

## ABSTRAK

Indonesia saat ini telah memasuki era globalisasi dan menciptakan hubungan antar-negara menjadi sangat terbuka, khususnya dalam hubungan ekonomi internasional. Dengan masuknya Indonesia menjadi anggota AFTA pada tahun 2003, maka perusahaan yang ada di Indonesia harus mempersiapkan diri guna menghadapi persaingan ketat sehingga dapat menarik konsumen dan berusaha merebut pasar dalam negeri. Apabila mendapat pangsa pasar yang baik maka perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal. Memperoleh laba merupakan tujuan utama bagi setiap perusahaan dan untuk mencapai hal tersebut pihak manajemen dapat menggunakan alat bantu analisa *break even point*.

Analisa *break even point* pada PT Karya Mulia berfungsi sebagai alat manajemen untuk mengetahui potensi laba yang belum dimanfaatkan secara maksimal oleh perusahaan dan membantu perusahaan dalam menetapkan volume penjualan minimum berdasarkan perubahan-perubahan yang terjadi dalam pengelolaan biaya, sehingga pihak manajemen dapat menentukan laba maksimum yang dapat diperoleh perusahaan. Dalam menentukan *break even point* yang berhubungan dengan penelitian ini, biaya dikelompokkan menjadi biaya tetap, biaya variabel, biaya semi variabel. Analisis *break even point* juga dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh perubahan harga jual, biaya tetap, biaya variabel yang paling menguntungkan bagi perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah menilai seberapa besar peranan analisa break even point dalam menentukan tingkat volume penjualan di PT Karya Mulia. Hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan dalam melakukan analisa break even point. Metode yang digunakan untuk menganalisis data primer dan data sekunder yang didapat penulis dari PT Karya Mulia adalah analisis deskriptif dan kuantitatif.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan analisa *break even point* perusahaan harus melakukan pemisahan biaya ke dalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel. Volume penjualan minimum dalam unit yang harus diproduksi agar perusahaan tidak mengalami kerugian, secara berturut-turut dari tahun 2005-2007 adalah sebagai berikut : tahun 2005 sebanyak 6.307 unit, tahun 2006 sebanyak 6.369 unit, tahun 2007 berdasarkan persentase perubahan rata-rata sebanyak 6.285 unit, tahun 2007 berdasarkan persentase perubahan per rasa sebanyak 6.403 unit. *Margin Of Safety* secara berturut-turut dari tahun 2005-2007 adalah sebagai berikut : tahun 2005 *Margin Of Safety* sebesar = 76,96 %, tahun 2006 *Margin Of Safety* sebesar = 76,61 %, tahun 2007 *Margin Of Safety* berdasarkan perubahan rata-rata sebesar = 77,07 %, tahun 2007 *Margin Of Safety* berdasarkan perubahan per rasa sebesar = 75,66 %. Volume penjualan dalam Rupiah yang harus dicapai agar dapat memperoleh laba yang diharapkan, secara berturut-turut dari tahun 2005-2007 adalah sebagai berikut : tahun 2005 sebesar Rp 824.190.274,50, tahun 2006 sebesar

Rp 836.754.872,70, tahun 2007 berdasarkan persentase perubahan rata-rata sebesar Rp826.121.226,40, tahun 2007 berdasarkan persentase perubahan per rasa sebesar Rp 845.830.353,60. Penulis melakukan prediksi untuk tahun 2008 berdasarkan data tahun 2006 dan tahun 2007 dengan hasil sebagai berikut : volume penjualan minimum yang harus diproduksi berdasarkan perubahan rata-rata 6.210 unit, volume penjualan Rp 815.971.045, *Margin Of Safety* 78,97 %, berdasarkan perubahan per rasa 6.416 unit, volume penjualan Rp 851.114.333,90, *Margin Of Safety* 76,57 %.

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR BAGAN.....	xii

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	10

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Pengertian <i>Break Even Point</i> .....	12
2.2 Manfaat Analisa <i>Break Even Point</i> .....	13
2.3 Asumsi-asumsi dalam Analisa <i>Break Even Point</i> .....	15
2.4 Cara Penentuan Tingkat <i>Break Even</i> .....	16
2.5 Hubungan analisa <i>Break Even Point</i> dengan Tingkat Volume Penjualan.....	18
2.6 <i>Margin of Safety</i> .....	19
2.7 <i>Contribution Margin</i> .....	20
2.8 Pengertian dan Penggolongan Biaya pada analisa <i>Break Even Point</i> .....	20
2.8.1 Pengertian Biaya .....	20
2.8.2 Penggolongan Biaya.....	21
2.9 Metode Pemisahan Biaya Semivariabel.....	26
 <b>BAB III OBJEK PENELITIAN .....</b>	 <b>31</b>
3.1 Objek Penelitian.....	31
3.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	31
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	32
3.4 Tujuan Perusahaan .....	39
3.5 Proses Produksi .....	39

<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Tingkat Penjualan .....	42
4.2 Penggolongan Biaya.....	50
4.3 Pengelompokkan Biaya menjadi Biaya Tetap, Biaya Variabel, Biaya Semivariabel.....	52
4.4 Pemisahan Biaya Semivariabel ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....	54
4.5 Perhitungan Analisa BEP dan Tingkat Volume Penjualan pada PT Karya Mulia .....	61
4.6 <i>Margin of Safety</i> .....	73
4.7 Peranan Analisa BEP dengan Penetapan Tingkat Volume Penjualan .....	76
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>92</b>
5.1 Simpulan .....	92
5.2 Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
Lampiran 1 .....	xiv
Lampiran 2 .....	xv

Lampiran 3 .....	xvi
Lampiran 4 .....	xvii
Lampiran 5 .....	xviii
Lampiran 6 .....	xix

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Biaya Reparasi dan Pemeliharaan pada Berbagai Tingkatan.....	26
Tabel 2.2 Biaya Tetap .....	27
Tabel 2.3 Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin.....	29
Tabel 4.1 Penjualan Periode Januari – Desember 2005 .....	42
Tabel 4.2 Penjualan Periode Januari – Desember 2006 .....	44
Tabel 4.3 Persentase Perubahan Tingkat Penjualan Berdasarkan Rasa Tahun 2005-2006.....	46
Tabel 4.4 Persentase Perubahan Tingkat Penjualan Berdasarkan Rata-Rata Tahun 2006-2007.....	47
Tabel 4.5 Persentase Perubahan Tingkat Penjualan Berdasarkan Rasa Tahun 2006-2007.....	49
Tabel 4.6 Biaya Periode Januari – Desember 2005 .....	50
Tabel 4.7 Biaya Periode Januari – Desember 2006 .....	51
Tabel 4.8 Pengelompokkan Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semivariabel Tahun 2005.....	52
Tabel 4.9 Pengelompokkan Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semivariabel Tahun 2006.....	53
Tabel 5.0 Hasil Pengolahan Volume Penjualan dan Biaya Semivariabel dengan Menggunakan Metode Kuadrat Terkecil Tahun 2005.....	55

Tabel 5.1 Hasil Pengolahan Volume Penjualan dan Biaya Semivariabel dengan Menggunakan Metode Kuadrat Terkecil Tahun 2006.....	53
Tabel 5.2 Hasil Penjualan Tahun 2005 .....	58
Tabel 5.3 Perubahan Biaya Variabel setelah Pemisahan Biaya Semivariabel Tahun 2005 .....	58
Tabel 5.4 Perubahan Biaya Tetap setelah Pemisahan Biaya Semivariabel Tahun 2005 .....	59
Tabel 5.5 Hasil Penjualan Tahun 2006 .....	60
Tabel 5.6 Perubahan Biaya Variabel setelah Pemisahan Biaya Semivariabel Tahun 2006 .....	60
Tabel 5.7 Perubahan Biaya Tetap setelah Pemisahan Biaya Semivariabel Tahun 2006 .....	61
Tabel 5.8 Hasil Penjualan Berdasarkan Rata-Rata Tahun 2007 .....	65
Tabel 5.9 Hasil Penjualan Berdasarkan Rasa Tahun 2007 .....	67
Tabel 6.0 Hasil Penjualan Berdasarkan Rata-Rata Tahun 2008 .....	69
Tabel 6.1 Hasil Penjualan Berdasarkan Rasa Tahun 2008 .....	71



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran.....	7
Bagan 3.1 Struktur Organisasi PT Karya Mulia .....	38