ABSTRAK

Kegiatan perencanaan penjualan merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena dapat berpengaruh terhadap laba perusahaan. Oleh karena itu manajemen memerlukan suatu alat bantu untuk menetapkan berapa tingkat penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba. Laba ditentukan oleh harga jual, biaya, dan volume penjualan yang dihasilkan perusahaan. Salah satu alat bantu yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan ini adalah analisis *breakeven*. Dengan analisis *breakeven*, dapat diketahui *breakeven point* perusahaan, yaitu suatu titik dimana perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Atas dasar inilah penulis mengadakan penelitian pada sebuah perusahaan percetakan dengan judul "Peranan Analisis *Breakeven* sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan Volume Penjualan pada CV. Siliwangi". Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana peranan analisis *breakeven* dalam membantu manajemen dalam perencanaan volume penjualan.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi adalah metode deskriptif analitis. Sedangkan teknik penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Objek dari penelitian ini adalah analisis *breakeven* dan perencanaan volume penjualan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis pada CV.Siliwangi diketahui bahwa CV.Siliwangi belum menerapkan analisis *breakeven* dalam merencanakan volume penjualan. Selama ini CV.Siliwangi dalam menentukan volume penjualan hanya berdasarkan perkiraan – perkiraan dari tahun sebelumnya tanpa melakukan perhitungan yang sistematis. Untuk itu penulis mencoba untuk membuat perhitungan *breakeven* untuk hasil operasi tahun 2005. *Breakeven point* hasil operasi CV.Siliwangi pada tahun 2005 adalah sebesar Rp 1.256.154.500 atau 349.262 unit untuk ketiga jenis produk. Hal ini berarti apabila CV.Siliwangi hanya mampu menjual produknya yaitu sebanyak 277.822 unit untuk *poster*, 31.751 unit untuk *paper bag*, dan 39.689 unit untuk *booklet*, maka CV.Siliwangi tidak akan menderita rugi atau mendapat laba. Dengan analisis *breakeven* dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas dalam menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai untuk mencapai laba operasi yang diinginkan.

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada CV.Siliwangi dapat disimpulkan bahwa analisis *breakeven* dapat digunakan sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan volume penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
1.5 Kerangka Pemikiran	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.7 Lokasi Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Akuntansi Biaya	
2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya	7
2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya	8
2.2 Biaya	

2.2.1 Pengertian Biaya	9
2.2.2 Penggolongan Biaya	11
2.2.2.1 Biaya Tetap (<i>Fixed Cost</i>)	16
2.2.2.2 Biaya Variabel (<i>Variable Cost</i>)	17
2.2.2.3 Biaya Semivariabel (<i>Semivariable Cost</i>)	18
2.3 Metode Pemisahan Biaya Semivariabel Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	20
2.3.1 Metode Titik Tertinggi dan Terendah (<i>High and Low Point Method</i>)	21
2.3.2 Metode Biaya Berjaga (<i>Standby Cost Method</i>)	23
2.3.3 Metode Kuadrat Terkecil (<i>Least Square Method</i>)	24
2.4 Analisis <i>Breakeven</i>	
2.4.1 Pengertian Analisis <i>Breakeven</i>	26
2.4.2 Asumsi – asumsi dalam Analisis <i>Breakeven</i>	27
2.4.3 Cara Perhitungan <i>Breakeven Point</i>	28
2.4.3.1 Pendekatan Teknik Persamaan	28
2.4.3.2 Pendekatan Grafis	35
2.4.4 Pengaruh Perubahan Beberapa Faktor Terhadap Tingkat Laba dan <i>Breakeven Point</i>	38
2.4.4.1 Pengaruh Perubahan Biaya Tetap	39
2.4.4.2 Pengaruh Perubahan Biaya Variabel	39
2.4.4.3 Pengaruh Perubahan Harga Jual	40
2.4.4.4 Pengaruh Perubahan Volume Penjualan	41

2.4.4.5 Pengaruh Perubahan Komposisi Penjualan Produk	42
2.4.5 Keterbatasan Analisis <i>Breakeven</i>	43
2.4.6 <i>Margin of Safety</i>	44
2.5 Penjualan dan Perencanaan Penjualan	
2.5.1 Pengertian Penjualan	46
2.5.2 Perencanaan Penjualan	46
2.5.3 Manfaat Anggaran Penjualan	48
2.5.4 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Anggaran Penjualan	49
2.6 Manfaat Analisis Breakeven sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan Penjualan	50
BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	54
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data	54
3.2 Objek Penelitian	55
3.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	55
3.2.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	
4.1.1 Jenis – jenis Biaya dan Klasifikasi Biaya pada CV.Siliwangi	61
4.1.1.1 Jenis – jenis Biaya pada CV.Siliwangi	61
4.1.1.2 Klasifikasi Biaya pada CV.Siliwangi	64

4.1.2 Pengelompokkan Biaya Berdasarkan Perilakunya	65
4.1.3 Pemisahan Biaya Semivariabel ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel	68
4.2 Pembahasan	
4.2.1 Perhitungan <i>Breakeven Point</i>	75
4.2.2 Perhitungan <i>Breakeven Point</i> dengan Metode <i>Weighted-Average Contribution Margin</i>	78
4.3 Pengaruh Perubahan Biaya Tetap Terhadap <i>Breakeven Point</i>	80
4.4 Pengaruh Perubahan Biaya Variabel Terhadap <i>Breakeven Point</i>	82
4.5 Pengaruh Perubahan Harga Jual Terhadap <i>Breakeven Point</i>	84
4.6 Pengaruh Perubahan Harga Jual, Biaya Tetap, dan Biaya Variabel Terhadap <i>Breakeven Point</i>	87
4.7 Analisis <i>Breakeven</i> sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan Volume Penjualan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Data Kegiatan dan Biaya Reparasi Tahun 20X1	21
Tabel 2.2 Perhitungan Metode Titik Tertinggi dan Terendah	21
Tabel 2.3 Perhitungan Metode Kuadrat Terkecil	25
Tabel 2.4 Data untuk Perhitungan <i>Breakeven Point</i>	32
Tabel 2.5 Data untuk Grafik <i>Breakeven</i>	35
Tabel 4.1 Pengelompokkan Biaya pada CV.Siliwangi Tahun 2005	65
Tabel 4.2 Pengelompokkan Biaya pada CV.Siliwangi Tahun 2005	66
Tabel 4.3 Pengelompokkan Biaya Berdasarkan Perilakunya	67
Tabel 4.4 Biaya Semivariabel Per Bulan pada Tahun 2005	68
Tabel 4.5 Volume Produksi <i>Poster, Paper bag, dan Booklet</i> Tahun 2005	69
Tabel 4.6 Pemisahan Biaya Variabel Tahun 2005 dengan Metode <i>Least Square</i>	71
Tabel 4.7 Unsur Biaya Tetap dan Biaya Semivariabel dari Masing- Masing Biaya Semivariabel Tahun 2005	73
Tabel 4.8 Hasil Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel Secara Keseluruhan	74
Tabel 4.9 Data Penjualan Masing – masing Jenis Produk	75
Tabel 4.10 Biaya Variabel per Unit untuk Masing – masing Jenis Produk	76

Tabel 4.11 <i>Contribution Margin</i> per Unit	76
Tabel 4.12 Perhitungan Laba Operasi Tahun 2005	77
Tabel 4.13 <i>Contribution Margin</i> per Jenis Produk	78
Tabel 4.14 Pengaruh Perubahan Biaya Tetap Terhadap <i>Breakeven Point</i>	80
Tabel 4.15 Pengaruh Perubahan Biaya Variabel Terhadap <i>Breakeven Point</i>	82
Tabel 4.16 <i>Contribution Margin</i> per Unit	83
Tabel 4.17 <i>Contribution Margin</i> per Jenis Produk	83
Tabel 4.18 Pengaruh Perubahan Harga Jual Terhadap <i>Breakeven Point</i>	85
Tabel 4.19 Pengaruh Perubahan Harga Jual, Biaya Tetap, dan Biaya Semivariabel Terhadap <i>Breakeven Point</i>	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Grafik biaya tetap	17
Gambar 2.2 Grafik biaya variabel	18
Gambar 2.3 Grafik biaya semivariabel	20
Gambar 2.4 Grafik <i>breakeven</i>	36
Gambar 3.1 Struktur Organisasi CV.Siliwangi	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup