

ABSTRACT

The company's goal generally is to obtain profits and the size of the profit that could be achieved would be a measurement of management success in running the company. Planning can be done in various ways, including the program budget. The program budget mostly contains of the estimated income to be earned and the costs that would happen to earn that finally show the profit to be achieved. Profit is affected by three factors: the volume of product to be sold, selling price, and costs incurred to produce the products. All three of these factors have a very close relationship in which the cost determining the selling price to achieve the expected rate of profit, the selling price affect sales volume, sales volume will directly affect the volume of production, and production volume affect the costs. Cost-volume-profit analysis can provide information about the level of sales and selling price. The purpose of this paper is to determine the price level and the level of sales that the company is at breakeven (Break Even Point), how much safety margin of sales (Margin Of Safety), how much the level of operating leverage (Degree Of Operating Leverage), and how much profit with a different mix of sales (Sales Mix). This analysis can be used to plan the expected profits by the company and avoid losses in the future.

Keywords: Break Even Point, Margin Of Safety, Degree Of Operating Leverage, Sales Mix.

ABSTRAK

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba dan besar kecilnya laba yang dapat dicapai akan menjadi ukuran kesuksesan manajemen dalam menjalankan perusahaannya. Perencanaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan program anggaran. Program anggaran sebagian besar berisi taksiran penghasilan yang akan diperoleh dan biaya-biaya yang akan terjadi untuk memperoleh penghasilan tersebut yang akhirnya menunjukkan laba yang akan dicapai. Laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu volume produk yang akan dijual, harga jual produk, dan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut. Ketiga faktor ini mempunyai hubungan yang sangat erat dimana biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan, harga jual mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan akan langsung mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya. Analisis biaya-volume-laba mampu memberikan informasi mengenai tingkat penjualan dan harga jual. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui berapa tingkat harga dan tingkat penjualan agar perusahaan berada pada titik impas (*Break Even Point*), berapa besarnya batas aman penjualan (*Margin Of Safety*), berapa besarnya pengungkit operasi (*Degree Of Operating Leverage*), dan berapa besarnya laba dengan bauran penjualan (*Sales Mix*) yang berbeda. Analisis ini juga dapat digunakan untuk merencanakan laba yang diharapkan oleh perusahaan dan menghindari kerugian dimasa yang akan datang.

Kata kunci: *Break Even Point, Margin Of Safety, Degree Of Operating Leverage, Sales Mix.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran	5
1.5.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	7
1.5.2 Skema Kerangka Pemikiran.....	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Biaya.....	9
2.1.1	Objek Biaya.....	10
2.1.2	Klasifikasi Biaya	11
2.1.3	Penggolongan Biaya.....	12
2.1.4	Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel	15
2.2	Analisis Biaya-Volume-Laba (BVL).....	18
2.2.1	Peran Analisis Biaya-Volume-Laba.....	18
2.2.2	Analisis BVL Untuk Penentuan Titik Impas	19
2.2.2.1	Pengertian Titik Impas.....	19
2.2.2.2	Manfaat Analisis <i>Break Even</i>	20
2.2.2.3	Asumsi dalam Analisis <i>Break Even</i>	21
2.2.2.4	Metode Menghitung Tingkat <i>Break Even</i>	21
2.2.2.5	Metode Menghitung Tingkat <i>Break Even</i> dengan <i>Sales Mix</i>	24
2.2.3	Analisis BVL Untuk Perencanaan Laba	26
2.2.3.1	Metode Menghitung Perencanaan Laba	26
2.2.4	<i>Margin of Safety</i> (Batas Aman)	27
2.2.5	<i>Operating Leverage</i> (Pengungkit Operasi).....	28
2.2.6	Peranan Analisis BVL Dalam Perencanaan Laba.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	30
3.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	30
3.1.2	Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	30
3.1.3	Struktur Organisasi	31
3.2	Populasi dan Penentuan Sampel	35
3.3	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4	Metode Penelitian	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Biaya-Biaya yang Terjadi	37
4.2	Penggolongan Biaya	38
4.3	Volume Operasional Penjualan	46
4.3.1	Persentase Volume Operasional Penjualan.....	46
4.4	Perhitungan Laba	48
4.5	Analisis <i>Break Even Point</i>	49
4.6	Perencanaan Laba	55
4.7	<i>Margin of Safety</i>	56
4.8	<i>Operating Leverage</i>	60
4.9	Analisis <i>Sales Mix</i>	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran	8
Gambar 2.1 Grafik Biaya-Volume-Laba.....	23

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Contoh Data Operasi Perusahaan24
Tabel 2.2	Komposisi Penjualan Produk Untuk <i>Break Even Point</i>25
Tabel 3.1	Struktur Organisasi Perusahaan32
Tabel 4.1	Biaya-Biaya yang Terjadi37
Tabel 4.2	Penggolongan Biaya Tahun 200838
Tabel 4.3	Data dan Hasil Analisis Regresi Tahun 200839
Tabel 4.4	Penggolongan Biaya Tahun 200942
Tabel 4.5	Data dan Hasil Analisis Regresi Tahun 200943
Tabel 4.6	Volume Operasional Penjualan46
Tabel 4.7	Persentase Volume Operasional Penjualan Tahun 200847
Tabel 4.8	Persentase Volume Operasional Penjualan Tahun 200947
Tabel 4.9	Komposisi Penjualan Untuk <i>Break Even Point</i> Tahun 200849
Tabel 4.10	Rasio Marjin Kontribusi Tertimbang Tahun 200851
Tabel 4.11	Komposisi Penjualan Untuk <i>Break Even Point</i> Tahun 200952
Tabel 4.12	Rasio Marjin Kontribusi Tertimbang Tahun 200954
Tabel 4.13	Batas Aman Penjualan Tahun 200856
Tabel 4.14	Batas Aman Penjualan Tahun 200958
Tabel 4.15	Pengungkit Operasi Tahun 200860
Tabel 4.16	Pengungkit Operasi Tahun 200962
Tabel 4.17	Analisis <i>Sales Mix</i> Tahun 200865
Tabel 4.18	Analisis <i>Sales Mix</i> Tahun 200866
Tabel 4.19	Analisis <i>Sales Mix</i> Tahun 200969
Tabel 4.20	Analisis <i>Sales Mix</i> Tahun 200970