

## ABSTRAK

Pemerintah yang baru dipilih menghadapi beban berat memulihkan kembali perekonomian Indonesia, khususnya di bidang industri manufaktur. Kondisi ini akibat dari *neglect* dan salah manajemen pemerintah – pemerintah yang terdahulu. Sehingga Indonesia tertinggal dari kemajuan negara – negara berkembang lainnya dan perkembangan industri manufaktur di Indonesia malah mendekati stagnan.

Akibat kondisi tersebut negara – negara tetangga akan berusaha menarik konsumen dan berusaha merebut pasar dalam negeri seluas mungkin. Kondisi persaingan itu harus dapat diantisipasi semaksimal mungkin oleh perusahaan yang menghasilkan produk domestik, sehingga mampu bertahan dan bahkan menandingi produk yang berasal dari luar tersebut.

Pada umumnya setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya ingin memperoleh laba. Dimana laba itu dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga jual, biaya produksi, volume penjualan. Untuk memperoleh laba yang diinginkan, perusahaan harus mencapai target penjualan yang sudah direncanakan.

Penentuan target penjualan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan analisis Break Even Point. Analisis Break Even Point merupakan suatu alat pemberi informasi penentuan tingkat volume penjualan yang harus dicapai untuk menunjang perencanaan laba perusahaan dan informasi bagi pengambilan keputusan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan.

Dalam menentukan titik impas yang berhubungan dengan penelitian ini, biaya – biaya yang terjadi dikelompokkan menurut klasifikasi yang ada pada perusahaan, yaitu biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa volume penjualan yang harus dicapai oleh PT. VINI VIDI VICI agar target volume penjualan yang diinginkan tercapai.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa volume penjualan yang harus dicapai secara keseluruhan adalah Rp 1.010.097.615,10, untuk jenis kijang super 90 – 97 Long / Short sebesar Rp 420.846.743,73 atau 1.257 unit dan untuk kijang 97 – 2.0 Long / Short sebesar Rp 589.250.871,37 atau 1.593 unit.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	i
<b>KATA PENGANTAR</b>	ii
<b>DAFTAR ISI</b>	v
<b>DAFTAR TABEL</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.6 Metode Penelitian	7
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Analisis Break Even Point	11
2.1.1 Pengertian Break Even Point	11
2.1.2 Pengertian Analisis Break Even	12
2.1.3 Kegunaan dan Manfaat Analisis Break Even Point	16
2.2 Pengertian Biaya dan Klasifikasi Biaya	18
2.2.1 Pengertian Biaya	18

2.2.2	Klasifikasi Biaya	19
2.3	Penggolongan Biaya sesuai dengan Tingkah lakunya dalam hubungannya dengan Perubahan Volume kegiatan	23
2.3.1	Pengertian Biaya Tetap	23
2.3.2	Pengertian Biaya Variabel	25
2.3.3	Pengertian Biaya Semi Variabel	26
2.4	Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel	28
2.4.1	Metode Titik Tertinggi dan Terrendah	28
2.4.2	Metode Biaya Berjaga	30
2.4.3	Metode Statistik Grafik Terpencar	31
2.4.4	Metode Kuadrat Terkecil	32
2.5	Perhitungan Break Even Point	34
2.5.1	Pendekatan Matematis	34
2.5.2	Pendekatan Grafis	35
2.5.3	Konsep Contribusi Margin	38
2.6	Margin Of Safety	40
2.7	Hubungan Analisis Break Even Point dengan Penetapan Volume Penjualan	41

### **BAB III OBJEK PENELITIAN**

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	46
3.2	Struktur Organisasi Perusahaan	47
3.3	Kegiatan Produksi	53

3.3.1 Jenis Produksi	53
3.3.2 Proses Produksi	58

#### **BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Penggolongan Biaya	61
4.2 Perhitungan Break Even Point dengan Pendekatan Matematis	67
4.3 Perhitungan Break Even Point dengan Pendekatan Grafik	70
4.3.1 Grafik Injakan Samping Kijang Super 90 – 93 Long/ Short	70
4.3.2 Grafik Injakan Samping Kijang 97 – 2.0 Long/ Short	71
4.3.3 Grafik Injakan Samping secara keseluruhan	72
4.4 Margin Of Safety	72
4.5 Pembahasan Penelitian	74

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	82

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel	4.1	Data Penjualan Injakan Samping Merek Toyota	62
Tabel	4.2	Data Biaya Tetap	62
Tabel	4.3	Data Biaya Variabel	63
Tabel	4.4	Data Biaya Semi Variabel	64
Tabel	4.5	Data Biaya Semi Variabel	64
Tabel	4.6	Rincian Volume Penjualan, Harga Jual, Hasil Penjualan dan Bobot	66
Tabel	4.7	Biaya Tetap dan Biaya Variabel Kijang Super 90 – 93 Long/ Short	68
Tabel	4.8	Biaya Tetap dan Biaya Variabel Kijang 97 – 2.0 Long/ Short	68
Tabel	4.9	Hasil Perhitungan dengan Beberapa Perubahan	79

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Bagan Kerangka Pemikiran</b>	<b>10</b>
<b>Gambar</b>	<b>2.3.1 Grafik Biaya Tetap</b>	<b>24</b>
<b>Gambar</b>	<b>2.3.2 Grafik Biaya Variabel</b>	<b>26</b>
<b>Gambar</b>	<b>2.3.3 Grafik Biaya Semi Variabel</b>	<b>27</b>
<b>Gambar</b>	<b>2.5 a Garis Biaya Tetap digambarkan secara horizontal Sejajar dengan sumbu X</b>	<b>37</b>
<b>Gambar</b>	<b>2.5 b Garis Biaya Tetap digambarkan sejajar dengan Biaya Variabel</b>	<b>38</b>
<b>Gambar</b>	<b>Struktur Organisasi PT. VINI VIDI VICI</b>	<b>52</b>
<b>Gambar</b>	<b>Diagram Proses Produksi</b>	<b>60</b>
<b>Gambar</b>	<b>4.3.1 Grafik Injakan Samping Kijang Super 90 – 93 Long/ Short</b>	<b>70</b>
<b>Gambar</b>	<b>4.3.2 Grafik Injakan Samping Kijang 97 – 2.0 Long/ Short</b>	<b>71</b>
<b>Gambar</b>	<b>4.3.3 Grafik Injakan Samping secara keseluruhan</b>	<b>72</b>