

**ANALISA BREAK-EVEN
UNTUK MENENTUKAN KEBIJAKSANAAN BAGI MANAJEMEN
DALAM MENETAPKAN VOLUME PRODUKSI DAN PENJUALAN
PADA PT. INDUSTRI SANDANG I
UNIT PABRITEKS SENAYAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen
Pada**

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR



Disusun oleh,

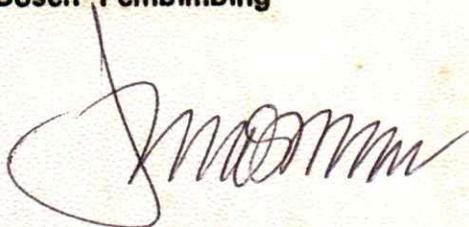
RAHMAT FAHMI

**NRP : 021185165
NIRM : 85.41040724
No. Ujian : 87.1043402355**

**Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor
1991**

LEMBAR PERSETUJUAN

Menyetujui
Dosen Pembimbing



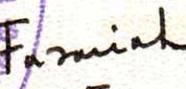
(Drs. Soemarno, MBA.)

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



(Dra. Srie Sudarjati)

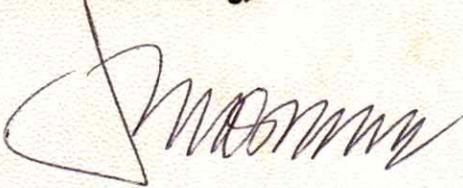
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(Dra. Fazariah M, Ak.)

LEMBAR PENGESAHAN

Dosen Pembimbing,



(Drs. Soemarno, MBA.)

Dosen Penguji,



(Drs. Eddy Mulyadi S. Ak.)

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi**

(Dra. Fazariah M, Ak.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahuwataalla, karena berkat rahkmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, yang disebabkan keterbatasan penulis, oleh karena itu penulis mengharapkan dan saran yang membangun dari para pembaca.

Harapan penulis semoga hasil penelitian yang penulis sajikan dalam skripsi ini senantiasa dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat ;

1. Ibu Dra. Fazariah M, Ak.

Selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

2. Bapak Drs. Soemarno, MBA.

Selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini.

3. Bapak Eddy Mulyadi, S. Ak.

Selaku pembantu dekan I, pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

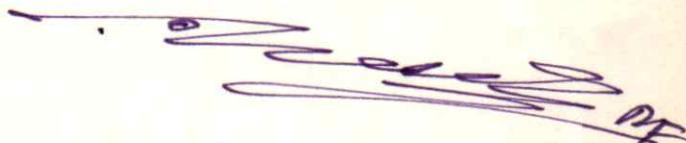
4. Ibu Dra. Srie Sudarjati.

Selaku ketua jurusan Manajemen, Pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

5. Pimpinan, Staff dan karyawan PT. INDUSTRI SANDANG I, Jakarta, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
6. Keluarga dan teman, serta pihak lain yang telah memberikan bantuan material dan spiritual kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

Sukabumi, maret 1991

penulis



(RAHMAT FAHMI)

DAFTAR ISI

Halaman

BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6
1.5. Kerangka Pemikiran	6
1.6. Metodologi Penelitian	10
1.7. Lokasi Penelitian	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Pengertian Manajemen Pembelanjaan	12
2.1.1. Fungsi Manajemen Pembelanjaan ..	14
2.2. Pengertian dan Klasifikasi Biaya	16
2.2.1. Pengertian Biaya	17
2.2.2. Klasifikasi Biaya	19
2,2.3. Biaya Tetap dan Jenis-jenis Biaya Variabel	26
2.3. Analisa Break-even	34
2.3.1. Kegunaan dan Tujuan Break-even .	36
2.3.2. Perhitungan Break-even	41
2.3.3. Keterbatasan-keterbatasan Break-even	50
2.3.4. Pengaruh Perubahan Biaya Pada Break-even Point	52
2.4. Analisa Break-even Untuk Menentukan ke- bijaksanaan dalam Menetapkan Volume Produksi dan Penjualan	55

BAB III.	TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	58
	3.1. Sejarah Singkat Perusahaan	58
	3.2. Struktur Organisasi Perusahaan	63
	3.3. Kegiatan Usaha Perusahaan	69
BAB IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	72
	4.1. Analisa Break-even yang Dilaksanakan Oleh Perusahaan	72
	4.1.1. Penetapan Biaya Tetap dan Biaya Variabel.	72
	4.1.2. Kebijakananaa Penetapan Volume Produksi dan Penjualan	76
	4.1.3. Analisa Break-even	78
	4.2. Analisa Break-even Untuk Menentukan Kebijaksanaan Dalam Menetapkan Volume Produksi dan Penjualan	84
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN	86
	5.1. Kesimpulan	86
	5.2. Saran	88
BAB VI.	RINGKASAN	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

P E N D A H U L U A N

I. Latar Belakang Penelitian

Pemerintah Indonesia saat ini sedang gencar melaksanakan pembangunan, dengan sasaran utama pembangunan jangka panjang untuk terciptanya landasan yang kuat bagi bangsa Indonesia agar tumbuh dan berkembang atas dasar kekuatan sendiri menuju masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Sedangkan titik berat dalam pembangunan jangka panjang adalah pembangunan ekonomi dengan sasaran utama untuk mencapai keseimbangan antara bidang pertanian dan bidang industri, serta terpenuhinya kebutuhan pokok rakyat, ini berarti bahwa sebagian besar usaha pembangunan diarahkan kepada pembangunan ekonomi, sedangkan pembangunan dibidang-bidang lainnya bersifat menunjang dan melengkapi pembangunan bidang ekonomi.

Dalam rangka pembangunan dibidang ekonomi, pemerintah memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada pelaku ekonomi, yaitu pemerintah, koperasi dan swasta untuk ikut bertanggung jawab dalam menjalankan pembangunan ekonomi. Oleh sebab itu mulai tumbuh dan berkembang industri-industri baik yang berskala besar maupun berskala kecil, apakah itu milik pemerintah maupun swasta. Industri atau perusahaan itu didirikan dengan tujuan untuk memperluas

kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan nasional, menjamin pemerataan pendapatan dan tujuan-tujuan lain yang maksudnya untuk mewujudkan azas keadilan dan kemakmuran pada umumnya.

Tetapi tidak dapat disangkal lagi bahwa perusahaan yang dibentuk sebagai lembaga ekonomi selalu mempunyai tujuan utama yaitu mencari atau mendapatkan laba bagi pihak perusahaan itu sendiri. Karena keuntungan itu adalah merupakan dasar bagi kelangsungan hidup perusahaan itu. Karena jikatujuan utama perusahaan yaitu untuk mencapai keuntungan tidak terealisasi, maka dalam batas waktu tertentu modal yang telah ditanam oleh pemilik perusahaan mungkin akan ditarik kembali. Sebaliknya keuntungan yang diinginkan perusahaanpun harus dicapai dengan cara wajar dan dengan persaingan yang sehat.

Dihadapkan kepada masalah tersebut diatas, maka pihak manajemen perusahaan memerlukan informasi yang lengkap mengenai keadaan perusahaan. Dan salah satunya adalah informasi mengenai biaya yang berhubungan volume penjualan produknya. Informasi itu haruslah disampaikan pada pihak manajemen dalam bentuk yang singkat, tetapi tepat dan mudah dimengerti.

Adapun salah satu bentuk untuk memberikan informasi pada pihak manajemen atau pengambil keputusan adalah Analisa Break-even.

Didalam analisa Break-even dipelajari tentang hubungan yang terjadi antara biaya, volume produksi, harga penjualan serta laba yang diperoleh perusahaan. Analisa break-even sebagai alat untuk menghitung pada tingkat berapa volume penjualan, dimana penghasilan yang diperoleh dari hasil penjualan akan sama besar dengan keseluruhan biaya yang telah dikeluarkan, sehingga dalam hal ini perusahaan tidak mendapatkan keuntungan juga tidak menderita suatu kerugian.

Dengan diketahuinya tingkat Break-even suatu perusahaan maka pihak manajemen akan berusaha untuk meningkatkan volume penjualan yang lebih besar dari tingkat Break-even yang ada. Dengan cara meningkatkan penggunaan pada alat-alat produksi yang tersedia dengan tepat waktu dan tepat guna sehingga laba yang diharapkan dapat dicapai.

Sebagaimana telah disinggung dimuka, analisa Break even adalah merupakan salah satu teknik yang dipergunakan oleh manajemen perusahaan untuk mengetahui pada volume produksi dan volume penjualan berapakah perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. Analisa ini juga dapat digunakan untuk mengetahui pada volume produksi dan volume penjualan berapakah perusahaan dapat mencapai laba atau menderita kerugian tertentu.

Berangkat dari sana manajemen senantiasa dituntut untuk menetapkan hubungan antara biaya dan produksi serta pendapatan setepat mungkin, sehingga kesinambungan perusa-

haan dapat dipertahankan, begitu pula dengan perusahaan industri yang penulis teliti.

Jadi berdasarkan uraian tersebut diatas, maka titik impas atau Break-even suatu perusahaan sangatlah penting artinya, karena dapat dijadikan sebagai dasar untuk menjaga kontinuitas usaha dan produktifitas perusahaan.

I.2. Identifikasi Masalah

Sudah kita maklumi bersama, bahwa setiap perusahaan menghendaki untuk mendapatkan laba guna dapat mempertahankan dari padakeberadaannya dan pertumbuhannya dimasa yang akan datang. Untuk itu perusahaan memerlukan informasi bagi pihak manajemennya.

Analisa Break-even adalah salah satu cara atau teknik analisa yang dijadikan sebagai alat bantu bagi manajemen dalam mengambil keputusan yang diperlukan oleh setiap perusahaan untuk dapat mengetahui sampai seberapa jauh manfaat dari pada alat-alat produksi yang tersedia diperusahaan, baik perusahaan yang sudah maju maupun perusahaan yang sedang berkembang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka masalah analisa Break-even merupakan salah satu faktor penting yang dapat dipergunakan oleh pihak manajemen perusahaan didalam mengambil keputusan untuk menetapkan volume produksi dan penjualan barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Sehingga pokok permasalahan dalam penelitian adalah

sebagai berikut :

1. Sampai seberapa jauh perusahaan yang diteliti memperlakukan dan menggolongkan biaya yang diginakan kedalam biaya tetap dan biaya variabel.
2. Bagaimana peranan analisa Break-even menunjang pihak manajemen dalam mengambil keputusan mengenai peneta - panvolume produksi dan penjualan, yang didasari atas perlakuan dan penggolongan biaya tetap dan biaya variabel yang diperusahaan tersebut.

I.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah untuk memperoleh data-data yang diperlukan dari perusahaan, yaitu data-data dari biaya operasi perusahaan untuk dikelompokkan kedalam biaya tetap dan biaya variabel guna melakukan analisa Break even yang menjadi alat pengendali bagi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasi perusahaan sehari-hari, untuk mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu laba usaha seperti yang telah direncanakan.

Selain itu penelitian yang dilakukan penulis ini adalah untuk mendapatkan masukan, bagaimana sesungguhnya dari analisa Break-even didalam perusahaan yang bergerak didalam bidang yang sebenarnya.

I.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian, agar keterangan-keterangan yang didapat penulis diharapkan dapat bermanfaat untuk pihak-pihak seperti :

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan yang bersangkutan dapat dijadikan masukan dalam hal penggunaan analisa Break-even diperusahaan.

2. Bagi rekan mahasiswa

Bagi rekan mahasiswa diharapkan menjadi bahan bacaan yang bermanfaat, juga bagi peminat lain pada umumnya.

3. Bagi penulis

Bagi penulis sendiri, kegunaan penelitian ini selain untuk memenuhi salah satu syarat menenpuh ujian sarjana ekonomi jurusan manajemen pada Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS PAKUAN , juga sebagai tambahan ilmu pengetahuan.

I.5. Kerangka Pemikiran

Bahwa setiap perusahaan selalu menghendaki perusahaannya tetap maju dan berkembang, oleh karena itu setiap perusahaan selalu mencari jalan keluar yang terbaik untuk mengendalikan dan menjaga dengan cermat dan hati-hati dari pengaruh-pengaruh yang dapat merugikan perusahaan.

Seperti telah disebutkan didalam latar belakang penelitian, bahwa volume produksi dan penjualan merupakan

faktor penting untuk mencapai tujuan perusahaan pada tingkat keuntungan yang diharapkan, maka dari itu perusahaan membutuhkan alat analisa untuk menjawabnya.

Dengan dihadapkan pada masalah pengambilan keputusan mengenai berapa harga jual yang diinginkan, biaya tetap, biaya variabel, volume produksi serta volume penjualan barang yang dihasilkan dan berbagai kombinasi keputusan lainnya sehingga manajemen dapat merealisasikan tujuan utama dari perusahaan yaitu pencapaian laba yang maksimum dan konsisten dengan pertumbuhan jangka waktu panjang perusahaan.

Apabila keputusan tersebut tidak didasarkan atas perhitungan yang matang dan akurat mengenai biaya dan tingkat penerimaan atau pendapatan, maka keputusan tersebut akan dapat merugikan perusahaan terutama dalam rencana-rencana jangka pendek.

Keputusan-keputusan yang diambil pihak manajemen dapat berupa :

1. Berapa unit produksi yang harus dijual dan diproduksi.
2. Haruskah perusahaan menaikkan harga jual.
3. Haruskah perusahaan mengeluarkan biaya yang lebih besar lagi untuk promosi dan iklan.

Seperti telah dibahas sebelumnya, bahwa hasil penjualan sebagai penerimaan atau pendapatan merupakan faktor penting untuk tujuan perusahaan dalam mencapai laba.

Untuk itu pihak manajemen perusahaan dapat melakukan berbagai cara, seperti antara lain :

1. Menekan biaya operasi maupun biaya produksi serendah mungkin, dengan tetap mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang sudah ada.
2. Meningkatkan volume penjualan.
3. Meningkatkan harga jual optimum sehingga dapat menjamin laba yang dikehendaki perusahaan.

Ketiga hal tersebut diatas mempunyai keterikatan yang saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya. Dimana biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi volume produksi dan akhirnya volume produksi ini akan mempengaruhi biaya secara langsung.

Suatu cara yang dapat menganalisa hubungan antara biaya, volume produksi dan penjualan serta keuntungan adalah dengan Break-even atau disebut juga Cost-volume profit analysis.

Seperti pendapat Adolph and Milton F. Usry , menyatakan :

" Cost-volume-profit analysis is related to break-even analysis is concerned with determining the optional level and mix output to be produced with available resources " 1)

Analisa biaya, volume dan laba mempunyai hubungan yang integral terhadap break-even analisis, berkaitan dengan penentuan tingkat penetapan dan bauran output dengan sumber daya yang tersedia

1) Matz, Adolph and Usry, Milton

"cost accounting planning and control", seventh edition
south western publishing co. ; cincinati, ohio, 1980

hal : 638.

J. Fred Weston and Eugene F. Brigham , menyebutkan :

"Break-even analysis is useful in studying the relations among volume, price and cost ; It is thus helpful in pricing, cost control and decision about expansion programs. It has limitations, however, as a guide to managerial actions" ²⁾

analisa break-even digunakan dalam mempelajari hubungan-hubungan antara volume, harga-harga dan biaya-biaya sehingga berguna dalam penetapan harga, pengendalian biaya-biaya dan keputusan mengenai pengembangan. Akan tetapi memiliki batasan-batasan namun sebagai petunjuk bagi tindakan manajemen.

Jadi dengan menggunakan analisa break-even, maka manajemen dapat mengetahui suatu tingkat dimana perusahaan yang dipimpinnya tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian, sehingga dengan mudah pihak manajemen akan mengambil keputusan mengenai penetapan volume produksi dan penjualan, sehingga dapat diperoleh tingkat keuntungan yang diharapkan.

Dengan asumsi tersebut diatas, penulis menggunakan suatu hipotesa yang akan diuji yaitu :

Apabila manajemen ingin mengambil kebijaksanaan menetapkan volume produksi dan penjualan produk yang dihasilkan, maka diharapkan analisa Break-even yang dipakai akan berperan positif dalam menyetukan volume produksi dan penjualan terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.

 Weston J. Fred and Eugene F. Brigham.
 "managerial finance" fifth edition, University of California, Los Angeles. alih bahasa oleh Soemarso SR,
 Jakarta, 1983. hal : 225.

I.6. Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini, maka penulis menggunakan metodologi penelitian sebagai berikut :

1. Observasi (pengamatan)

Dalam hal ini penulis mengadakan penelitian langsung ke perusahaan yang dijadikan obyek penelitian.

2. Interview (wawancara)

Untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan penulis mengadakan wawancara langsung dengan pejabat yang berwenang pada bidang yang diselidiki oleh penulis.

3. Study Literatur (studi kepustakaan)

Dalam study literatur ini dimaksudkan untuk mendapatkan teoritis yang berhubungan dengan judul skripsi yang penulis susun.

4. Study kasus

Metodologi pendekatan studi kasus ini dilakukan pada perusahaan yang bersangkutan , yaitu PT.INDUSTRI SANDANG I. Dengan sendirinya data yang berhubungan dengan kasus tersebut dikumpulkan, dibahas, kemudian ditarik kesimpulan sehingga mendukung hypotesa ini.

I.7. Lokasi Penelitian

Telah dikemukakan bahwa dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode survey (penelitian lapangan) disamping metode penelitian kepustakaan.

Adapun tempat dimana penulis mengadakan penelitian adalah di PT. INDUSTRI SANDANG I., suatu perusahaan yang bergerak dalam usaha pembuatan beberapa jenis benang dan tekstil.

Tepatnya PT. INDUSTRI SANDANG I ini adalah :
Jalan PATAL SENAYAN I No. 5 , Telephone 5485383 ,
KEBAYORAN BARU → JAKARTA SELATAN.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Manajemen Pembelanjaan

Sebagaimana diketahui, pengertian manajemen pembelanjaan atau pembelanjaan perusahaan dalam artian yang luas adalah seluruh aktivitas perusahaan yang bersangkutan dengan usaha mendapatkan dana yang dibutuhkan perusahaan, beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pembelanjaan perusahaan meliputi persoalan bagaimana memenuhi kebutuhan modal dengan biaya yang serendah-rendahnya dan dengan syarat yang paling menguntungkan, serta dengan persoalan bagaimana modal tersebut dapat digunakan dengan cara yang efisien.

Pembelanjaan adalah sangat erat hubungannya dengan masalah-masalah pembelian, produksi, penjualan dan masalah-masalah operasi lainnya. Di lain pihak pembelanjaan sangat erat hubungannya dengan bidang akuntansi dan bidang hukum, karena untuk menjalankan fungsinya. Umumnya pembelanjaan sangat membutuhkan informasi yang disediakan oleh akuntansi. Misalnya ; yang menyangkut biaya-biaya produksi dan sebagainya.

Adapun kaitannya dengan bidang hukum, misalnya : dalam kebijaksanaan deviden, perusahaan akan dipengaruhi oleh

peraturan-peraturan hukum tentang deviden dan lain-lain.

Pengertian pembelanjaan menurut James C. Van horne adalah :

" Overall them finance has change from primarily descriptive study to one that encompasses rigorous analysis and normative theory, from afield that was concerned primarily with the procurement of fund to one that includes the management of assets, the allocation of capital, and the evaluation of capital, and the evaluation of the firm in the overall market and from afield that emphasired external analysis of the firm to one that stresses decition making within the firm .." 3)

Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa pembelanjaan dalam perkembangannya telah berubah dari studi yang terutama bersifat deskriptif menjadi studi yang meliputi analisa dan teori yang normatif, berubah dari bidang yang terutama bersangkutan dengan usaha mendapatkan dana menjadi bidang yang meliputi penggunaan atau alokasi dana, manajemen dari aktiva dan penilaian perusahaan didalam pasar keseluruhan, dari bidang yang menekankan pada analisa extern perusahaan menjadi bidang yang menekankan pada pengambilan keputusan didalam perusahaan.

Pengertian pembelanjaan menurut Bambang Riyanto : dalam buku "dasar-dasar pembelanjaan" beberapa ahli menyatakan sebagai berikut :

"WOLF-BIRKENBIHL , menyatakan bahwa pembelanjaan itu meliputi usaha-usaha ujtuk menyediakan uang."

3) Vanhorne, C. James
"Financial management and policy" , London, 1977.
hal : 6.

"LIEFMANN; memberikan definisi bahwa pembelanjaan itu meliputi usaha-usaha untuk menyediakan uang, dengan uang mana berusaha untuk memperoleh atau mendapatkan aktiva" 4)

"LE COUTRE dan HASENACK, memberikan definisi yang lebih luas, dimana manajemen pembelanjaan meliputi keseluruhan dari pada usaha untuk mempersiapkan dan mengatur penarikan dan penggunaan dana, dimana disini termasuk juga perencanaan beserta pelaksanaannya" 4)

"BAMBANG RIYANTO, pembelanjaan dalam arti luas meliputi semua aktivitas perusahaan yang bersangkutan dengan usaha mendapatkan dana yang dibutuhkan oleh perusahaan beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut se-efisien mungkin" 4)

2.1.1. Fungsi Manajemen Pembelanjaan

Manajemen pembelanjaan atau sering disebut sebagai manajemen keuangan adalah manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan, sedangkan fungsi keuangan merupakan kegiatan utama yang harus dilakukan oleh mereka yang bertanggung jawab dalam bidang tersebut akan melakukan kegiatan-kegiatan utama dalam menjalankan tugasnya.

Untuk menjalankan usahanya, perusahaan memerlukan berbagai aktiva riil (real assets), diantara aktiva tersebut ada yang berwujud, seperti misalnya mesin, bangunan, peralatan kantor dan sebagainya.

4) Riyanto Bambang, Drs.

"Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan" Edisi ke-2, E. Yayasan badan penerbit Gajah Mada, Yogyakarta, 1981.
hal : 2 - 3

Namun adapula yang tidak berwujud, seperti misalnya kecap-
kapan teknis, dan manajerial, merek dagang, dan patent.
Semua aktiva tersebut diatas untuk memperolehnya harus
ada pengorbanan atau dibayar oleh pihak perusahaan. Untuk
memperoleh uang yang diperlukan perusahaan mungkin akan
menjual surat-surat berharga, yang disebut sebagai aktiva
finansial (Financial Assets). Aktiva finansial ini terdiri
dari :

- Saham (baik yang biasa maupun yang preferen)
- Obligasi
- Hutang bank
- Kewajiban sewa, dan lain sebagainya.

Karena itu manajer keuangan menghadapi dua masalah
utama, pertama : berapa banyak perusahaan melakukan in-
vestasi dan pada aktiva apa saja investasi tersebut ?
Kedua : Bagaimana cara memperoleh kas untuk membelanjai
investasi tersebut ?

Jawaban pertama merupakan keputusan investasi atau
capital budgeting (anggaran modal) perusahaan. Inilah
yang merupakan fungsi utama dari manajemen keuangan yang
disebut sebagai fungsi penggunaan dana atau allocation of
funds.

Jawaban atas pertanyaan kedua merupakan keputusan pembe-
lajaan (financing decision) dan ini merupakan fungsi ma-
najemen keuangan yang lain, yang disebut juga sebagai fung-
si mendapatkan dana(raising of funds).

Dengan demikian fungsi manajemen keuangan atau manajemen pembelanjaan adalah merencanakan, mencari dan memanfaatkan dana dengan berbagai cara untuk memaksimalkan efisiensi (daya guna) dari operasi-operasi perusahaan atau dapat kita katakan bahwa fungsi manajemen keuangan atau manajemen pembelanjaan yang utama ada tiga yaitu :

- Menggunakan dana
- Mendapatkan dana
- Merencanakan dana (peramalan keuangan)

Ketiga hal tersebut bisa pula kita sebutkan sebagai kebijaksanaan pembelanjaan. Dan pada umumnya ada 3 (tiga) pejabat yang bertanggung jawab dalam segala masalah yang berhubungan dengan masalah pembelanjaan, yaitu :

- a). Direktur Keuangan
- b). Pengawas Keuangan
- c). Bendahara Keuangan.

2.2. Pengertian dan Klasifikasi Biaya

Pengertian biaya mengandung anggapan bahwa biaya dapat dipecah-pecah atau dikelompokkan dalam berbagai kombinasi yang berakibat pengertian biaya menjadi tidak menentu. Dari anggapan itulah timbul suatu pengertian mengenai klasifikasi biaya, timbul pertanyaan apakah yang sebenarnya yang disebut biaya, dan bagaimanakah klasifikasinya. Dua pertanyaan ini akan coba penulis bahas.

2.2.1. Pengertian Biaya

Para Akuntan, Ekonom, Insinyur dan semua yang sering berhadapan dengan masalah biaya telah mengembangkan pengertian-pengertian dan peristilahan biaya sesuai dengan kebutuhan mereka.

Pada dasarnya suatu pengertian atau definisi harus dinyatakan dalam istilah-istilah yang lazim dan mudah untuk dimengerti secara luas, tetapi tidaklah mudah untuk memberi definisi atau menguraikan istilah-istilah biaya yang sedemikian rupa sehingga pengertiannya dapat mutlak.

Sehubungan dengan pengertian biaya, Adolph Matz memberikan definisi sebagai berikut :

"Cost is foregoing, measure in monetary terms incurred or potentially to be incurred to achieve a specific objective" ⁵⁾

Definisi diatas menitik beratkan pengertian biaya sebagai suatu pengorbanan yang telah maupun yang akan dikeluarkan untuk mencapai sasaran tertentu, dimana pengorbanan ini diukur dalam satuan moneter.

J.L. Mey. Jr. memberikan pengertian biaya sebagai berikut : "Pengorbanan-pengorbanan yang dilakukan oleh rumah tangga perusahaan pada saat penukaran disebut Biaya, ialah nilai barang-barang atau jasa-jasa yang ditukarkan yang diukur dengan uang" ⁶⁾

Dari pernyataan diatas dapat diberikan pengertian biaya, adalah pengorbanan-pengorbanan dalam proses produksi, baik

5) Matz, Adolph and Milton F
"Op cit, hal ; 46.

6) Mey, J.L. jr. Prof, DR,
"Teori ilmu biaya dan neraca", oleh R. Soemintha
Adikusumah, Drs. Ec. Akuntan, CV. Tarsito, Bandung, 1977
hal ; 8.

berupa barang ataupun berupa jasa yang sudah dikeluarkan maupun secara potensial akan dikeluarkan, untuk mencapai tujuan tertentu (keuntungan) dimana pengorbanan tersebut dapat diukur dengan nilai uang.

Pengorbanan dapat dianggap sebagai biaya dan ada yang tidak dapat dimasukkan dalam biaya, sesuai dengan pengertian biaya diatas, J.L. MEY. memberikan batasan mengenai pengorbanan yang dapat dimasukkan kedalam biaya, sebagai berikut :

"Suatu pengorbanan baru dapat dianggap biaya jika memenuhi 3 (tiga) syarat sebagai berikut :

1. Tidak dapat dihindarkan
2. Dapat diduga terlebih dahulu
3. Hubungannya dengan proses produksi dapat diukur secara kuantitatif. ⁷⁾

Dari batasan tersebut diatas dapat terlihat bahwa, pengorbanan dapat dimasukkan kedalam biaya bilamana memenuhi syarat diatas, ialah :

1. Tidak dapat dihindarkan,

berarti pengorbanan yang secara mutlak harus dikeluarkan dalam proses produksi. Tanpa adanya pengorbanan tersebut produksi akan terhenti.

2. Dapat diduga terlebih dahulu,

berarti suatu pengorbanan yang belum terjadi telah dapat diperhitungkan / diperkirakan sebelum proses produksi berjalan.

7) Mey, J.L. jr. Prof, DR,
opcit, hal : 21.

3. Hubungannya dengan proses produksi dapat diukur secara kuantitatif sehingga dapat dibebankan ke dalam proses produksi.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Biaya adalah pengeluaran atau pengorbanan, baik berupa barang atau jasa yang telah dikeluarkan maupun akan dikeluarkan dalam proses produksi, yang mana pengorbanan tersebut harus dikeluarkan atau tak dapat dihindarkan dan dapat diperhitungkan dalam proses produksi.

2.2.2. Klasifikasi Biaya

Untuk memudahkan manajemen, klasifikasi biaya atau penggolongan biaya sangat diperlukan guna menentukan metode pengumpulan dan pengalokasian data biaya dengan baik.

Pengembangan biaya dalam pengklasifikasian biaya menurut Adolph Matz and Milton F. Usry , terdapat 8 (delapan) , yaitu sebagai berikut :

1. By the nature of the item (a natural clasification)
2. With respect to the accounting period to which the apply.
3. By their tendency to vary with volume or activity.
4. By their relation to the product.
5. By their relation to manufacturing departements.
6. Accounting to their nature as common and / or joint cost.

7. For planning and control.

8. For analytical process. 8)

add. 1. By the nature of the item (a natural clasificati on)

Penggolongan biaya menurut sifatnya, dimana biaya dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Manufacturing cost atau production cost,

terdiri dari :

- Material cost (biaya bahan)
- Labour cost (biaya tenaga kerja)
- Overhead cost / burden cost / manufacturing expences / factory overhead cost terdiri dari :
 - Indirect material
 - Indirect labour
 - Other expences

2. Commercial expences, terdiri dari :

- Biaya pemasaran, mencakup semua beban penjualan dan pengiriman barang.
- Biaya administrasi, mencakup semua beban yang timbul dalam mengatur, mengawasi dan administrasi dalam organisasi disuatu perusahaan.

Dengan penggolongan biaya pabrikasi, maka manajemen dapat menentukan berapa besar harga pokok produksi suatu barang disamping itu manajemen dapat mengam-

8) Matz, Adolph and Uery, Milton.
opcit, hal ; 43.

bil keputusan sehubungan dengan pengendalian biaya produksi, karena manajemen dapat mengetahui secara tepat berapa besarnya biaya pabrikasi.

add. 2. With respect to the accounting period to which the apply.

penggolongan biaya menurut hubungannya dengan periode akuntansi / pembukuan, dimana biaya dibebankan menjadi dua, yaitu :

1. Revenue Expenditures,

Pengeluaran yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat pada periode akuntansi yang sama atau periode akuntansi yang sedang berjalan.

2. Capital Expenditure,

Pengeluaran yang dilakukan untuk memperoleh manfaat dalam jangka panjang, yaitu manfaat pada periode akuntansi yang sedang berjalan maupun pada periode yang akan datang.

Dengan adanya penggolongan ini, maka manajemen dapat membuat suatu perbandingan antara pengeluaran yang dapat digolongkan sebagai aktiva atau sebagai beban, yang nantinya dikurangkan dari pendapatan sehingga dapat menilai mengenai laba yang diperoleh.

add.3. By their tendency to vary with volume or activity.

Penggolongan biaya menurut hubungannya dengan volume produksi atau aktivitas produksi, dimana biaya

dibedakan menjadi dua golongan, yaitu :

1. Fixed Cost (biaya tetap),

Biaya yang secara keseluruhan tidak berubah (konstan), tidak terpengaruh dengan adanya perubahan volume produksi.

Sehubungan dengan hal itu, Adolph matz and Milton F. Usry, memberikan batasan-batasan :

1. Fixed amount within a relevant output.
2. Assignment to departement often made by arbitrary managerial decition or cost allocation methods.
3. Decrease of fixed cost per unit with increase output.
4. Control for insurance resting in most cases with executive management rather than operating supervisors. ⁹⁾

Dengan demikian akan memudahkan dalam penggolongan biaya tetap yaitu dengan ciri-ciri sebagai berikut :

- Jumlah keseluruhan yang tetap dalam suatu tingkat output yang relevan.
- Adanya penurunan dalam biaya per unit bila volume produksi bertambah dalam suatu tingkat yang relevan.
- Dapat dibebankan pada bagian-bagian atau departemen-departemen atas dasar keputusan ...

9) Matz, Adolph and Usry, Milton.
opcit, hal : 46.

- .. manajemen atau menurut metode alokasi biaya .
- Tanggung jawab pengendalian lebih banyak dipikul oleh manajemen pelaksana dari pada oleh pengawas operasi.

2. Variable Cost (biaya variabel)

Adalah biaya yang secara keseluruhan berubah sesuai dengan perubahan volume produksi.

Adolph Matz and Milton F. Usry , memberikan ciri-ciri sebagai berikut :

1. Variability of total amount indirect.
2. comparatively constant cost perunit in the face of changing volume within a relevant range.
3. Easy and reasonable accurate assignments to operating departements.
4. Control of their insurance and consumption by the responsible departement head. 10)

Penggolongan biaya variable dengan memperhatikan :

1. Variabilitas jumlah keseluruhan berbanding langsung dengan volume produksi.
2. Biaya per unit secara relatif konstant meskipun volume produksi berubah didalam tingkat yang relevan.
3. Dapat dibebankan pada bagian operasi dengan cukup mudah dan tepat.
4. Dapat dikendalikan oleh seorang kepala departemen tertentu.

10) Matz, Adolph and Usry, Milton.
opcit, hal : 46.

Add. 4. By their relation to the product,

Benggolongan biaya menurut hubungannya dengan barang yang dihasilkan, biaya dapat digolongkan menjadi dua yaitu sebagai berikut :

1. Direct Cost,

Biaya-biaya yang mempunyai hubungan langsung dengan barang yang dihasilkan dan dapat dibebankan pada barang yang dihasilkan.

2. Indirect Cost,

Biaya-biaya yang tidak mempunyai hubungan langsung dengan barang yang dihasilkan, pembebanannya berdasarkan tarif yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

add. 5. By their relation to manufacturing departement,

Penggolongan biaya menurut hubungannya dengan bagian yang ada dalam perusahaan, biaya dikelompokkan menurut struktur organisasi perusahaan yang bersangkutan. Menurut penggolongan ini departemen dianggap pusat biaya.

Bagian-bagian yang ada dalam perusahaan industri dapat dibagi kedalam dua kelompok, yaitu :

1. Product departement,

Bagian-bagian yang langsung berhubungan dengan barang yang diproduksi. Pekerjaan dilakukan secara manual dan mesin yang melaksanakan secara langsung barang yang diproduksi.

2. Service Departement.

Bagian-bagian yang tidak langsung ikut dalam produksi, tetapi memberikan suatu jasa yang : bermanfaat bagi departemen lainnya.

Dengan penggolongan ini maka manajemen dapat menentukan mana biaya pelayanan untuk dapat dimasukkan kedalam biaya overhead pabrik.

add. 6. According to their nature as common and / or joint cost,

Menurut sifatnya sebagai biaya bersama atau biaya gabungan. Menurut penggolongan ini biaya digolongkan menjadi :

1. Common Cost,

Adalah biaya dari fasilitas, atas jasa-jasa yang dipakai dalam dua periode akuntansi atau lebih, hubungan dengan produksi belum dapat ditetapkan secara langsung.

2. Joint Cost,

Terjadi jika produksi dari suatu barang hanya satu lebih barang lain dibuat pada saat yang sama maupun mempunyai nilai penting.

Dengan melihat definisi diatas jelaslah perbedaan diantara keduanya, Common cost (biaya bersama) merupakan pengeluaran modal, sedangkan joint cost (biaya gabungan) baru terjadi jika pada saat memproduksi berbagai barang dengan waktu yang bersamaan.

add. 7. For planning and control,

Untuk perencanaan dan pengendalian,

Yang dimaksud dengan penggolongan ini adalah adanya standard cost (biaya standar).

Biaya standar merupakan alat utama bagi manajemen dalam memecahkan masalah pengelolaan dan digunakan untuk pengendalian.

add. 8. For analytical processes

Untuk proses analisa

Biaya sebagai suatu dasar analisa adalah biaya taksiran yang mungkin terjadi jika salah satu dari berbagai pilihan tindakan dilaksanakan.

Jadi biaya ini akan terjadi jika salah satu dari berbagai pilihan diambil salah satunya oleh manajemen untuk dilaksanakan. Dengan biaya-biaya taksiran ini, manajemen dapat mengambil keputusan apakah pilihan-pilihan yang diambil tersebut dilaksanakan atau tidak.

2.2.3. Biaya Tetap dan Jenis-jenis Biaya Variabel,

Tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimum dan konsisten dengan pertumbuhan jangka panjang dari perusahaan yang bersangkutan.

Karena laba tidak terjadi dengan sendirinya, maka laba harus direncanakan terlebih dahulu. Cara perencanaan ...

laba sebuah perusahaan industri adalah dengan menentukan volume produksi yang diharapkan dapat mencapai perolehan laba serta menaksir biaya yang dibutuhkan untuk mencapai volume produksi yang diharapkan tersebut.

Dalam hubungannya dengan volume produksi biaya yang dibebankan biasanya terdiri dari ;

1. Biaya tetap (Fixed Cost)
2. Biaya variabel (Variable Cost)
3. Biaya semi variable

Berikut ini uraian atas ketiga jenis biaya tersebut,

1. Biaya tetap (Fixed Cost),

Biaya tetap mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- a). Sampai volume produksi tertentu jumlahnya secara total tetap.
- b). Secara unit semakin tinggi tingkat produksi jumlahnya semakin menurun.
- c). Dibebankan ke departemen berdasarkan manajemen atau berdasarkan metode alokasi biaya.
- d). Pengawasannya merupakan tanggung jawab dari manajemen puncak.

oleh karena itu biaya tetap seringkali didefinisikan sebagai biaya produk tidak langsung, tetap seperti berikut dibawah ini. Matz and Usry. ¹¹⁾

11) Matz, Adolph and Usry, Milton.
Opcit, hal : 46.

FIXED FACTORY OVERHEAD

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Salaries of production executive - Depreciation - Property tax - Patent amortization - Rent | <ul style="list-style-type: none"> - Wages of security guards, janitors, and fire fighters - Maintenance and repairs of building and grounds - Insurance property and liability |
|---|--|

2. Biaya variabel (variable cost)

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya secara total dipengaruhi oleh volume produksi. Adolph Matz, and Milton F. Uery. menyatakan karakteristik biaya variabel sebagai berikut :

- a). Secara total jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan volume produksi (secara proporsional)
- b). Secara unit jumlahnya konstan dan tidak terpengaruh oleh perubahan volume produksi.
- c). Dapat dibebankan ke departemen operasi dengan mudah dan tepat.
- d). Pengendalian merupakan tanggung jawab kepala departemen masing-masing. 12)

12) Matz, Adolph and Uery, Milton.
Ibid, hal : 46.

Menurut Gordon Shillinglaw, ditinjau dari bahasa ilmu ekonomi, semua kelebihan biaya yang diperlukan untuk beroperasi pada tingkat produksi 0 (nol), dinamakan biaya variabel. Bagi seorang pengusaha variabel cost menunjukkan biaya-biaya yang perubahannya merupakan akibat yang lazim atas perubahan yang relatif kecil dalam volume.¹³⁾

Biaya variabel tidak selamanya meningkat secara proporsional dengan kenaikan Volume produksi. Adolph Matz and Milton F. Usry, mengemukakan, ditinjau dari variabelitasnya, sifat perubahannya sebagai berikut :

1. Proporsional, yaitu kenaikan biaya sama dengan kenaikan volume produksi.
2. Progresif, yaitu kenaikan biaya lebih besar dari pada kenaikan volume produksi.
3. Degresif, yaitu kenaikan biaya lebih kecil dari pada kenaikan produksi.¹⁴⁾

Sifat perubahan yang proporsional sebenarnya merupakan biaya variabel rata-rata yang menunjukkan bahwa jumlah biaya tersebut konstan untuk semua volume aktivitas sampai mencapai kepastian penuh.

Karena variabelitas ini untuk memudahkan analisa maka, biasanya biaya variabel digambarkan dengan garis lurus yang diasumsikan sebagai taksiran yang paling tepat atas hubungannya antara biaya total dengan volume produksi dalam gugusan volume yang cukup luas. ¹⁵⁾

-
- 13) Shillinglaw Gordon.
"Cost Accounting Analysis and Control" hal : 42.
- 14) Matz Adolph and Usry Milton
Op cit, hal : 41-42.
- 15) Shillinglaw Gordon.
op cit, hal :42.

Kecuali biaya bahan langsung (direct material), dan upah langsung (direct labour), yang termasuk kedalam biaya variabel menurut Matz and Usry, adalah sebagai berikut : 16)

VARIABLE FACTORY OVERHEAD

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| - Supplies | - Receiving costs |
| - Fuel | - Hauling with in plant |
| - Small tools | - Royalties |
| - Soilage, salvage, and | - Communication cost |
| reclamation expences | - Overtime premium |

3. Biaya Semi Variabel

Diantara kedua kategori biaya tersebut diatas, ada biaya-biaya yang tidak dapat secara langsung digolongkan kedalam kategori sebagai biaya tetap maupun biaya variabel akan tetapi disebabkan oleh biaya-biaya tersebut mengandung kedua unsur biaya tersebut. Biaya-biaya semacam ini disebut dengan biaya semi variabel.

Sebagai contoh : Biaya pemakaian listrik, dimana ada konsumsi listrik yang tidak mempengaruhi produksi yang dihasilkan, akan tetapi ada pula yang langsung dipengaruhi oleh volume produksi.

16) Matz, Adolph and Usry, Milton.
Ibid, hal : 46.

Matz and Usry, memberikan gambaran sebagai berikut : 17)

SEMIVARIABLE FACTORY OVERHEAD

- | | |
|-----------------------------------|---|
| - Supervision | - Maintenance and repairs |
| - Inspection | of machinery and equipment |
| - Payrol departement services | - Compensation insurance |
| - Factory office services | - Health and accident insurance |
| - Material and inventory services | - Payrol taxes |
| - Cost departement services | - Industrial relations and employees welfare expenses |
| | - Heat, Light, and Power |

Untuk tujuan praktis, maka semua biaya produksi dan biaya komersial harus dikelompokkan kedalam biaya variabel, dengan demikian biaya semi variabel harus di pisahkan kedalam biaya tetap dan biaya variabel. Cara pemisahan biaya semi variabel dapat dikategorikan sebagai biaya tetap maupun biaya variabel sebagai berikut :

1. Hitorial approach ; yaitu dengan menggunakan metode statistik 18)
2. Pendekatan Analitis, merupakan pendekatan yang mempertimbangkan kondisi-kondisi yang tidak terduga dan diperkirakan terjadi dimasa yang akan datang 19)

17) Matz, Adolph and Usry, Milton.
Ibid, hal : 47.

18) Ibid, hal : 519 - 525.

19) Ibid, hal : 516 - 519.

add. 1. Pendekatan historis: (historical approach)

Da lam pendekatan ini adalah untuk menentukan berapa besar biaya tetap dan berapa besar biaya variabel dilakukan dengan jalan menganalisa tingkah laku biaya dimasa lalu. Jadi pada hekekatnya pendekatan historis angka-angka selama beberapa bulan dikumpulkan dan kemudian biaya-biaya itu dihitung berdasarkan metode-metode statistik, yaitu:

a. High and low point method

metode titik maksimum, pada ini harus di ketahui dua tingkat kegiatan, yaitu kegiatan tertinggi beserta tingkat kegiatan terendah dan tingkat biaya yang dikeluarkan setelah itu dicari selisih antara tingkat kegiatan tertinggi dan tingkat kegiatan terendah, demikian pula selisih biayanya. Sedangkan selisih biaya dibandingkan dengan selisih tingkat kegiatan itu merupakan biaya variabel perunitnya. Untuk mencari biaya tetapnya dengan jalan mengurangi total biaya dengan volume kegiatan dikalikan biaya variabel perunitnya.

b. Least square method

Metode regresi sederhana ini beranggapan bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk garis lurus dengan persamaan :

$$Y = a + bx.$$

Dimana , Y = Jumlah biaya semi variabel

a = Jumlah biaya tetap

b = Biaya variabel perunit

x = Volume kegiatan

Rumus untuk menghitung a dan b, adalah sebagai berikut :

$$a = \frac{Y - bx}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot xy - x \cdot y}{nx^2 - (x)^2}$$

Sedangkan untuk mencari komponen a dan b diperlukan tabel sebagai berikut :

waktu (n)	biaya = y	Volume / kegiatan	xy	x ²
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
n = xx	y = xxx	y = xxx	xy=xx	x ² =xx

c. Scattergraph method

Metode titik sebar ini menggunakan diagram scatter, variabilitas biaya dicari dengan garis lurus secara visual diantara titik-titik berbagai biaya dari berbagai tingkat kegiatan. Perpotongan garis tersebut dengan garis vertikal ditentukan biaya tetap, dan selisih merupakan biaya variabel.

add.2. Pendekatan analitis,

Dalam pendekatan analitis ini diperlukan kerjasama antara staff penyusun budget dengan bagian teknik, dimana pada pendekatan ini setiap elemen biaya dianalisa satu-persatu dengan mengingat perlu atau tidaknya biaya tersebut dengan cara bekerja yang efisien.

2.3. Analisa Break-even

Sebagian dari pada fungsi manajemen adalah planning atau perencanaan, dimana perencanaan ini merupakan salah satu faktor penting dalam suatu perusahaan, karena akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Salah satu alat yang sering digunakan dalam perencanaan laba bagi perusahaan adalah analisa Break-even.

Adapun analisa break-even itu bukanlah tujuan dari perusahaan dalam operasinya, karena umumnya perusahaan ingin mendapatkan laba pada tingkat tertentu.

Untuk jelasnya dapat dilihat dari beberapa pendapat para ahli mengenai analisa Break-even ;

Ronald M. Copeland and Paul E. Dascher,

"A planning model that considers the inherent relationship among price, cost structure, profit, and volume. The model is a mathematical expression of a generalized income statement, and is frequently referred to as a Break-even model" 20)

Dari pendapat tersebut dapat dijelaskan bahwa yang dinamakan Break-even adalah suatu contoh dari pada perencanaan yang menegaskan hubungan antara harga, biaya, laba, dan volume penjualan / produksi, dimana contoh tersebut berupa perhitungan matematik yang berasal dari data laporan rugi / laba perusahaan.

Drs. Miskul Firdaus, mendefinisikan Break-even sebagai berikut :

"Analisa Break-even adalah suatu cara atau teknik yang dipergunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui pada tingkat penjualan atau volume produksi berapa perusahaan tersebut tidak laba dan tidak rugi. Dengan kata lain analisa Break-even adalah suatu cara untuk melihat tingkat produksi / penjualan, harga jual biaya produksi, laba dan rugi." 21)

20) Copeland, Ronald M.

"Managerial Accounting", seventh edition ; John Wiley and sons Inc, New york, 1978. hal : 617.

21) Firdaus Miskul, Drs.

"Analisa laporan Keuangan", Penerbit Keluarga UBN - Veteran Jakarta, 1986. hal : 94.

J. Fred Weston and Eugene F. Brigham , mengatakan bahwa :

"Analisa pulang pokok adalah pendekatan perencanaan laba secara formal yang didasarkan atas hubungan yang tetap antara biaya dan pendapatan. Analisa ini merupakan alat untuk titik dimana hasil penjualan persis sama dengan jumlah biayanya. Apabila perusahaan tidak ingin rugi, maka jumlah penjualan harus dapat menutup semua biaya yang tetap tidak berubah, walaupun tingkat produksinya berubah" 22)

Disini Break-even diartikan sebagai pulang pokok

Drs. Bambang Riyanto, menyebutkan, :

"Analisa break-even adalah suatu teknik untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan, dan volume kegiatan. Dalam perencanaan keuntungan, analisa break-even merupakan profit planning approach, yang mendasarkan pada hubungan antara cost dan revenue " 23)

2.3.1. Kegunaan dan Tujuan Break-even.

Apabila digunakan secara wajar, analisa break-even sangat membantu membuat sejumlah keputusan usaha yang penting. Didalam membuat keputusan atas produk yang baru, analisa break-even menolong untuk menentukan volume penjualan yang diperlukan untuk memperoleh keuntungan. Analisa break-even juga memberikan suatu kerangka yang luas untuk mempelajari akibat-akibat dari pada suatu pengembangan umum didalam tingkat operasi. Akhirnya didalam menganalisa program untuk memodernisasikan dan mengotomasiasikan produksi, dimana perusahaan

22) Weston J. and Eugene F. Brigham,
opcit, hal : 68

23) Riyanto Bambang, Drs.
opcit, hal : 291.

tersebut akan menjadikan biaya tetap yang tadinya biaya variabel, analisa Break-even akan menolong untuk menganalisa akibat dari pada pemindahan biaya variabel menjadi biaya tetap tersebut.

Drs. Miskul Firdaus, menyebutkan kegunaan analisa break-even, yaitu :

- " 1. Sebuah dasar untuk profit planning, dengan demikian analisa adalah landasan untuk merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba suatu perusahaan.
2. Sebagai alat pengendali atau controlling perusahaan, dalam suatu periode yang sedang berjalan dengan angka-angka menurut perhitungan break-even.
3. Sebagai dasar untuk menentukan harga jual per-unit.
4. Sebagai alat pembantu dalam mengambil suatu keputusan dalam perusahaan. " 24)

Dengan demikian banyak kegunaan Break-even yang dapat di manfaatkan oleh manajemen , beberapa diantaranya, yang cukup penting adalah :

1. Membantu mengendalikan anggaran.
2. Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan. Berlaku sebagai tanda peringatan untuk manajemen terhadap kesulitan dalam penjualan, jika penjualan secara relatif tidak cukup tinggi dibandingkan dengan biaya yang semestinya. Kenyataan ini akan dapat kita ketahui lebih dini. Dengan demikian akan tersedia

24) Firdaus Miskul, Drs
opcit, hal : 94.

guna mengevaluasi kembali : teknik penjualan, dan jalur produk yang dijual.

3. Menganalisa dampak perubahan volume. Memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan khusus seperti,
 - a) Berapa banyak volume penjualan saat ini yang dapat perusahaan keluarkan agar tidak menderita rugi.
 - b) Berapa banyak laba bila ada kenaikan volume.
4. Menganalisa harga jual dan dampak perubahan biaya, Menunjukkan pengaruh yang mungkin terjadi atas laba.
5. Memberikan bantuan dalam menentukan kemungkinan penghematan dan efisiensi yang dapat melindungi posisi laba perusahaan.
6. Menganalisa bauran produk, memberikan bantuan dalam menentukan produk mana yang mungkin harus di tingkatkan dan yang harus dihapuskan.
7. Menilai keputusan-keputusan, memberikan saran guna menilai lebih dahulu pengeluaran modal yang di usulkan yang dapat merubah struktur biaya dari perusahaan. 25)

25) ~~Firdaus~~ Miskul, Drs.
~~Ibid.~~, hal : 94 - 95.

Tujuan analisa Break-even,

Drs. Munawir, menyebutkan :

"Analisa break-even tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang break-evennya saja akan tetapi analisa Break-even mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan, mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh labamenurut tingkat penjualan yang bersangkutan. Hasil analisa break-even disamping memberikan gambaran tentang hubungan antara biaya, volume produksi dan laba juga akan membantu atau memberikan informasi maupun pedoman kepada manajemen dalam memecahkan masalah-masalah lain yang dihadapinya. Misalnya : masalah penambahan atau penggantian fasilitas pabrik atau penggantian aktiva tetap, ini memungkinkan ditinjau dari segi ekonomi ? , atau apakah dengan penambahan atau penggantian aktiva ini akan menguntungkan bagi perusahaan ?. Kegunaan lain dari analisa break-even bagi manajemen bantuannya dalam pengambilan keputusan menutup usaha atau tidak (dapat memberikan informasi kapan usaha tersebut dihentikan saja) " 26)

Sedangkan Matz and Usry, mengemukakan :

"The break-even analysis, the construction of break-even charts, and the related cost-volume-profit. Analysis constitute another area of cost accounting providing management with cost and profit data required for profit planning, policy formulating, and decision making " 27)

Analisa break-even, bentuk bagan-bagan break-even, analisa biaya-volume-laba mendasari bagian lain dari ...

-
- 26) S. Munawir, Drs.
"Analisa Laporan Keuangan", Penerbit Liberty Yogyakarta, 1983. hal : 209.
- 27) Matz, Adolph and Usry, Milton F.
opcit, hal : 638.

akuntansi biaya untuk melengkapi manajemen dengan data biaya dan laba yang dibutuhkan untuk perencanaan laba, perumusan kebijaksanaan, dan pembuatan keputusan.

Dengan melihat uraian diatas mengenai tujuan analisa break-even dari para ahli maka dapat dikatakan bahwa tujuan analisa break-even adalah :

1. Mengevaluasi tujuan: laba dari perusahaan secara keseluruhan.
2. Menyajikan data-data biaya dan laba kepada manajemen yang diperlukan untuk pengambilan keputusan-keputusan dan perumusan-perumusan kebijaksanaan.
3. Menyajikan suatu grafik sebagai suatu bentuk laporan yang sederhana, mudah dibaca dan dimengerti.

Dengan demikian didalam analisa Break-even kita melakukan pengamatan ataupun perhitungan setiap perubahan biaya, volume, dan laba, sehingga dapat diketahui pengaruh yang terjadi akibat perusahaan tersebut.

Dengan mengetahui pengaruh setiap perubahan biaya dan volume terhadap laba, maka dengan demikian analisa break-even dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan volume produksi dan penjualan oleh manajemen dalam perusahaan.

2.3.2. Perhitungan Break-even

Seperti telah diketahui perencanaan volume produksi, penjualan dan laba adalah merupakan tugas manajemen keuangan yang sangat penting dan sekaligus merupakan alat pengendali bagi manajemen dalam operasi perusahaan, dan dapat dipergunakan sebagai ukuran bagi keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan, sebelumnya perencanaan produksi, penjualan dan laba sangat diperlukan sekaligus oleh manajemen untuk mengetahui tingkat break-even, yang mana didalam break-even tersebut besarnya penghasilan atau penjualan sama atau seimbang dengan total biaya yang dikeluarkan.

Untuk mengetahui tingkat break-even, perlu adanya suatu perhitungan. Menurut Matz and Usry, sebagai berikut : "The computation of the break-even point can be summarized in the following formula"

Perhitungan break-even point dapat dikhtisarkan dalam rumus berikut :

$$\text{Break-even sales volume in dollars} = \frac{\text{total fixed expences}}{1 - \frac{\text{total variabel expences}}{\text{total sales volume in dollare}}}$$

an alternative formula is :

sebuah rumus pengganti adalah :

$$\text{Break-even sales volume in dollers} = \frac{\text{total fixed expences}}{\text{contribution margin ratio}}$$

The contribution margin ratio in this alternative. Formula equals the denominator in the previous formula ; i.e.

contribution margin dalam rumus pengganti ini sama dengan penyebut terdahulu.

$$1 - \frac{\text{total variable expences}}{\text{total sales volume in dollars}}$$

The break-even point can also be computed in units. Dividing total fixed costs by contribution margin perunits, the break-even point in units is obtained

Break even point dapat juga dihitung dalam unit. membagi total biaya dengan contribution margin per-unit, break-even point dalam unit adalah :

$$\text{Break-even sales volume in units} = \frac{\text{total fixed expences}}{\text{contribution margin per unit}}$$

Should be break-even sales volume in dollars be determined first. Be units can be found by dividing dollars sales by the unit sales price :

dapat juga volume penjualan break-even dalam doolar ditentukan terlebih dahulu, break-even dalam unit akan didapat dengan membagi penjualan dalam dollar dengan harga unit :

$$\frac{\text{Break-even sales volume in dollars}}{\text{unit sales price}} \quad *28)$$

28). Matz, Adolph and Usry, Milton, F.
Ibid, hal : 744 - 745.

Rumus-rumus diatas tidak akan mengalami kesulitan bila yang dihitung hanya break-even satu macam produk saja, tetapi lain halnya jika yang dihitung adalah break-even dua macam produk atau lebih dimana untuk menghitung break-even dua macam produk atau lebih tersebut terdapat pula asumsi-asumsi dasar.

Bambang Riyanto, mengemukakan :

"Salah satu asumsi dasar dalam analisa break-even bagi suatu perusahaan yang menghasilkan dua macam produk atau lebih ialah tidak hanya adanya perubahan dalam 'sales-mix'-nya.

'sales-mix' menggambarkan perimbangan sales revenue antara beberapa macam produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Bila ada perubahan 'sales-mix' , maka break-even point-nya secara totalitas akan berubah." 29)

Dengan demikian dalam menghitung break-even dua macam produk atau lebih, masing-masing komponen dalam rumus break-even harus dihitung terlebih dahulu totalitasnya, kemudian menghitung perbandingan sales-mix dari produk-produk yang dihasilkan, yakni perbandingan dari hasil penjualan produk-produk tersebut yang berguna untuk mengting besarnya hasil penjualan masing-masing produk dalam break-even.

Disamping itu perbandingan produk-mix dari masing-masing produk yang dihasilkan harus diketahui pula, dimana hal tersebut menunjukkan perbandingan jumlah unit yang terjual

29) Riyanto Bambang, Drs.
opcit, hal : 302.

yang mana perbandingan itu akan digunakan untuk mengevaluasi hasil perhitungan, hasil penjualan masing-masing produk dalam break-even mix, dan sesuai dengan ketentuan produk-mix tersebut, maka break-even dalam dua macam produk atau lebih tidak berarti bahwa masing-masing produk harus dalam keadaan break-even. Dapat saja terjadi produk yang satu mengalami keuntungan atau bahkan masing-masing produk dalam keadaan break-even, sehingga secara keseluruhan perusahaan tidak mendapatkan keuntungan maupun menderita kerugian.

Dengan melihat uraian diatas mengenai perhitungan break-even dapat dilihat bahwa komponen dari pada rumus-rumus break-even tersebut adalah terdiri dari fixed cost, (biaya tetap), variable cost (biaya variabel), dan volume penjualan (sales), dimana ketiga komponen tersebut merupakan faktor-faktor yang sangat berpengaruh didalam melakukan analisa break-even, seperti ditunjukkan didalam rumus berikut, menurut Drs. Bambang Riyanto :

"Perhitungan break-even point atas dasar unit :

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

Dimana,

P = harga jual per unit

V = biaya variabel per unit

FC= biaya tetap

Q = jumlah unit / kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual. 30)

30) Riyanto Bambang, Drs.
Ibid, hal : 297.

Perkembangan informasi dari analisa break-even adalah penggunaan margin safety yang mana didapat dari besarnya penjualan pada break-even.

Matz and Usry mengemukakan sebagai berikut :

$$\text{Margin of safety ratio} = \frac{\text{selected sales figure} - \text{break-even sales}}{\text{selected sales figure}}$$

"The margin of safety indicates how much sales may decrease before the company will suffer a loss. The margin of safety is directly related to profit. Margin of safety menunjukkan seberapa penjualan boleh berkurang sebelum menderita kerugian. Margin of safety mempunyai hubungan langsung dengan laba." 31)

$$\text{Profit} = \frac{\text{contribution margin}}{\text{ratio}} \times \frac{\text{margin safety of}}{\text{ratio}}$$

Dengan melihat uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa margin of safety merupakan penjualan minimal yang harus dicapai oleh perusahaan untuk mencapai laba yang diinginkan, dan besarnya margin of safety ratio yang dinyatakan dalam prosentase.

Margin of safety mempunyai hubungan langsung dengan laba, prosentase laba dapat diketahui dengan cara mengalikan besarnya contribution margin ratio dengan besarnya margin safety of ratio.

Dengan demikian dari analisa break-even didapat berbagai perhitungan yang berguna bagi manajemen untuk...

31) Matz, Adolph and Usry, Milton, F.
opcit, hal : 754 - 755.

perencanaan dan pengendalian serta pengambilan keputusan didalam perusahaan.

Akhirnya setelah melakukan perhitungan break-even makaperhitungan tersebut diikhtisarkan kedalam bagan atau gambar break-even, dengan caramenyajikan bagan atau gambar tersebut, dikemukakan oleh,

Matz and Usry, sebagai berikut :

1. A horizontal baseline, The X-axis, is a drawn and spaced into equal distances to represent the sales volume in number of units.

Suatu garis dasar horisontal, sumbu X, digambar dengan jarak dan jauhnya sama dengan mewakili volume penjualan dalam dollar atau dalam nomor dari jumlah unit.

2. A vertical line, the Y-axis, is drawn at the extreme left and right. Sides of charts. The Y-axis at the left is spaced into equal parts and represent sales and cost in dollars.

Suatu garis vertikal, sumbu Y digambar pada sebelah kiri dan kanan yang jaraknya sama pada masing masing bagian dan mewakili penjualan dan biaya-biaya dalam dollar.

3. A fixed cost line is drawn parralel to the X-axis at the point of the Y-axis.

Sebuah garis biaya tetap digambar paralel dengan sumbu X dari titik pada sumbu Y.

4. A total cost line is drawn from the fixed cost point on the Y-axis to the cost point on the right side of the Y-axis.

Sebuah garis biaya total digambar dari titik biaya

tetap pada sumbu Y dengan titik biaya pada sebelah kanan sumbu Y.

5. The sales line is drawn from the O point at the left (the intersection of X-axis and Y-axis) to the point on the right Y-axis.

Garis penjualan digambar dari titik O pada sebelah kiri (perpotongan dari sumbu X dan sumbu Y) menuju titik pada sebelah kanan dari sumbu Y.

6. The total cost line intersects the sales line at the break-even point representing sales or unit of sales.

Garis biaya total memotong garis penjualan pada titik break-even yang mewakili penjualan dalam unit.

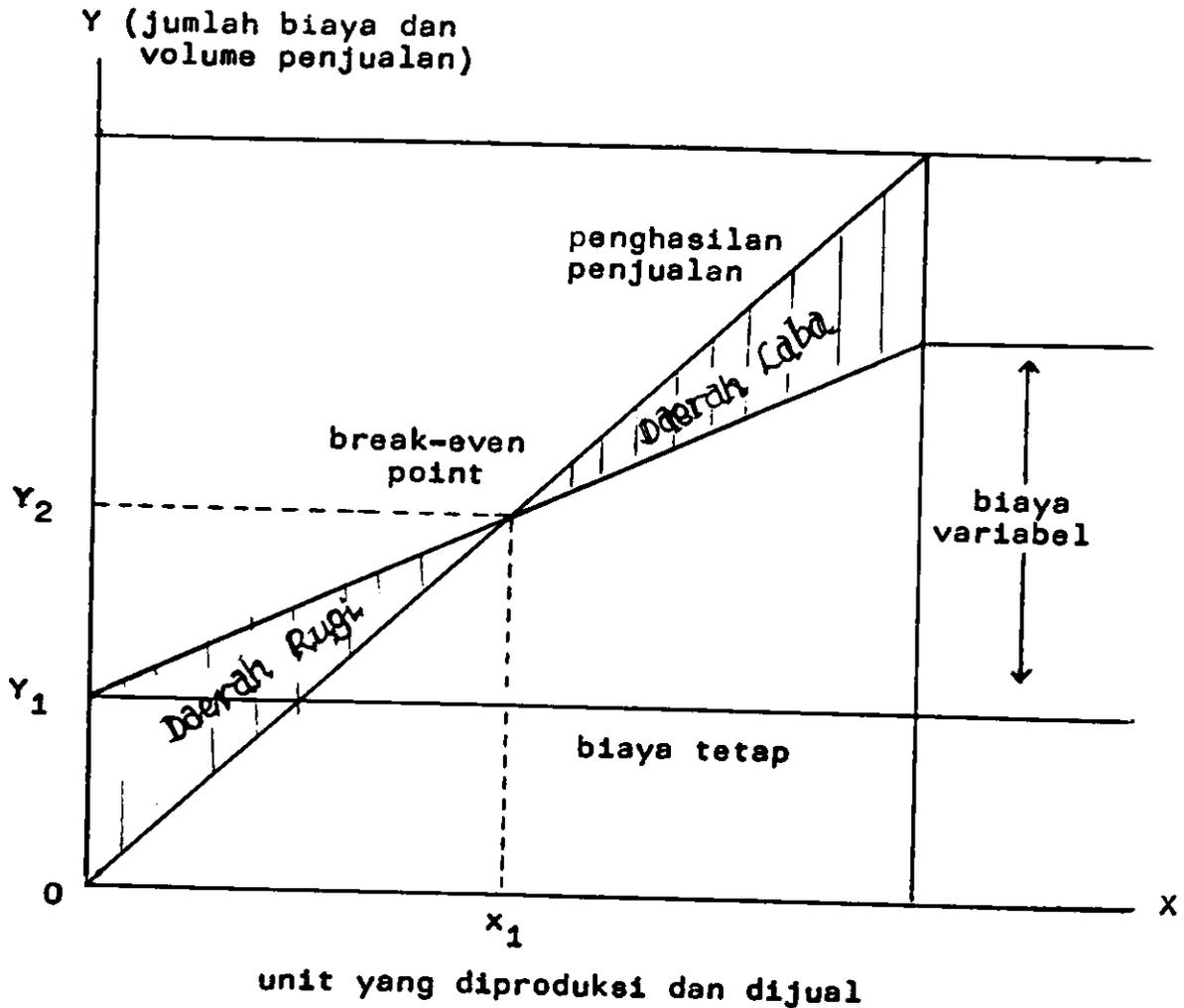
7. The shaded area to the left of break-even point is the loss area while the shaded area to the right of break-even point is the profit area.

Daerah sebelah kiri titik break-even adalah daerah rugi, sedangkan daerah sebelah kanan adalah daerah laba. 32)

32) Matz, Adolph and Usry, Milton, F.
Ibid, hal : 745 - 747.

Gambar grafik Break-even dengan melukiskan garis biaya tetap sejajar dengan sumbu X dan dibawah garis biaya variabel

(Gambar 4.1)

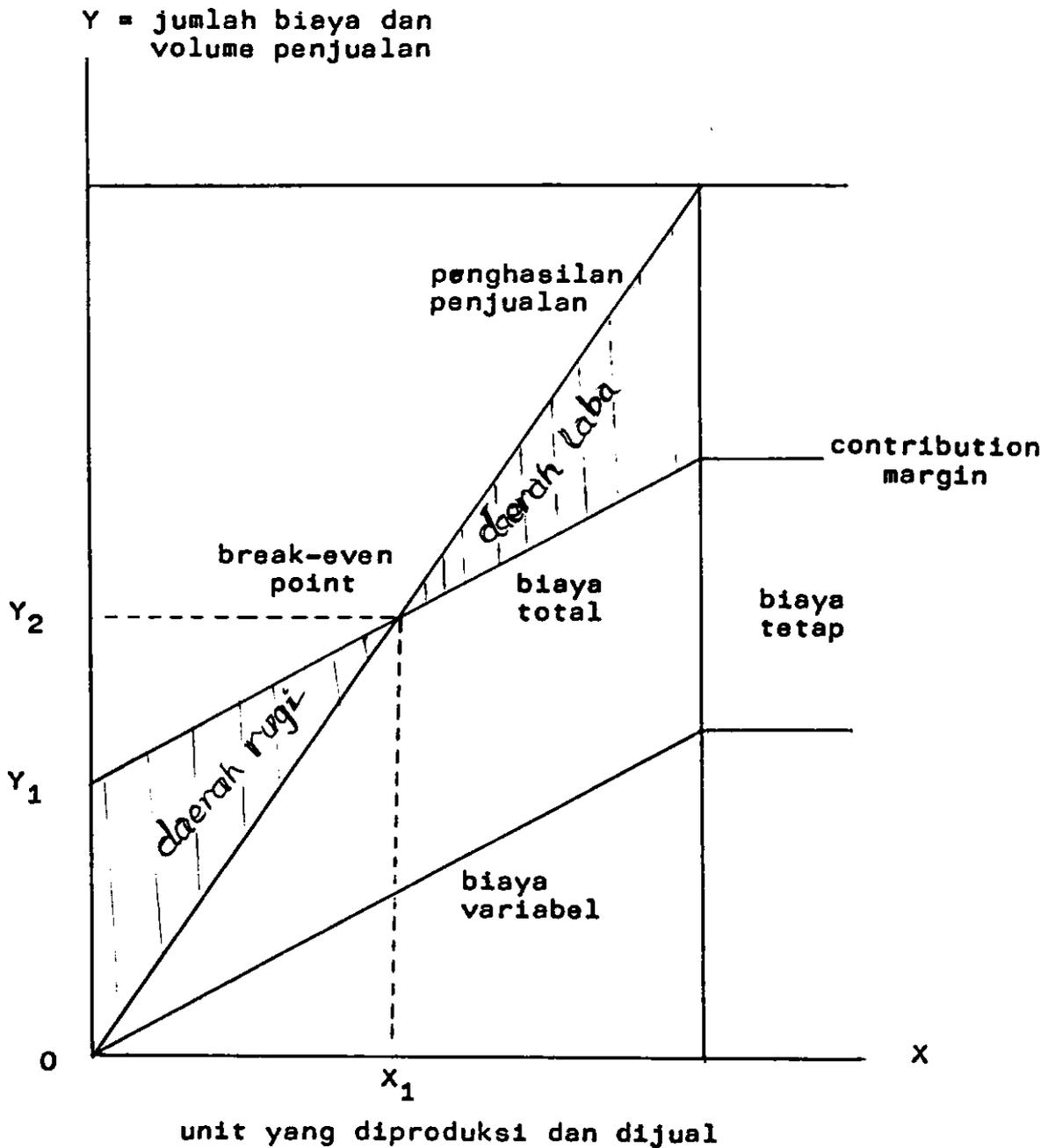


"Many analysts prefer an alternative chart in which the variable cost are drawn first, and fixed cost are superimposed on the variable cost line."

"Beberapa analis lebih menyukai sebuah gambar pengganti yang mana biaya variabel digambar terlebih dahulu dan biaya tetap diatas garis biaya variabel"

Gambar grafik Break-even dengan melukiskan garis biaya tetap diatas dan sejajar dengan garis biaya variabel.

(Gambar 4.2)



2.3.3. Keterbatasan-Keterbatasan Break-even

Analisa break-even akan berguna pada waktu mempelajari hubungan antara volume, harga dan biaya. Oleh karena itu analisa ini akan berguna dalam penetapan harga jual (pricing), pengendalian biaya (cost control) dan pengambilan keputusan tentang program perluasan, tetapi sebagai pedoman atas tindakan perusahaan ia juga mempunyai batasan batasan.

Didalam menganalisa break-even termasuk menghitung dan mengumpulkan angka-angka yang dihitung tersebut, analisa break-even menetapkan syarat-syarat tertentu. Jika syarat-syarat tersebut tidak ada kenyataannya, maka harus diadakan atau dianggap ada, atau diperlakukan seperti dipersyaratkan. Inilah yang disebut keterbatasan, dan keterbatasan itu diperlukan agar dapat menganalisa break-even. Seperti dikemukakan oleh ;

Drs. S. Munawir, Ak.

anggapan dan keterbatasan Break-even :

- " a. Bahwa biaya harus dapat dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya variabel, dan prinsip variabilitas biaya dapat diterapkan dengan tepat. Pada prakteknya untuk memisahkan biaya tetap dan biaya variabel dengan tepat bukanlah merupakan pekerjaan yang mudah, karena pada beberapa biaya yang sifatnya benci, yaitu biaya yang mempunyai sifat variabel dan sifat tetap (merupakan biaya semi variabel atau semi tetap).

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

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

- b. Bahwa biaya tetap secara keseluruhan akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh. biaya tetap adalah merupakan biaya yang selalu akan terjadi walaupun perusahaan berhenti operasi.

Pada umumnya perusahaan yang dapat memproduksi dalam jumlah besar (tanpa melampaui kapasitas penuh) akan dapat bekerja dengan efisien dan akan dapat menekan biaya yang terjadi termasuk biaya tetapnya. Dengan demikian pada batas-batas tertentu atau pada tingkat-tingkat kapasitas produksi atau kegiatan tertentu biaya tetap akan mengalami perubahan. Oleh karena itu biaya tetap hanya akan konstan pada suatu tingkat kapasitas tertentu.

- c. Bahwa biaya variabel akan berubah secara proporsional (sebanding) dengan perubahan volume penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan. Keadaan yang demikian dalam praktek jarang terjadi, misalnya biaya variabel yang berupa bahan mentah dalam jumlah besar yang berarti

akan diperoleh potongan-potongan atau dapat dibeli dengan harga yang lebih murah.

- d. Harga jual persatuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum. Hal yang demikian sulit ditemukan dalam kenyataan atau praktek.
- e. Bahwa hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualannya (sales mix) akan tetap konstan. " 33)

2.3.4. Pengaruh Perubahan Biaya pada Break-even Point

Telah diuraikan dimuka bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap break-even adalah biaya tetap, biaya variabel dan volume penjualan. Apabila ketiga faktor tersebut berubah, maka dengan sendirinya break-even akan berubah pula.

D. Hartanto, mengemukakan :

"Jika biaya variabel per unit berubah, maka contribution margin ratio dan break-even point akan berubah dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak berubah maka perubahan pada biaya tetap akan merubah break-even point dengan prosentase yang sama." 34)

Dengan melihat pendapat dari D. Hartanto, tersebut, maka dapat kita ketahui pengaruh dari biaya-biaya tersebut terhadap break-even, menjadi lebih besar dari break-even semula, dengan asumsi faktor-faktor lain tidak berubah.

33) S. Munawir, Drs.
opcit, hal : 197 - 198.

34) Hartanto, D.
"Akuntansi Untuk Usahawan", Edisi ke-5, Penerbit FEUI,
1981. hal ; 131.

Sedangkan penurunan pada biaya tetap akan mengakibatkan penurunan pula pada break-even semula, sehingga break-even yang baru menjadi lebih kecil, tentunya dengan asumsi faktor-faktor lainnya tidak berubah. Kemudian kenaikan variabel dengan asumsi bahwa faktor-faktor lainnya tidak berubah akan mengakibatkan contribution margin menjadi lebih kecil dari semula, sehingga besarnya break-even akan menjadi lebih besar dari break-even semula. Sedangkan penurunan biaya variabel dengan asumsi faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan, akan mengakibatkan contribution margin menjadi lebih besar.

Seperti dikemukakan Sigit Soehardi :

- a. Bahwa biaya-biaya yang terjadi didalam perusahaan yang bersangkutan (yang dihitung break-even-nya) dapat diidentifikasi (ditetapkan) sebagai biaya variabel atau sebagai biayatetap. Biaya-biaya yang meragukan apakah sebagai biaya variabel atau sebagai biaya tetap, harus tegas-tegas dimasukkan kedalam salah satu, apakah 'variabel' atau 'tetap' Semi variabel dimasukkan kedalam biaya variabel, dan semi tetap dimasukkan kedalam biaya tetap. Hanya ada dua kelompok biaya yaitu, 'biaya variabel' dan 'biaya tetap' saja, apabila kita menghitung dan membuat analisa break-even.
- b. Bahwa yang ditetapkan sebagai biaya tetap itu akan konsisten, tidak mengalami perubahan, meskipun volume produksi atau penjualan berubah.
- c. Bahwa yang ditetapkan sebagai biaya variabel itu akan tetap sama, jika dihitung biaya per unit produksi, berapapun kuantitas unit yang diproduksi.

Jika kegiatan produksi berubah, biaya variabel itu berubah proporsional dalam jumlah keseluruhannya, sehingga biaya per unitnya akan tetap sama.

- d. Bahwa harga jual per unit akan tetap sama, berapa pun banyak unit produk yang dijual. Harga jual per unit tidak akan turun meskipun pembeli membeli banyak, juga sebaliknya. Sedikit ataupun banyak yang dibeli, harga per unit tidak akan mengalami perubahan.
- e. Bahwa perusahaan yang bersangkutan menjual / memproduksi hanya satu jenis barang. Jika ternyata memproduksi / menjual lebih dari satu jenis produk, maka produk-produk itu harus dianggap sebagai satu jenis produk dengan kombinasi (mix) yang selalu tetap.
- f. Bahwa ada sinkronisasi didalam perusahaan yang bersangkutan antara produksi dan penjualan, barang yang diproduksi itu terjual dalam periode yang bersangkutan. Jadi tidak ada sisa produksi atau persediaan akhir periode ataupun pada awal periode.
Jika biasanya ada atau terdapat persediaan akhir, maka persediaan itu dianggap telah terjual.
Jadi perhitungan break-even tidak mengakui adanya persediaan. 35)

35) Sigit Soehardi.

"Analisa Break-even Ancangan Linear secara Ringkas dan Praktis", Edisi Pertama, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1987. hal : 3 - 4.

2.4. Analisa Break-even untuk Menentukan Kebijakan dalam Menetapkan Volume Produksi dan Penjualan.

Sebagaimana kita ketahui bahwa analisa break-even adalah suatu cara untuk mengetahui keterkaitan antara penjualan, produksi, harga jual; biaya, rugi dan laba suatu perusahaan. Dengan mengetahui keterkaitan tersebut analisa break-even dapat dipergunakan untuk membantu dalam menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan oleh pihak manajemen.

Salah satu peran analisa break-even adalah sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Sehingga pihak manajemen dapat mengambil keputusan tertentu, dengan terlebih dahulu mengetahui berapakah tingkat titik break-evennya, dimana pada keadaan tersebut perusahaan tidak mendapatkan laba dan tidak menderita kerugian.

Didalam menggunakan analisa break-even ini pihak manajemen juga harus mengetahui keterbatasan-keterbatasan sebagai persyaratan didalam menganalisa, mengumpulkan dan menghitung angka-angka yang dihitung tersebut. Salah satu keterbatasan dalam pengaplikasian analisa break-even ini adalah bahwa ada sinkronisasi antara produksi dan penjualan barang yang diproduksi itu terjual dalam periode yang bersangkutan, jadi tidak ada sisa produk atau persediaan akhir ataupun persediaan awal.

Jadi perhitungan analisa break-even tidak mengakui adanya barang persediaan.

Pada perusahaan industri yang disamping memproduksi juga menjual produk yang dihasilkan, keterbatasan dalam analisa break-even tersebut di atas sangatlah tepat meskipun begitu bukanlah berarti tidak berlaku pada perusahaan penjualan, yaitu yang mendapatkan. Penerimaan (revenue) dari hasil penjualan barang tertentu, dimana barang tersebut bukan dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Dalam perusahaan industri seperti yang dimaksud penulis diatas, analisa break-even untuk menentukan kebijaksanaan didalam menetapkan volume produksi dan penjualan. Adalah dengan tujuan utamanya pencapaian laba (profit planning). Masalah yang terjadi dalam perusahaan industri tersebut biasanya berkisar pada volume produksi dan penjualan untuk periode yang akan datang. Apakah biaya perlu dirubah dan lain sebagainya. Untuk itulah pihak manajemen harus mengetahui keterkaitan antara biaya secara langsung.

Oleh sebab itu analisa break-even sangatlah berperan dalam menetapkan volume produksi dan penjualan, karena analisa ini dapat menghitung suatu tingkat volume produksi dan penjualan yang paling menguntungkan, serta menganalisa berbagai rencana dan alternatif-alternatif mengenai volume produksi tertentu, ataupun penerimaan ...

dari hasil penjualan volume tertentu, yang pada prinsipnya sebagai usaha untuk pencapaian tujuan perusahaan yang telah ditetapkan semula, yaitu pencapaian laba maksimal yang konsisten dengan pertumbuhan jangka panjang perusahaan.

BAB III
TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

P.T. INDUSTRI SANDANG I, adalah merupakan perusahaan yang terbentuk dari hasil pemecahan perusahaan milik negara, yang bernama P.N. INDUSTRI SANDANG, dan bergerak dibidang tekstil. P.N. Industri Sandang didirikan oleh - LEPPRIN (Lembaga Penyelenggara Perusahaan Industri) pada tanggal 24 - Juli - 1957 . Dan perusahaan ini mengambil lokasi di Jalan Menteng Raya No. 7 Jakarta, dan berada di bawah Departemen Perindustrian.

Pendirian perusahaan ini oleh LEPPRIN berdasarkan atas permintaan dari pemerintah, yaitu untuk mengkoordinasikan pabrik-pabrik pemintalan pertenunan yang sudah ada karena pemerintah pada waktu itu merasa bahwa kebutuhan akan sandang sangat mendesak.

Didalam melaksanakan operasinya P.N. INDUSTRI SANDANG, membawahi dua jenis pabrik, yaitu pabrik pemintalan dan pertenunan.

Untuk pabrik pemintalan, terdiri dari 9 pabrik, yaitu :

1. Pabrik pemintalan Senayan, yang beroperasi dengan kapasitas 30.000 mata pinal
2. Pabrik pemintalan Cipadung, yang beroperasi dengan kapasitas 30.132 mata pinal
3. Pabrik pemintalan Serang, yang beroperasi dengan kapasitas 30.132 mata pinal

4. Pabrik pemintalan Grati, yang beroperasi dengan kapasitas 30.132 mata pinal.
5. Pabrik pemintalan Lawang, yang beroperasi dengan kapasitas 30.000 mata pinal
6. Pabrik pemintalan Tophati, yang beroperasi dengan kapasitas 15.200 mata pinal
7. Pabrik pemintalan Banjaran, yang beroperasi dengan kapasitas 30.384 mata pinal
8. Pabrik pemintalan Bekasi, yang beroperasi dengan kapasitas 30.384 mata pinal
9. Pabrik pemintalan Palembang, yang beroperasi dengan kapasitas 30.384 mata pinal.

Sedangkan untuk pabrik pertenunan, terdiri dari dua pabrik, yaitu :

1. Pabrik pertenunan Madurateks, yang beroperasi dengan 149 mesin tenun.
2. Pabrik pertenunan Makateks, yang beroperasi dengan 60 mesin tenun.

Karena dengan adanya perkembangan yang cukup pesat dalam dunia pertekstilan di Indonesia, maka pada tahun - 1977 pemerintah mengeluarkan peraturan No. 2 tahun 1977, yang berisi tentang penyesuaian dan perubahan badan hukum dari Perusahaan Negara menjadi Perseroan Terbatas, dengan nama PT. INDUSTRI SANDANG, dan dibagi menjadi dua, yaitu:

1. P.T. INDUSTRI SANDANG I, yang berkantor pusat di Jakarta.

2. P.T. INDUSTRI SANDANG 2, yang berkantor pusat di Surabaya.

P.T. INDUSTRI SANDANG I, yang berlokasi di jalan Patal Senayan I No. 5 Jakarta. Pabrik ini resmi berdiri pada tanggal 11 September 1978, berdasarkan Akte Notaris Soelaiman Ardjasasmita, SH. No. 42 tahun 1979, dan beroperasi dengan unit-unit produksi yang terdiri dari :

1. Pabrik pemintalan Senayan.

Pabrik ini pada mulanya berdiri atas dasar kredit pampasan perang Jepang tahun 1962, dan diresmikan pada tanggal 29 Desember 1965, dengan kapasitas 30.000 mata pintal.

Sejak tanggal 13 Agustus 1973, pabrik pemintalan Senayan dirubah menjadi pabrik tekstil Senayan, karena mulai saat itu disamping mempunyai unit pemintalan. juga mempunyai unit pertenunan dan unit penyempurnaan.

Pada tanggal 27 Januari 1977, dalam unit pemintalan diadakan perluasan dengan penambahan kapasitas 30.000 mata pintal dan disebut unit pemintalan II. Sehingga dengan demikian pabrik tekstil Senayan mempunyai 4 unit, yaitu :

- a. Unit Produksi pemintalan I, dengan kapasitas 30.000 mata pintal.
- b. Unit produksi pemintalan II, dengan kapasitas 30.000 mata pintal.

c. Unit produksi pertenuan dengan kapasitas 200 ATM
74 dan 320 ATM. 56.

d. Unit produksi penyempurnaan dengan kapasitas produksi 30 - 120 meter per menit

2. Pabrik pemintalan Cipadung.

Pabrik pemintalan Cipadung-Bandung, berdiri atas dasar kontrak dengan perusahaan Platt Bose Ltd. dari Inggris tahun 1962. Diresmikan pada tanggal 1 Desember 1965 dengan Luas areal 18,4 Ha. Dan mempunyai kapasitas - 30.132 mata pital.

3. Pabrik pemintalan Banjaran.

Pabrik ini berlokasi di daerah Bojong Manggu, Pameungpeuk. Berdiri atas dasar kerja sama ekonomi dan teknik dengan pemerintah Republik Rakyat China, tahun 1965. Akan tetapi akibat terjadinya pemberontakan G 30 S PKI, dimana pada saat itu proyek telah selesai 70%, pihak pemerintah China mengundurkan diri. Akhirnya penyelesaian dilanjutkan oleh pemerintah Jepang, dan diresmikan pada tanggal 20 September 1966. Pabrik ini beroperasi dengan kapasitas 30.384 mata pital.

Sehingga dalam pabrik ini terdapat dua unit produksi, yaitu :

- Unit Produksi Banjaran I
- Unit Produksi Banjaran II, menempati areal 19,6 Ha.

4. Pabrik pemintalan Bekasi.

Pabrik pemintalan ini berdiri tahun 1965 yang dibiayai dengan kredit "Maotes" dari negara Italia, diresmikan pada tanggal 30 Desember 1968, dengan mengambil lokasi di jalan Agus Salim Bekasi. Kapasitas pabrik ini 30.384 mata pinal, dengan luas areal 14,2 Ha.

5. Pabrik pemintalan Palembang.

Pabrik pemintalan ini berdiri tahun 1964, atas dasar kontrak dengan supplier dari Jerman Timur, yaitu Invest Export Dutcher Innen Und Ausen Hansel. Diresmikan pada tanggal 22 September 1969. Beroperasi dengan kapasitas 30.384 mata pinal, dengan luas areal 21 Ha.

Sesuai dengan program pemerintah dalam melaksanakan pembangunan, maka PT. INDUSTRI SANDANG I, yang sekarang berstatus BUMN. mengemban tiga tugas utama, yaitu :

1 . Sebagai pemupuk dana.

Dari perusahaan ini diharapkan dapat berkembang dan mendapatkan laba. Dengan mengemban unit-unit produksi perusahaan sendiri, berarti perusahaan telah ikut membuka lapangan kerja baru dan sekaligus menunjang kebutuhan sandang nasional.

2. Sebagai Stabilisator.

Perusahaan disamping mencari keuntungan, juga mempunyai fungsi yang lain, yaitu ikut menjaga stabilitas ekonomi, oleh karena itu perusahaan ini harus dapat menekan biaya - produksi,

agar harga atas produk yang dihasilkan dapat terjangkau oleh masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian perusahaan ini dapat menjaga suasana perekonomian masyarakat khususnya dalam harga tekstil.

3. Sebagai penggerak pembangunan nasional.

Selain mengembangkan diri sendiri, perusahaan harus dapat meningkatkan laju pertumbuhan nasional, khususnya dalam bidang tekstil. Dalam rangka inilah maka perusahaan dapat membantu pengembangan industri tekstil rakyat dengan sistem bapak angkat. Sehingga diharapkan industri tekstil rakyat dapat hidup dan berkembang menjadi industri yang kuat.

3.2. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN.

Struktur organisasi PT.INDUSTRI SANDANG 1, adalah berdasarkan tanggung jawab dari bawah ke atas, disamping itu didalam organisasinya terdapat unsur staff yang membantu pimpinan dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa struktur organisasinya adalah berbentuk lini dan staf. (lihat lampiran †)
Sedangkan struktur organisasinya perusahaan ini adalah sebagai berikut :

- Direktur Utama,

Direktur Utama dibantu oleh 4 (empat) Direktur, yaitu:

1. Direktur Produksi.
2. Direktur Teknik.

3. Direktur Administrasi Keuangan.

4. Direktur Pemasaran.

Tugas Direktur Utama sebagai pucuk pimpinan adalah :

- a. Menetapkan arah, strategi dan kebijaksanaan pengem
bangan perusahaan.
- b. Menyiapkan rencana dan anggaran kerja tahunan peru
sahaan.
- c. Memberikan pengarahan umum, menetapkan tugas, tang
gung jawab dan wewenang setiap direktur serta peja
bat bawahannya.
- d. Mengkoordinasikan dan mengendalikan semua kegiatan
dari setia p direktur dan pejabat bawahannya.
- e. Mengadakan perubahan organisasi perusahaan sesuai
dengan kebutuhan dan perkembangan perusahaan.
- f. Menga ngkat dan memberhentikan pegawai.
- g. Mengesahkan premosi, demosidan mutasi atas dasar in
formasi yang diperoleh dari biro personalia.
- h. Melakukan tindakan keluar dan kedalam untuk dan atas
nama perusahaan.

Direktur Utama bersama anggota direksi lainnya bertanggung jawab atas pelaksanaan tugasnya kepada rapat umum pemegang saham.

1. Direktur Produksi,

Tugas Direktur Produksi adalah :

- a. Mengendalikan pelaksanaan produksi di unit-unit
yang ada di daerah.

- b. Mengendalikan kegiatan penelitian dan pengembangan produksi dari unit produksi.
- c. Menyiapkan rencana produksi dari unit produksi secara sentral dan terpadu.
- d. Mengkoordinasikan kegiatan produksi dari unit-unit produksi.
- e. Mengendalikan bahan baku, suku cadang dan bahan pembantu.
- f. Untuk dan atas nama perusahaan direksi pelaksanaan manajemen produksi pada unit-unit produksi.
- g. Untuk dan atas nama perusahaan, direksi memberikan tugas-tugas di bidang produksi.

Direktur produksi bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan wewenang kepada direktur utama. Sedangkan dalam melaksanakan tugasnya direktur produksi membawahi kepala-kepala biro, kepala-kepala bagian dan kepala-kepala seksi.

2. Direktur Teknik.

Tugas direktur teknik adalah :

- a. Merencanakan dan melaksanakan semua kegiatan perbaikan sarana produksi dan menambah sarana produksi.
- b. Menyelenggarakan kegiatan penelitian dan pengembangan proses produksi.

c. Merencanakan dan menyelenggarakan semua kegiatan pengembangan sistem produksi.

d. Menyelenggarakan kegiatan sarana produksi.

Direktur teknik bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan wewenang kepada direktur utama. Sedangkan dalam melaksanakan tugasnya, direktur teknik membawahi kepala-kepala biro, kepala-kepala biro membawahi kepala-kepala bagian dan kepala bagian membawahi kepala-kepala seksi.

3. Direktur Administrasi Keuangan,

Tugas direktur Administrasi Keuangan adalah :

- a. Menyiapkan anggaran pendapatan dan belanja perusahaan.
- b. Melakukan analisa dan evaluasi atas kondisi perusahaan secara periodik.
- c. Melakukan analisa dan evaluasi serta realisasi biaya produksi dan pemasaran secara periodik.
- d. Mengatur belanja perusahaan.
- e. Mengamankan kekayaan perusahaan.
- f. Menyelenggarakan sistem akuntansi keuangan sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- g. Melakukan perhitungan harga pokok dari produk yang di hasilkan.
- h. Melakukan penyimpanan atau penggudangan atas bahan baku, bahan pembantu, suku cadang dan bahan lainnya.

Direktur Administrasi Keuangan bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan wewenangnya kepada direktur utama. Sedangkan dalam melaksanakan tugasnya, direktur Administrasi keuangan membawahi kepala-kepala biro, kepala-kepala biro membawahi kepala-kepala bagian, kepala-kepala bagian membawahi kepala-kepala seksi.

4. Direktur Pemasaran,

Tugas direktur pemasaran adalah :

- a. Menyelenggarakan dan merencanakan semua kegiatan pemasaran dan penjualan dari semua hasil produksi dan jasa yang dihasilkan.
- b. Menetapkan dan melaksanakan semua kebijaksanaan pemasaran yang diperlukan.
- c. menyelenggarakan semua kegiatan penelitian dan pengembangan pemasaran.
- d. Merencanakan dan menyelenggarakan pengadaan bahan baku bahan pembantu, bahan cadangan dan bahan lainnya berdasarkan rencana penyediaan yang disiapkan oleh direktur produksi.
- e. Menyelenggarakan administrasi pemasaran dan pengadaan yang diperlukan.

Direktur pemasaran bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan wewenangnya kepada direktur utama. Sedangkan dalam melaksanakan tugasnya direktur pemasaran membawahi kepala-kepala biro, kepala-kepala biro membawahi kepala-kepala bagian, kepala bagian membawahi kepala-kepala seksi.

Disamping membawahi 4 direktur, direktur utama juga membawahi 5 kepala biro, dimana kepala-kepala biro itu adalah :

1. Kepala biro pengembangan perusahaan.
2. Kepala biro pengawasan.
3. Kepala biro personalia.
4. Kepala biro PAM.
5. Kepala biro direksi.

ad. 1. Kepala biro pengembangan perusahaan, tugasnya :

- a. Mengadakan penelitian dan perencanaan pengembangan perusahaan.
- b. Mengatur dan memampatkan unit pengolahan data elektronik.
- c. menyusun rencana pengembangan organisasi dan sumber daya manusia.

ad. 2. Kepala biro pengawasan, tugasnya :

- a. Mengadakan pengawasan terhadap keuangan dan kegiatan promosi perusahaan.
- b. Mengadakan pengawasan terhadap sistem produksi.

ad. 3. Kepala biro personalia, tugasnya :

- a. Memberikan informasi kepada direktur utama mengenai kemungkinan diadakan promosi, demosi dan mutasi pegawai.
- b. Melaksanakan dan mengadakan program latihan dan pendidikan pekerja.

c. Mengadakan pembinaan terhadap kesejahteraan karyawan.

d. Melaksanakan penerimaan pegawai.

ad. 4. Kepala biro PAM, tugasnya :

Menjaga ketertiban dan keamanan lingkungan perusahaan

ad. 5. Kepala biro direksi tugasnya :

a. Menjaga arsip-arsip dan dokumentasi.

b. Menyelenggarakan tertib administrasi.

c. Melaksanakan hubungan dengan masyarakat.

3.3. KEGIATAN USAHA PERUSAHAAN

PT. INDUSTRI SANDANG I JAKARTA adalah merupakan suatu perusahaan yang dalam pelaksanaan operasinya membawahi 5(lima) unit pabrik, dimana dari ke-lima unit pabrik tersebut hasil produksinya berupa benang dan tekstil (kain). Dari kedua hasil produksi tersebut masing-masing terdiri dari beberapa jenis.

Untuk hasil produksi benang, jenisnya meliputi :

1. Benang campuran yang terdiri dari :

a. Benang katun

b. Benang polyester

c. Benang rayon

2. Benang campuran yang terdiri dari :

a. Benang polyester - Cotton (P / C) : 65 % - 35 %

b. Benang Cotton - Polyester (C/P) : 65% - 35%

c. Benang Polyester - rayon (P/R) : 65% - 35%

Sedangkan untuk hasil produksi tekstil (kain), jenisnya terdiri dari :

a. Jenis suitting (Bahan celana)

b. Bahan shirting (Bahan kemeja)

c. Bahan bedsheet (Bahan sprei)

d. Bahan grey (Bahan belacu)

Disamping menghasilkan produk-produk diatas, PT.INDUSTRI SANDANG I JAKARTA selain melakukan penjualan secara langsung, juga menggunakan perantara, seperti agen atau toko. Mengenai produk yang dipasarkan meliputi benang dan kain, dimana untuk produksi benang sebagian juga digunakan sendiri. Adapun wilayah pasarnya meliputi tidak hanya terbatas didalam negeri saja melainkan juga ke luar negeri (eksport). Untuk pasar luar negeri, negara-negara yang sudah terjangkau sampai saat ini adalah: Malaysia, Singapura, Inggris, Italia, Amerika. Sedangkan untuk pasar dalam negeri, konsumennya meliputi pabrik - pabrik pertenunan, pabrik-pabrik konpeksi, pedagang paran tara, dan instansi-instansi tertentu baik swasta maupun pemerintah.

Terhadap konsumen-konsumen dalam negeri, dikaren akan PT. INDUSTRI SANDANG I Jakarta juga bertindak sebagai bapak angkat, maka perusahaan menetapkan kebijaksanaan tersendiri,

yaitu apabila konsumen atau pembeli tidak dapat melakukan pembelian secara tunai, maka pembelian tersebut dapat dilakukan secara kredit dengan tenggang waktu 21 (dua puluh satu) hari tanpa bunga.

Adapun usaha-usaha pemasaran yang sering dilakukan perusahaan dalam rangka meningkatkan volume penjualan adalah sebagai berikut :

1. Mengadakan atau mengikuti pameran dagang.

Pameran dagang ini dilakukan perusahaan seperti mengikuti pekan raya Jakarta, dimana pada pameran tersebut juga disertai dengan pengedaran brosur-brosur mengenai hasil-hasil dan kegiatan perusahaan.

2. Mengadakan penjualan sandang dengan harga murah.

Penjualan sandang dengan harga murah tersebut dilakukan oleh perusahaan dan penyalur-penyialur seperti pada saat menjelang hari raya dan hari natal.

3. Menjadi sponsor.

Menjadi sponsor ini sering dilakukan perusahaan pada acara tertentu, disertai dengan pemasaran produk. Dalam hal ini bentuk kerja sama yang sering dilakukan adalah penempelan nama perusahaan pada event-event olah raga dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisa Break-even yang Dilaksanakan Oleh Perusahaan.

PT. Industri Sandang I, adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri tekstil dan bahan baku tekstil (benang). Dalam melaksanakan operasinya PT. Industri Sandang I, membawahi 2 jenis pabrik, yaitu pabrik pemintalan dan pabrik pertenunan (Pabriteks).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis memfokuskan penelitian pada Pabrik tekstil senayan.

Sudah kita maklumi bersama, setiap perusahaan hendaklah mendapatkan laba dari operasi usahanya, demikian pula dengan PT. industri Sandang I, guna untuk mempertahankan dari keberadaan dan pertumbuhannya dimasa yang akan datang. Untuk itu perusahaan memerlukan informasi bagi pihak manajemennya, salah satu. Salah satu informasi yang diperoleh perusahaan mengenai perencanaan laba, volume produksi dan penjualan, serta biaya pihak perusahaan menggunakan analisa Break-even.

Hasil dari analisa tersebut digunakan oleh pihak perusahaan untuk dapat menentukan kebijaksanaan dalam operasinya.

4.1.1. Penetapan Biaya Tetap dan Biaya Variabel.

Sebagaimana diketahui bahwa untuk dapat menganalisa Break-even terlebih dahulu kita harus dapat mengklasifikasikan biaya yang dikeluarkan oleh pihak

perusahaan kedalam jenis biaya tetap dan biaya variabel. Untuk itu pihak perusahaan menetapkan biaya tetap dan biaya variabel sebagai berikut ;

Perincian biaya bahan baku
dan
Bahan Langsung Lainnya Tekstil
1989

No.	Jenis Barang	Bale	Jumlah
I.	Bahan Baku :		
1.	Cotton	2.922	2.555.260.000
2.	Polyester Cotton	3.577	3.634.200.000
3.	Polyester Rayon	2.169	2.089.103.000
	Total I	8.668	8.278.563.000
II.	Bahan Langsung Lainnya :		
1.	Dyestuff		1.039.826.000
2.	Chemical		390.926.000
3.	Screen		144.000.000
4.	Kemasan		62.462.000
5.	Kanji		121.285.000
6.	Biaya Sanforize Fee		41.047.000
	Total II		1.799.546.000

Sumber : PT. Industri Sandang I.

Variable Cost Tekstil

1989

No.	Jenis Biaya	Jumlah
I.	Biaya Langsung ;	
1.	Bahan Baku	8.278.563.000
2.	Bahan Langsung Lainnya	1.799.546.000
II.	Biaya Tidak Langsung ;	
1.	Bahan Pembantu	732.203.000
2.	Upah (Personil)	448.786.000
3.	Persediaan	5.040.000
4.	Pemeliharaan	65.219.000
	Total Variable Cost	11.329.357.000

Jadi jumlah biaya variabel yang dianggarkan yaitu;
sebesar Rp. 11.329.357.000,-

Fixed Cost Tekstil
1989

No.	Jenis Biaya	Jumlah
I.	Biaya Tidak Langsung ;	
1.	Bahan Pembantu	90.497.000
2.	Gaji (Personil)	594.902.000
3.	Biaya Sewa	72.421.000
4.	Biaya Berkala	12.240.000
5.	Biaya Pajak	14.069.000
6.	Biaya Insidental	8.282.000
7.	Biaya Penyusutan	147.903.000
8.	Biaya Pemeliharaan	478.276.000
9.	Biaya Assuransi	2.789.000
Total Fixed Cost		1.421.379.000

Jadi jumlah biaya tetap yang dianggarkan yaitu,
sebesar Rp. 1.421.379.000,-

Dengan demikian berarti, total cost adalah ;

$$\begin{aligned}
 \text{Total Cost} &= \text{Variable Cost} + \text{Fixed Cost} \\
 &= \text{Rp. } 11.329.357.000 + \text{Rp. } 1.421.379.000 \\
 &= \text{Rp. } 12.750.736.000,-
 \end{aligned}$$

4.2.2. Kebijaksanaan Penetapan Volume Produksi dan Penjualan.

Kebijaksanaan dalam menetapkan volume produksi dan penjualan, perusahaan menetapkannya untuk periode anggaran tahun 1989 adalah sebagai berikut :

Produksi Tekstil Tahun 1989

No.	Jenis Tekstil	Jumlah (meter)
1.	Shirting	3.764.183
2.	Suitting	1.224.823
3.	Bedsheet	456.518
4.	Grey	2.950.444
Total Produksi		8.378.968

Penjualan Tekstil Tahun 1989

No.	Jenis Tekstil	Jumlah (meter)	Nilai Jual (Rp)
1.	Shirting	3.764.183	4.592.285.000
2.	Suitting	1.224.823	3.544.008.000
3.	Bedsheet	456.518	912.066.000
4.	Grey	2.950.444	4.065.744.000
Total Penjualan		8.378.968	13.114.103.000

Sedangkan pembebanan biaya tetap dan biaya variabel tersebut untuk jenis-jenis produksi adalah sebagai berikut ;

Untuk biaya tetap ;

- Shirting	35 %	X Rp. 1.421.379.000	= Rp. 497.482.650
- Suitting	27 %	X Rp. 1.421.379.000	= Rp. 383.772.330
- Bedsheet	7 %	X Rp. 1.421.379.000	= Rp. 99.496.530
- Grey	31 %	X Rp. 1.421.379.000	= Rp. 440.627.490

Untuk Biaya Variabel ;

- Shirting	35 %	X Rp. 11.329.357.000	= Rp. 3.965.274.950
- Suitting	27 %	X Rp. 11.329.357.000	= Rp. 3.058.926.390
- Bedsheet	7 %	X Rp. 11.329.357.000	= Rp. 793.054.990
- Grey	31 %	X Rp. 11.329.357.000	= Rp. 3.512.108.670

Sales price perunit adalah sebagai berikut :

- Shirting	:	$\frac{4.592.285.000}{3.764.183}$	= 1.219,99
			= 1.220 (dibulatkan)
- Suitting	:	$\frac{3.544.008.000}{1.224.823}$	= 2.893,49
			= 2.894 (dibulatkan)
- Bedsheet	:	$\frac{912.066.000}{456.518}$	= 1.997,88
			= 1.998 (dibulatkan)
- Grey	:	$\frac{4.065.744.000}{2.950.444}$	= 1.378,01
			= 1.378 (dibulatkan)

4.2.3. Analisa Break-even.

Setelah kita mengetahui biaya tetap dan biaya variabel yang telah ditetapkan, barulah kita dapat melakukan analisa break-even.

Karena perusahaan memproduksi dan menjual barang lebih dari satu jenis, maka, untuk menganalisa break-even kita harus menggunakan Sales-mix. Dimana dalam sales-mix menggambarkan perimbangan sales revenue antara beberapa macam produk yang dihasilkan.

Untuk dapat menghitung Sales-mix, kita harus melakukan analisa break-even untuk keseluruhan. Analisa Break-even Tekstil tahun 1989, adalah ;

Diketahui dari data biaya yang dipergunakan untuk memproduksi tekstil adalah sebagai berikut :

- Total Variable Cost Rp. 11.329.357.000,-
- Total Fixed Cost Rp. 1.421.379.000,-
- Total Sales / Revenue Rp. 13.114.103.000,-
- Unit Sales Price ;

$$\frac{\text{total sales}}{\text{total products}} = \frac{13.114.103.000}{8.378.968} = \text{Rp. } 1.565,12,-$$

- Contribution Margin ;

$$1 - \frac{\text{total variable cost}}{\text{total sales}} = 1 - \frac{11.329.357.000}{13.114.103.000}$$

$$1 - 0,8639 = 0,1361 = 13,61 \%$$

$$\begin{aligned}
 \text{Break-even Sales Volume in Dollars} &= \frac{\text{total fixed cost}}{\text{contribution margin}} \\
 &= \frac{1.421.379.000}{0,1361} \\
 &= 10.443.637.030
 \end{aligned}$$

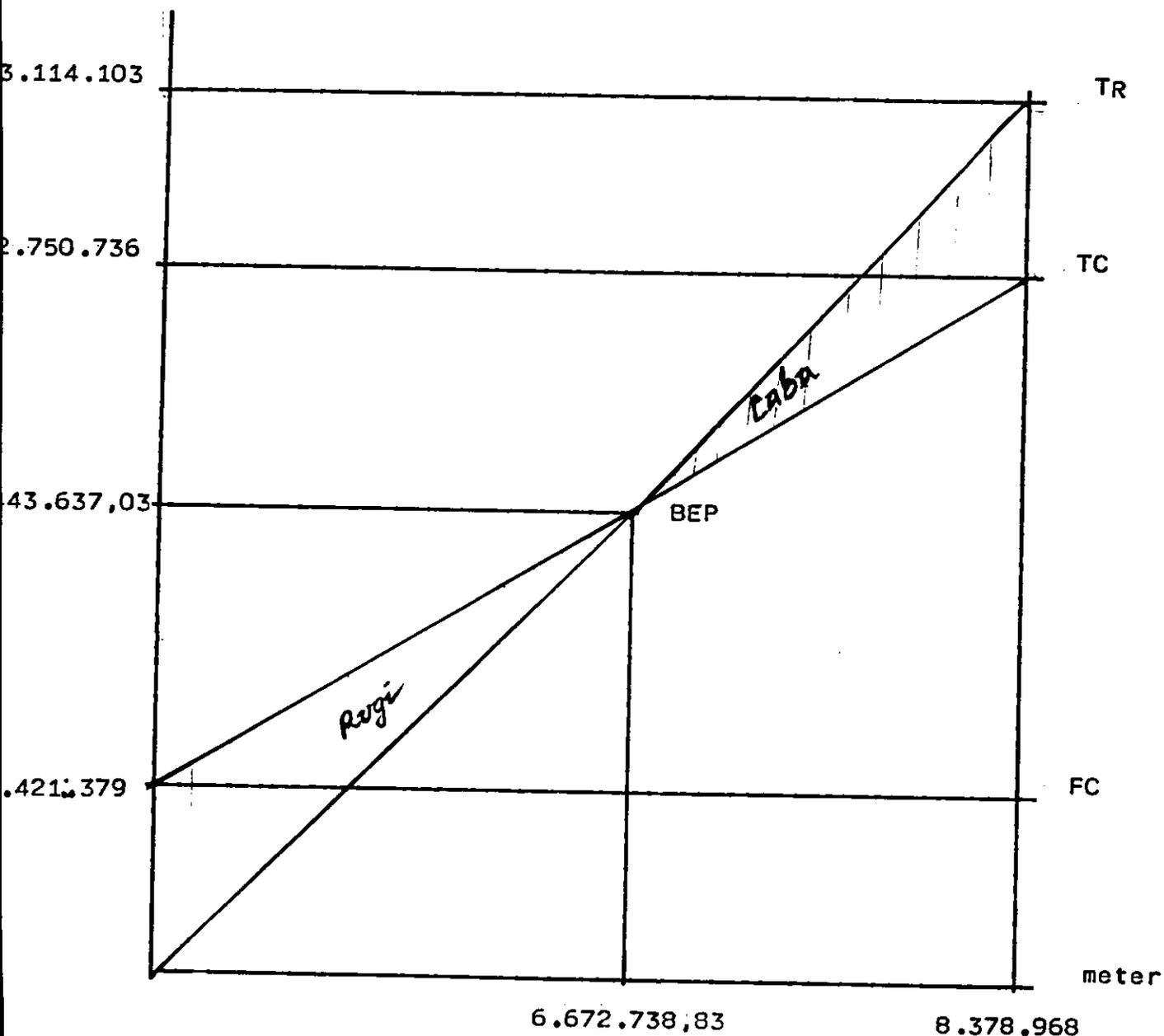
$$\begin{aligned}
 \text{Break-even Sales in units} &= \frac{\text{Break-even sales volume in dollars}}{\text{unit sales price}} \\
 &= \frac{10.443.637.030}{1.565,12} \\
 &= 6.672.738,85
 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan Break-even keseluruhan ini dapat kita aplikasikan kedalam gambar seperti pada halaman berikutnya.

Gambar Break-even point PT Industri Sandang I ,
unit Pabriteks.

penghasilan penjualan

dan biaya
(Rp. 000,-)



Unit yang diproduksi dan dijual

Sedangkan untuk perhitungan Break-even atas dasar sales-mix adalah sebagai berikut ;

Shirting

Sales :	
3.746.183 meter	4.592.285.000
Variable Cost (35 %)	<u>3.965.274.950</u>
Fixed Cost	497.482.650
Total Cost	<u>4.462.757.600</u>
Profit	129.527.400

Suitting

Sales :	
1.224.823 meter	3.544.008.000
Variable Cost (27 %)	<u>3.058.926.390</u>
Fixed Cost	383.772.330
Total Cost	<u>3.442.698.720</u>
Profit	101.309.280

Bedsheet

Sales :	
456.518 meter	912.066.000
Variable Cost (7 %)	793.054.990
Fixed Cost	99.496.530
Total Cost	<u>892.551.520</u>
Profit	19.514.480

Grey

Sales :	
2.950.444 meter	4.065.744.000
Variable Cost (31 %)	3.512.100.670
Fixed Cost	440.627.490
Total Cost	3.952.728.160
Profit	113.015.840

Keseluruhan (Totalitas)

Sales :	
8.378.968 meter	13.114.103.000
Variable Cost	11.329.357.000
Fixed Cost	1.421.379.000
Total Cost	12.750.736.000
Profit	363.367.000

Dari data diatas diketahui bahwa :

	Shirting	Suitting	Bedsheet	Grey
Sales-Mix	: 3,5	: 2,7	: 0,7	: 3,1
Product-mix	: 4,5	: 1,5	: 0,5	: 3,5

$$\begin{aligned}
 \text{B.E.P. totalitas} &= \frac{\text{FC. totalitas}}{\text{Contribution margin}} \\
 &= \frac{1.421.379.000}{10.443.637.030,-} \\
 &= 0,1361
 \end{aligned}$$

B.E.P atas dasar sales-mix adalah sebagai berikut :

Sales Product Shirting ;

$$0,35 \times 10.443.637.030 = 3.655.272.961$$

$$\text{dalam unit} : \frac{3.655.272.961}{1.220} = 2.996.123,38.$$

Sales Product Suitting ;

$$0,27 \times 10.443.637.030 = 2.819.781.998$$

$$\text{dalam unit} : \frac{2.819.781.998}{2.894} = 974.354,53$$

Sales Product Bedsheet ;

$$0,07 \times 10.443.637.030 = 731.054.592,1$$

$$\text{dalam unit} : \frac{731.054.592,1}{1.998} = 365.893,19$$

Sales Product Grey ;

$$0,31 \times 10.443.637.030 = 3.273.527.479$$

$$\text{dalam unit} : \frac{3.273.527.479}{1.378} = 2.349.439,39$$

4.3. Analisa Break-even Untuk Menentukan Kebijakan
Dalam Menetapkan Volume Produksi dan Penjualan.

Sebagaimana kita ketahui bahwa analisa Break-even adalah suatu cara atau teknik untuk mengetahui keterkaitan antara penjualan, produksi, harga jual, biaya, rugi, dan laba atas operasi suatu perusahaan.

Salah satu peran Break-even adalah sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Dalam hal ini penulis membahas mengenai kegunaan Break-even untuk menentukan kebijaksanaan dalam menetapkan volume produksi dan penjualan oleh perusahaan.

Setelah melakukan analisa Break-even seperti yang terlihat sebelumnya, perusahaan dapat menetapkan volume produksi dan penjualan sebagai berikut :

- Memproduksi dan menjual tekstil secara keseluruhan minimal dalam keadaan Break-even, yaitu sebanyak 6.672.738,85 meter atau senilai Rp. 10.443.637.030,- dimana dalam keadaan produksi dan penjualan seperti ini perusahaan tidak mendapatkan laba dan menderita kerugian .

Sedangkan produksi dan penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan adalah sebanyak 8.378.968 meter atau senilai Rp. 13.114.103.000,- •

Dengan demikian perusahaan menghendaki mendapatkan laba sebesar ;

Total revenue	Rp.	13.114.103.000,-	
Total variable cost	Rp.	11.329.357.000,-	-
			<hr/>
Contribution margin	Rp.	1.784.746.000,-	
Total fixed cost	Rp.	1.421.379.000,-	-
			<hr/>
Profit	Rp.	363.367.000,-	

Perusahaan menghendaki mendapatkan laba pada tahun 1989, untuk produksi tekstil secara keseluruhan sebesar Rp. 363.367.000,-

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan,

Dari hasil penelitian pada PT. INDUSTRI SANDANG I, unit PABRITEKS Senayan Jakarta, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri Tekstil Banyak keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan menerapkan analisa break-even sebagai alat analisa untuk menetapkan kebijaksanaan yang akan diambil oleh pihak manajemennya.

Atas analisa break-even yang dilakukan perusahaan, penyusun dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut ;

1. Dengan diketahuinya tingkat breakeven point untuk hasil produksinya secara keseluruhan sebanyak 6.672.738,85 meter atau senilai , Rp. 10.443.637.030,- .

Maka pihak manajemen dapat mengetahui bahwa, jika volume produksi dan penjualan dibawah breakeven atau dibawah 6.672.738.85 meter, maka perusahaan akan menderita kerugian.

Sebaliknya, jika perusahaan menetapkan volume produksi dan penjualannya diatas 6.672.738,85 meter, maka perusahaan akan mendapatkan laba.

2. Majemen perusahaan telah menetapkan laba untuk barang hasil produksinya sebesar Rp. 363.367.000 dengan menggunakan analisa break-even dapat diketahui jumlah produksi dan penjualan yang harus dicapai yaitu sebanyak 8.738.968 meter atau mempunyai nilai sebesar Rp. 13.114.103.000,- dengan jumlah biaya yang harus dikeluarkan adalah
- | | |
|----------------------|-----------------------------|
| total biaya variabel | Rp. 11.329.357.000,- |
| total biaya tetap | Rp. 1.421.379.000,- |
| total biaya | <u>Rp. 12.750.736.000,-</u> |

3. Pada volume penjualan yang dianggarkan untuk barang yang diproduksinya sebesar Rp. 13.114.103.000 dan volume penjualan pada break-even sebesar Rp. 10.443.637.030,-

maka Margin of Safety dapat diketahui sebesar ;

$$= \frac{\text{Rp. 13.114.103.000} - \text{Rp. 10.443.637.030}}{\text{Rp. 13.114.103.000}}$$

$$= 0,2036$$

$$= 0,20 \text{ (dibulatkan) } \text{ ---- } = 20 \%$$

Jika dirupiahkan akan menjadi ;

$$20 \% \times \text{Rp. 13.114.103.000} = \text{Rp. 2.622.820.600,-}$$

Jika volume penjualan mengalami penurunan lebih dari 20 % dari jumlah penjualan yang dianggarkan, maka perusahaan akan menderita kerugian.

Dengan demikian analisa break-even merupakan suatu teknik analisa yang penting bagi manajemen perusahaan karena dapat memberikan informasi yang dibutuhkan guna mengambil keputusan yang tepat.

5.2. Saran,

Dari hasil pembahasan tersebut diatas ada beberapa saran yang penulis ajukan, yaitu sebagai berikut ;

1. Break-even perusahaan untuk produk-produk yang dihasilkan, sedapat mungkin diturunkan dengan cara menekan biaya produksi ke-empat jenis produk tersebut.
2. Dengan margin of safety yang sebesar 20 % atas produk yang dihasilkan dirasakan jumlahnya terlalu kecil, diusahakan supaya anggaran volume penjualannya dinaikkan, sekaligus guna mengoptimalkan penggunaan peralatan yang dimiliki.
3. Sebaiknya biaya diklasifikasikan menjadi tiga kelompok terlebih dahulu yaitu biaya tetap, biaya variable dan biaya semi variabel, pada saat melakukan pemecahan biaya semi variabel harus dilakukan secara tepat.

BAB VI
R I N G K A S A N

Sesuai dengan gerak laju pembangunan, bahwa dilakukannya ekspor non migas, guna memberikan gairah kepada pelaku ekonomi untuk tumbuh dan berkembang, serta untuk menambah pendapatan devisa negara yang tidak hanya mengandalkan migas semata.

PT. INDUSTRI SANDANG I, menyambut baik baik kebijaksanaan pemerintah tersebut dengan memproduksi dan menjual tekstil. Perusahaan ini mengembangkan sayapnya selain untuk memenuhi kebutuhan sandang dalam negeri perusahaanpun melakukan penjualan atas produk yang dihasilkanya keberbagai negara diluar negeri (ekspor). Yang dihadapi sekarang justru masalah kualitas, harga dan kontinuitas atas barang yang dijualnya supaya dapat bersaing dipasaran luar negeri, tanpa harus mengesampingkan atas laba yang diinginkan perusahaan.

Untuk semua itu dibutuhkan suatu informasi yang sekiranya dapat memberikan jawaban atas masalah yang dihadapi oleh perusahaan

Salah satu alat analisa yang dapat memberikan informasi kepada pihak manajemen perusahaan adalah dengan menggunakan analisa break-even. Dimana dalam analisa break-even dipelajari masalah biaya, volume dan laba, yang tentunya sangat dibutuhkan oleh

perusahaan untuk dapat menetapkan biaya, volume produksi volume penjualan, harga penjualan serta laba yang diinginkan oleh perusahaan.

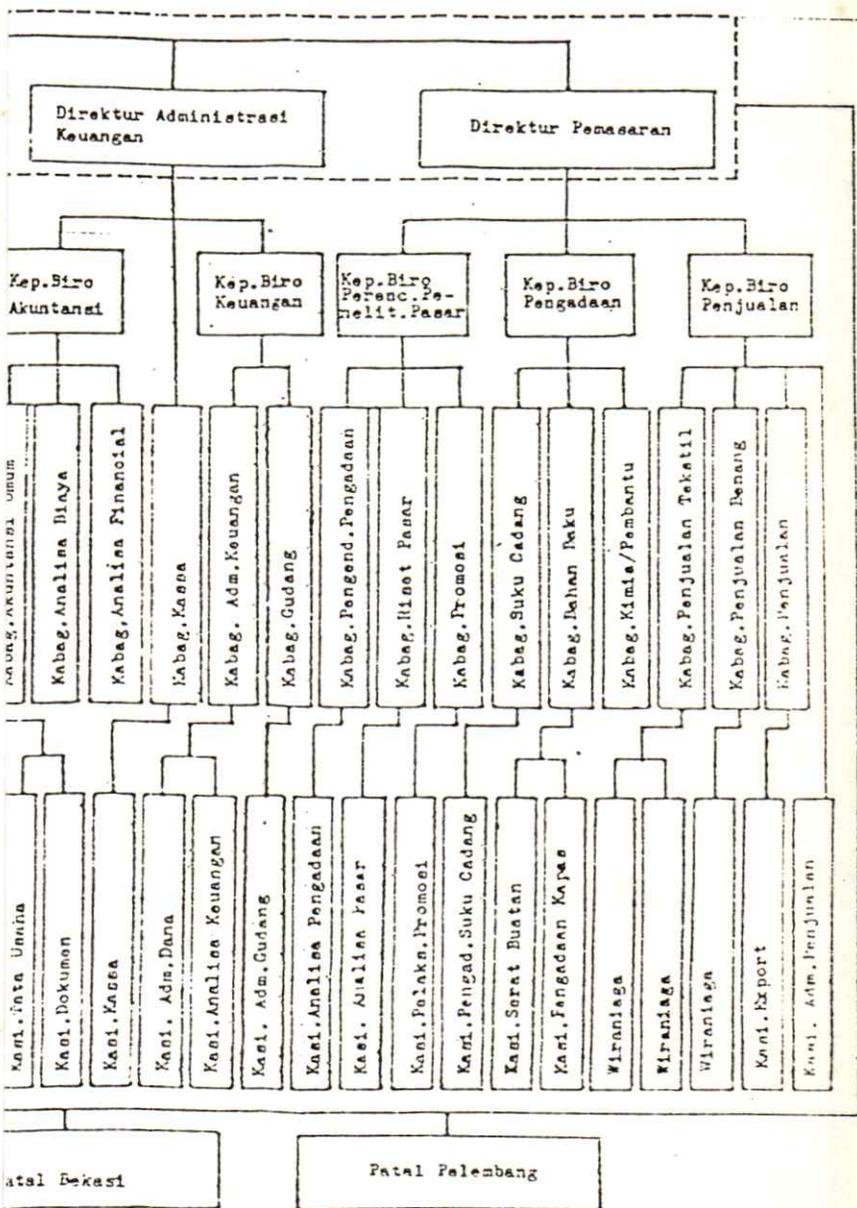
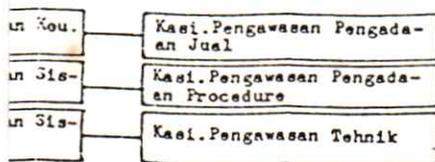
Dengan menggunakan analisa break-even, perusahaan dapat mengetahui bahwa dalam keadaan break -even perusahaan tidak mendapatkan laba juga tidak menderita kerugian Seperti terlihat dalam BAB sebelumnya, bahwa perusahaan mengalami break-even untuk hasil produksinya senilai Rp. 10.443.637.030,- atau dalam unit sebanyak 6.672.738,85 meter.

Dengan demikian dapat diketahui jika perusahaan menginginkan mendapatkan laba, maka harus memproduksi dan menjual produk-produknya diatas keadaan break-even.

Sedangkan produksi dan penjualan yang dianggarkan oleh perusahaan sebesar 8.378.968 meter atau senilai Rp; 13.114.103.000,- .

Jadi sesuai dengan perhitungan sebelumnya perusahaan menghendaki mendapatkan laba dari barang yang diproduksinya sebesar Rp. 363.367.000,- .

Atas uraian tersebut diatas terlihat bahwa analisa break-even dapat membantu pihak manajemen untuk menentukan kebijaksanaan dalam menentukan volume produksi dan penjualan bagi perusahaan, agar keputusan yang akan diambil bisa setepat mungkin.



atal Bekasi

Patal Palembang

~~Surat~~

1013/8-9

Jakarta, 20 Juli 1990.-

Ijin riset bidang
pemasaran pada
Biro Pemasaran.

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pakuan
di

B O G O R

Mendapat surat undangan nomor 557/D/FE-UP/VI/1990, tgl. 30 Juni 1990, perihal tersebut di atas, kami sampaikan bahwa pada prinsipnya permintaan Saudara untuk mengadakan ~~praktik kerja~~/riset/survey/~~konjungan~~, bagi Mahasiswa / ~~Siswa~~:

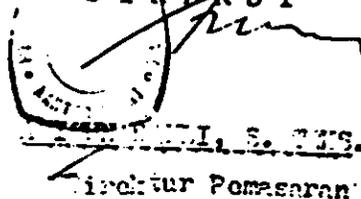
RAHMAT FAHMI
021185165

dapat disetujui dengan catatan :

1. ~~Praktik kerja~~/riset/survey/~~konjungan~~ dimaksud tidak bertentangan dengan policy dan bukan rahasia Perusahaan.
2. Perusahaan tidak memberikan fasilitas berupa apapun kecuali kesempatan pembuatan paper/skripsi di PT Industri Sandang I.
3. Mahasiswa / ~~Siswa~~ yang bersangkutan harap segera berhubungan dengan Kepala Bagian Diklat Biro Personalia PT Industri Sandang I, di Jalan Patal Senayan I No. 5 Senayan, Jakarta Selatan.
4. Setelah selesai melakukan ~~praktik kerja~~/riset/survey/~~konjungan~~, agar Mahasiswa / ~~Siswa~~ yang bersangkutan menyerahkan 1 (satu) exemplar hasil laporan / skripsinya kepada PT Industri Sandang I, melalui Bagian Diklat Biro Personalia.
5. Surat ijin ini berlaku hanya selama 3 (tiga) bulan sejak tanggal dikeluarkannya.

Harap menjadi maklum, dan atas perhatian Saudara terima kasih.

DIREKSI


PT INDUSTRI SANDANG I, S. FIS.
Direktur Pemasaran

Tembusan :

1. Biro Pemasaran
2. Biro Personalia

DAFTAR PUSTAKA

1. Copeland, Ronald M.
"Managerial Accounting", Seventh Edition ; John Wiley and Sons Inc. New York, 1978.
2. Firdaus Miskul, Drs.
"Analisa Laporan Keuangan", Penerbit Keluarga UPN Veteran Jakarta, 1986.
3. Hartanto D.
"Akuntansi Untuk Usahawan" Edisi ke-5 ; Penerbit FEUI, 1981.
4. Matz Adolph and Usry, Milton F.
"Cost Accounting Planning and Control", Seventh Edition ; South Western Publishing Co. ; Cincinnati , Ohio, 1980.
5. Mey, J.L. jr, Prof, DR.
"Teori Ilmu Biaya dan Neraca", dibahas oleh, R. Soeminta Adikusumah, Drs. Ec. Akuntan, CV. Tarsito, Bandung, 1977.
6. Riyanto Bambang, Drs.
"Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan", Edisi ke-2, Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta, 1981.
7. S. Munawir, Drs.
"Analisa Laporan Keuangan", Penerbit Liberty Yogyakarta, 1983.

8. Sigit, Soehardi.

"Analisa Break-even Ancangan Linear Secara Ringkas dan Praktis", Edisi Pertama, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1987.

9. Vanhorne, C. James.

"Financial Management and Police", London, 1977.

10. Weston J. Fred and Eugene F. Brigham.

"Managerial Finance", Fifth Edition, University of California, Los Angeles, alih bahasa oleh Soemarso SR, Jakarta, 1983.

11. Shillinglaw, Gordon.

"Cost Accounting Analysis and Control", Thirdth Edition, Richard D. Irwin Inc; Home Wood, Illinois, 1972.