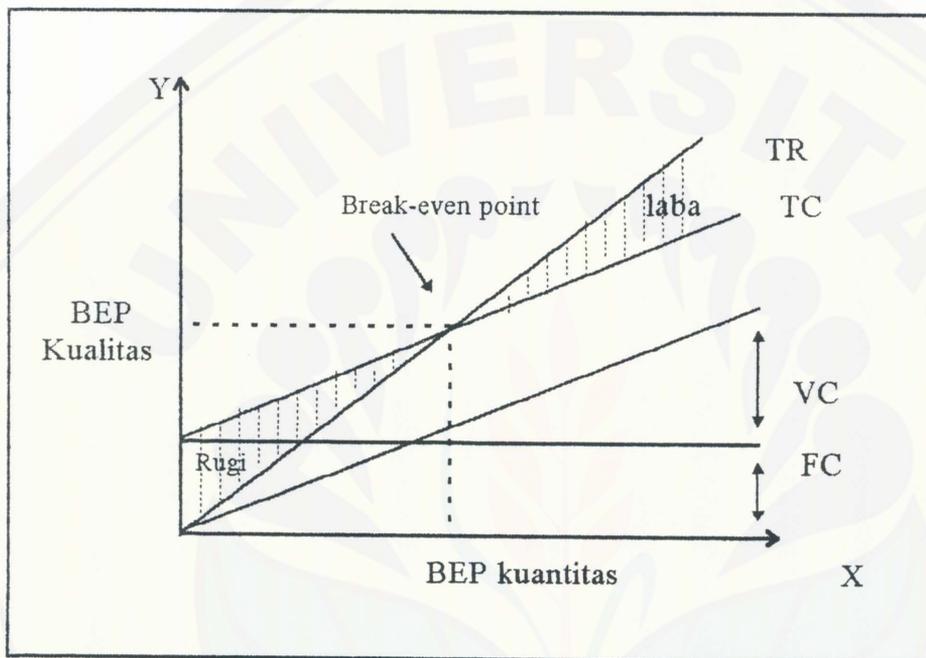
b. Break-even dengan pendekatan secara grafis

Dalam penentuan titik break-even dapat pula dilakukan dengan secara grafis dan dengan grafik yang digambarkan. Manajemen dapat dengan mudah mengetahui besarnya biaya yang tergolong biaya tetap dan biaya variabel. Dengan grafik pula manajemen mengetahui tingkat-tingkat penjualan yang sudah mendatangkan keuntungan, atau dapat mengetahui besarnya keuntungan pada suatu tingkat penjualan tertentu. Dalam grafik tersebut akan nampak garis-garis biaya tetap, biaya total yang menggambarkan jumlah biaya tetap dan variabel, dan garis penghasilan penjualan. Dalam gambar break-even tersebut break-even point dapat ditentukan, yaitu pada titik dimana terjadi persilangan antara garis penghasilan penjualan dengan garis biaya total

Pembuatan grafik kita awali dengan membuat sumbu X (horisontal) yang menunjukkan kuantitas barang yang diproduksi, sedangkan sumbu Y (vertikal) menunjukkan besarnya biaya. Dalam menggambarkan garis biaya tetap dalam gambar break-even itu dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan menggambarkan garis biaya tetap secara horisontal sejajar dengan sumbu X, atau dengan menggambarkan garis biaya tetap sejajar dengan garis biaya variabel. Agar lebih jelas, langkah membuat grafiknya adalah sebagai berikut:

1) pertama-tama garis biaya tetap digambarkan

- 2) garis jumlah biaya digambarkan mulai dari titik biaya tetap pada sumbu Y, atau dengan menggambarkan biaya variabel dari titik biaya tetap ke kanan.
- 3) garis penjualan digambarkan mulai dari titik pangkal salib sumbu ke kanan.



Gambar 3. Keadaan break-even

Sumber : Bambang Riyanto (1998:362)

merupakan suatu daerah yang sangat prospektif untuk usaha tegel ini. Hal ini juga bisa dilihat dari semakin banyaknya bermunculan perumahan-perumahan di sekitar lokasi perusahaan yang mana melihat model bangunan-bangunan yang didirikan dapat dipastikan bahwa tegel merupakan satu-satunya alternatif yang cenderung dipilih oleh masyarakat. Selain itu berkembangnya perumahan-perumahan tersebut akan membentuk pasar baru bagi produk-produk yang di produksi berdasar pesanan.

#### 4. Transportasi

Dalam hal transportasi, perusahaan jelas tidak mengalami kesulitan sama sekali, karena letak perusahaan ini dekat dengan jalan raya dan jalan menuju perusahaan ini beraspal sampai di depan lokasi, sehingga memudahkan sarana transportasi untuk keluar masuk perusahaan.

#### • Faktor Sekunder

##### 1. Kemungkinan ekspansi

Adanya tanah kosong yang luas milik perusahaan dan adanya tanah ladang yang luas di sekitar lokasi perusahaan sangat memungkinkan untuk dijadikan tempat perluasan usaha. Secara jangka panjang, perusahaan memang mempunyai rencana perluasan tersebut dengan memperbesar volume produksi dan memperbanyak jenis barang-barang produksi, yang kesemuanya itu tentunya membutuhkan tempat yang lebih luas.

##### 2. Sarana komunikasi

Adanya sarana komunikasi yang berupa saluran telepon sangat membantu perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya, mengingat konsumen perusahaan ini tidak hanya dari kota Sragen saja, melainkan juga dari sekitar Sragen seperti Solo, Karang anyar, dan Ngawi.

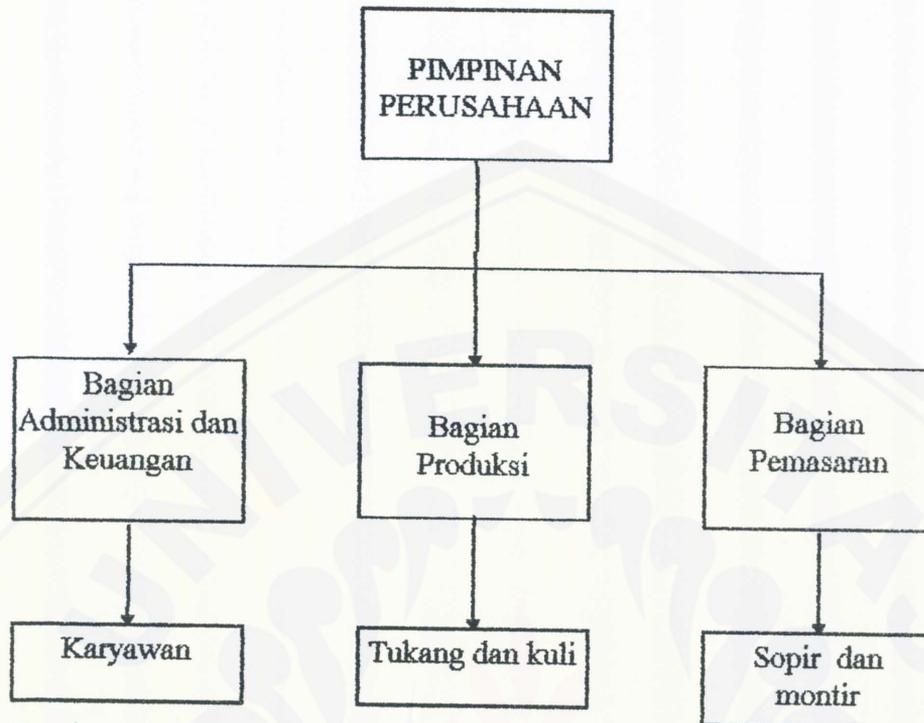
### 3.3 Struktur Organisasi

Agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif dan efisien, maka perlu dibentuk suatu organisasi yang mampu mencapai tujuan tersebut. Adanya pendelegasian wewenang dan tanggung jawab pada bawahan, pimpinan perusahaan akan mengkoordinir mereka untuk bekerja sama secara sistematis dan berkesinambungan melaksanakan rencana yang telah ditentukan .

Di samping itu pimpinan senantiasa mengawasi apakah para kepala bagian dan bawahannya telah bekerja sesuai dengan rencana, mengevaluasi pelaksanaan dan hasil-hasilnya untuk perbaikan serta pengembangan di masa yang akan datang.

Sebagai perusahaan yang berbentuk CV, perusahaan tegel ini mempunyai struktur organisasi yang jelas. Struktur organisasi yang diterapkan pada perusahaan ini adalah struktur organisasi garis di mana bentuk organisasi ini kekuasaan dan tanggung jawab berada di tangan pimpinan, dan masing-masing unsur organisasi bertanggung jawab pada atasannya.

Adapun struktur organisasi perusahaan tegel “CV. Tegel Hafana” ini, secara skematis dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4. Struktur Organisasi  
Sumber data: CV. Tegel Hafana

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan perusahaan

- Menentukan dan menetapkan rencana kerja perusahaan.
- Menentukan kebijakan perusahaan mengenai keuangan produksi, pemasaran, dan penjualan.
- Memelihara koordinasi dan pengendalian atas tenaga kerja yang ditetapkan.
- Mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab pada bawahan apabila pimpinan berhalangan melaksanakan tugas.
- Bertanggung jawab atas kelangsungan hidup perusahaan.
- Mewakili perusahaan untuk urusan extern.

2. Bagian Produksi

- Bertanggung jawab pada pimpinan.

- Bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan.
  - Bertanggung jawab atas kelancaran proses produksi.
  - Merencanakan jumlah barang yang akan diproduksi
  - Melaksanakan pengawasan proses produksi.
3. Bagian Administrasi dan Keuangan
- Menertibkan administrasi perusahaan
  - Mencatat inventaris perusahaan
  - Mengurus surat keluar dan masuk perusahaan serta arsip-arsip yang lain.
  - Mengatur pembukuan perusahaan
  - Membuat rencana anggaran perusahaan sesuai dengan rencana kerja perusahaan.
  - Mengatur dan mengontrol penggunaan dana.
  - Bertanggung jawab atas sirkulasi dana
4. Bagian Pemasaran
- Bertanggung jawab pada pimpinan atas tugas yang dibebankan
  - Menyerahkan laporan tentang penjualan dan administrasi yang berhubungan dengan pemasaran
  - Mencari daerah pemasaran baru
  - Membuat promosi atau iklan untuk menarik konsumen
  - Selalu mengadakan hubungan dengan penyalur dan perantara
5. Pekerja
- Melaksanakan tugas
  - Melaporkan segala bentuk kesalahan
  - Membantu kelancaran proses produksi
  - Bekerja sesuai dengan jadwal masuk kerja

### 3.4 Tenaga Kerja dan Jumlah Jam kerja

Tenaga kerja merupakan faktor yang sangat penting dari kegiatan suatu perusahaan, karena proses kegiatan perusahaan mau tidak mau membutuhkan tenaga kerja untuk melangsungkan kegiatannya. Untuk memperoleh tenaga kerja yang sesuai perlu adanya pertimbangan-pertimbangan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Perusahaan tegel “CV. TEGEL HAFANA” ini, melakukan penarikan tenaga kerja didasarkan pada atau atas kebutuhan perusahaan yaitu, setiap perusahaan mengalami kekurangan tenaga kerja dari salah satu pekerjaan yang mungkin disebabkan adanya pekerjaan yang dimutasikan. perusahaan selalu memperhatikan pekerjajanya dimana ada kekosongan dari suatu pekerjaan, maka pimpinan segera mencari gantinya sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, dalam mencari pengganti tidaklah mudah, perlu adanya seleksi yang matang agar pekerjaan yang akan diterjuni benar-benar pekerjaan yang cocok bagi tenaga kerja yang bersangkutan.

#### 3.4.1 Jumlah Tenaga Kerja

Secara keseluruhan tenaga kerja yang bekerja pada perusahaan ini berjumlah . di dalam melakukan kegiatan usaha pimpinan dibantu oleh:

- a. Tiga Kepala Bagian, yaitu Kepala Bagian Administrasi dan Keuangan, Kepala Bagian Produksi, Kepala Bagian Pemasaran
- b. Delapan orang tukang cetak
- c. Dua orang tukang slep
- d. Empat orang tukang angkut
- e. Lima orang tukang poles
- f. Empat orang tukang buat campuran kepala
- g. Empat orang tukang buat kaki
- h. Dua orang sopir dan montir

### 3.4.2 Jam Kerja dan Hari Kerja

Pada perusahaan ini jam kerja satu hari adalah 7 jam, yaitu mulai pukul 07.30 WIB sampai dengan jam 15.30 WIB dengan waktu istirahat pukul 12.00 - 13.00 WIB. Kecuali pada hari jum'at waktu istirahat mulai pukul 10.30 - 12.30 WIB. Adapun jumlah hari kerja adalah enam hari kerja dari hari senin sampai sabtu, hari minggu libur.

### 3.4.3 Sistem Pembayaran Upah atau Gaji

Pemberian upah atau gaji adalah merupakan usaha untuk menaikkan usaha kesejahteraan bagi buruh atau pegawai atau pekerja.

Pelaksanaan pembayaran upah pada perusahaan ini adalah sebagai berikut:

- tenaga kerja tidak langsung, pembayaran gaji adalah tiap satu bulan sekali yaitu pada tanggal 5 sampai 10
- tenaga kerja langsung pembayarannya tiap satu minggu sekali yaitu tiap hari sabtu

## 3.5 Kegiatan Produksi

### 3.5.1 Bahan Baku dan Pembantu

Pada perusahaan ini, dalam memproduksi tegel memerlukan bahan baku dan bahan pembantu sebagai berikut:

#### a. pasir

pasir merupakan bahan baku yang digunakan dalam proses produksi tegel dan yang dipergunakan untuk proses ini adalah pasir yang halus dan bersih dari kotoran. Untuk mendapatkan pasir ini perusahaan membeli dari daerah Sragen sendiri dan sekitarnya.

#### b. mill

mill merupakan bahan pokok yang terdiri dari mill abu-abu dan mill putih. Mill ini didatangkan dari daerah Ngawi dan Tulung Agung. Mill yang paling

bagus adalah mill putih yang halus seperti tepung berasal dari Gresik bernama super miel.

c. semen putih

merupakan bahan baku yang digunakan untuk lapisan kepala

d. porlant cement

porlant cement ini merupakan bahan baku pokok untuk semua jenis tegel, digunakan sebagai bahan pokok campuran mulai dari lapisan dasar, pelekat sampai lapisan kepala. Merk semen ini ada bermacam-macam, seperti semen gresik, semen tiga roda, semen cibinong dan lain-lain.

e. verf

verf merupakan bahan untuk memproduksi tegel jenis polos warna. bahan ini jenisnya sama dengan porlant cement atau semen putih yang halus seperti tepung. Kegunaannya adalah untuk campuran lapisan kepala atau pewarna daripada tegel sesuai dengan permintaan dengan variasi warna sebanyak 12 macam.

f. trasso

trasso merupakan bahan baku pokok untuk memproduksi tegel trasso. trasso ini terdiri dari bermacam-macam jenis, yaitu berasan, jagungan dan koral yang didatangkan dari daerah Karanganyar, Ngawi dan Solo. Kegunaan tasso ini adalah untuk lapisan kepala, sehingga yang dipentigkan selain sebagai bahanbaku pokok, juga sangat berpengaruh kepada corak penampang atas atau model daripada tegel itu sendiri.

Adapun komposisi penggunaan bahan-bahan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Penggunaan Bahan Baku dan Penolong CV. Tegel Hafana Th.1999

No.	Nama Bahan	Jumlah Pemakaian (dalam m <sup>2</sup> )	Harga
1.	Trasso	10,07 kg	Rp. 600/kg
2.	Pasir	21,23 kg	Rp.45.000/truck
3.	Semen abu-abu	21,94 kg	Rp. 15.500/sak
4.	Semen putih	10,24 kg	Rp. 37.500/sak
5.	Mill	2,52 kg	Rp.3750/sak
6.	Verf	0,61kg	Rp.20.500/kg
7.	Air	secukupnya	-

Sumber data : CV. Tegel Hafana

catatan:

1 truck pasir = 4.260 kg

1 sak semen = 40 kg

1 sak mill = 25 kg

### 3.5.2 Peralatan Poduksi

Dalam melaksanakan proses produksi tegel, perusahaan ini menggunakan peralatan sebagai berikut:

a. alat cetak

fungsi daripada alat ini adalah untuk mencetak adonan yang disiapkan agar bentuk tegel sesuai dengan yang dikehendaki

b. mesin slep

yaitu sebuah alat untuk menyelep tegel

c. mesin press

merupakan alat untuk memproses adonan yang terdapat pada alat cetak

supaya menjadi padat dan kuat.

d. mesin pencampuran kepala

e. rak I

yaitu untuk menampung tegel hasil cetakan sebelum direndam

f. bak perendam

bak untuk merendam tegel agar lebih keras dan padat

g. rak II

yaitu tempat pengeringan tegel yang telah direndam

h. generator

alat untuk menggerakkan mesin press

### 3.5.3 Proses Produksi

Adapun proses pembuatan tegel, khususnya tegel trasso dapat dijelaskan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

a. proses pencampuran kepala, yaitu dengan membuat adonan campuran dari semen putih, mill, dan verf. Adonan ini digunakan untuk membuat bagian kepala

b. membuat lapisan tengah, yaitu semen dicampur dengan mill.

c. setelah membuat lapisan kepala dan lapisan tengah kemudian membuat lapisan untuk bagian kaki yang terdiri dari semen dan pasir.

d. memasukkan adonan lapisan kepala ke mesin pencetak dan ditambah dengan batu trasso, kemudian ditambahkan lapisan tengah dan diikuti lapisan kaki yang kemudian dipress agar padat.

e. setelah itu diangkat dan ditaruh ke rak I yang merupakan rak-rak pengering tegel terbuat dari kayu secara horisontal. Agar supaya keras pengeringan dilakukan di tempat yang tidak terkena sinar matahari.

f. setelah 24 jam di rak I, maka kemudian dimasukkan ke bak perendam agar semakin keras. Untuk tegel teraso, sebelum tegel akan direndam maka harus

dikolot atau ditambal lebih dahulu dengan semen putih supaya permukaan tegel yang masih berlobang tertutup rapat.

- g. setelah direndam selama 48 jam kemudian diangkat dan ditaruh di rak II yang terbuat dari besi selama 5 hari untuk pengeringan.
- h. setelah itu tegel kering dan dilakukan penggosoka permukaan tegel dengan peralatan semi otomatis. Berikutnya adalah menyemir atau memoles permukaan tegel dan hasilnya berupa tegel yang siap dijual.

Secara skema proses produksi dapat digambarkan sebagai berikut:





Gambar 5. Proses Produksi Tegel CV. Tegel Hafana

Sumber data: CV. Tegel Hafana

### 3.5.4 Hasil Produksi

Adapun hasil produksi tegel jenis trasso untuk lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Produksi Trasso CV. Tegel Hafana

No	Tahun	Hasil Produksi
1	1994	27.057 m <sup>2</sup>
2	1995	36.387 m <sup>2</sup>
3	1996	36.575 m <sup>2</sup>
4	1997	25.050 m <sup>2</sup>
5	1998	30.131 m <sup>2</sup>
6	1999	30.576 m <sup>2</sup>

Sumber data: CV. Tegel Hafana

### 3.6 Kegiatan Pemasaran

Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli.

Kegiatan pemasaran tidak bermula setelah selesainya proses produksi, juga tidak berakhir pada saat penjualan dilakukan perusahaan, namun harus bisa memberikan kepuasan kepada konsumen jika mengharapkan usahanya dapat berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaannya. Jadi jaminan yang baik atas barang dan jasa dapat dilakukan sesudah penjualan. Melalui fungsi ini perusahaan harus dapat menghasilkan barang yang dapat menjamin konsumen, sehingga dapat memperkuat posisinya di dalam menghadapi persaingan bisnis dengan produk yang sejenis.

#### 3.6.1 Saluran distribusi

Saluran distribusi adalah lembaga distribusi atau lembaga penyalur yang

punya kegiatan untuk menyalurkan dan menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Dalam hal ini, ada beberapa macam saluran antara lain:

- a. produsen → koasumen
- b. produsen → pengecer → konsumen
- c. produsen → pedagang besar → pedagang kecil → konsumen
- d. produsen → agen → pengecer → konsumen
- e. produsen → distributor → agen → pedagang kecil → konsumen

Namun pada perusahaan ini saluran distribusinya adalah menggunakan saluran yang terpendek, yaitu: produsen → konsumen

### 3.6.2 Daerah Pemasaran

Pada awal berproduksi, pemasaran hasil produksi perusahaan tegel ini masih di sekitar kota Sragen saja. Namun setelah mengalami perkembangan dan kemajuan yang berarti dan semakin terkenalnya perusahaan ini, maka pada saat ini pemasaran hasil produksi sudah beredar ke daerah Solo bagian timur, Ngawi daerah perbatasan dan bahkan sampai ke Karanganyar.

### 3.6.3 Perusahaan Pesaing

Sebagaimana umumnya dalam dunia usaha, selalu terdapat persaingan untuk merebut konsumen. Demikian juga dengan perusahaan ini juga memiliki pesaing dari perusahaan yang sejenis. Pesaing-pesaing tersebut bermunculan ketika di kota Sragen tersebut banyak didirikan perumahan-perumahan, sehingga usaha memproduksi tegel ini merupakan usaha yang sangat prospektif. Adapun perusahaan tegel yang menjadi pesaing perusahaan ini adalah :

- a. perusahaan tegel "Warna Indah"
- b. perusahaan tegel "Jaya Abadi"
- c. perusahaan tegel "CV. Sido Makmur"
- d. perusahaan tegel dan beton "Henry"

### 3.7 Biaya-biaya Perusahaan

Adapun biaya - biaya yang telah dikeluarkan perusahaan pada tahun 1999 adalah sebagai berikut:

#### 3.7.1 Biaya Penyusutan Tahunan

Dalam menentukan biaya penyusutan aktiva tahunan ini, pihak manajemen menggunakan metode garis lurus, dimana tiap tahunnya biaya yang dikeluarkan tetap sama jumlahnya sehingga habis umur aktiva tersebut. Adapun aktiva tetap yang mengalami penyusutan antara lain: gedung senilai Rp. 150.000.000,-, dua mobil pick-up seharga Rp. 30.000.000,-, peralatan (alat pencetak dan press) keduanya senilai Rp. 35.000.000,-, inventaris senilai Rp. 10.000.000,-, dan dua rak seharga Rp. 3.000.000,-. Daftar penyusutan masing-masing aktiva tersebut dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 3. Biaya Penyusutan Tahunan CV. Tegel Hafana Tahun 1999

No	Jenis Aktiva	Tahun beli	Umur	Harga (Rupiah)	Penyusutan (Rupiah)
1.	Gedung	1986	15 tahun	150.000.000,-	10.000.000,-
2.	Kendaraan	1980	10 tahun	30.000.000,-	3.000.000,-
3.	Peralatan	1989	10 tahun	35.000.000,-	3.500.000,-
4.	Inventaris	1995	5 tahun	10.000.000,-	2.000.000,-
5.	Rak I & rak II	1995	5 tahun	3.000.000,-	600.000,-
Jumlah					19.100.000,-

Sumber data: CV. Tegel Hafana

#### 3.7.2 Biaya Gaji dan Upah Tetap

Dalam menentukan jumlah gaji dan upah ini pihak perusahaan benar-benar melihat dan mempertimbangkan kesejahteraan para karyawan. Hal ini

agar para tenaga kerja benar-benar merasa diperhatikan, sehingga akan mempengaruhi produktivitas kerja. Contohnya pada pemberian upah terhadap sopir, montir, dan pesuruh, kepada mereka diberikan upah tetap tiap bulannya dan untuk kerja yang melebihi jam kerja atau batas mereka bekerja, maka mereka akan mendapatkan upah tambahan. Khusus montir pekerjaan yang ditangani tidak hanya memperbaiki kendaraan saja tetapi juga membantu memperbaiki peralatan-peralatan yang lain yang ada hubungannya dengan kelistrikan dan mesin. Sebab jika montir hanya bekerja memperbaiki kendaraan saja, maka jam kerjanya terlalu sedikit, padahal montir mendapat upah tetap tiap bulannya. Adapun daftar biaya yang telah dikeluarkan perusahaan untuk pembayaran gaji dan upah tetap selama tahun 1999 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Biaya Gaji dan Upah Tetap CV. Tegel Hafana Tahun 1999

No	Jabatan	Jumlah	Gaji per bulan	Jumlah Gaji
1.	Pimpinan	1 orang	Rp. 600.000,-	Rp. 7.200.000,-
2.	Bagian Administrasi	1 orang	Rp. 400.000,-	Rp. 4.800.000,-
3.	Bagian Produksi	1 orang	Rp. 400.000,-	Rp. 4.800.000,-
4.	Bagian Pemasaran	1 orang	Rp.400.000,-	Rp. 4.800.000,-
5.	Sopir	2 orang	Rp.250.000,-	Rp. 6.000.000,-
6.	Montir	1 orang	Rp.270.000,-	Rp. 3.240.000,-
7.	Pesuruh	1 orang	Rp. 150.000,-	Rp. 1.800.000,-
Jumlah				Rp.32.640.000,-

Sumber data: CV. Tegel Hafana

### 3.7.3 Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin

Mesin cetak dan mesin press milik perusahaan tegel ini membutuhkan biaya-biaya yang sering tak terduga. Hal ini disebabkan oleh kerusakan-kerusakan yang tidak terencana, sehingga seringkali perusahaan mengeluarkan

biaya-biaya untuk pemeliharaan mesin-mesin tersebut. Namun biaya-tersebut terjadi dengan jumlah yang tidak sama pada tiap bulan. Seperti pada bulan Januari dan September tahun 1999 perusahaan mengeluarkan biaya untuk reparasi dan pemeliharaan mesin-mesin tersebut relatif sedikit, sebab pada bulan tersebut peralatan cetak dan mesin press yang pada bulan-bulan lainnya itu mengalami kerusakan agak banyak hanya mengalami gangguan sedikit. Pada tahun 1999 biaya tertinggi untuk keperluan reparasi dan pemeliharaan mesin terjadi pada bulan Mei yaitu sebanyak Rp. 150.000,-. Adapun secara terperinci biaya-biaya perbulan untuk reparasi dan pemeliharaan mesin perusahaan tegel CV. Tegel Hafana dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin CV. Tegel Hafana Thn. 1999

No	Bulan	Jam mesin	Jumah biaya
1	Januari	130	Rp. 108.000,-
2	Februari	150	Rp. 120.350,-
3	Maret	182	Rp. 140.100,-
4	April	188	Rp. 143.800,-
5	Mei	198	Rp. 150.000,-
6	Juni	160	Rp. 126.550,-
7	Juli	173	Rp. 134.550,-
8	Agustus	184	Rp. 141.350,-
9	September	128	Rp. 106.800,-
10	Oktober	156	Rp. 124.150,-
11	November	161	Rp. 127.150,-
12	Desember	146	Rp. 117.900,-
Jumlah		1.956	Rp. 1.540.700,-

Sumber data : CV. Tegel Hafana

### 3.7.4 Biaya Pemakaian Bahan Baku dan Bahan Penolong

Seperti yang telah disebutkan dimuka bahwa biaya untuk pembelian bahan baku dan bahan penolong pembuatan teraso ini merupakan biaya variabel, artinya perubahan biaya proporsional dengan perubahan volume barang yang diproduksi. Menurut bagian produksi setiap m<sup>2</sup> membutuhkan 9,28 kg trasso, 14,65 kg pasir, 16,44 kg semen abu-abu, 4,17 kg semen putih, 1,32 kg mill, 0,05 kg verf dan air secukupnya. Harga bahan-bahan tersebut dapat dilihat pada tabel 1. Adapun biaya yang telah dipakai perusahaan untuk produksi teraso ini secara keseluruhan (selama tahun 1999) adalah sebagai berikut;

Tabel 6. Biaya Pemakaian Bahan Baku dan Bahan Penolong CV. Tegel Hafana Tahun 1999

No	Bahan	Pemakaian	Harga	Total Biaya
1	Trasso	283.825 kg	600/kg	Rp. 170.295.354,-
2	Pasir	105.15 Truk	45.000/truk	Rp. 4.730.426,55
3	Porlant	12.570,7 sak	15.500/sak	Rp. 194.846.267.54
4	SemenPutih	3.189,8 sak	37.500/sak	Rp. 95.696.528,01
5	Mill	1.614,65 sak	3.750/sak	Rp. 6.054.945,92
6	Verf	86,5 sak	20.500/sak	Rp. 1.419.127,95
Jumlah				Rp. 473.042.650,-

Sumber data: CV. Tegel Hafana

### 3.7.5 Biaya Reparasi Kendaraan

Kendaraan merupakan salah satu alat transportasi yang sangat diperlukan oleh perusahaan ini sebagai alat untuk menyampaikan barang-barang yang telah dibeli oleh konsumen ke tempat yang diinginkan konsumen. Hal ini juga merupakan sebuah usaha pelayanan terhadap pembeli mengingat tempat perusahaan ini agak jauh dari kota. Selain itu kendaraan yang dimiliki oleh CV .

Tegel Hafana ini juga digunakan untuk mengangkut material yang dibeli perusahaan untuk bahan produksi yang diperlukan.

Namun seperti peralatan lainnya, dua kendaraan berupa pick-up yang dimiliki perusahaan ini membutuhkan biaya reparasi yang tidak sedikit jumlahnya. Lebih-lebih pada saat pembelian dua mobil pick-up ini, dua mobil tersebut sudah dalam kondisi tangan kedua, sehingga kondisinya tidak seperti barang yang baru. Pada tahun 1999, biaya reparasi tertinggi terjadi pada bulan september yaitu sebanyak Rp. 76.250, sedangkan jumlah keseluruhan yang telah dikeluarkan selama setahun sebanyak Rp. 702.300,-. Adapun biaya tiap bulan yang dikeluarkan perusahaan ini untuk keperluan reparasi kendaraan adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Biaya Reparasi Kendaraan CV. Tegel Hafana Tahun 1999

No	Bulan	Jam Kegiatan	Biaya
1	Januari	104,5	Rp 55.000,-
2	Februari	125	Rp 64.500,-
3	Maret	100	Rp 53.250,-
4	April	110	Rp 57.650,-
5	Mei	108	Rp 56.750,-
6	Juni	112	Rp 58.550,-
7	Juli	96	Rp 51.500,-
8	Agustus	132	Rp 67.400,-
9	September	152	Rp 76.250,-
10	Oktober	104,5	Rp 55.000,-
11	November	108	Rp 56.750,-
12	Desember	92	Rp 49700,-
<b>Jumlah</b>		<b>1.344</b>	<b>Rp 702.300,-</b>

Sumber data: CV. Tegel Hafana

### 3.7.6 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pembayaran upah bagi tenaga kerja langsung pada perusahaan ini didasarkan pada hasil kerja para pekerja. Hal ini dimaksudkan agar para pekerja mempunyai semangat untuk lebih produktif dalam bekerja. Tukang cetak upah per m<sup>2</sup> nya adalah Rp. 610,-, tukang slep Rp. 175,- per m<sup>2</sup>, tukang angkut Rp.275,- per m<sup>2</sup>, tukang poles Rp. 360,- per m<sup>2</sup>, tukang buat kaki dan buat campuran kepala masing-masing Rp. 300,- per m<sup>2</sup>. Adapun perbedaan upah di sini dikarenakan tingkat kesulitan masing-masing pekerjaan berbeda-beda, sehingga upah yang dibayarkan juga berbeda sesuai dengan tingkat kesulitan dan ketrampilan yang diperlukan. Namun pada kenyataannya upah yang mereka terima sudah sesuai dengan harga rata-rata tukang pada daerah sekitar perusahaan. Adapun daftar biaya tenaga kerja langsung yang telah dikeluarkan perusahaan selama setahun (1999) adalah sebagai berikut;

Tabel 8. Biaya Tenaga Kerja Langsung CV. Tegel Hafana Tahun 1999

No	Tenaga Kerja	@ per m <sup>2</sup>	Biaya
1	8 Tukang cetak	Rp. 610,-	Rp. 18.651.360,-
2	2 Tukang Slep	Rp. 175,-	Rp. 5.350.800,-
3	4 Tukang angkut	Rp. 275,-	Rp. 8.408.400,-
4	5 Tukang poles	Rp. 360,-	Rp. 10.951.200,-
5	4 Tukang buat kaki	Rp. 300,-	Rp. 9.172.800,-
6	4 Tukang campur kepala	Rp. 300,-	Rp. 9.172..800,-
Jumlah			Rp. 61.707.360,-

Sumber data: CV. Tegel Hafana

### 3.7.7 Biaya Listrik dan Air

Seperti pada biaya semi variabel lainnya, biaya listrik dan air pada perusahaan tegel ini juga mengalami perubahan yang tidak proporsional dengan jumlah jam kegiatan yang berlangsung. Listrik digunakan untuk mengoperasikan alat seperti sloop, sanyo, alat pemotong tegel, untuk penerangan ruangan dan kipas angin. Sedangkan air digunakan untuk campuran adonan bahan baku dan keperluan lainnya. Adapun biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk listrik dan air selama tahun 1999 adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Biaya Listrik dan Air CV. Tegel Hafana Tahun 1999

No	Bulan	Jam Kegiatan	Biaya (Rupiah)
1	Januari	130	117.300,-
2	Februari	150	133.500,-
3	Maret	182	159.400,-
4	April	188	164.300,-
5	Mei	198	172.400,-
6	Juni	160	141.600,-
7	Juli	173	152.200,-
8	Agustus	184	161.000,-
9	September	128	115.700,-
10	Oktober	156	138.400,-
11	November	161	142.400,-
12	Desember	146	130300,-
Jumlah		1956	1.728.500,-

Sumber data: CV. Tegel Hafana

### 3.7.8 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan seluruh biaya yang dipergunakan perusahaan dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas. Dalam hal ini, perusahaan tegel ini tidak mengadakan piutang dalam tempo tertentu, dan dalam kenyataannya penjualan seluruhnya berlangsung secara tunai. Biaya yang termasuk dalam biaya pemasaran ini adalah biaya-biaya penjualan, biaya pengiriman, biaya advertensi, biaya pembuatan faktur dan administrasi penjualan. Adapun biaya pemasaran yang telah dikeluarkan perusahaan selama satu tahun (1999) adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Biaya Pemasaran CV. Tegel Hafana Tahun 1999

No	Bulan	Produksi (m <sup>2</sup> )	Biaya (Rupiah)
1	Januari	2.032	219.900,-
2	Februari	2.344,5	238.700,-
3	Maret	2.844,6	268.700,-
4	April	2.938,4	274.300,-
5	Mei	3.094,7	283.700,-
6	Juni	2.500	248.000,-
7	Juli	2.804	260.250,-
8	Agustus	2.876	270.550,-
9	September	2.000	218.050,-
10	Oktober	2.438	244.300,-
11	November	2.516	249.000,-
12	Desember	2.281	234.900,-
Jumlah		30.576	30.010.350,-

Sumber data: CV. Tegel Hafana

### 3.7.9 Biaya Administrasi dan Umum

Biaya yang termasuk dalam biaya administrasi dan umum ini adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan administrasi dan umum. Biaya-biaya ini terjadi dalam rangka penentuan kebijaksanaan, pengarahannya, dan pengawasan kegiatan secara keseluruhan. Termasuk dalam biaya ini adalah biaya untuk keamanan, hubungan masyarakat dan sebagainya. Adapun biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan perusahaan ini selama tahun 1999 adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Biaya Administrasi dan Umum CV. Tegel Hafana Tahun 1999

No	Bulan	Produksi (m <sup>2</sup> )	Biaya (Rupiah)
1	Januari	2.031	117.300,-
2	Februari	2.344,5	129.800,-
3	Maret	2.844,6	149.800,-
4	April	2.938,4	153.500,-
5	Mei	3.094,7	159.800,-
6	Juni	2.500	136.000,-
7	Juli	2.704	144.150,-
8	Agustus	2.876	151.000,-
9	September	2.000	116.000,-
10	Oktober	2.438	133.550,-
11	November	2.516	136.650,-
12	Desember	2.282	127.300,-
Jumlah		30.576	1.654.900,-

Sumber data: CV. Tegel Hafana

## IV. ANALISA DATA

### 4.1 Pemisahan Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding (proporsional) dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan semakin besar jumlah total biaya, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah pula jumlah total biaya, tetapi perubahannya tidak sebanding. Pada biaya semi variabel, biaya satuan akan berubah terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifatnya tidak sebanding.

Penggolongan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel pada analisa break-even merupakan hal yang mutlak diperlukan, sebab pada analisa break-even ini mengabaikan biaya semi variabel, artinya biaya-biaya yang terjadi pada perusahaan yang bersangkutan harus dapat diidentifikasi sebagai biaya variabel atau biaya tetap. Biaya-biaya yang meragukan apakah sebagai biaya tetap atau biaya variabel harus tegas-tegas dimasukkan ke dalam biaya variabel atau biaya tetap saja. Biaya semi variabel dimasukkan ke dalam biaya variabel dan biaya semi tetap dimasukkan ke dalam biaya tetap. Jadi, dalam analisa break-even ini hanya ada dua kelompok biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

Pada perusahaan ini terdapat lima macam biaya semi variabel, yaitu: biaya reparasi dan pemeliharaan mesin, biaya reparasi kendaraan, biaya listrik dan air, biaya pemasaran, serta biaya administrasi dan umum. Masing-masing akan dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.

#### 4.1.1 Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin

Langkah pertama untuk menghitung pemisahan biaya semi variabel

dengan menggunakan metode kuadrat terkecil yaitu dengan mencari rata-rata jam mesin dan rata-rata biaya perbulan. Perhitungan secara terperinci dapat dilihat pada lampiran. Untuk mencari rata-rata jam kegiatan adalah:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\text{Jumlah Jam Mesin}}{\text{Jumlah Bulan}} \\ &= \frac{163}{12} = 163, \text{ adalah rata-rata jam mesin.}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\text{Jumlah Biaya}}{\text{Jumlah Bulan}} \\ &= \frac{\text{Rp. 1.540.700,-}}{12} \\ &= \text{Rp. 128.391,6} \text{ adalah rata-rata biaya reparasi per bulan.}\end{aligned}$$

Setelah itu dicari masing-masing deviasi jam (X) dan deviasi biaya (Y),  
Kemudian mencari biaya variabel per jam (slope b):

$$\begin{aligned}\text{Mencari } b &= \frac{\sum XY}{\sum X^2} \\ &= \text{Rp. 616,80}\end{aligned}$$

Jadi biaya variabel per jam telah diketahui yaitu Rp. 616,80

Jumlah biaya variabel satu tahun adalah Rp. 616,80 x 1956 jam =  
Rp. 1.206.460,80

$$\begin{aligned}\text{kemudian } a &\text{ dapat dicari, } a = \bar{Y} - b\bar{X} \\ &= \text{Rp. 128.391,6} - (\text{Rp. 616,8} \times 163) \\ &= \text{Rp. 27.853,1}\end{aligned}$$

Jadi, biaya tetap per bulan adalah = Rp.27.853,1,  
 dalam setahun Rp. 27.853,1 x 12 yaitu Rp. 334.237,2,  
 sehingga biaya tetap reparasi dan pemeliharaan mesin satu tahun (tahun)  
 adalah Rp. 334.237,2

#### 4.1.2 Biaya Reparasi Kendaraan

Biaya reparasi kendaraan yang merupakan biaya semi variabel juga harus dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Pertama-tama dicari rata-rata jam kegiatan dan rata-rata biaya:

$$\begin{aligned} \text{rata-rata jam kegiatan, } \bar{X} &= \frac{\text{JamKegiatan}}{\text{Jumlah Bulan}} \\ &= \frac{1344}{12} \\ &= 112 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{rata-rata biaya per bulan, } \bar{Y} &= \frac{\text{Jumlah Biaya Re parasi}}{\text{Jumlah Bulan}} \\ &= \frac{\text{Rp. 702.300,-}}{12} \\ &= \text{Rp. 58.524,24} \end{aligned}$$

Kemudian dihitung deviasi jam (X) dan deviasi biaya(Y) tiap bulan seperti pada tabel 11 dan kemudian mencari slope b dengan rumus:

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \text{biaya variabel per jam}$$

$$= \frac{1385012}{3117,5} = \text{Rp. } 444,27$$

sehingga didapat biaya variabel reparasi kendaraan per jam, yaitu = Rp.444,27, dan biaya variabel selama setahun=  $b \times 1.344 \text{ jam} = \text{Rp. } 444.27 \times 1.344 \text{ jam} = \text{Rp. } 597.105,21$

biaya tetap perbulan dapat dicari:

$$\begin{aligned} a &= \bar{Y} - (b \times \bar{X}) \\ &= \text{Rp. } 58.525,00 - (\text{Rp. } 444,3 \times 112) \\ &= \text{Rp. } 58.525,00 - \text{Rp. } 49.761,60 \\ &= \text{Rp. } 8.766,24 \text{ per bulan} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya tetap reparasi kendaraan selama setahun} &= a \times 12 \\ &= \text{Rp. } 8.766,24 \times 12 \\ &= \text{Rp. } 105.194,80 \end{aligned}$$

#### 4.1.3 Biaya Listrik dan Air

Seperti biaya reparasi dan pemeliharaan mesin serta reparasi kendaraan, biaya listrik dan air juga merupakan biaya semi variabel yang harus dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Mula-mula dihitung terlebih dahulu rata-rata jam kegiatan dan rata-rata biaya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{rata-rata jam listrik, } \bar{X} &= \frac{\text{Jumlah Jam Listrik}}{\text{Jumlah Bulan}} \\ &= \frac{1956}{12} \\ &= 163 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{rata-rata biaya listrik dan air, } \bar{Y} &= \frac{\text{Jumlah Biaya}}{\text{Jumlah Bulan}} \\ &= \frac{\text{Rp.1.728.500,-}}{12} \\ &= \text{Rp. 144.041,71} \end{aligned}$$

Setelah itu, kemudian dicari deviasi jam (X) dan deviasi biaya (Y) pada masing-masing bulan. Setelah itu dapat dicari slope b dengan rumus;

$$\begin{aligned} b &= \frac{\sum XY}{\sum X^2} \\ b &= \frac{4.523.700}{5.586} \\ &= \text{Rp. 809,82 per jam} \end{aligned}$$

Sehingga biaya variabel satu tahun Rp. 809,82 x 1956 jam = Rp. 1.584.024

Biaya tetap per bulan dapat dicari:

$$\begin{aligned} a &= \bar{Y} - b \bar{X} \\ &= \text{Rp. 144.041,71} - 132.002,3 \\ &= \text{Rp. 12.039,38 biaya tetap listrik dan air per bulan .} \end{aligned}$$

Sehingga biaya tetap listrik dan air selama setahun, yaitu;

$$\text{Rp. 12.039,38} \times 12 = \text{Rp. 144.472,5}$$

#### 4.1.4 Biaya Pemasaran

Seperti biaya semi variabel lainnya, biaya pemasaran juga merupakan biaya semi variabel yang harus dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya pemasaran ini adalah biaya pengiriman, biaya periklanan, biaya administrasi penjualan dan sebagainya. Mula-mula dihitung terlebih dahulu rata-rata produksi dan rata-rata biaya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{rata-rata produksi, } \bar{X} &= \frac{\text{Jumlah Produksi}}{\text{Jumlah Bulan}} \\ &= \frac{30576 \text{ m}^2}{12} \\ &= 2548 \text{ m}^2 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{rata-rata biaya pemasaran, } \bar{Y} &= \frac{\text{Jumlah Biaya}}{\text{Jumlah Bulan}} \\ &= \frac{\text{Rp. 3.010.350,-}}{12} \\ &= \text{Rp. 250.862,2} \end{aligned}$$

Setelah itu, kemudian dicari deviasi jam (X) dan deviasi biaya (Y) pada masing-masing bulan. Setelah itu dapat dicari slope b dengan rumus;

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

$$b = \frac{81878.549}{1.364.644}$$

$$= \text{Rp. 60,- per m}^2$$

Sehingga biaya variabel satu tahun Rp. 60,- x 30.576 m<sup>2</sup> = Rp. 1.834.560,-

Biaya tetap per bulan dapat dicari:

$$a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

$$= \text{Rp. } 250.862,5 - 152.880,2$$

$$= \text{Rp. } 98.000,- \text{ biaya tetap pemasaran per bulan .}$$

Sehingga biaya tetap pemasaran selama setahun, yaitu;

$$\text{Rp. } 98.000,- \times 12 = \text{Rp. } 1.176.000,-$$

#### 4.1.4 Biaya Administrasi dan Umum

Seperti biaya semi variabel lainnya, biaya administrasi dan umum ini juga merupakan biaya semi variabel yang harus dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya Administrasi dan umum ini antara lain: biaya untuk keamanan, untuk pembelian perlengkapan kantor seperti kertas, tinta, pita ketik, dan lain-lain termasuk biaya gaji tetap untuk pimpinan dan bagian-bagiannya. Mula-mula dihitung terlebih dahulu rata-rata produksi dan rata-rata biaya sebagai berikut:

$$\text{rata-rata produksi, } \bar{X} = \frac{\text{Jumlah Produksi}}{\text{Jumlah Bulan}}$$

$$= \frac{30.576 \text{ m}^2}{12}$$

$$= 2548 \text{ m}^2$$

$$\begin{aligned}
 \text{rata-rata biaya administrasi dan umum, } \bar{Y} &= \frac{\text{Jumlah Biaya}}{\text{Jumlah Bulan}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 1.654.900,-}}{12} \\
 &= \text{Rp. 137.907,6}
 \end{aligned}$$

Setelah itu, kemudian dicari deviasi jam (X) dan deviasi biaya (Y) pada masing-masing bulan. Setelah itu dapat dicari slope b dengan rumus;

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{\sum XY}{\sum X^2} \\
 b &= \frac{54.585.699}{1364.644} \\
 &= \text{Rp. 40,- per m}^2
 \end{aligned}$$

Sehingga biaya variabel satu tahun  $\text{Rp. 40,-} \times 30.576 \text{ m}^2 = \text{Rp. 1.223.040,-}$   
Biaya tetap per bulan dapat dicari:

$$\begin{aligned}
 a &= \bar{Y} - b \bar{X} \\
 &= \text{Rp. 137.907,6} - 101.920 \\
 &= \text{Rp. 36.000,- biaya tetap administrasi dan umum per bulan .}
 \end{aligned}$$

Sehingga biaya tetap administrasi dan umum selama setahun, yaitu;  
 $\text{Rp. 36.000,-} \times 12 = \text{Rp. 432.000,-}$

#### 4.2 Perhitungan Jumlah Biaya Variabel

Perhitungan jumlah biaya variabel dalam hal ini dimaksudkan untuk mencari biaya variabel per unit atau per m<sup>2</sup>. Metode Direct Costing yaitu suatu metode untuk menghitung biaya produksi variabel dengan mendasarkan perhitungan pada biaya-biaya variabel. Pada perusahaan tegel ini, setelah diadakan pemisahan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, maka dapat diketahui jumlah biaya variabel dalam setahun, yaitu:

Biaya Bahan Baku	
- Trasso	= Rp. 170.295.354,-
- Pasir	= Rp. 4.730.426,51
- Porlant	= Rp. 194.846.267,54
- Semen Putih	= Rp. 95.696.528,09
	+ = Rp. 465.568.576,14
Biaya Tenaga Kerja Variabel	= Rp. 61.707.360,-
Biaya overhead pabrik variabel	
- Mill	= Rp. 6.054.945,92
- Verf	= Rp. 1.419.127,95
- Reparasi dan pemeliharaan mesin	= Rp. 1.206.460,82
- Reparasi Kendaraan	= Rp. 597.105,20
- Listrik dan Air	= Rp. 1.584.024,-
	+ = Rp. 10.861.663,89
Jumlah biaya produksi variabel	+ = Rp 538.137.600,-
Biaya variabel lain:	
- Biaya pemasaran variabel	= Rp. 1.834.560,-
- Biaya adm dan umum variabel	= Rp. 1.223.040,-
	+ = Rp. 541.195.200,-
Jumlah biaya variabel	= Rp. 541.195.200,-

Jadi, setelah dihitung jumlah biaya variabel satu tahun dapat diketahui bahwa jumlah total biaya variabel adalah = Rp. 541.195.200,-

Sehingga biaya variabel per m<sup>2</sup> adalah

$$\begin{aligned} \text{Biaya variabel per m}^2 &= \frac{\text{Jumlah Biaya Variabel}}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp. 541.195.200,-}}{30.576 \text{ m}^2} \\ &= \text{Rp. 17.700,-} \end{aligned}$$

Maka, biaya variabel per m<sup>2</sup> adalah sebesar Rp. 17.700,-

#### 4.3 Penentuan Harga Jual

Setelah diketahui biaya variabel per unit m<sup>2</sup>, maka penentuan harga jual trasso dapat ditentukan dengan menambahkan besarnya mark-up terhadap biaya variabel. Metode ini dalam menetapkan harga jual adalah dengan menambahkan sejumlah rupiah pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual. Jadi, mark-up tersebut dipakai untuk menutup biaya tetap dan laba bagi perusahaan. Biasanya mark-up ini ditentukan dengan prosentase dari biaya produknya, maka prosentase mark-up tersebut harus dikalikan dengan biaya produk, kemudian ditambahkan kepada biaya produk. Dengan demikian akan kita dapatkan sejumlah rupiah sebagai harga jual. Dalam hal ini perusahaan menentukan mark-up sebesar 25%, sehingga dapat diketahui besarnya mark-up, yaitu:

$$\begin{aligned} \text{mark-up} &= 25 \% \times \text{biaya variabel per m}^2 \\ &= 25 \% \times \text{Rp. 17.700,-} \end{aligned}$$

$$= \text{Rp. } 4.425,-$$

Kemudian harga jual per  $\text{m}^2$  dicari dengan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya variabel/unit} + x\% (\text{biaya variabel per unit})$$

$$= \text{Rp. } 17.700,- + \text{Rp. } 4.425,-$$

$$= \text{Rp. } 22.125,-$$

Jadi, harga jual per  $\text{m}^2$  trasso = Rp. 22.125,-

#### 4.4 Penentuan Volume Penjualan Minimum

Tujuan dalam menentukan volume penjualan minimum adalah untuk mengetahui volume penjualan minimal yang harus direalisasikan perusahaan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Kondisi ini akan terjadi jika seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan tertutupi oleh hasil penjualan. Artinya, total penerimaan sama dengan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya, atau bisa dikatakan laba sama dengan nol. Sebab, laba adalah selisih antara total penerimaan dengan total biaya, sehingga apabila total penerimaan sama dengan total biaya maka selisihnya adalah nol atau tidak ada laba.

Salah satu analisa untuk menentukan volume penjualan minimum adalah dengan analisa break-even point. Analisa break-even ini adalah suatu analisa yang mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Dengan menggunakan metode break-even tersebut dapat ditentukan volume penjualan minimum yang harus direalisasikan.

##### 4.4.1 Penentuan Biaya Tetap Total

Untuk mengetahui volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita kerugian, maka langkah pertama adalah menentukan jumlah biaya tetap perusahaan selama satu tahun, yaitu dengan menjumlahkan seluruh biaya-biaya tetap yang terjadi selama satu tahun:

Biaya-biaya tetap:

- Biaya penyusutan tahunan	= Rp. 19.100.000,-
- Biaya gaji dan upah tetap	= Rp. 32.640.000,-
- Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin	= Rp. 334.237,2
- Biaya reparasi kendaraan	= Rp. 105.194,8
- Biaya listrik dan air	= Rp. 144.472,5
- Biaya pemasaran	= Rp. 1.176.000,-
- Biaya administrasi dan umum	= Rp. 432.000,-
	+ _____
Total biaya tetap	= Rp. 53.931.904,5

#### 4.4.2 Break-even Point dalam Unit

Setelah total biaya tetap, harga jual per unit dan biaya variabel per unit diketahui semua, maka titik break even dapat ditentukan dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Harga jual / unit} - \text{biaya variabel / unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp.53.931.904,5}}{\text{Rp.22.125,00} - \text{Rp.17.700,00}} \\
 &= 12.188 \text{ m}^2
 \end{aligned}$$

Perhitungan break-even point atas dasar unit diatas pada dasarnya adalah penggunaan dari konsep kontribusi margin per unit (yaitu selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit). Dari perhitungan di atas kontribusi margin per unitnya adalah Rp. 4.425,-. Karena besarnya biaya tetap yang harus ditutup adalah Rp. 53.931.904,5, sedangkan sumbangan dana setiap  $\text{m}^2$  untuk menutup biaya tetap adalah Rp. 4.425,-, maka untuk menutup biaya tetap sebesar Rp.53.931.904,5 diperlukan jumlah produk yang



$$\text{harus terjual sebanyak } \frac{Rp.53.931.904,5}{Rp.4.425,-} = 12.188 \text{ m}^2$$

#### 4.4.3 Break-even Point dalam Rupiah

Perhitungan break-even point atas dasar rupiah dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

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

dimana

FC = biaya tetap

VC = biaya variabel

S = volume penjualan

Oleh karena itu, untuk menentukan volume penjualan minimum dalam rupiah dapat dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{BEP (dalam rupiah)} &= \frac{Rp. 53.931.904,5}{1 - \frac{Rp.541.195.200,-}{Rp.676.494.000,-}} \\ &= \frac{Rp. 53.931.904,5}{1 - 0,8} \\ &= Rp. 269.659.522,5 \end{aligned}$$

Apabila volume penjualan yang dinyatakan dalam rupiah tersebut dibagi dengan harga jual per m<sup>2</sup>, hasilnya menunjukkan break-even point dalam m<sup>2</sup>.

$$\begin{aligned} \text{yaitu} &= \frac{Rp. 269.659.522,5}{Rp.22.125,-} \\ &= 12.188 \text{ m}^2 \end{aligned}$$

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis data dan bertitik tolak dari tujuan penelitian, maka dapat diketahui dan disimpulkan bahwa sebaiknya perusahaan tegel CV. Tegel Hafana Sragen dalam operasionalnya perlu mengetahui volume penjualan minimum yang harus terealisasi agar perusahaan tidak menderita kerugian. Hal ini dianggap penting dalam usaha meminimumkan resiko financial atau resiko usaha secara keseluruhan. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. harga jual trasso yang sesuai dengan mark-up yang telah ditentukan perusahaan sebesar 25 % adalah Rp. 22.125,- (dua puluh dua ribu seratus dua puluh lima ribu rupiah).
2. agar perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak menderita kerugian, dengan harga trasso Rp. 22.125,- per m<sup>2</sup>, perusahaan harus mencapai target penjualan minimum yang telah diketahui tersebut, yaitu sebanyak 12.188 m<sup>2</sup>.

### 5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu disampaikan sebagai hasil analisis data penelitian, di mana saran ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi pihak perusahaan CV. Tegel Hafana sebagai obyek penelitian. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah:

1. mengingat tujuan utama perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, maka seyogyanyalah bagi perusahaan untuk berusaha meningkatkan volume penjualan dan melakukan efisiensi produksi.

2. untuk dapat meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan, perlu diadakan perluasan usaha, meningkatkan kegiatan promosi, meningkatkan mutu produk dan sebagainya. Sedangkan untuk mencapai tingkat produksi yang lebih efisien, perlu meninjau struktur biayanya, mungkin ada pos-pos pembiayaan yang perlu ditekan atau bila perlu dihilangkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Gudono. 1993. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Machfoed, Mas'ud. 1990. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Mulyadi. 1993. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Poerwadarminta. 1995. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Riyanto, Bambang. 1998. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Saputro, G.A. dan Marwan Asri. 1996. Anggaran Perusahaan I. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Sigit, Soehardi. 1989. Analisa Break-even. Yogyakarta: Liberty.
- Supriyono. 1994. Akuntansi Biaya. Edisi dua. Cetakan Kedelapan. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Swastha, Basu. dan Irawan. 1990. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi kedua. cetakan kelima. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. 1984. Azas-azas Manajemen. Yogyakarta: Liberty.

## Lampiran 1.

Tabel 12. Perhitungan Pemisahan Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin Tahun 1999

(1) Bulan	(2) Kegiatan (Jam Mesin)	(3) Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	(4) = (2) - X Deviasi Jam (X)	(5) = (3) - Y Deviasi Biaya (Y)	(6) = (4) <sup>2</sup> X <sup>2</sup>	(7) = (4) x (5) XY
Januari	130	Rp. 108.000,-	- 33	- 20.391,6	1089	671.272,8
Februari	150	Rp. 120.350,-	- 13	- 8.041,6	169	104.215,8
Maret	182	Rp. 140.100,-	+ 19	+ 11.708,4	361	222.459,6
April	188	Rp. 143.800,-	+ 25	+ 15.408,4	625	385.210
Mei	198	Rp. 150.000,-	+ 35	+ 21.608,4	1.225	756.294
Juni	160	Rp. 126.550,-	- 3	- 1.841,6	9	5.524,8
Juli	173	Rp. 134.550,-	+ 10	+ 6.158,4	100	61.584
Agustus	184	Rp. 141.350,-	+ 21	+ 12.958,4	441	272.126,4
September	128	Rp. 106.800,-	- 35	- 21.591,6	1.225	755.706
Oktober	156	Rp. 124.150,-	- 7	- 4.241,6	49	30.216,2
November	161	Rp. 127.150,-	- 2	- 1.241,6	4	2.483,2
Desember	146	Rp. 117.900,-	- 17	- 10.491,5	289	178.355,5
Jumlah	1.956	Rp. 1.540.700,-	0	0	5.586	3.445.448,3

## Lampiran 2.

Tabel 13. Perhitungan Pemisahan Biaya Reparasi Kendaraan Tahun 1999

(1)	(2)	(3)	(4) = (2) - X	(5) = (3) - Y	(6) = (4)²	(7) = (4) x (5)
Bulan	Kegiatan (Jam Kegiatan)	Biaya Reparasi(Rupiah)	Deviasi Jam (X)	Deviasi Biaya (Y)	X²	XY
Januari	104.5	55.200,-	- 7,5	- 3.332	56,25	24.990,1
Februari	125	64.300,-	+ 13	+ 5.775,5	169	75.801,63
Maret	100	53.200,-	- 12	- 5.331	144	63.974,88
April	110	57.600,-	- 2	- 888,5	4	1.777,08
Mei	108	56.750,-	- 4	- 1.777	16	7.108,32
Juni	112	58.500,-	0	- 3,6	0	0
Juli	96	51.400,-	- 16	- 7.108	256	113.733,1
Agustus	132	67.400,-	+ 20	+ 8.885	400	177.708
September	152	76.300,-	+ 40	+ 17.770	1.600	710.832
Oktober	104.5	55.200,-	- 7,5	- 3.332	56,25	24.990,19
November	108	56.750,-	- 4	- 1.777	16	7.108,32
Desember	92	49.650,-	- 20	- 8.885	400	117.708
Jumlah	1344	702.300,-	0	0	3.117,5	1.385.012

## Lampiran 3.

Tabel 14. Perhitungan Pemisahan Biaya Listrik dan Air Tahun 1999

(1)	(2)	(3)	(4) = (2) - X	(5) = (3) - Y	(6) = (4)²	(7) = (4) x (5)
Bulan	Kegiatan (Jam Listrik)	Biaya Listrik dan Air	Deviasi Jam (X)	Deviasi Biaya (Y)	X²	XY
Januari	130	Rp. 117.300,-	-33	-26.741,7	1.089	882.476,1
Februari	150	Rp. 133.500,-	-13	-10.541,7	169	137.042,1
Maret	182	Rp. 159.400,-	-19	15.358,3	361	291.807,7
April	188	Rp. 164.300,-	25	20.258,3	625	506.457,5
Mei	198	Rp. 172.400,-	35	28.358,3	1.225	992.540,5
Juni	160	Rp. 141.600,-	-3	-2.441,7	9	7.325,1
Juli	173	Rp. 152.200,-	10	8.158,3	100	81.583
Agustus	184	Rp. 161.000,-	21	16.958,3	441	356.124,3
September	128	Rp. 115.700,-	-35	-28.341,7	1.225	991.959,5
Oktober	156	Rp. 138.400,-	-7	-5.641,7	49	39.491,9
November	161	Rp. 142.400,-	-2	-1.641,7	4	3.283,4
Desember	146	Rp. 130.300,-	-17	-13.741,7	289	233.608,9
Jumlah	1956	Rp. 1.728.500,-	0	0	5.586	4.523.700



## Lampiran 4.

Tabel 15. Perhitungan Pemisahan Biaya Pemasaran Tahun 1999

(1)	(2)	(3)	(4) = (2) - X	(5) = (3) - Y	(6) = (4)²	(7) = (4) x (5)
Bulan	Produksi	Biaya Pemasaran	Deviasi Jam (X)	Deviasi Biaya (Y)	X²	XY
Januari	2.031	Rp. 219.900,-	-516	-30.947	266.359,2	15.971.953
Februari	2344,5	Rp. 238.700,-	-204	-12.191	41.412,25	2.480.949,9
Maret	2844,6	Rp. 268.700,-	297	17.818,2	88.007,15	5.285.947,2
April	2938,4	Rp. 274.300,-	390	23.445	152.443,4	9.153.865,8
Mei	3.094,7	Rp. 283.700,-	547	32.823	298.924,6	17.945.647
Juni	2.500	Rp. 248.000,-	-47	-2.813,4	2.227,84	132.792,48
Juli	2.703	Rp. 260.250,-	156	9.378	24.332,88	1.462.874,2
Agustus	2.875	Rp. 270.550,-	328	19.693,8	107.531,88	6.457.990,9
September	2.000	Rp. 218.050,-	-547	-32.823	299.603	17.965.997
Oktober	2.438	Rp. 244.300,-	-110	-6.564,6	12.038,48	720.267,91
November	2.516	Rp. 249.000,-	-32	-1.875,6	996,66	59.212,69
Desember	2.281	Rp. 234.900,-	-266	-15.943	70.766,64	4.241.050,5
<b>Jumlah</b>	<b>30.576</b>	<b>Rp. 3.010.350,-</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.364.644</b>	<b>81.878.549</b>

## Lampiran 5.

Tabel 16. Perhitungan Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum Semivariabel Tahun 1999

(1)	(2)	(3)	(4) = (2) - X	(5) = (3) - Y	(6) = (4) <sup>2</sup>	(7) = (4) x (5)
Bulan	Produksi	Biaya Pemasaran	Deviasi Jam (X)	Deviasi Biaya (Y)	X <sup>2</sup>	XY
Januari	2.031	Rp. 117.300,-	-516	-20.632	266.359,2	10.647.969
Februari	2344,5	Rp. 129.800,-	-204	-8.127,6	41.412,25	1.653.966,6
Maret	2844,6	Rp. 146.800,-	297	11.878,8	88.007,15	3.523.964,8
April	2938,4	Rp. 153.500,-	390	15.630	152.443,4	6.102.577,2
Mei	3.094,7	Rp. 159.800,-	547	21.882	298.924,6	11.963.765
Juni	2.500	Rp. 136.000,-	-47	-1.875,6	2.227,84	88.528,32
Juli	2.703	Rp. 144.150,-	156	6.252	24.332,88	975.249,48
Agustus	2.875	Rp. 151.000,-	328	13.129,2	107.531,88	4.305.327,3
September	2.000	Rp. 116.000,-	-547	-21.882	299.603	11.977.332
Oktober	2.438	Rp. 133.550,-	-110	-4.376,4	12.038,48	480.178,6
November	2.516	Rp. 136.650,-	-32	-1.250,4	996,66	39.475,128
Desember	2.281	Rp. 127.300,-	-266	-10.628	70.766,64	2.827.367
Jumlah	30.576	Rp. 1.654.900,-	0	0	1.364.644	54.585.699

### Penutup

Telah selesai skripsi ini pada saat saya berusia 24 tahun kurang 22 hari, tepatnya pada pukul 12.22 WIB hari sabtu tanggal 26 Februari 2000. Banyak suka duka yang dialami penulis selama penyusunan skripsi ini. Namun tidaklah menjadi suatu hambatan yang berarti, sebab semuanya secara umum berjalan dengan lancar. Mulai dari pengajuan judul, mempersiapkan proposal seminar, pelaksanaan seminar, pembimbingan, dan sampai saat ujian skripsi dan ujian pendadaran tidak ada kesulitan yang berarti. Semata-mata karena pertolongan Allah SWT, dengan belajar semampunya, sowan ke para ustadz, do'a dari Ibu Bapak tercinta dan do'a sahabat-sahabat di Pondok Pesantren Al-Jauhar, maka pada tanggal 26 Februari 2000 pukul 12.22 WIB di ruang program D3, saya dinyatakan lulus oleh yang terhormat Ibu Dra. Diah Yuli S, M.Si. Alhamdulillah, Allah telah menghendaki dan mentakdirkan saya lulus dari Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Kemudian tak lupa saya sampaikan terima kasih kepada teman-teman di Al-Jauhar khususnya sdr. Eko Agus W, Musthofa, Nadzar Y, Ghazi dan Madjid.

Semoga karya ini bermanfaat bagi yang mau menjadikan pengetahuan, atau bahan acuan. Semoga Allah memberikan panjang umur kepada para ustadz dan guru saya yang mengajarkan ilmu yang bermanfaat bagi kehidupan dunia akhirat. Dan saya memohon tambahan ilmu dan kefahaman di dalamnya, sejahtera hidup di dunia dengan ridlo Allah SWT, dan diakhirat mendapatkan kebahagiaan yang dia janjikan.