

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Banyaknya industri di Indonesia tentu membawa dampak pada persaingan bisnis yang ketat diantara pelaku bisnis. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sub sektor dari sektor industri barang konsumsi, dimana perusahaan tersebut bergerak di bidang industri makanan dan minuman.<sup>1</sup>

Kementerian Perindustrian menargetkan pertumbuhan industri manufaktur di tahun 2015 sebesar 6,1%, lebih tinggi dari pertumbuhan industri pada tahun 2014 sebesar 5,7%. Pencapaian target tersebut diharapkan berasal dari investasi di sektor makanan minuman, tembakau, industri barang kayu dan hasil hutan lainnya, serta industri alat angkut, mesin dan peralatan.<sup>2</sup> PT Prasadha Aneka Niaga Tbk merupakan salah satu perusahaan sektor industri barang konsumsi pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Investasi di sub sektor makanan dan minuman atau produk turunan sektor agro, pada tahun 2015 pertumbuhannya diperkirakan masih cukup kuat seiring dengan ekspansi dari perusahaan asing dan lokal.<sup>3</sup> Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) menyatakan bahwa terdapat sekitar 14 investor asing asal tiga negara yakni Jepang, Korea Selatan dan Amerika Serikat, berencana masuk ke industri makanan dan minuman di Indonesia. Minat asing

---

<sup>1</sup> Bursa Efek Indonesia, "Pasar Syariah", <http://www.idx.co.id/beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah.aspx>, (diakses, 5 Agustus 2015)

<sup>2</sup> Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "*Investasi Sektor Makanan Topang Pertumbuhan Industri pada 2015*", <http://kemenperin.go.id/artikel/10726>, (diakses, 30 Maret 2016)

<sup>3</sup> *Ibid.*

yang makin tinggi akan mendorong investasi di industri ini sekitar 22% pada tahun 2015 menjadi Rp 55 triliun dari tahun ini Rp 45 triliun.<sup>4</sup>

Dengan penajakan investasi tersebut menunjukkan pasar makanan dan minuman di Indonesia yang tumbuh positif cenderung menarik bagi investor asing. Industri makanan dan minuman nasional terbukti menjadi salah satu industri dengan tingkat pertumbuhan cukup tinggi di Indonesia. Dalam menghadapi keadaan demikian, maka perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien dalam menjalankan semua aspek pendukung yang ada dalam perusahaan. Suatu perusahaan harus memiliki manajemen yang baik dan efisien. Manajemen yang baik dan efisien adalah manajemen yang dapat mengelola dan mengambil keputusan yang berguna bagi kelangsungan hidup perusahaan guna untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu fungsi manajemen adalah sebagai alat dalam membantu perencanaan (*planning*).<sup>5</sup>

Perencanaan atau *planning* adalah kegiatan awal dalam sebuah pekerjaan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan itu agar mendapat hasil yang optimal.<sup>6</sup> Oleh karena itu, perencanaan merupakan sebuah keharusan di samping sebagai sebuah kebutuhan. Segala sesuatu memerlukan perencanaan. Ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dari laba yang diperoleh perusahaan. Salah satu perencanaan yang harus dibuat oleh perusahaan adalah penyusunan

---

<sup>4</sup> *Ibid*

<sup>5</sup> *Ibid*

<sup>6</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Pers, 2003, hlm. 77

perencanaan target laba. Perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan.<sup>7</sup>

Analisis perencanaan laba penting bagi korporasi untuk proses merencanakan keuangan.<sup>8</sup> Berdasarkan perencanaan itu, manager keuangan dapat menentukan aktivitas korporasi untuk mencapai laba yang ditentukan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya.

Pada bulan Juli 2015, sektor industri Indonesia semakin terpukul akibat penurunan rupiah terhadap dolar Amerika Serikat yang di dorong oleh krisis ekonomi Yunani. Kepala Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) mengatakan bahwa krisis ekonomi Yunani dalam jangka pendek akan memberi dampak terhadap pasar keuangan global, terutama nilai tukar euro terhadap dolar Amerika Serikat yang menurun. Konsekuensinya, dolar Amerika Serikat kian kuat di dunia.<sup>9</sup>

Di Indonesia, penguatan dolar Amerika Serikat mengakibatkan nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat melemah. Berdasarkan data Bank Indonesia, nilai tukar rupiah terhadap mata uang Amerika Serikat mencapai Rp 13.286,00 per US\$1. Situasi ini merugikan sektor riil Indonesia terutama industri, sebab bahan baku bahkan barang modal industri domestik banyak tergantung

---

<sup>7</sup> William K. Carter, *Akuntansi Biaya: Buku 2 Edisi 14*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, hal. 4

<sup>8</sup> Manahan P. Tampubolon, *Manajemen Keuangan (Finance Management)*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013, hlm. 47

<sup>9</sup> Jerome Wirawan, "Indonesia Yunani Ekonomi?" [http://www.bbc.com/indonesia/berita\\_indonesia/2015/07/150706](http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2015/07/150706), (diakses, 30 Maret 2016).

impor. Dengan terjadinya depresiasi rupiah terhadap dolar AS, impor bahan baku akan semakin mahal.<sup>10</sup>

Kenyataan ini sejalan dengan publikasi Badan Pusat Statistik pada Mei 2015 yang menyebutkan neraca perdagangan *surplus* dan pada saat bersamaan impor bahan baku dan barang modal mengalami penurunan. Neraca perdagangan *surplus* bukan berarti kinerja perekonomian membaik. Kelihatannya saja *surplus*, tapi belanja bahan baku impor untuk memproduksi barang ekspor menurun. Ini menunjukkan pelemahan dalam ekonomi domestik, terutama di sektor industri manufaktur.<sup>11</sup>

Dengan adanya krisis ekonomi Yunani, 14 perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami peningkatan serta penurunan pada penjualan dan laba bersih. Peningkatan atau penurunan pada penjualan bersih dan laba bersih perusahaan-perusahaan di sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dapat dilihat pada Tabel 1.1, yaitu sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Laba Bersih dan Penjualan Bersih Perusahaan pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI (dalam Milyar Rupiah)**

No.	Kode Emiten	Nama Perusahaan	Penjualan Bersih		Laba Bersih	
			2014	2015	2014	2015
1	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	5.140	6.011	371	379
2	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk	332	-	-10	-
3	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	3.702	3.486	41	107
4	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk	879	670	288	192
5	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	30.022	31.741	2.574	2.923
6	INDF	PT Indofood Sukses	63.594	64.062	5.229	3.710

<sup>10</sup> *Ibid*

<sup>11</sup> *Ibid*

		Makmur Tbk				
7	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	2.989	2.696	788	504
8	MYOR	PT Mayora Indah Tbk	14.169	14.819	410	1.250
9	PSDN	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk	975	920	-30	-43
10	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	1.880	2.175	189	271
11	SKBM	PT Sekar Bumi Tbk	1.481	1.362	90	40
12	SKLT	PT Sekar Laut Tbk	681	745	17	20
13	STTP	PT Siantar Top Tbk	2.170	2.544	124	186
14	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk	3.917	4.394	523	283

Sumber : [www.idx.co.id/dataperusahaan/perusahaantercatat](http://www.idx.co.id/dataperusahaan/perusahaantercatat)

Pada Tabel 1.1 menjelaskan bahwa terdapat sebelas perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah (ISSI). Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) terdiri dari seluruh saham syariah yang tercatat di BEI dan terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES). Pada November 2007 Bapepam & LK (sekarang menjadi OJK) telah mengeluarkan Daftar Efek Syariah (DES), keberadaan Daftar Efek Syariah (DES) inilah yang kemudian ditindaklanjuti oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk meluncurkan Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).<sup>12</sup>

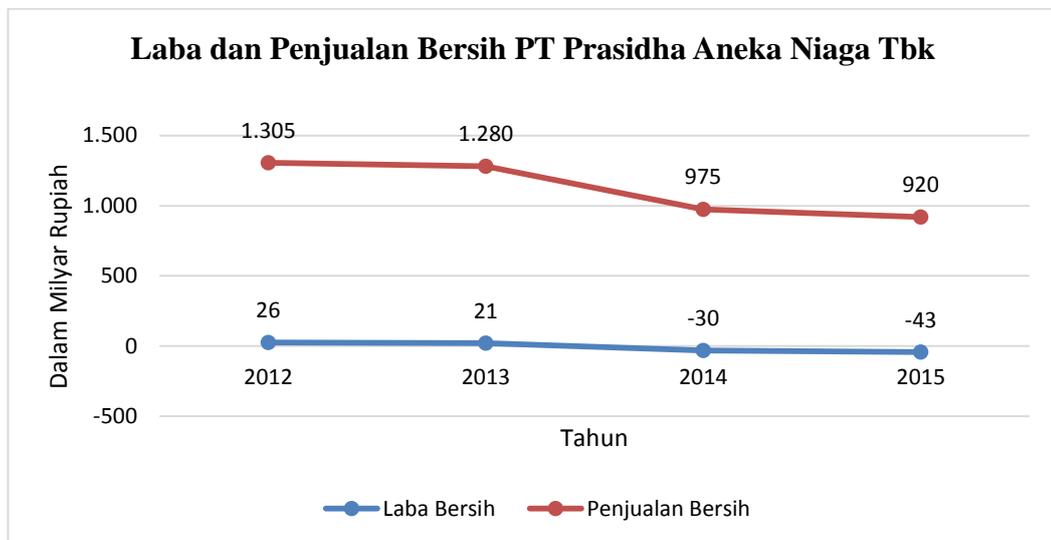
Dari sebelas perusahaan tersebut, hanya PT Prasadha Aneka Niaga yang mengalami penurunan penjualan bersih dan laba bersih serta pada tahun 2015 perusahaan mengalami kerugian. PT Prasadha Aneka Niaga Tbk merupakan perusahaan multinasional yang kegiatan dan usaha utamanya adalah pengolahan dan perdagangan karet remah dan kopi.<sup>13</sup>

<sup>12</sup>Bursa Efek Indonesia, "Pasar Syariah" [http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdan\\_layanan/pasarsyariah.aspx](http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdan_layanan/pasarsyariah.aspx), (diakses, 5 Agustus 2015)

<sup>13</sup>[www.prasidha.co.id](http://www.prasidha.co.id), (diakses, 17 Maret 2016)

Untuk menunjang alasan penelitian pada PT Prasadha Aneka Niaga Tbk, berikut ini laporan laba bersih dan penjualan bersih yang diperoleh PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2012-2015.

**Gambar 1.1**  
**Grafik Laba Bersih dan Penjualan Bersih PT Prasadha Aneka Niaga Tbk**  
**(dalam Milyar Rupiah)**



Sumber: [www.idx.co.id/statistik/publikasi/laporankeuangantahunan](http://www.idx.co.id/statistik/publikasi/laporankeuangantahunan)

Gambar Grafik 1.1 menjelaskan bahwa pada tahun 2012 penjualan bersih dan laba bersih PT Prasadha Aneka Niaga Tbk mengalami peningkatan dari tahun 2011 yaitu sebesar 5% dan 7%. Pada tahun 2013, penjualan bersih dan laba bersih yang diperoleh perusahaan mulai mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar -2% dan -17%. Kemudian, pada tahun 2014 perusahaan mencatatkan penurunan yang drastis pada penjualan bersih dan laba bersih sebesar -24% dan -232%. Dan pada tahun 2015, perusahaan mencatatkan penurunan kembali pada penjualan bersih dan laba bersih dari tahun sebelumnya yaitu sebesar -5% dan -22%.

Berdasarkan penjelasan tersebut, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk mengalami penurunan target laba dari tahun sebelumnya yang disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam suatu perencanaan laba hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi langsung mempengaruhi laba.<sup>14</sup>

Perencanaan laba memerlukan alat bantu berupa analisis biaya-volume-laba. Salah satu teknik analisis biaya-volume-laba adalah analisis *break even point*. Analisis *break even point* (titik impas) merupakan salah satu cara yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak memperoleh keuntungan atau tidak menderita kerugian.<sup>15</sup> Melalui analisis ini, dapat diketahui kondisi perusahaan yang mampu menjual produknya dengan jumlah tertentu, sehingga perusahaan tidak menderita kerugian tetapi juga tidak memperoleh laba atau impas. Dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya.<sup>16</sup>

Analisis *break even point* (BEP) atau titik impas yang merupakan teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya total, laba yang diharapkan dan volume penjualan. Secara umum analisa ini juga memberikan informasi mengenai *margin of safety* yang mempunyai kegunaan sebagai indikasi dan

---

<sup>14</sup> Manahan P. Tampubolon, *Op.Cit*

<sup>15</sup> Djarwanto, *Pokok-Pokok Analisa Laporan Keuangan*, Yogyakarta: BPFE, 2010, hlm. 184

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm. 186

gambaran kepada manajemen berapakah penurunan penjualan dapat ditaksir sehingga usaha yang dijalankan tidak menderita rugi. Selain itu apabila penjualan pada *break even point* (BEP) dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan maka akan dapat diperoleh informasi tentang berapa jauh penjualan bisa turun sehingga industri tidak menderita rugi atau tingkat keamanan bagi industri dalam melakukan penurunan penjualan. Informasi tentang *margin of safety* ini dapat dinyatakan dalam prosentase atau rasio antara penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan pada tingkat impas.<sup>17</sup>

Untuk dapat menentukan analisis *break even point* (BEP) biaya yang terjadi harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan bertambah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Apabila suatu industri hanya mempunyai biaya variabel, maka tidak akan muncul masalah *break even* dalam industri tersebut. Masalah *break even* baru muncul apabila suatu industri disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.<sup>18</sup>

Perhitungan analisis *break even point* dapat dilakukan menggunakan tiga pendekatan yaitu pendekatan persamaan, pendekatan margin kontribusi, serta pendekatan grafik. Dalam penelitian ini, untuk menganalisis *break even point*

---

<sup>17</sup> *Ibid*

<sup>18</sup> *Ibid*

digunakan pendekatan *margin* kontribusi. Dengan melakukan analisis *break even point*, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimal yang harus dicapai, agar tidak mengalami kerugian. Dari analisis tersebut, juga dapat diketahui sampai seberapa besar volume penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak mengalami kerugian.<sup>19</sup>

Dalam analisis *break even point*, apabila hasil penjualan melebihi atau di atas titik impas, maka perusahaan tersebut mengalami keuntungan. Dan sebaliknya, apabila hasil penjualan kurang atau di bawah titik impas, maka perusahaan tersebut mengalami kerugian.<sup>20</sup>

Dalam penelitian ini, dilakukan juga analisis *Margin of safety* (batas keamanan). *Margin of safety* merupakan hubungan antara volume penjualan yang dibudgetkan dengan volume penjualan pada titik impas.<sup>21</sup> Apabila volume penjualan pada titik impas telah diketahui, dan kemudian dihubungkan dengan penjualan yang dibudgetkan, akan dapat diketahui batas keamanan, yaitu berapa besar volume penjualan boleh turun asal perusahaan tidak menderita kerugian. Selisih antara volume penjualan yang dibudgetkan atau tingkat penjualan tertentu dengan volume penjualan pada titik impas merupakan *margin of safety* (batas keamanan) bagi perusahaan yang bersangkutan.<sup>22</sup>

Setelah melakukan analisis *break even point*, maka dilakukan kembali peramalan (*forecast*) merupakan suatu cara mengukur atau menaksir kondisi

---

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm.187

<sup>21</sup> Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014, hlm. 212

<sup>22</sup> *Ibid*

bisnis di masa mendatang.<sup>23</sup> Salah satu peramalan yang sering digunakan adalah peramalan (*forecast*) penjualan adalah proyek teknis daripada permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi.

Pengukuran *forecast* tersebut dapat dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran secara kuantitatif biasanya menggunakan metode statistik dan matematik. Sedangkan pengukuran secara kualitatif biasanya menggunakan judgment (pendapat). Dalam penelitian ini, pengukuran *forecast* dilakukan secara kuantitatif. Metode analisis yang digunakan dalam *forecast* penjualan adalah analisis *trend* melalui metode *least square*.

Retno Ariyanti, Sri Mangestu Rahayu, dan Achmad (2014), dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pada tahun 2013 merupakan tahun dasar untuk perencanaan volume penjualan dan laba di tahun 2014.<sup>24</sup>

Wahyuning Setio Kurnianti (2013), dalam penelitiannya menyatakan bahwa *break even point* dapat memberikan pedoman dalam membuat keputusan dan membantu manajemen dalam menentukan banyak sedikitnya penjualan produk untuk memperoleh laba. Manajemen membutuhkan informasi tersebut untuk mengambil keputusan dalam merencanakan laba perusahaan. Dengan mengetahui dampak terhadap laba, manajemen akan memiliki dasar yang kuat untuk memilih

---

<sup>23</sup> M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, hlm.147

<sup>24</sup> Retno Ariyanti, Sri Mangesti Rahayu, dan Achmad Husaini, "Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan Dan Laba (Studi Kasus Pada PT Cakra Guna Cipta Malang Periode 2011-2013)" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 11, No. 1 Juni 2014, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article>, (diakses 02 Juli 2015)

setiap alternatif pada tindakan yang akan dipertimbangkan, sehingga manajemen mampu mengambil keputusan secara ekonomis rasional.<sup>25</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dan perbedaan hasil penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk mengambil judul “**Analisis *break even point* (BEP) pada perencanaan laba dan volume penjualan (studi kasus PT Prasadha Aneka Niaga Tbk periode 2012-2015)**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka rumusan permasalahan yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *break even point* (BEP) yang di capai PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2012-2015?
2. Bagaimana tingkat batas keamanan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2012-2015?
3. Bagaimana tingkat penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2016?

## **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Biaya-biaya yang meliputi biaya tetap, dan biaya variabel.
- b. Harga jual adalah harga yang dibebankan kepada konsumen untuk produk yang dibeli.

---

<sup>25</sup> Wahyuning Setio Kurnianti. “*Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Pabrik Gula Ngadiredjo Kediri*. Skripsi(Universitas Brawijaya Malang: Malang: 2013)”, (diakses tanggal 02 Juli 2015)

- c. Volume penjualan adalah jumlah unit terjual suatu perusahaan.
- d. Tingkat laba yang direncanakan adalah rencana laba yang diperoleh atas *break even point*.

## **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

- a. Untuk mengetahui tingkat *break even point* (BEP) yang dicapai oleh PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2012-2015.
- b. Untuk mengetahui tingkat batas keamanan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2012-2015.
- c. Untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai oleh PT Prasadha Aneka Niaga Tbk untuk memenuhi target laba yang diinginkan pada tahun 2016.

### **2. Manfaat penelitian**

- a. Manfaat teoritis

Sebagai kontribusi referensi penelitian mengenai analisis *break even point* (BEP) untuk merencanakan laba dan volume penjualan perusahaan.

- b. Manfaat praktis

Analisis *break even point* (BEP) dapat digunakan sebagai informasi bagi manajemen PT Prasadha Aneka Niaga Tbk untuk menyusun perencanaan laba dan volume penjualan yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini, diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, pembahasan hasil penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini, diuraikan tentang setting penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, sampel yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, diuraikan tentang hasil penelitian seperti gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan sejarah perusahaan. Dan diuraikan juga tentang pembahasan hasil analisis data.

### **BAB V : KESIMPULAN**

Dalam bab ini, terdiri dari dua sub yaitu simpulan dari evaluasi yang telah dilakukan dan pemberian saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Break even point*

*Break even* berarti suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan.<sup>26</sup> Total biaya (tetap dan variabel) sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi.

Carter menyatakan bahwa, titik impas (*break even point*) adalah titik di mana besarnya biaya dan pendapatan adalah sama.<sup>27</sup> Analisis *break even point* sering digunakan dalam perencanaan keuangan. *Break even point* (BEP) analysis juga sangat bermanfaat dalam mengetahui hubungan antara cost, volume, harga, dan laba.<sup>28</sup>

Analisis *break even point* (BEP) disebut juga dengan *Cost-Volume-Profit*. *Break even point* (BEP) merupakan analisis yang menunjukkan hubungan hubungan antara investasi dan volume produksi atau penjualan untuk mendapatkan suatu tingkat profitabilitas.<sup>29</sup> Karena *break even point* (BEP) merupakan suatu pendekatan yang didasarkan pada hubungan antara penjualan dan biaya. Level penjualan dimana korporasi tidak memperoleh laba atau

---

<sup>26</sup> Jumingan, *Op. Cit*, hlm. 358

<sup>27</sup> William K. Carter, *Op. Cit*, hlm. 283

<sup>28</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2011, hlm. 362

<sup>29</sup> Manahan P. Tampubolon, *Op.Cit* , hlm. 47

penjualan sama dengan biayanya disebut sebagai titik pulang pokok atau *break even point*.

Manfaat dari *break even point* (BEP) yaitu sebagai berikut:<sup>30</sup>

1. Alat perencanaan untuk menghasilkan laba
2. Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan
3. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan
4. Mengganti system laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan dimengerti

Biaya dalam analisis *break even point* (BEP) dipisahkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:<sup>31</sup>

1. Biaya tetap adalah biaya yang dalam batas tingkat produksi tertentu jumlahnya tetap atau tidak berubah jika level produksi berubah. Kelompok biaya yang termasuk dalam biaya tetap antara lain: gaji staf eksekutif, gaji staf kantor, penyusutan gedung dan mesin-mesin peralatan.
2. Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah secara langsung dengan level produksi. Yang termasuk dalam biaya variabel adalah biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, komisi penjualan, dan biaya alat-alat pabrik.

*Break even point* (BEP) dapat dihitung menggunakan tiga pendekatan, yaitu sebagai berikut:<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup>*Ibid.*

<sup>31</sup>*Ibid.*, hlm. 48

<sup>32</sup> William K. Carter, *Op. Cit.*, hlm. 284

a. Pendekatan persamaan

Pendekatan persamaan adalah laba sama dengan hasil penjualan dikurangi dengan biaya, atau dapat dinyatakan dengan persamaan.<sup>33</sup> Persamaan ini diturunkan dari laporan laba/rugi keuangan perusahaan, yaitu :<sup>34</sup>

$$\text{Laba} = \text{Total Pendapatan} - (\text{Total Biaya Variabel} + \text{Total Biaya Tetap})$$

$$\text{Total Pendapatan} = \text{Total Biaya Tetap} + (\text{Total Biaya Variabel} + \text{Laba})$$

Hubungan tersebut dapat dirumuskan dalam persamaan secara matematis dalam bentuk persamaan linear, sebagai berikut:<sup>35</sup>

$$P = BT - (VC \times P) + L$$

$$P - (VC \times P) = BT + L$$

$$P (1 - VC) = BT + L$$

$$P = \frac{BT + L}{1 - VC}$$

$$1 - VC$$

Dalam keadaan *break even*, apabila laba sama dengan nol, dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:<sup>36</sup>

$$\text{BEP (Q)} = \frac{BT}{PS - VS}$$

Atau

$$\text{BEP (Q)} = \frac{BT}{PS - VS}$$

---

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> *Ibid*

<sup>35</sup> *Ibid*

<sup>36</sup> *Ibid*

Dimana:

P = Total Penjualan

BT = Biaya Tetap

VS = Biaya Variabel

L = Laba

PS = Penjualan Satuan

VS = Biaya Variabel satuan

b. Pendekatan *margin* kontribusi

Pendekatan *margin* kontribusi adalah perhitungan biaya, volume dan laba dengan menghitung *margin* kontribusi terlebih dahulu.<sup>37</sup> *Margin* kontribusi diperoleh dengan pengurangan total penjualan dengan total biaya variabel, sehingga diperoleh marjn kontribusi perunit dan margin kontribusi rasio sebagai berikut :<sup>38</sup>

$$MK = P - VC$$

$$MK \text{ rasio} = MK : P$$

maka:

$$BEP (\text{ unit}) = \frac{BT}{MK/\text{unit}}$$

$$BEP (\text{ Rp}) = \frac{BT}{MK \text{ Rasio}}$$

Dimana: MK = Marjin Kontribusi

Penjualan BEP (unit) = Titik Impas dalam unit

BEP (Rp) = Titik Impas dalam rupiah

VC = Biaya variabel

BT = Biaya Tetap

P = Total Penjualan

---

<sup>37</sup>*Ibid*, hlm.284

<sup>38</sup>*Ibid*

c. Pendekatan grafik

Pendekatan grafik adalah perhitungan biaya, volume dan laba dengan menggunakan grafik.<sup>39</sup> Pada pendekatan ini, titik impas digambarkan sebagai titik perpotongan antara garis penjualan dengan garis biaya total.

Langkah-langkah dalam pembuatan grafik *break even point* akan dijabarkan sebagai berikut :<sup>40</sup>

1) Menggambarkan grafik fungsi pendapatan (TR)

Grafik TR akan dimulai dari titik nol. Berarti pada saat itu perusahaan belum memperoleh pendapatan dan ketika itu pula produksi atau penjualannya sama dengan nol. Grafik ini akan naik dari titik nol ke kanan atas.

2) Menggambarkan grafik biaya tetap (FC)

Grafik biaya tetap ini sejajar dengan sumbu kuantitas dari kiri ke kanan. Berarti biaya tetap ini menunjukkan biaya yang tidak berubah walaupun produk yang dihasilkan berubah.

3) Menggambarkan biaya total (TC)

Grafik biaya total (TC) ini dimulai dari titik potong antara grafik FC dengan sumbu vertikal ke kanan atas memotong grafik TR. Grafik TC dimulai dari grafik FC karena titik TC merupakan penjumlahan antara biaya tetap (FC) dan biaya variabel (VC). Ketika itu perusahaan belum memproduksi maka biaya total adalah sebesar dengan biaya tetap.

---

<sup>39</sup>*Ibid.*

<sup>40</sup>*Ibid,*

4) Menggambarkan Biaya Variabel (VC)

Dalam grafik biaya variabel ini merupakan biaya yang jumlahnya tergantung pada volume produksi yang dihasilkan sehingga biaya variabel ini memiliki karakteristik grafik seperti *total revenue* (TR) yang dimulai dari nol.

5) Daerah yang berada di bawah atau disebelah kiri *break even point* merupakan daerah arsiran dimana perusahaan menderita kerugian.

6) Daerah yang berada diatas atau disebelah kanan *break even point* merupakan daerah arsiran dimana perusahaan memperoleh keuntungan.

## **2. *Margin of safety***

*Margin of safety* (batas keamanan) merupakan hubungan antara volume penjualan yang dibudgetkan dengan volume penjualan pada titik impas.<sup>41</sup> Apabila volume penjualan pada titik impas telah diketahui, dan kemudian dihubungkan dengan penjualan yang dibudgetkan, akan dapat diketahui batas keamanan, yaitu berapa besar volume penjualan boleh turun asal perusahaan tidak menderita kerugian. Selisih antara volume penjualan yang dibudgetkan atau tingkat penjualan tertentu dengan volume penjualan pada titik impas merupakan *margin of safety* (batas keamanan) bagi perusahaan yang bersangkutan.<sup>42</sup>

*Margin of safety* ini dapat dinyatakan dalam persentase atau rasio antara penjualan yang dibudgetkan dengan penjualan pada titik impas, atau dalam

---

<sup>41</sup> Jumingan, *Op. Cit.* hlm. 212

<sup>42</sup> *Ibid*

persentase atau rasio dari selisih antara penjualan yang dibudgetkan dan penjualan pada titik impas dengan penjualan yang dibudgetkan. Dinyatakan dengan rumus:<sup>43</sup>

$$\text{MOS} = \frac{\text{penjualan yang dibudgetkan} - \text{Penjualan pada titik impas}}{\text{penjualan yang dibudgetkan}} \times 100\%$$

*Margin of safety* yang lebih tinggi lebih disukai daripada *margin of safety* yang rendah karena memberikan informasi kepada pihak manajemen berapa besarnya penurunan volume penjualan yang dapat diterima agar perusahaan tidak menderita rugi.<sup>44</sup> Persentase batas keamanan tersebut dapat dikaitkan langsung dengan tingkat keuntungan perusahaan dengan cara mengalikan dengan *marginal income ratio* atau *contribution margin*.

Tingkat keuntungan = Batas keamanan x Rasio pendapatan marginal

Dengan demikian maka apabila *marginal income ratio* (P/V ratio) dan presentase keuntungan diketahui maka *margin of safety* dapat ditentukan. Rumusnya adalah:<sup>45</sup>

$$\text{MOS (Rp)} = \text{MOS} \times \text{Penjualan yang dibudgetkan}$$

### 3. Perencanaan laba

Perencanaan laba adalah suatu rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat di mana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan

---

<sup>43</sup>*Ibid.*

<sup>44</sup>*Ibid*, hlm. 213

<sup>45</sup> *Ibid*

jangka pendek.<sup>46</sup> Suatu anggaran (*budget*) hanyalah merupakan suatu rencana yang dinyatakan dalam nilai uang atau satuan kuantitatif lainnya. Perencanaan laba ditunjukkan kepada sasaran akhir dari organisasi yang berlaku sebagai pedoman untuk mempertahankan arah kegiatan yang pasti. Ada dua jenis perencanaan laba, yaitu sebagai berikut:<sup>47</sup>

a. Perencanaan laba jangka panjang

Perencanaan jangka panjang merupakan suatu proses yang berkesinambungan untuk mengambil keputusan saat ini secara sistematis, disertai dengan perkiraan yang sebaik-baiknya mengenai keadaan dimasa yang akan datang, mengorganisasi secara sistematis kegiatan yang diperlukan untuk melaksanakan keputusan ini serta menilai hasil yang dicapai dari keputusan yang diambil terhadap harapan yang diperkirakan sebelumnya melalui umpan balik yang terorganisasi dan sistematis.<sup>48</sup>

b. Perencanaan laba jangka pendek

Rencana jangka panjang dari pihak manajemen hanya dapat dicapai dengan keberhasilan prestasi laba jangka panjang, dan ini memerlukan adanya pertumbuhan dan tingkat laba yang cukup tinggi dan stabil.<sup>49</sup> Walaupun begitu, rencana jangka panjang dengan segala perhitungan laba yang diharapkan serta perkembangannya haruslah dimasukkan ke dalam anggaran untuk jangka waktu yang lebih pendek, baik bagi perencanaan maupun pengendalian terhadap arah usaha yang diinginkan.

---

<sup>46</sup>Adolph Matz dan Milton Usry, *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga, 1986, hlm. 3

<sup>47</sup>*Ibid*

<sup>48</sup>*Ibid.*, hlm. 5

<sup>49</sup>*Ibid.*, hlm. 6

#### 4. *Forecast* penjualan

*Forecast* penjualan adalah proyek teknis daripada permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi.<sup>50</sup>

*Forecast* adalah suatu cara untuk mengukur atau menaksir kondisi bisnis di masa mendatang. Pengukuran tersebut dapat dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran secara kuantitatif biasanya menggunakan metode statistik dan matematik. Sedangkan pengukuran secara kualitatif biasanya menggunakan *judgment* (pendapat).<sup>51</sup>

Secara sistematis, teknik-teknik atau metode-metode *forecast* dikelompokkan menjadi:<sup>52</sup>

##### 1. *Forecast* berdasarkan pendapat (*Judgment Method*)

Biasanya digunakan untuk menyusun *forecast* penjualan maupun *forecast* kondisi bisnis pada umumnya. Sumber pendapat-pendapat yang dipakai sebagai dasar melakukan *forecast* adalah:

- a. Pendapat *salesman*
- b. Pendapat sales manajer
- c. Pendapat para ahli
- d. Survey konsumen

##### 2. *Forecast* berdasarkan perhitungan-perhitungan Statistik

Pada metode statistik ini unsur-unsur subyektivitas ditekan sedikit mungkin. Pehitungan lebih didasarkan pada data obyektif baik yang bersifat mikro maupun makro.

---

<sup>50</sup> M. Nafarin, *Op. Cit*, hlm. 45

<sup>51</sup> *Ibid*

<sup>52</sup> *Ibid*

a. Analisa *trend*

*Trend* adalah gerakan yang berjangka panjang, seolah-olah alun ombak dan cenderung untuk menuju ke satu arah, menaik atau menurun.<sup>53</sup> Penerapan garis *trend* dapat dilakukan dengan cara-cara:<sup>54</sup>

1. Penerapan garis *trend* secara bebas, merupakan suatu cara penerapan garis *trend* tanpa menggunakan rumus matematika.<sup>55</sup>
2. Penerapan garis *trend* dengan metode setengah rata-rata, pada metode ini sudah mulai digunakan perhitungan-perhitungan. Unsur subjektivitas sudah dihilangkan.<sup>56</sup>

$$Y = a + bX$$

Dimana:

a = rata-rata kelompok I

$$b = \frac{(X \text{ kelompok II}) - (X \text{ kelompok I})}{n}$$

n = jumlah tahun dalam kelompok II dan I

x = jumlah tahun dihitung dari periode dasar

3. Penerapan garis *trend* secara matematis, ada dua teknik dalam metode matematis ini yang umum digunakan untuk menggambarkan garis trend yaitu: <sup>57</sup>

---

<sup>53</sup>*Ibid.*, hlm. 150

<sup>54</sup>*Ibid*

<sup>55</sup>*Ibid.*

<sup>56</sup>*Ibid.*, hlm. 152

<sup>57</sup>*Ibid.*, hlm. 153

a) Metode *moment*, rumus-rumus dasar yang digunakan disini:<sup>58</sup>

$$Y = a + bX$$

$$\sum Y_i = n.a + b\sum X_i$$

$$\sum X_i Y_i = a\sum X_i + b\sum X_i^2$$

Rumus II dan III digunakan untuk menghitung nilai a dan b yang akan dipergunakan sebagai dasar penerapan garis linear (garis *trend*). Sedangkan rumus I merupakan persamaan garis *trend* yang akan digambarkan.

b) Metode *least square*, metode ini sedikit berbeda dengan metode *moment*.<sup>59</sup>

Dengan persamaan *trend*:

$$Y_{Rp} = Y_{unit} \times \text{Harga Jual}$$

$$Y_{unit} = a + bX$$

Dimana:

$$I. \quad a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$II. \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

---

<sup>58</sup>*Ibid.*, hlm. 154

<sup>59</sup>*Ibid.*, hlm. 158

b. Analisa korelasi

Analisa korelasi dipakai untuk menggali hubungan sebab akibat antara variabel.<sup>60</sup> Perubahan tingkat penjualan yang akan terjadi jika tidak hanya ditentukan oleh pola penjualan yang telah terjadi tetapi juga ditentukan oleh faktor-faktor lain.

3. Forecast dengan metode-metode Khusus<sup>61</sup>

a. Analisa industri

b. Analisa *product line*

c. Analisa penggunaan akhir

## **B. Penelitian Terdahulu**

Aulia Puspita KD (2012), menyatakan bahwa *break even point* total yang dicapai tahun 2009 sebesar Rp.14.517.416.341,00. *Margin of safety* total pada tahun 2009 yaitu 34%, tahun 2010 yaitu 31%, dan tahun 2011 sebesar 53%. Perubahan elemen penentu *break even* berpengaruh terhadap perencanaan laba yaitu bila harga jual naik mengakibatkan *break even point* naik dan laba turun. Perubahan biaya variabel dan biaya tetap apabila naik mengakibatkan *break even point* naik dan laba turun sedangkan bila biaya turun *break even point* akan turun dan laba naik. Perusahaan menetapkan *profit margin* tahun 2009 sebesar 25% tingkat penjualan minimal yang harus dicapai sebesar Rp.37.200.879.375,00. *Profit margin* tahun 2010 sebesar 20% tingkat penjualan minimal yang harus

---

<sup>60</sup>*Ibid.*, hlm. 159

<sup>61</sup>*Ibid.*, hl.. 163

dicapai sebesar Rp.57.648.940.000,00. *Profit margin* tahun 2011 sebesar 35% tingkat penjualan minimal yang harus dicapai sebesar Rp.23.942.628,00.<sup>62</sup>

Merry Beatrix Malombeke (2013), melakukan penelitian dengan cara membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel, menghitung BEP untuk ketiga produk yang diambil menjadi sampel, menghitung *margin of safety* dan ketiga produk yaitu, taaries, bread, dan pastry mampu memperoleh keuntungan. Dengan keuntungan yang bergerak secara signifikan dari hasil penjualan, Holland Bakery telah mampu merencanakan perolehan laba dengan sebaik mungkin.<sup>63</sup>

Priska K. Londa, P.O.V Waleleng, R.A.J Legrans-A, dan Femi H. Elly (2013), melakukan penelitian dengan hasil bahwa produksi susu yang dihasilkan sebesar 5,8 liter/ ekor/ hari dengan pemeliharaan 27 ekor, sementara yang produksi hanya 6 ekor. Biaya produksi yang dikeluarkan terdiri dari biaya tetap sebesar Rp. 7.291.750 dan biaya variabel sebesar Rp19.221.000. Penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 15.900.000 dari hasil penjualan susu sebanyak 1060 liter dengan harga Rp 15.000 per liter. Analisis *break even point* (BEP) diperoleh penerimaan (Rp) adalah Rp.26.512.750 dan *break even point* (BEP) usaha ternak sapi perah Tarekat MSC dapat dicapai pada penerimaan penjualan susu sebesar Rp. 26.512.750 dengan volume produksi susu sebanyak 1.767,52 liter atau pada saat jumlah sapi laktasi sebanyak 10,16 ekor.<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup>Aulia Puspita K D, “*Analisis Break Even Terhadap Perencanaan Laba PT. Kreatifa Hasta Mandiri*”, Skripsi, Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta, 2012, (diakses, 08 Juli 2015)

<sup>63</sup> Merry Beatrix Malombeke, “*Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado*”, Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 4, 2013, <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article>, (diakses, 02 Juli 2015)

<sup>64</sup> Priska K. Londa, P.O.V Waleleng, R.A.J Legrans-A, dan Femi H. Elly, “*Analisis Break Even Point (BEP) Usaha Ternak Sapi Perah “Tarekat MSC” di Kelurahan Pinaras Kota Tomohon*”, Jurnal ZooteK, Vol. 32, No. 1, 2013. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/zooteK/article>, (diakses, 08 Juli 2015)

Retno Ariyanti, Sri Mangestu Rahayu, dan Achmad (2014), menyatakan bahwa nilai BEP *mix* yang dicapai perusahaan untuk tahun 2011 sebesar Rp 3.924.783.972,52. Tahun 2012 *break even point* (BEP) *mix* yang dicapai adalah sebesar Rp 5.309.131.772,23 dan tahun 2013 *break even point* (BEP) *mix* yang didapatkan sebesar Rp 4.067.022.479,13. Tahun 2013 menjadi tahun dasar untuk perencanaan volume penjualan dan laba di tahun 2014.<sup>65</sup>

Wahyuning Setio Kurnianti (2013), melakukan penelitian dengan hasil bahwa *break even point* dapat memberikan pedoman dalam membuat keputusan dan membantu manajemen dalam menentukan banyak sedikitnya penjualan produk untuk memperoleh laba. Manajemen membutuhkan informasi tersebut untuk mengambil keputusan dalam merencanakan laba perusahaan. Dengan mengetahui dampak terhadap laba, manajemen akan memiliki dasar yang kuat untuk memilih setiap alternatif pada tindakan yang akan dipertimbangkan, sehingga manajemen mampu mengambil keputusan secara ekonomis rasional.<sup>66</sup>

Rinda Christina dan Rini Aprilia (2010), menyatakan bahwa dalam perencanaan laba dengan menggunakan analisis *break even point* dapat digunakan untuk memprediksi biaya yang akan terjadi untuk pihak manajemen perusahaan mempertimbangkan untuk menggunakan analisis tersebut, karena analisis *break even point* ini mengupas keterkaitan antara biaya dan volume penjualan sehingga perusahaan dapat merencanakan laba dengan lebih baik lagi.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> Retno Ariyanti, Sri Mangesti Rahayu, dan Achmad Husaini. *Op. Cit.*

<sup>66</sup> Wahyuning Setio Kurnianti. *Op. Cit.*

<sup>67</sup>Rinda Christina dan Rini Aprilia, “Analisis Hubungan Break Even Point Dengan Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada CV Adi Putra Utama Palembang”, jurnal, STIE MDP: Palembang, (diakses tanggal 08 Juli 2015)

Anisa Solihah (2011), menyatakan bahwa pertama, tingkat penjualan PT. Semen Gresik ( PERSERO ) Tbk, dari tahun 1999 – 2009 telah mencapai titik *break even point* sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diinginkan dan tidak mengalami kerugian. Kedua, penetapan *break even point* terhadap laba perusahaan pada PT. Semen Gresik (Persero),Tbk berpengaruh secara signifikan dengan perhitungan kuantitatif  $Y = - 986,39 + 1,45 x$  di mana jika variabel X naik maka variabel Y akan naik, dan sebaliknya. Dan ketiga, tingkat *break even point* dapat mendorong manajemen untuk meningkatkan penjuannya sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.<sup>68</sup>

pada tahun 2003 pendapatan yang diperoleh sebesar Rp 843.856.675, dan *break even point* (BEP) sebesar Rp 921.656.459. Pada tahun 2004, perusahaan memperoleh pendapatan sebesar Rp 1.015.514.000, dan *break even point* (BEP) sebesar Rp 686.343.768.<sup>69</sup>

Wahyudi Prasetyo (2010), menyatakan bahwa secara keseluruhan penerimaan dan produksi gula (PG) Mojo pada tahun 2004 – 2008 telah mencapai *break even point* (BEP), hal tersebut dapat diketahui dari rata-rata penerimaan dan produksi gula yang lebih besar dari rata-rata *break even point* (BEP) gula (Rp) dan *break even point* (BEP) gula (Kw) yaitu Rp. 28.839.346.000 dan 64.776,48 Kw lebih besar dari Rp. 17.253.318.122,06 dan 39.716,12 Kw. Secara keseluruhan luas lahan pabrik gula (PG) Mojo pada tahun 2004 – 2008 telah mencapai *break even point* (BEP), hal tersebut dapat diketahui dari rata-rata luas

---

<sup>68</sup> Anisa Solihah, “Pengaruh Penetapan Break Even Point Terhadap Laba Pada PT Semen Gresik (Persero) Tbk”, Universitas Mercu Buana, Jakarta: 2011, (diakses, 26 Oktober 2016)

<sup>69</sup> Atissha Fetrishia Nasution, “Analisis Break Even Point Pada PT. Serasi Autoraya Cabang Medan”, Skripsi, Universitas Sumatera Utara: Medan, 2005, (diakses, 30 Juli 2015)

lahan PG Mojo yaitu 4273,284 Ha lebih besar dari rata-rata BEP luas lahan yaitu 941,53 Ha. Luas lahan yang dimiliki PG Mojo masih melampaui BEP luas lahan, walaupun mengalami perubahan variabel yaitu peningkatan maupun penurunan harga gula sebesar 1,5%, jumlah produksi 13,2% dan biaya produksi 4,7%.<sup>70</sup>

Komarudin dan Djoko Suprijatmoko (2012), menyatakan bahwa pertama, hasil *break even point* pada tahun 2007. perusahaan mendapatkan *break even point* pada penjualan Rp. 463.320.000 atau sama dengan penjualan produk 23.226 pcs, tahun 2008 *break even point* Rp. 519.060.000 kalau dengan produk 25.953 pcs, tahun 2009 *break even point* Rp 570.100.000 kalau produk 28.505 pcs. Tahun 2010 *break even point* Rp. 605.640.000 produk 30.283 pcs. Kedua, dilihat dari analisa *break even point* diatas misalnya pada tahun 2007, terlihat bahwa penjualan terjadi sebanyak 142.000 pcs dengan nilai transaksi sebesar Rp. 2.840.000 dan menghabiskan dana operasional sebanyak Rp. 1.696.600.000 dan masih menyisakan dana sebesar 1.143.400.000 ini menandakan bahwa pada tahun pertama saja telah mengalami keuntungan karena telah mencapai *break even point*. Begitu apun hal ini terjadi pada tahun 2008, 2009 dan 2010. Kesemuanya mengalami *break even point* ditahun yang sama pula. Ketiga, setelah diambil nilai peramalan dengan nilai  $n = 7$  bulan maka perusahaan mendapatkan penghasilan pada target laba untuk 3 tahun kedepan yaitu, pada tahun 2011 nilai keuntungan perusahaan sebesar Rp 2.926.550.000 dan nilai keuntungan tahun 2012 sebesar Rp. 3.494.735.714 dan nilai keuntungan 2013 sebesar Rp. 5.466.478.571 ini berarti keuntungan perusahaan yang cukup baik. Keempat, berdasarkan

---

<sup>70</sup> Wahyudi Prasetyo, "Analisis *Break Even point (BEP)* Pada Industri Pengolahan Tebu di Pabrik Gula (PG) Mojo Kabupaten Sragen", Skripsi, Univeritas Sebelas Maret: Surakarta, 2010, (diakses, 14 Agustus 2015)

perhitungan keuntungan perusahaan, dapat diketahui bahwa keuntungan total perusahaan dalam 3 tahun adalah Rp. 13.446.030.000.<sup>71</sup>

Anwar dan Asmawarni (2013), menyatakan bahwa berdasarkan data dan informasi yang diperoleh, diketahui bahwa penetapan *break even point* untuk produk minyak kelapa 19 ton atau Rp.154.921.000/hari. Sedangkan untuk produk ampas adalah 15 ton atau Rp. 27.885.784/hari.<sup>72</sup>

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu dalam menganalisis *break even point* (BEP) terhadap perencanaan laba dan volume penjualan. Persamaan dan perbedaan tersebut dapat dilihat pada tabel 2.1 yaitu sebagai berikut.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Aulia Puspita KD (2012)	Analisis Break Even Terhadap Perencanaan Laba PT. Kreatifa Hasta Mandiri (Skripsi)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meneliti tentang BEP</li> <li>- Menggunakan metode dokumentasi dalam pengumpulan data</li> <li>- Menggunakan metode CM, metode MOS, dan metode <i>Least Square</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek penelitian</li> <li>- Menghitung penjualan minimal</li> <li>- Meneliti tentang perubahan elemen penentu <i>break even</i> terhadap perencanaan laba</li> </ul>
2.	Merry Beatrix Malombeke (2013)	Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado (Jurnal)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meneliti tentang BEP</li> <li>- Menggunakan metode MOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek penelitian</li> </ul>
3.	Priska K. Londa, P.O.V Waleleng, R.A.J Legrans-A,	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Usaha Ternak	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meneliti tentang BEP</li> <li>- Menggunakan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek penelitian</li> <li>- Menggunakan metode riset</li> </ul>

<sup>71</sup> Komarudin dan Djoko Suprijatmoko, "Analisis Biaya dengan Menggunakan *Break Even Point* dalam Mencari Volume Laba Pada CV Sarah Toy's", Jurnal Sainstech, Vol. 22 No.1 (2012), (diakses, 26 Oktober 2016)

<sup>72</sup> Anwar dan Asmawarni, "Penetapan *Break Even Point* Produksi Minyak Kelapa dan Ampas Pada PT. Bireuen Coconut Oil", *Malikussaleh Industrial Engineering Journal*, Vol. 2 No.1 (2013) 37-44 ISSN 2302 934X, (diakses, 14 Agustus 2015)

	dan Femi H. Elly (2013)	Sapi Perah “Tarekat MSC” di Kelurahan Pinaras Kota Tomohon (Jurnal)	metode CM, metode MOS, dan metode <i>Least Square</i>	kepuustakaan dan lapangan dalam pengumpulan data
4.	Retno Ariyanti, Sri Mangestu Rahayu, dan Achmad (2014)	Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan Dan Laba (Studi Kasus Pada PT Cakra Guna Cipta Malang Periode 2011-2013) (Jurnal)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meneliti tentang BEP</li> <li>- Menggunakan metode dokumentasi dalam pengumpulan data</li> <li>- Menggunakan metode CM, metode MOS, dan metode <i>Least Square</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek penelitian</li> <li>- Menghitung penjualan minimal</li> <li>- Menggunakan perhitungan lebih dari satu produk</li> </ul>
5.	Wahyuning Setio Kurnianti (2013)	Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Pabrik Gula Ngadiredjo Kediri (Skripsi)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meneliti tentang BEP</li> <li>- Menggunakan metode dokumentasi dalam pengumpulan data</li> <li>- Menggunakan metode CM, metode MOS, dan metode <i>Least Square</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek penelitian</li> <li>- Menggunakan metode persamaan dalam menghitung BEP</li> </ul>
6.	Rinda Christina dan Rini Aprilia (2010)	Analisis Hubungan Break Even Point Dengan Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada CV Adi Putra Utama Palembang (Jurnal)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meneliti tentang BEP</li> <li>- Menggunakan metode CM, metode MOS, dan metode <i>Least Square</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek penelitian</li> <li>- Menggunakan metode analisis korelasi</li> </ul>
7.	Anisa Solihah (2011)	Pengaruh Penetapan <i>Break Even Point</i> Terhadap Laba pada PT Semen Gresik (Persero) Tbk	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meneliti tentang BEP</li> <li>- Menggunakan metode deskriptif kuantitatif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek penelitian</li> <li>- Menggunakan metode pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data</li> </ul>
8.	Wahyudi Prasetyo (2010)	Analisis <i>Break Even point</i> (BEP) Pada Industri Pengolahan Tebu di Pabrik Gula (PG) Mojo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meneliti tentang BEP</li> <li>- Menggunakan metode pencatatan (dokumentasi) dalam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek penelitian</li> <li>- Menggunakan metode observasi dan wawancara dalam pengumpulan data</li> </ul>

		Kabupaten Sragen (Skripsi)	- pengumpulan data	- Menggunakan metode analisis sensitivitas.
9.	Komarudin dan Djoko Suprijatmoko (2012)	Analisis Biaya dengan Menggunakan Metode <i>Break Even Point</i> dalam Mencari Volume Laba CV Sarah Toy's	- Meneliti tentang BEP - Menggunakan metode pencatatan (dokumentasi) dalam pengumpulan data	- Objek penelitian - Menggunakan metode persamaan - Menggunakan metode perataan ( <i>average</i> ) - Menggunakan metode analisis sensitivitas.
10.	Anwar dan Asmawarni (2013)	Penetapan <i>Break Even Point</i> Produksi Minyak Kelapa dan Ampas Pada PT. Bireuen Coconut Oil (Jurnal)	- Meneliti tentang BEP - Menggunakan metode CM, dan metode MOS,	- Objek penelitian - Menggunakan metode studi pustaka, observasi dan wawancara dalam pengumpulan data - Menggunakan metode persamaan, matematik dan grafik dalam menghitung BEP

### C. Kerangka Pemikiran

#### 1. Hubungan *break even point* terhadap perencanaan laba

*Break Even Point* merupakan suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi.<sup>73</sup> Semakin besar *break even point* maka laba perusahaan pun semakin besar, dan sebaliknya semakin kecil *break even point* maka laba yang didapatkan perusahaan semakin kecil. Biaya yang menentukan harga jual untuk mencapai laba yang diinginkan. Perencanaan laba merupakan suatu rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan laba-rugi, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek.<sup>74</sup>

<sup>73</sup> Jumingan, *Op. Cit*

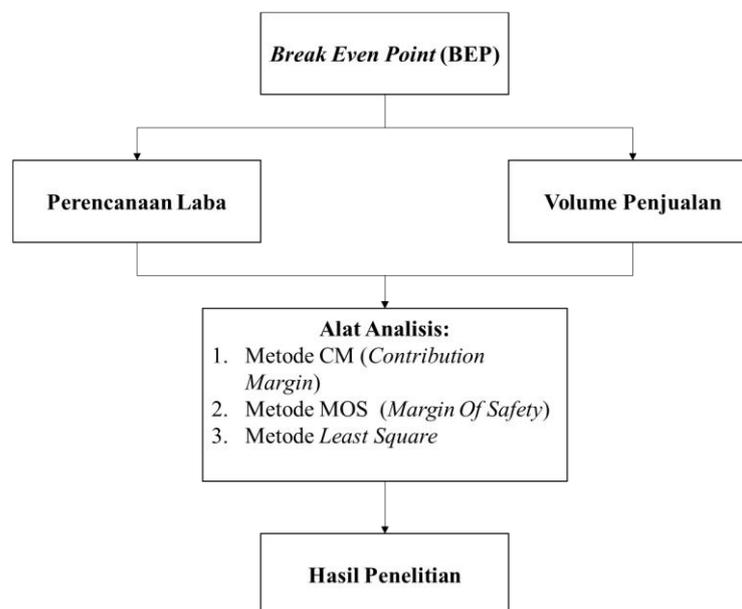
<sup>74</sup> Adolph Matz dan Milton Usry, *Op. Cit*

## 2. Hubungan *break even point* terhadap volume penjualan

*Break even point* memberikan informasi tentang tingkat penjualan perusahaan dimana kondisi labanya sama dengan nol.<sup>75</sup> Semakin besar *break even point* maka volume penjualan perusahaan akan semakin besar pula, dan sebaliknya semakin kecil *break even point* maka volume penjualan perusahaan pun akan semakin kecil.<sup>76</sup> Volume penjualan merupakan jumlah unit produk yang terjual oleh perusahaan. Biaya yang menentukan harga jual, dan harga jual akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka variabel-variabel yang akan diteliti dapat ditunjukkan dalam kerangka pikir sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



*Sumber: Dikembangkan oleh peneliti (2016)*

<sup>75</sup> Jumingan, *Op. Cit.*

<sup>76</sup> *Ibid*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Setting Penelitian**

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian dilakukan di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), data diperoleh dengan mengakses melalui *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi pada sub sektor makanan dan minuman yaitu PT Prasadha Aneka Niaga Tbk, untuk menganalisis *break even point* pada perencanaan laba dan volume penjualan tahun 2012-2015.

#### **B. Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian, dengan cara menjelaskan dan menganalisis data yang diperoleh dari objek yang diteliti melalui perhitungan metode yang sudah ditetapkan dan menganalisis kebenaran berdasarkan data yang diperoleh.<sup>77</sup> Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan tingkat *break even* dan peramalan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun berikutnya.

---

<sup>77</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 104

## **C. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis data**

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang didapat atau dikumpulkan peneliti dari semua sumber yang sudah ada dalam artian peneliti sebagai tangan kedua.<sup>78</sup>

### **2. Sumber data**

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan merupakan data yang berasal dari laporan keuangan neraca dan laba rugi PT Prasadha Aneka Niaga Tbk periode 2012-2015.

## **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kualitas dan karakter tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>79</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, maka yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di sektor industri barang konsumsi pada sub sektor makanan dan minuman yang berjumlah 14 perusahaan.<sup>80</sup>

---

<sup>78</sup> *Ibid.*

<sup>79</sup> Riduwan dan Achmad, *Cara Mudah Menggunakan dan Memakai Path Analisis (Analisis Jalur)*, Bandung : Alfabeta, 2011, hlm. 37

<sup>80</sup> [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), (diakses, 17 maret 2016)

## 2. Sampel penelitian

Dalam penelitian ini metode, pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Purposive sampling* yaitu metode pengambilan dengan pertimbangan tertentu.<sup>81</sup> Berdasarkan metode tersebut dari populasi sebanyak 14 perusahaan, diperoleh sampel 1 perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2012-2014 yang memenuhi kriteria, yaitu PT Prasadha Aneka Niaga Tbk dimana perusahaan ini memiliki dua produk yaitu kopi dan karet remah. Adapun kriteria-kriteria dalam pengambilan sampel yaitu sebagai berikut :

- a. Perusahaan sektor industri barang konsumsi pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah (ISSI).
- b. Perusahaan mengeluarkan laporan keuangan neraca dan laba rugi secara lengkap periode 2012-2015.
- c. Perusahaan yang mengalami penurunan penjualan bersih dan mengalami kerugian periode 2012-2015.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengadakan pencatatan, pengumpulan bahan-bahan tertulis, yang mempunyai keterkaitan dengan permasalahan yang tengah peneliti amati.<sup>82</sup> Cara dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data-data seperti uraian buku-

---

<sup>81</sup> Syamsul Hadi, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*, Yogyakarta: Ekonisia, 2006, hlm. 45

<sup>82</sup> *Ibid.*

buku, jurnal-jurnal akuntansi, manajemen keuangan dan bisnis serta mengunduh data dan informasi dari situs-situs yang relevan seperti [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), [www.prasidha.co.id](http://www.prasidha.co.id), dan lain-lain.

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif yang dilakukan dengan cara menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikan. Dalam penelitian ini akan digunakan juga metode kuantitatif sebagai cara dalam membantu menganalisis data atau sebagai penguat dalam melakukan analisis data melalui program *Excel*. Metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 1. Pendekatan *margin kontribusi*

Dalam penelitian ini, untuk menghitung *break even point* (BEP) pada tahun 2012-2014 melalui Pendekatan Margin Kontribusi digunakan rumus sebagai berikut:<sup>83</sup>

$$MK = P - VC$$

$$MK \text{ rasio} = MK : P$$

maka:

$$BEP \text{ ( unit )} = \frac{BT}{MK/unit}$$

$$BEP \text{ (Rp)} = \frac{BT}{MK \text{ Rasio}}$$

---

<sup>83</sup> Manahan P. Tampubolon, *Op. Cit*

Dimana:

MK = Marjin Kontribusi

Penjualan BEP (unit) = Titik Impas dalam unit

BEP (rp) = Titik Impas dalam rupiah

VC = Biaya variabel

BT = Biaya Tetap

P = Total Penjualan

## 2. *Margin of Safety*

Dalam penelitian ini, untuk menghitung selisih antara volume penjualan yang dibudgetkan atau tingkat penjualan tertentu dengan volume penjualan pada titik impas pada tahun 2012-2015 dapat digunakan rumus sebagai berikut:<sup>84</sup>

$$\text{MOS} = \frac{\text{penjualan yang dibudgetkan} - \text{Penjualan pada titik impas}}{\text{penjualan yang dibudgetkan}} \times 100\%$$

$$\text{MOS (Rp)} = \text{MOS} \times \text{Penjualan yang dibudgetkan}$$

## 3. *Metode least square*

Dalam penelitian ini, untuk menghitung peramalan (forecast) penjualan untuk tahun 2016 melalui metode *least square* dapat digunakan rumus sebagai berikut:<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Jumingan, *Op.Cit*

<sup>85</sup> M. Nafarin, *Op. Cit*

Dengan persamaan trend:

$$Y_{\text{unit}} = a + bX$$

$$Y_{\text{Rp}} = Y_{\text{unit}} \times \text{Harga Jual}$$

Dimana:

I.  $a = \frac{\sum Y}{n}$

II.  $b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah umum PT Prasadha Aneka Niaga Tbk

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk (PSDN) merupakan perusahaan multinasional yang kegiatan dan usaha utamanya adalah pengolahan dan perdagangan karet remah, dan kopi.<sup>86</sup> PT Prasadha Aneka Niaga Tbk (PSDN) didirikan tanggal 16 April 1974 dengan nama PT Aneka Bumi Asih dan memulai kegiatan usaha komersial pada tahun 1974. Perusahaan didirikan oleh Oesman Soedargo, Mansjur Tandiono, Haji Mahmud Uding dan I Gede Subrata. Kemudian ditahun 1994 PT Aneka Bumi Asih berubah menjadi PT Prasadha Aneka Niaga.<sup>87</sup> Kantor pusat perseroan berada di Plaza Sentral Lantai 20 Jl. Jend. Sudirman No. 47 Jakarta 12930 Indonesia.

Pada tahun 1994, perseroan memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK (sekarang OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) kepada masyarakat sebanyak 30.000.000 lembar saham dengan nilai nominal Rp1.000 per saham dan harga penawaran Rp 3.000 per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 18 Oktober 1994. Kode saham untuk perseroan adalah PSDN.<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> [www.prasidha.co.id](http://www.prasidha.co.id), (diakses, 17 Maret 2016)

<sup>87</sup> *Ibid*

<sup>88</sup> *Ibid*

## **2. Visi dan misi PT Prasadha Aneka Niaga Tbk**

Visi dari PT Prasadha Aneka Niaga Tbk yaitu menjadi perusahaan agrobisnis terdepan dengan manajemen profesional.<sup>89</sup> Perseroan ingin menjadi perusahaan agrobisnis terdepan di Indonesia dan berperan penting dalam bisnis agrobisnis internasional. Kami mengelola perusahaan dengan manajemen profesional.

Misi PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk yaitu mengembangkan usahanya atas dasar saling menghormati serta mempercayai.<sup>90</sup> Kunci suksesnya perusahaan dalam membangun kepercayaan internasional adalah melalui pelayanan yang prima dan menjaga standar kualitas yang tinggi terhadap semua relasi bisnisnya. Melalui kerja keras, dukungan serta kerja sama yang erat antara karyawan dan pimpinan, perusahaan selalu berupaya mengoptimalkan seluruh sumber daya perusahaan guna mencapai tujuan usaha.

## **3. Struktur organisasi PT Prasadha Aneka Niaga Tbk**

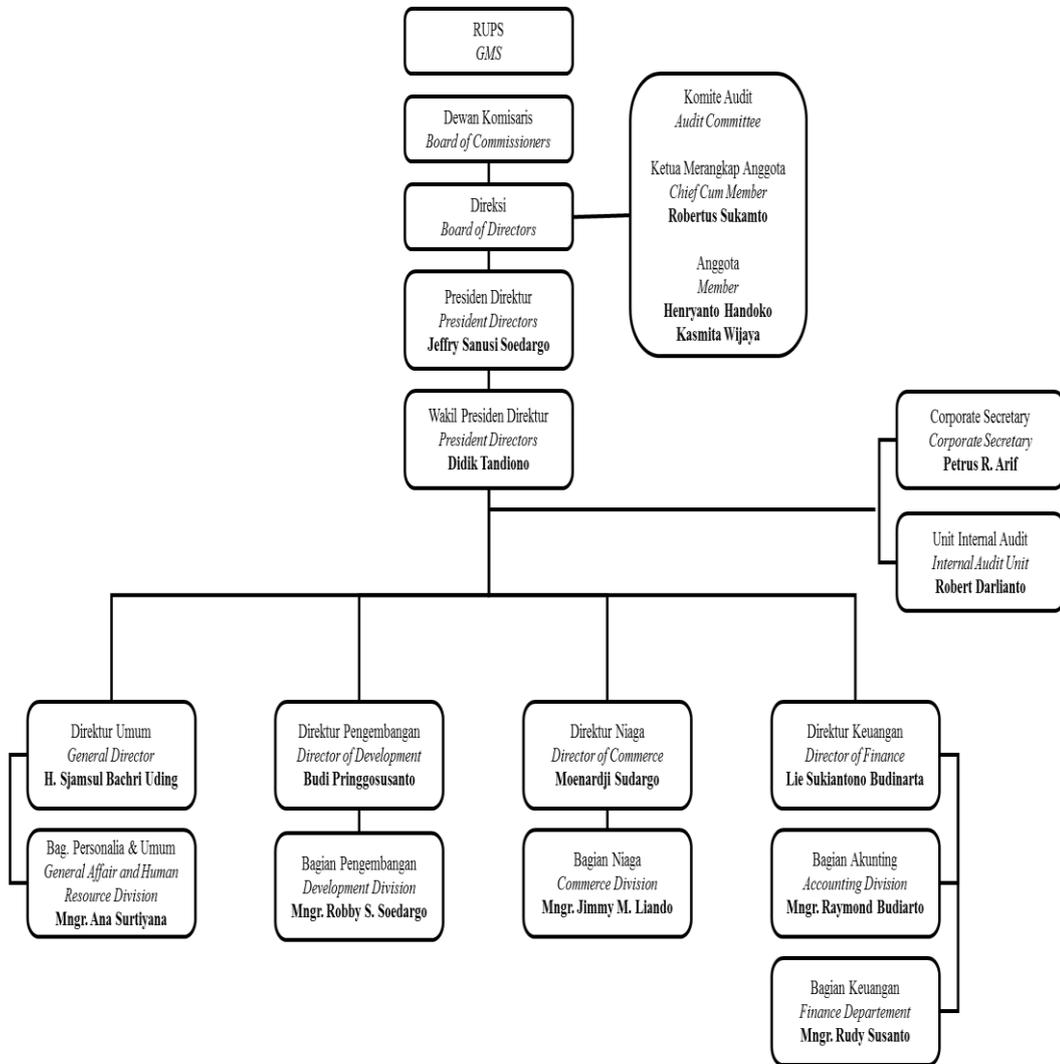
Struktur organisasi dari PT Prasadha Aneka Niaga Tbk bahwa tiap-tiap atasan mempunyai bawahan tertentu untuk melaksanakan tugas-tugas dari pekerjaan masing-masing. Seluruh wewenang dan kekuasaan berasal dari atas yang kemudian mengatur ke bagian-bagian bawahnya dan masing-masing bagian tersebut bertanggung jawab penuh pada bagian-bagian atasnya. Struktur organisasi PT Prasadha Aneka Niaga Tbk seperti yang tertera dalam berikut.

---

<sup>89</sup> *Ibid*

<sup>90</sup> *ibid*

**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi PT Prasadha Aneka Niaga Tbk**



Sumber: PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2015

#### 4. Tugas setiap jabatan di PT Prasadha Aneka Niaga Tbk

##### a) Dewan Komisaris

- Melakukan pengawasan terhadap perseroan dan memberikan pengarahan kepada Direksi atas strategi dan berbagai kebijakan Perusahaan.

- Memonitor kemajuan dan hasil dari kebijakan, program dan keputusan yang dibuat oleh Direksi atau yang disetujui oleh Dewan Komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham

b) Direksi

- bertanggung jawab atas semua kebijakan yang strategis dan operasional Perusahaan sehari-hari
- Masing-masing Direktur mempunyai wilayah tanggung jawab sendiri

c) Sekretaris Perusahaan

- Sebagai pejabat penghubung antara Perusahaan dengan Organ Perusahaan serta para pemangku kepentingan
- Bertanggung jawab terhadap berbagai fungsi yang berhubungan dengan kepatuhan dan pengungkapan informasi yang lengkap dan tepat waktu
- Memberi saran kepada Direksi mengenai pelaksanaan prinsip-prinsip GCG di Perusahaan
- Menyampaikan laporan ke Otoritas Pasar Modal
- Memberikan informasi kepada manajemen tentang perubahan dan perkembangan terkini yang terjadi di lingkungan peraturan Pasar Modal
- Mengelola Daftar Pemegang Saham Terkini
- Pendokumentasian catatan rapat-rapat Direksi dan Dewan Komisaris
- Mengatur RUPS Tahunan dan RUPS Luar Biasa

d) Unit Audit Internal

- Bertanggung jawab dalam fungsi operasional Audit Internal dan melaporkan hasilnya kepada Direktur Utama dan Dewan Komisaris

- Melakukan pemeriksaan dan penilaian atas efisiensi dan efektifitas di bidang akuntansi, keuangan, pemasaran, produksi, operasional lainnya
- Melaporkan hasil temuan kepada Direktur Utama dan Dewan Komisaris
- Memberikan saran perbaikan (jika ada)

## **B. Analisis Data**

### **1. Klasifikasi biaya**

Biaya dalam analisis *Break event point* (BEP), dipisahkan menjadi dua yaitu sebagai berikut

a) Biaya tetap adalah biaya yang dalam batas tingkat produksi tertentu jumlahnya tetap atau tidak berubah jika level produksi berubah. Kelompok biaya yang termasuk dalam biaya tetap pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

- Biaya bunga
- Biaya sewa
- Biaya penyusutan
- Biaya asuransi
- Biaya reparasi pemeliharaan
- Biaya pemasaran
- Biaya umum dan administrasi

b) Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah secara langsung dengan level produksi. Yang termasuk biaya variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

- Biaya pokok penjualan
- Biaya penjualan
- Biaya air, listrik, dan telepon
- Biaya overtime

Berikut ini merupakan klasifikasi biaya tetap dan biaya variabel pada produk kopi dan karet remah PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2012-2015.

**Tabel 4.1**  
**Biaya Tetap dan Biaya Variabel untuk Produk Kopi Tahun 2012-2015**  
**(dalam Rupiah)**

URAIAN	Biaya Tetap	Biaya Variabel
2012		
Triwulan I	19.899.981.101	63.801.300.098
Triwulan II	40.573.044.770	115.771.888.750
Triwulan III	49.988.142.304	185.196.243.828
2013		
Triwulan I	20.579.560.816	50.669.412.472
Triwulan II	37.415.440.014	100.553.748.004
Triwulan III	59.495.361.689	164.953.831.459
2014		
Triwulan I	740.566.521.172	47.401.699.027
Triwulan II	39.125.509.079	84.771.454.531
Triwulan III	56.739.657.053	125.274.993.275
2015		
Triwulan I	17.668.485.997	705.943.648.955
Triwulan II	38.679.852.273	101.268.798.014
Triwulan III	60.758.862.669	140.121.389.993

*Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)*

**Tabel 4.2**  
**Biaya Tetap dan Biaya Variabel untuk Produk Karet Remah Tahun 2012-2015 (dalam Rupiah)**

URAIAN	Biaya Tetap	Biaya Variabel
2012		
Triwulan I	5.612.815.182	223.393.654.577
Triwulan II	10.143.261.192	460.245.488.313
Triwulan III	13.287.987.195	682.252.639.085
2013		
Triwulan I	3.919.916.346	267.049.417.780
Triwulan II	8.241.651.371	472.435.437.198
Triwulan III	14.873.840.422	676.669.960.303
2014		
Triwulan I	4.353.254.220	212.941.658.320
Triwulan II	8.351.344.560	389.458.794.122
Triwulan III	12.455.046.670	556.105.975.303
2015		
Triwulan I	6.207.846.429	141.165.130.964
Triwulan II	12.214.690.191	314.255.800.466
Triwulan III	17.137.115.112	490.337.231.641

*Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)*

## 2. Analisis *break even point*

Break even berarti suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi artinya seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan. Dalam penelitian ini, untuk menghitung *break even point* menggunakan metode analisis *margin kontribusi*. *Margin kontribusi* adalah penghasilan penjualan dikurangi dengan biaya variabel.

Berikut ini merupakan perhitungan *margin kontribusi*.

a) Perhitungan *margin* kontribusi pada produk kopi di triwulan I tahun 2012

$$\begin{aligned} - \text{ MK} &= P - VC \\ &= 93.906.134.206 - 63.801.300.098 \\ &= \mathbf{30.104.834.108} \end{aligned}$$

b) Perhitungan *margin* kontribusi per unit pada produk kopi di triwulan I tahun 2012

$$\begin{aligned} - \text{ MK per unit} &= \frac{\text{MK}}{P(Q)} \\ &= \frac{30.104.834.108}{11.700.095} \\ &= \mathbf{2.573} \end{aligned}$$

c) Perhitungan *margin* kontribusi rasio pada produk kopi di triwulan I tahun 2012

$$\begin{aligned} - \text{ MK rasio} &= \frac{\text{MK}}{P(Rp)} \\ &= \frac{30.104.834.108}{93.906.134.206} \\ &= \mathbf{0,32058} \end{aligned}$$

Berikut ini merupakan klasifikasi *margin* kontribusi, *margin* kontribusi per unit, dan *margin* kontribusi rasio untuk produk kopi dan karet remah PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2012-2015.

**Tabel 4.3**  
**Margin Kontribusi, Margin Kontribusi per unit, dan Margin Kontribusi Rasio untuk Produk Kopi Tahun 2012-2015**

URAIAN	MK (dalam Rp)	MK per unit (per kg)	MK rasio (dalam %)
2012			
Triwulan I	30.104.834.108	5.673	0,32058
Triwulan II	51.482.297.899	5.774	0,30781
Triwulan III	73.358.714.644	4.779	0,28373
2013			
Triwulan I	18.376.021.507	6.437	0,26614
Triwulan II	35.284.974.901	5.235	0,25976
Triwulan III	59.976.673.959	5.016	0,26665
2014			
Triwulan I	18.948.494.891	10.769	0,28558
Triwulan II	35.611.124.424	12.981	0,29582
Triwulan III	40.958.735.749	10.677	0,24639
2015			
Triwulan I	49.019.706.368	31.708	0,76945
Triwulan II	30.104.698.353	8.293	0,22915
Triwulan III	44.655.709.069	8.489	0,24167

Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)

**Tabel 4.4**  
**Margin Kontribusi, Margin Kontribusi per unit, dan Margin Kontribusi Rasio untuk Produk Karet Remah Tahun 2012-2015**

URAIAN	MK (dalam Rp)	MK per unit (per lb)	MK rasio (dalam %)
2012			
Triwulan I	1.742.121.160	281	0,00786
Triwulan II	23.399.245.129	1.637	0,04838
Triwulan III	46.969.621.565	1.806	0,06441
2013			
Triwulan I	3.499.076.652	536	0,01293
Triwulan II	15.302.713.623	1.147	0,03137
Triwulan III	45.657.033.002	2.350	0,06321
2014			
Triwulan I	7.136.256.604	694	0,03243
Triwulan II	10.230.072.072	557	0,02560
Triwulan III	17.034.396.403	558	0,02972

2015			
Triwulan I	2.444.078.380	336	0,01702
Triwulan II	14.189.478.571	921	0,04320
Triwulan III	26.552.530.434	886	0,05137

*Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)*

*Margin* kontribusi rasio sangat penting dalam menentukan kebijakan bisnis, karena menunjukkan bagaimana *margin* kontribusi akan dipengaruhi oleh total penjualan. Pada tahun 2012 triwulan I, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *margin* kontribusi rasio sebesar 10%. Hal ini berarti bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 347.404.622.891 untuk tahun 2012 triwulan I, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 31.846.955.268. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 32%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar Rp 124.010.562.710 untuk tahun 2012 triwulan I, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 30.104.428.504.

Tahun 2012 triwulan II, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *margin* kontribusi rasio sebesar 12%. Hal ini berarti bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 725.780.463.119 untuk tahun 2012 triwulan II, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 74.881.543.028. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 31%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar Rp 218.736.697.841 untuk tahun 2012 triwulan II, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 51.482.511.192.

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *margin* kontribusi rasio sebesar 12% di tahun 2012 triwulan III. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 1.108.105.555.331 untuk tahun 2012 triwulan III, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 120.328.336.209. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 28%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar Rp 331.914.756.839 untuk tahun 2012 triwulan III, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 73.359.798.367.

Tahun 2013 triwulan I, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *margin* kontribusi rasio sebesar 6%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 361.469.026.570 untuk tahun 2013 triwulan I, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 21.875.098.159. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 27%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar Rp 87.421.185.778 untuk tahun 2013 triwulan I, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 18.375.751.799.

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *margin* kontribusi rasio sebesar 8% pada tahun 2013 triwulan II. Hal ini berarti bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 674.164.562.250 untuk tahun 2013 triwulan II, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 50.587.688.524. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan,

karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 26%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar Rp 171.124.189.567 untuk tahun 2013 triwulan II, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 35.285.466.662.

*Margin* kontribusi rasio PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2013 triwulan III sebesar 11%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 1.052.891.205.684 untuk tahun 2013 triwulan III, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 105.633.706.961. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 27%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar Rp 284.908.224.688 untuk tahun 2013 triwulan III, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 59.977.719.270.

Tahun 2014 triwulan I, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *margin* kontribusi rasio sebesar 9%. Hal ini berarti bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 312.512.860.337 untuk tahun 2014 triwulan I, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 26.084.751.495. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 29%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar 85.298.482.297 untuk tahun 2014 triwulan I, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 18.948.288.379.

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *margin* kontribusi rasio di tahun 2014 triwulan II sebesar 9%. Hal ini berarti bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 565.912.641.645 untuk tahun 2014 triwulan II, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 45.841.196.496. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 30%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar 155.994.153.461 untuk tahun 2014 triwulan II, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 35.611.574.506.

*Margin* kontribusi rasio PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2014 triwulan III sebesar 8%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 797.367.232.882 untuk tahun 2014 triwulan III, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 57.993.132.152. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 25%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar 207.192.057.518 untuk tahun 2014 triwulan III, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 40.958.328.494.

Tahun 2015 triwulan I, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *margin* kontribusi rasio sebesar 25%. Hal ini berarti bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 258.780.851.310 untuk tahun 2015 triwulan I, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 51.463.784.748. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan,

karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 77%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar 112.727.867.954 untuk tahun 2015 triwulan I, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 49.020.010.736.

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *margin* kontribusi rasio di tahun 2015 triwulan II sebesar 10%. Hal ini berarti bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 504.112.952.328 untuk tahun 2015 triwulan II, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 44.294.176.924. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 23%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar 161.477.733.059 untuk tahun 2015 triwulan II, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 30.104.236.692.

*Margin* kontribusi rasio PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2015 triwulan III sebesar 10%. Hal ini berarti bahwa perusahaan merencanakan peningkatan penjualan sebesar Rp 772.875.100.640 untuk tahun 2015 triwulan III, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 71.208.239.503. Melalui perhitungan masing-masing produk maka produk kopi lebih diutamakan, karena *margin* kontribusi rasio kopi lebih besar dari karet remah sebesar 24%. Artinya, peningkatan penjualan sebesar 229.432.180.592 untuk tahun 2015 triwulan III, dan manajemen dapat menentukan *margin* kontribusi sebesar Rp 44.655.081.530.

Berikut ini merupakan perhitungan *break even point* menggunakan metode analisis *margin* kontribusi.

a) Perhitungan *break even point* (unit) pada produk kopi di triwulan I tahun 2012

$$\begin{aligned}
 - \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{BT}}{\text{MK/unit}} \\
 &= \frac{19.899.981.101}{2.573} \\
 &= \mathbf{7.734.029}
 \end{aligned}$$

b) Perhitungan *break even point* (Rp) pada produk kopi di triwulan I tahun 2012

$$\begin{aligned}
 - \text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{BT}}{\text{MK Rasio}} \\
 &= \frac{19.899.981.101}{0,32058} \\
 &= \mathbf{62.074.093.790}
 \end{aligned}$$

Berikut ini merupakan klasifikasi *break even point* (BEP) (unit) dan *break even point* (BEP) (Rp) untuk produk kopi dan karet remah PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2012-2015.

**Tabel 4.5**  
***Break Even Point* (BEP) (Unit) dan *Break Even Point* (BEP) (Rp) untuk Produk Kopi Tahun 2012-2015**

URAIAN	BEP (Unit)	BEP (Rp)
2012		
Triwulan I	3.508.002	62.074.093.790
Triwulan II	7.026.254	131.812.523.522
Triwulan III	10.461.031	176.184.685.355
2013		
Triwulan I	3.197.227	77.324.937.125
Triwulan II	7.146.993	144.040.504.568
Triwulan III	11.861.434	223.125.440.131
2014		
Triwulan I	68.766.199	2.593.173.366.680
Triwulan II	3.014.126	132.262.874.648

Triwulan III	5.314.355	230.281.638.407
2015		
Triwulan I	2.103.194	86.670.521.546
Triwulan II	4.663.991	168.794.497.539
Triwulan III	7.157.144	251.408.982.646

Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)

**Tabel 4.6**  
**Break Even Point (BEP) (Unit) dan Break Even Point (BEP) (Rp) untuk**  
**Produk Karet Remah Tahun 2012-2015**

URAIAN	BEP (Unit)	BEP (Rp)
2012		
Triwulan I	19.959.283	714.123.173.888
Triwulan II	6.194.521	209.653.552.011
Triwulan III	7.356.607	206.301.344.119
2013		
Triwulan I	7.313.436	303.087.806.066
Triwulan II	7.183.617	262.683.331.770
Triwulan III	6.329.674	235.314.818.433
2014		
Triwulan I	6.274.386	134.251.774.414
Triwulan II	14.987.919	326.286.991.436
Triwulan III	22.309.112	419.063.282.866
2015		
Triwulan I	18.490.574	364.760.772.239
Triwulan II	13.256.346	282.734.654.985
Triwulan III	19.346.304	333.602.832.120

Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)

*Break even point* (BEP) menunjukkan penjualan perusahaan tidak mendapatkan laba dan tidak mendapatkan rugi. Pada tahun 2012 triwulan I, *break even point* (BEP) total PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar Rp 776.197.267.678. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 62.074.093.790, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 714.123.173.888. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik

memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

Tahun 2012 triwulan II, *break even point* (BEP) total PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar Rp 341.466.075.533. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 131.812.523.522, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 209.653.552.011. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2012 triwulan III memiliki *break even point* (BEP) total sebesar Rp 382.486.029.474. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 176.184.685.355, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 206.301.344.119. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

*Break even point* (BEP) total PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2013 triwulan I sebesar Rp 380.412.743.191. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 77.324.937.125, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 303.087.806.066. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

Tahun 2013 triwulan II, *break even point* (BEP) total PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar Rp 406.723.836.338. Perhitungan *break even point* masing-

masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 144.040.504.568, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 262.683.331.770. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

*Break even point* (BEP) total PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2013 triwulan III sebesar Rp 458.440.258.564. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 223.125.440.131, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 235.314.818.433. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

Tahun 2014 triwulan I, *break even point* (BEP) total PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar Rp 2.727.425.141.094. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 2.593.173.366.680, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 134.251.774.414. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi karet remah, karena *break even point* karet remah lebih kecil dari kopi.

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2014 triwulan II memiliki *break even point* (BEP) total sebesar Rp 458.549.866.084. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 132.262.874.648, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 326.286.991.436. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

*Break even point* (BEP) total PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2014 triwulan III sebesar Rp 649.344.921.273. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 230.281.638.407, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 419.063.282.866. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

Tahun 2015 triwulan I, *break even point* (BEP) total PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar Rp 451.431.293.785. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 86.670.521.546, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 364.760.772.239. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

*Break even point* (BEP) total PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2015 triwulan II sebesar Rp 451.529.152.524. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 168.794.497.539, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 282.734.654.985. Analisis tersebut menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2015 triwulan III memiliki *break even point* (BEP) sebesar Rp 585.011.814.766. Perhitungan *break even point* masing-masing produk yaitu produk kopi sebesar Rp 251.408.982.646, sedangkan produk karet remah sebesar Rp 333.602.832.120. Analisis tersebut menunjukkan bahwa

perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah.

### 3. Analisis *margin of safety*

*Margin of safety* (batas keamanan) merupakan hubungan antara volume penjualan yang dibudgetkan dengan volume penjualan pada titik impas. Analisis *margin of safety* menunjukkan berapa banyak penjualan yang boleh turun dari jumlah penjualan tertentu dimana perusahaan belum menderita rugi atau dalam keadaan *break even*. Dengan kata lain angka *margin of safety* memberikan petunjuk jumlah maksimum penurunan angka volume penjualan yang direncanakan yang tidak mengakibatkan kerugian.

*Margin of safety* ini dapat dinyatakan dalam persentase atau rasio antara penjualan yang dibudgetkan dengan penjualan pada titik impas, atau dalam persentase atau rasio dari selisih antara penjualan yang dibudgetkan dan penjualan pada titik impas dengan penjualan yang dibudgetkan.

Berikut merupakan perhitungan *margin of safety* pada produk kopi di tahun 2012 triwulan I.

- a) Perhitungan *margin of safety* (%) pada produk kopi tahun 2012 triwulan I sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Margin of Safety} &= \frac{\text{penjualan yang dibudgetkan} - \text{penjualan pada titik impas}}{\text{penjualan yang dibudgetkan}} \times 100\% \\ &= \frac{93.906.134.206 - 62.074.093.790}{93.906.134.206} \times 100\% \\ &= \mathbf{0,34} \end{aligned}$$

b) Perhitungan *margin of safety (Rp)* pada produk kopi tahun 2012 triwulan I sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Margin of Safety} &= \text{MOS} \times \text{penjualan yang dibudgetkan} \\ &= 0,34 \times 93.906.134.206 \\ &= \mathbf{31.832.040.416} \end{aligned}$$

Berikut ini merupakan *margin of safety (%)* dan *margin of safety (Rp)* untuk produk kopi dan karet remah PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2012-2015.

**Tabel 4.7**  
***Margin of Safety (%) dan Margin of Safety (Rp) untuk Produk Kopi Tahun 2012-2015***

URAIAN	MOS (%)	MOS (Rp)
2012		
Triwulan I	0,34	31.832.040.416
Triwulan II	0,21	35.441.663.127
Triwulan III	0,32	82.370.273.117
2013		
Triwulan I	(0,12)	(8.279.503.146)
Triwulan II	(0,06)	(8.201.781.663)
Triwulan III	0,01	1.805.065.287
2014		
Triwulan I	(38,08)	(2.526.823.172.762)
Triwulan II	(0,10)	(11.880.295.693)
Triwulan III	(0,39)	(64.047.909.383)
2015		
Triwulan I	(0,36)	(22.962.664.328)
Triwulan II	(0,28)	(37.421.001.172)
Triwulan III	(0,36)	(66.631.883.584)

*Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)*

**Tabel 4.8**  
**Margin of Safety (%) dan Margin of Safety (Rp) untuk Produk Karet Remah**  
**Tahun 2012-2015**

URAIAN	MOS (%)	MOS (Rp)
2012		
Triwulan I	(2,22)	(492.471.640.471)
Triwulan II	0,57	273.991.181.431
Triwulan III	0,72	522.920.916.531
2013		
Triwulan I	(0,12)	(32.539.311.634)
Triwulan II	0,46	225.054.819.051
Triwulan III	0,67	487.012.174.872
2014		
Triwulan I	0,39	85.826.140.510
Triwulan II	0,18	73.401.874.758
Triwulan III	0,27	154.077.088.840
2015		
Triwulan I	(1,54)	(221.151.562.895)
Triwulan II	0,14	45.710.624.052
Triwulan III	0,35	183.286.929.955

*Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)*

*Margin of Safety* menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada *break even*. Dengan demikian *margin of safety* juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut perusahaan akan menderita kerugian. *Margin of safety* pada tahun 2012 triwulan I sebesar -188%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -188% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2012 triwulan I pada produk kopi sebesar 34% sedangkan pada produk karet remah sebesar -222%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan karet remah lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari kopi. Semakin kecil *margin of safety* berarti semakin cepat

perusahaan menderita kerugian, dalam hal ini terdapat penurunan jumlah penjualan yang nyata.

*Margin of safety* pada PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2012 triwulan II sebesar 78%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari 78% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2012 triwulan II pada produk kopi sebesar 21% sedangkan pada produk karet remah sebesar 57%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari karet remah.

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk memiliki *Margin of safety* di tahun 2012 triwulan III sebesar 104%, yang menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari 32% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2012 triwulan III pada produk kopi sebesar 21% sedangkan pada produk karet remah sebesar 72%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari karet remah.

*Margin of safety* di tahun 2013 triwulan I PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar -24%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -24% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2013 triwulan I pada produk kopi sebesar 12% sedangkan pada produk karet

remah sebesar 12%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari karet remah.

Tahun 2013 triwulan II *margin of safety* PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar 40%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari 40% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2013 triwulan II pada produk kopi sebesar -6% sedangkan pada produk karet remah sebesar 46%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari karet remah.

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2013 triwulan III memiliki *margin of safety* sebesar 68%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari 68% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2013 triwulan III pada produk kopi sebesar 1% sedangkan pada produk karet remah sebesar 67%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari karet remah.

*Margin of safety* pada tahun 2014 triwulan I sebesar -3769%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -3769% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2014 triwulan I pada produk kopi

sebesar -3808% sedangkan pada produk karet remah sebesar 39%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki MOS yang lebih kecil dari karet remah.

*Margin of safety* pada tahun 2014 triwulan II sebesar 8%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari 8% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2014 triwulan II pada produk kopi sebesar -10% sedangkan pada produk karet remah sebesar 18%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki MOS yang lebih kecil dari karet remah.

*Margin of safety* pada tahun 2014 triwulan III sebesar -12%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -12% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2014 triwulan III pada produk kopi sebesar -39% sedangkan pada produk karet remah sebesar 27%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki MOS yang lebih kecil dari karet remah.

*Margin of safety* pada tahun 2015 triwulan I sebesar -190%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -190% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2015 triwulan I pada produk kopi sebesar -36% sedangkan pada produk karet remah sebesar -154%. Hasil ini

menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki MOS yang lebih kecil dari karet remah.

*Margin of safety* pada tahun 2015 triwulan II sebesar -15%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -15% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2015 triwulan II pada produk kopi sebesar -28% sedangkan pada produk karet remah sebesar 14%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki MOS yang lebih kecil dari karet remah.

*Margin of safety* pada tahun 2015 triwulan III sebesar -1%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -190% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* masing-masing produk tahun 2015 triwulan III pada produk kopi sebesar -36% sedangkan pada produk karet remah sebesar -35%. Hasil ini menunjukkan bahwa penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki MOS yang lebih kecil dari karet remah.

#### **4. Analisis forecast penjualan**

*Forecast* penjualan adalah proyek teknis daripada permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi. Perencanaan penjualan untuk tahun 2016 dapat diramalkan menggunakan metode kuadrat terkecil atau *least square* dan yang menjadi data acuan adalah data penjualan selama empat periode yaitu tahun 2012 sampai dengan 2015. Berikut merupakan

perhitungan peramalan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk untuk produk kopi dan karet remah tahun 2016.

Berikut ini merupakan perhitungan peramalan penjualan untuk produk kopi dan karet remah PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2012-2015.

**Tabel 4.9**  
**Perhitungan Peramalan Penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk untuk Produk Kopi dan Karet Remah**

URAIAN	PENJUALAN (UNIT)		X	X <sup>2</sup>	XY <sub>1</sub>	XY <sub>2</sub>
	KARET (Y <sub>1</sub> )	KOPI (Y <sub>2</sub> )				
2012						
Triwulan I	6.195.018	11.700.095	-5	25	-30.975.090	-58.500.475
Triwulan II	14.289.991	19.654.765	-4	16	-57.159.964	-78.619.060
Triwulan III	26.003.718	33.845.373	-3	9	-78.011.154	-101.536.119
2013						
Triwulan I	6.528.270	6.293.966	-2	4	-13.056.540	-12.587.932
Triwulan II	13.338.205	14.859.160	-1	1	-13.338.205	-14.859.160
Triwulan III	19.429.693	26.362.236	0	0	0	0
2014						
Triwulan I	10.285.553	3.878.994	1	1	10.285.553	3.878.994
Triwulan II	18.359.617	6.048.160	2	4	36.719.234	12.096.320
Triwulan III	30.511.508	8.457.494	3	9	91.534.524	25.372.482
2015						
Triwulan I	7.279.886	3.408.254	4	16	29.119.544	13.633.016
Triwulan II	15.399.542	8.002.747	5	25	76.997.710	40.013.735
Triwulan III	29.975.485	11.596.968	6	36	179.852.910	69.581.808
<b>n = 12</b>	<b>197.596.486</b>	<b>154.108.212</b>		<b>146</b>	<b>231.968.522</b>	<b>-101.526.391</b>

Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)

- Perhitungan metode *least square* PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada produk karet remah tahun 2016 triwulan I

$$\begin{aligned}
 - \quad a &= \frac{\sum Y_1}{n} \\
 &= \frac{197.596.486}{12} \\
 &= \mathbf{16.466.374}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
- \quad b &= \frac{\sum XY_1}{\sum X^2} \\
&= \frac{231.968.522}{12} \\
&= \mathbf{1.353.401} \\
- \quad Y_{\text{unit}} &= a + by \\
&= 16.466.374 + 1.353.401(7) \\
&= \mathbf{28.646.979} \\
- \quad Y_{\text{Rp}} &= Y_{\text{unit}} \times \text{Harga Jual} \\
&= 28.646.979 \times 19.727 \\
&= \mathbf{511.717.999.524}
\end{aligned}$$

Berikut merupakan peramalan volume penjualan untuk produk kopi dan karet remah PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2016.

**Tabel 4.10**  
**Forecast Penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk Tahun 2016**

URAIAN	VOLUME PENJUALAN	
	Unit (Kg)	Rupiah
Karet Remah		
2016		
Triwulan I	25.940.178	511.717.999.524
Triwulan II	27.293.579	582.124.266.617
Triwulan III	28.646.979	493.981.346.454
Kopi		
2016		
Triwulan I	20.231.101	833.703.436.593
Triwulan II	21.286.637	770.384.664.794
Triwulan III	22.342.172	784.813.485.949

*Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)*

Tahun 2016 triwulan I peramalan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada sebesar Rp 1.345.421.436.117, dan sebanyak 46.171.279 kg. Peramalan penjualan untuk produk karet remah sebesar Rp 511.717.999.524, dan sebanyak

25.940.178 kg. Sedangkan untuk produk kopi, peramalan penjualannya sebesar Rp 833.703.436.593, dan sebesar 20.231.101 kg.

Peramalan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2016 triwulan II sebesar Rp 1.352.508.931.411, dan sebanyak 48.580.216 kg. Peramalan penjualan untuk produk karet remah sebesar Rp 582.124.266.617, dan sebanyak 27.293.579 kg. Sedangkan untuk produk kopi, peramalan penjualannya sebesar Rp 770.384.664.794, dan sebesar 21.286.637 kg.

Peramalan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2016 triwulan III sebesar Rp 1.278.794.832.403, dan sebanyak 50.989.151 kg. Peramalan penjualan untuk produk karet remah sebesar Rp 493.981.346.454, dan sebanyak 28.646.979 kg. Sedangkan untuk produk kopi, peramalan penjualannya sebesar Rp 784.813.485.949, dan 22.342.172kg.

### **C. Pembahasan Hasil penelitian**

Berdasarkan perhitungan sebelumnya, berikut ini merupakan hasil perhitungan *break even point* (BEP), *margin of safety* (MOS), *forecast* penjualan serta hasil penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk.

**Tabel 4.11**  
**Penjualan, *Break Even Point* (BEP), *Margin of Safety* (MOS), dan *Forecast* Penjualan untuk Produk Kopi PT Prasadha Aneka Niaga Tbk Tahun 2012-2016**

URAIAN	PENJUALAN (Unit)	PENJUALAN (Rp)	BEP (Unit)	BEP (Rp)	MOS (%)	MOS (Rp)	FORECAST PENJUALAN (Unit)	FORECAST PENJUALAN (Rp)
2012								
Triwulan I	5.306.930	93.906.134.206	3.508.002	62.074.093.790	0,34	31.832.040.416	7.564.673	133.856.880.009
Triwulan II	8.915.468	167.254.186.649	7.026.254	131.812.523.522	0,21	35.441.663.127	8.620.208	161.715.105.935
Triwulan III	15.351.797	258.554.958.472	10.461.031	176.184.685.355	0,32	82.370.273.117	9.675.744	162.958.878.833
2013								
Triwulan I	2.854.887	69.045.433.979	3.197.227	77.324.937.125	-0,12	-8.279.503.146	10.731.280	259.535.997.192
Triwulan II	6.740.038	135.838.722.905	7.146.993	144.040.504.568	-0,06	-8.201.781.663	11.786.815	237.551.475.584
Triwulan III	11.957.392	224.930.505.418	11.861.434	223.125.440.131	0,01	1.805.065.287	12.842.351	241.557.464.661
2014								
Triwulan I	1.759.485	66.350.193.918	68.766.199	2.593.173.366.680	-38,08	-2.526.823.172.762	13.897.887	524.089.307.405
Triwulan II	2.743.387	120.382.578.955	3.014.126	132.262.874.648	-0,1	-11.880.295.693	14.953.422	656.171.128.214
Triwulan III	3.836.281	166.233.729.024	5.314.355	230.281.638.407	-0,39	-64.047.909.383	16.008.958	693.700.172.211
2015								
Triwulan I	1.545.970	63.707.857.218	2.103.194	86.670.521.546	-0,36	-22.962.664.328	17.064.494	703.210.724.778
Triwulan II	3.630.005	131.373.496.367	4.663.991	168.794.497.539	-0,28	-37.421.001.172	18.120.029	655.781.987.387
Triwulan III	5.260.258	184.777.099.062	7.157.144	251.408.982.646	-0,36	-66.631.883.584	19.175.565	673.580.078.492

2016								
Triwulan I	-	-	-	-	-	-	20.231.101	833.703.436.593
Triwulan II	-	-	-	-	-	-	21.286.637	770.384.664.794
Triwulan III	-	-	-	-	-	-	22.342.172	784.813.485.949

*Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)*

**Tabel 4.12**  
**Penjualan, Break Even Point (BEP), Margin of Safety (MOS), dan Forecast Penjualan untuk Produk Karet Remah PT Prasadha Aneka Niaga Tbk Tahun 2012-2016**

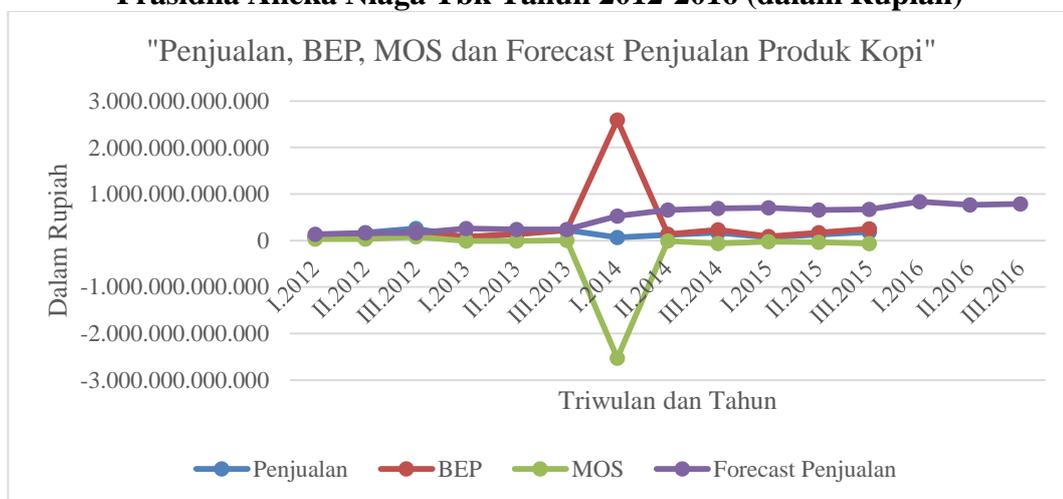
URAIAN	PENJUALAN (Unit)	PENJUALAN (Rp)	BEP (Unit)	BEP (Rp)	MOS (%)	MOS (Rp)	FORECAST PENJUALAN (Unit)	FORECAST PENJUALAN (Rp)
2012								
Triwulan I	6.195.018	221.651.533.417	19.959.283	714.123.173.888	-2,22	-492.471.640.471	9.699.371	347.033.791.006
Triwulan II	14.289.991	483.644.733.442	6.194.521	209.653.552.011	0,57	273.991.181.431	11.052.771	374.081.050.645
Triwulan III	26.003.718	729.222.260.650	7.356.607	206.301.344.119	0,72	522.920.916.531	12.406.172	347.906.283.253
2013								
Triwulan I	6.528.270	270.548.494.432	7.313.436	303.087.806.066	-0,12	-32.539.311.634	13.759.573	570.237.969.552
Triwulan II	13.338.205	487.738.150.821	7.183.617	262.683.331.770	0,46	225.054.819.051	15.112.973	552.636.092.624
Triwulan III	19.429.693	722.326.993.305	6.329.674	235.314.818.433	0,67	487.012.174.872	16.466.374	612.153.913.628

2014								
Triwulan I	10.285.553	220.077.914.924	6.274.386	134.251.774.414	0,39	85.826.140.510	17.819.774	381.289.713.316
Triwulan II	18.359.617	399.688.866.194	14.987.919	326.286.991.436	0,18	73.401.874.758	19.173.175	417.400.019.999
Triwulan III	30.511.508	573.140.371.706	22.309.112	419.063.282.866	0,27	154.077.088.840	20.526.576	385.571.196.079
2015								
Triwulan I	7.279.886	143.609.209.344	18.490.574	364.760.772.239	-1,54	-221.151.562.895	21.879.976	431.626.290.290
Triwulan II	15.399.542	328.445.279.037	13.256.346	282.734.654.985	0,14	45.710.624.052	23.233.377	495.521.459.933
Triwulan III	29.975.485	516.889.762.075	19.346.304	333.602.832.120	0,35	183.286.929.955	24.586.777	423.974.388.927
2016								
Triwulan I	-	-	-	-	-	-	25.940.178	511.717.999.524
Triwulan II	-	-	-	-	-	-	27.293.579	582.124.266.617
Triwulan III	-	-	-	-	-	-	28.646.979	493.981.346.454

*Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)*

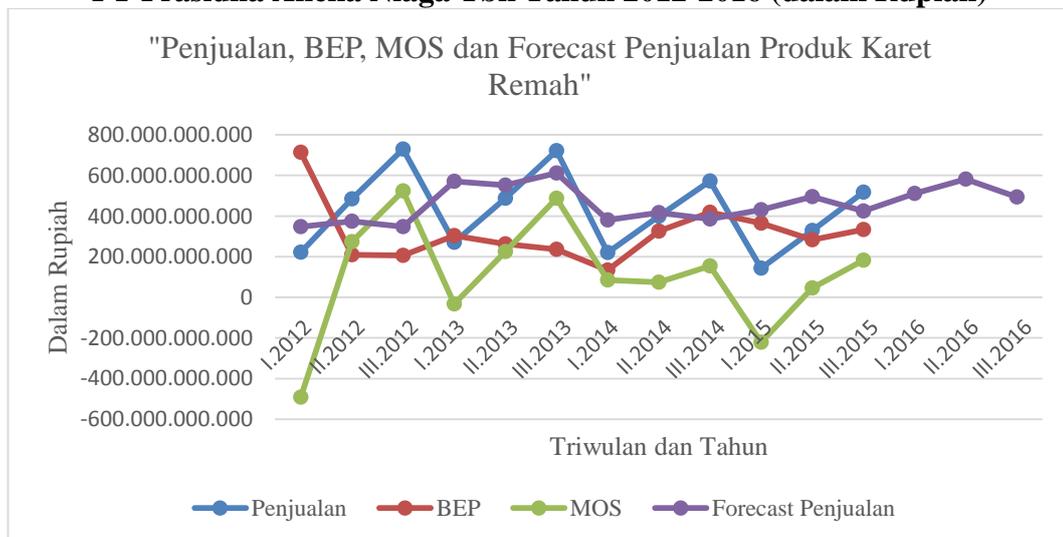
Berikut ini merupakan grafik yang menunjukkan penjualan, *break even point* (BEP), *margin of safety* (MOS) dan *forecast* penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2012-2016.

**Grafik 4.1**  
**Penjualan, BEP, MOS dan Forecast Penjualan untuk Produk Kopi PT Prasadha Aneka Niaga Tbk Tahun 2012-2016 (dalam Rupiah)**



Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)

**Grafik 4.2**  
**Penjualan, BEP, MOS dan Forecast Penjualan untuk Produk Karet Remah PT Prasadha Aneka Niaga Tbk Tahun 2012-2016 (dalam Rupiah)**



Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini mendapatkan hasil penelitian, sebagai berikut.

### **1. Hasil perhitungan *break even point***

*Break even point* (BEP) menunjukkan penjualan perusahaan tidak mendapatkan laba dan tidak mendapatkan rugi. Pada tahun 2012, *break even point* (BEP) PT Prasadha Aneka Niaga Tbk untuk produk kopi di triwulan I, II, dan III mengalami kenaikan sebesar 1,45%, 3,08%, dan 4,12%. Di triwulan I sebesar Rp 62.074.093.790 atau 3.508.002 kg, triwulan II sebesar Rp 131.812.523.522 atau 7.026.254 kg, dan triwulan III sebesar Rp 176.184.685.355 atau 10.461.031 kg. Sedangkan pada produk karet remah di triwulan I, II, dan III mengalami penurunan sebesar 18,83%, 5,53%, dan 5,44%. Di triwulan I sebesar Rp 714.123.173.888 atau 19.959.283 kg, triwulan II sebesar Rp 131.812.523.522 atau 6.194.521 kg, dan triwulan III sebesar Rp 206.301.344.119 atau 7.356.607 kg. Analisis tersebut menunjukkan bahwa di tahun 2012 perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah. Berdasarkan laporan penjualan per triwulan tahun 2012, untuk penjualan produk kopi telah melampaui *break even point*, sedangkan penjualan produk karet remah hanya triwulan I yang tidak melampaui *break even point* dan triwulan II dan III penjualannya melampaui *break even point*. Sehingga di tahun 2012, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk masih mendapatkan laba dan mengalami peningkatan sebesar 7% dari tahun sebelumnya seiring dengan meningkatnya kinerja

operasional perusahaan. Penjualan perusahaan yang mengalami peningkatan disebabkan oleh meningkatnya kuantitas penjualan barang dagangan perusahaan.

Dengan perkembangan ekonomi Indonesia di tahun 2012 mencapai angka 6,23% ditunjang oleh domestik yang cukup kuat dan potensi membaiknya ekspor meskipun masih dibayangi oleh ketidakpastian ekonomi global. Pertumbuhan ekonomi Indonesia ditopang oleh konsumsi domestik dan investasi dalam negeri yang kuat sehingga tidak terlalu terpengaruh oleh pelemahan ekonomi dunia. Situasi ekonomi seperti ini tentunya ikut memberikan pengaruh terhadap Perseroan. Diiringi dengan adanya penurunan harga pasaran Internasional yang menjadi acuan perusahaan terutama untuk harga pasaran karet remah, sehingga berpengaruh langsung terhadap nilai penjualan terutama pada triwulan I yang tidak memenuhi target penjualan.

Tahun 2013, *break even point* (BEP) PT Prasadha Aneka Niaga Tbk untuk produk kopi mengalami penurunan di triwulan I sebesar 1,81%, tetapi di triwulan II, dan III mengalami kenaikan sebesar 3,37% dan 5,22%. Di triwulan I sebesar Rp 77.324.937.125 atau 3.197.227 kg, triwulan II sebesar Rp 223.125.440.131 atau 7.146.993 kg, dan triwulan III sebesar Rp 144.040.504.568 atau 11.861.434 kg. Sedangkan pada produk karet remah di triwulan I mengalami kenaikan sebesar 7,99%, kemudian di triwulan II dan III mengalami penurunan kembali sebesar 6,93% dan 6,21%. Di triwulan I sebesar Rp 303.087.806.066 atau 7.313.436 kg, triwulan II sebesar Rp 262.683.331.770 atau 7.183.617 kg, dan triwulan III sebesar Rp 235.314.818.433 atau 6.329.674 kg. Analisis tersebut menunjukkan bahwa di tahun 2013 perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena

*break even point* kopi lebih kecil dari karet remah. Berdasarkan laporan penjualan pertriwulan tahun 2013, untuk penjualan produk kopi pada triwulan I dan II tidak melampaui *break even point*, tetapi di triwulan III penjualan kopi melampaui *break even point*. Sedangkan untuk produk karet remah penjualannya sama seperti kopi pada triwulan I dan II tidak melampaui *break even point* dan hanya di triwulan III yang melampaui *break even point*. Kerugian yang dialami PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada triwulan I dan II tidak bisa ditutupi di triwulan III yang mengalami laba, sehingga di tahun 2013 perusahaan mengalami penurunan laba sebesar -17% dari tahun sebelumnya. Dan penjualan perusahaan mengalami penurunan sebesar 2 %, hal tersebut disebabkan oleh adanya penurunan harga pasaran internasional dimana harga rata – rata pasaran internasional karet remah turun sekitar 20% dan untuk kopi turun sekitar 8% sehingga berpengaruh langsung terhadap total nilai penjualan dan laba perseroan.

Situasi dan kondisi perekonomian nasional Indonesia sepanjang tahun 2013, tercatat masih belum dapat menyamai, apalagi melebihi pencapaian atas hasil-hasil yang telah berhasil diraih pada tahun sebelumnya. Pertumbuhan ekonomi nasional tercatat berada pada besaran angka 5,6 hingga 5,8 persen saja. Walaupun mengalami pertumbuhan perekonomian secara nasional yang sedikit menurun, tapi rupanya ekonomi Indonesia masih dapat dikatakan cenderung agak lebih kokoh bila dibandingkan dengan situasi dan kondisi perekonomian dunia global yang mengalami ketidak-pastian. Dengan kondisi sedikit melambatnya perekonomian global tentu menjadi berita kurang menguntungkan bagi sisi

pemasaran perseroan dan menjadi terpaksa harus turut merasakan dan menanggung dampaknya.

*Break even point* (BEP) PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2014 untuk produk kopi di triwulan I mengalami kenaikan secara drastis sebesar 60,63% yaitu sebesar Rp 2.593.173.366.680 (68.766.199 kg), di triwulan II mengalami penurunan secara drastis kembali sebesar 3,09% atau Rp 132.262.874.648 (3.014.126 kg), dan kemudian mengalami kenaikan kembali triwulan III sebesar 5,38% atau Rp 230.281.638.407 (5.314.355 kg). Sedangkan pada produk karet remah mengalami penurunan di triwulan I sebesar 3,54% yaitu Rp 134.251.774.414 atau 6.274.386 kg, di triwulan II dan III mengalami kenaikan sebesar 8,60% dan 11,05% yaitu Rp 326.286.991.436 atau 14.987.919 kg, dan Rp 419.063.282.866 atau 22.309.112 kg. Analisis tersebut menunjukkan bahwa pada triwulan I perusahaan lebih baik memperbanyak produksi karet remah karena BEP kopi lebih kecil dari kopi, sedangkan pada triwulan II dan III sebaliknya perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah. Berdasarkan laporan penjualan pertriwulan tahun 2014, untuk penjualan produk kopi penjualannya tidak melampaui *break even point*. Sedangkan produk karet remah penjualannya melampaui *break even point*. Kerugian yang dialami PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada produk kopi tidak bisa di tutupi dengan produk karet remah yang mengalami laba, sehingga di tahun 2014 perusahaan mengalami penurunan laba sebesar -232% dari tahun sebelumnya. Penurunan laba yang sangat drastis memberikan dampak kerugian yang harus dialami oleh perusahaan. Dan penjualan

perusahaan mengalami penurunan sebesar -24%, dimana hal tersebut disebabkan oleh turunnya harga komoditas barang dagangan perseroan di pasaran Internasional.

Perekonomian nasional pada triwulan III tahun 2014 hanya mencapai 5,01%, atau relatif mengalami perlambatan apabila dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2013. Gambaran situasi ekonomi tersebut telah memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan selama tahun 2014. Kondisi perekonomian nasional dan global yang lesu juga berdampak pada berbagai aspek dan pencapaian usaha. Selain kondisi tersebut, pada akhir tahun 2013 harga kopi dunia mengalami kejatuhan pada tingkat terendah dalam kurun waktu enam setengah tahun terakhir. Hal ini terjadi akibat kelebihan produksi. Sehingga berdampak pada penurunan penjualan dan laba perseroan.

Tahun 2015, *break even point* (BEP) PT Prasadha Aneka Niaga Tbk untuk produk kopi di triwulan I kembali mengalami penurunan sebesar 2,03% yaitu Rp 86.670.521.546 atau 2.103.194 kg, dan mengalami kenaikan di triwulan II dan III sebesar 3,5% dan 5,88% yaitu Rp 168.794.497.539 atau 4.663.991 kg, dan Rp 251.408.982.646 atau 7.157.144 kg. Sedangkan pada produk karet remah di triwulan I dan II mengalami penurunan sebesar 9,62% dan 7,46% yaitu Rp 364.760.772.239 atau 18.490.574 kg dan Rp 282.734.654.985 atau 14.987.919 kg, kemudian mengalami kenaikan kembali di triwulan III sebesar 8,80% yaitu Rp 333.602.832.120 atau 19.346.304 kg. Analisis tersebut menunjukkan bahwa di tahun 2015 perusahaan lebih baik memperbanyak produksi kopi, karena *break even point* kopi lebih kecil dari karet remah. Berdasarkan laporan penjualan

pertriwulan tahun 2015, untuk penjualan produk kopi dan karet remah tidak melampaui *break even point*. Sehingga, di tahun 2015 PT Prasadha Aneka Niaga Tbk kembali mengalami penurunan laba sebesar -22% dari tahun sebelumnya. Penurunan laba di tahun ini masih memberikan dampak kerugian yang harus dialami oleh perusahaan. Dan penjualan perusahaan mengalami penurunan sebesar -5%. Hal tersebut terutama disebabkan oleh turunnya harga komoditas yang dijual oleh perseroan di pasaran internasional dan lokal.

Kondisi perekonomian dunia di tahun 2015, masih dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi negara maju seperti Amerika Serikat (AS) serta beberapa negara di Eropa. Walaupun telah mengalami krisis yang cukup berat dalam beberapa tahun terakhir, perekonomian AS pada pertengahan tahun 2015 mulai membaik. Namun, perekonomian beberapa negara di Eropa belum menunjukkan perbaikan secara memadai. Sementara perekonomian regional di kawasan Asia masih dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi China yang terus menurun, serta ekonomi Jepang masih mengalami resesi. Dalam periode yang sama, melemahnya permintaan dunia diikuti oleh penurunan harga komoditas Internasional. Kondisi tersebut secara tidak langsung telah ikut mempengaruhi perekonomian nasional. Yang paling mempengaruhi perekonomian nasional di tahun 2015 adalah merosotnya nilai tukar Rupiah terhadap mata uang Dolar Amerika. Pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2015 melambat menjadi 4,7 persen, lebih rendah dibandingkan tahun 2014 yang sebesar 5,2 persen. Dengan adanya penurunan harga komoditas yang dijual oleh perseroan di pasaran internasional dan lokal, berdampak pada penurunan penjualan dan laba perseroan.

## 2. Hasil perhitungan *margin of safety*

*Margin of Safety* menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada *break even*. Dengan demikian *margin of safety* juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut perusahaan akan menderita kerugian. Pada tahun 2012, *margin of safety* PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar -7%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -7% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. MOS untuk produk kopi di triwulan I sebesar 34%, triwulan II sebesar 21%, dan triwulan III sebesar 21%. Sedangkan untuk produk karet remah di triwulan I sebesar -222%, triwulan II sebesar 57%, dan triwulan III sebesar 72%. Hasil ini menunjukkan bahwa di tahun 2012 penjualan karet remah lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari kopi. Semakin kecil *margin of safety* berarti semakin cepat perusahaan menderita kerugian, dalam hal ini terdapat penurunan jumlah penjualan yang nyata.

Tahun 2013, *margin of safety* PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar 84%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari 84% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* untuk produk kopi di triwulan I sebesar 12%, triwulan II sebesar 6%, dan triwulan III sebesar 1%. Sedangkan untuk produk karet remah di triwulan I sebesar 12%, triwulan II sebesar 46%, dan triwulan III sebesar 67%. Hasil ini menunjukkan bahwa di tahun 2013 penjualan kopi lebih

rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari karet remah.

*Margin of safety* PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2014 sebesar -3772%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -3772% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* untuk produk kopi di triwulan I sebesar -3808%, triwulan II sebesar -10%, dan triwulan III sebesar -39%. Sedangkan untuk produk karet remah di triwulan I sebesar 39%, triwulan II sebesar 18%, dan triwulan III sebesar 27%. Hasil ini menunjukkan bahwa di tahun 2014 penjualan kopi lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari karet remah.

Tahun 2015, *margin of safety* PT Prasadha Aneka Niaga Tbk sebesar -205%, menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang nyata berkurang atau menyimpang lebih besar dari -205% (dari penjualan yang direncanakan) perusahaan akan menderita rugi. *Margin of safety* untuk produk kopi di triwulan I sebesar -36%, triwulan II sebesar -28%, dan triwulan III sebesar -36%. Sedangkan untuk produk karet remah di triwulan I sebesar -154%, triwulan II sebesar 14%, dan triwulan III sebesar -35%. Hasil ini menunjukkan bahwa di tahun 2013 penjualan karet remah lebih rawan mengalami kerugian karena memiliki *margin of safety* yang lebih kecil dari kopi.

### **3. Hasil perhitungan peramalan penjualan**

Perencanaan penjualan untuk tahun 2016 dapat diramalkan menggunakan metode kuadrat terkecil atau *least square* dan yang menjadi data acuan adalah data penjualan selama empat periode yaitu tahun 2012 sampai dengan 2015. Dengan asumsi bahwa harga komoditas di pasaran internasional cenderung stabil.

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka peramalan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2016 triwulan I sebesar Rp 1.345.421.436.117, dan sebanyak 46.171.279 kg. Peramalan penjualan untuk produk karet remah mengalami peningkatan sebesar 32% yaitu Rp 511.717.999.524, dan sebanyak 25.940.178 kg. Sedangkan untuk produk kopi, peramalan penjualannya mengalami peningkatan sebesar 35% yaitu Rp 833.703.436.593, dan sebanyak 20.231.101 kg.

Peramalan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2016 triwulan II sebesar Rp 1.352.508.931.411, dan sebanyak 48.580.216 kg. Peramalan penjualan untuk produk karet remah mengalami peningkatan sebesar 37% yaitu Rp 582.124.266.617, dan sebanyak 27.293.579 kg. Sedangkan untuk produk kopi, peramalan penjualannya mengalami penurunan sebesar 32% yaitu Rp 770.384.664.794, dan sebesar 21.286.637 kg.

Peramalan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2016 triwulan III sebesar Rp 1.278.794.832.403, dan sebanyak 50.989.151 kg. Peramalan penjualan untuk produk karet remah mengalami penurunan sebesar 31% yaitu Rp 493.981.346.454, dan sebanyak 28.646.979 kg. Sedangkan untuk produk kopi,

peramalan penjualannya mengalami peningkatan sebesar 33% yaitu Rp 784.813.485.949, dan 22.342.172kg.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. *Break even point* PT Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun 2012 untuk produk kopi di triwulan I, II, dan III sebesar 1,45%, 3,08% dan 4,12% serta produk karet remah sebesar 18,83%, 5,53% dan 5,44%, sehingga penjualan yang dilakukan perusahaan melampaui *break even point*. Pada tahun 2013 untuk produk kopi di triwulan I, II dan III sebesar 1,81%, 3,37% dan 5,22% serta produk karet remah sebesar 7,99%, 6,93% dan 6,21%, sehingga penjualan yang dilakukan perusahaan telah melampaui *break even point*. Pada tahun 2014 untuk produk kopi di triwulan I, II dan III sebesar 60,63%, 3,09% dan 5,38%, serta produk karet remah sebesar 3,54%, 8,60% dan 11,05%, tetapi penjualan yang dilakukan perusahaan tidak bisa melampaui *break even point*. Dan di tahun 2015 untuk produk kopi di triwulan I, II dan III sebesar 2,03%, 3,95% dan 5,88%, serta produk karet sebesar 9,62%, 7,46% dan 8,80% dan kembali penjualan yang dilakukan perusahaan tidak bisa melampaui *break even point*. Penurunan penjualan perusahaan merupakan dampak dari penurunan harga komoditas di pasaran internasional.
2. Batas keamanan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga di tahun 2012 untuk produk kopi di triwulan I, II dan III sebesar 34%, 21 % dan 32%, serta produk karet remah sebesar -222%, 57% dan 72%. Tahun 2013 untuk produk kopi sebesar -12%, -6% dan -1%, serta produk karet remah -12%, 46% dan 67%. Di tahun 2014 untuk produk kopi sebesar -3808%, -10% dan -39%, serta produk

karet remah sebesar 39%, 18% dan 27%. Dan di tahun 2015 untuk produk kopi sebesar -36%, -28% dan -36%, serta produk karet remah sebesar -154%, 14% dan 35%.

3. Peramalan penjualan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2016 untuk produk kopi di triwulan I, II dan III sebesar 35%, 32%, dan 33%, serta produk karet remah sebesar 32%, 37% dan 31%. Dengan prediksi harga komoditas di pasaran internasional cenderung stabil.

## **B. Saran**

1. Perusahaan hendaknya merencanakan untuk lebih meningkatkan angka penjualan. Dengan volume penjualan yang kecil sangat berpengaruh pada nilai laba yang akan didapatkan.
2. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk cukup tinggi. Sehingga biaya tetap harus dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya dan akan berpengaruh positif terhadap kenaikan laba.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Karim

Anwar dan Asmawarni. *Penetapan Break Even Point Produksi Minyak kelapa dan Ampas Pada PT. Bireuen Coconut Oil*. Malikussaleh Industrial Engineering Journal. Vol. 2. No. 1. 2013. (diakses, 14 Agustus 2015)

Ariyanti, Retno, Sri Mangesti Rahayu dan Achmad Husaini. *Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan dan Laba (Studi Kasus Pada PT Cakra Guna Cipta Malang periode 2011-2013)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 11. 2014. (diakses, 02 Juli 2015)

Bursa Efek Indonesia. *Pasar Syariah*. <http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah.aspx>. (diakses, 5 Agustus 2015)

Carter, Wiliam K. *Akuntansi Biaya*, Buku 2, *Cost Accounting 14<sup>th</sup> edition*. Jakarta: Salemba Empat. 2009.

Christina, Rinda dan Rini Aprilia. *Analisis Hubungan Break Even point Dengan Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada CV Adi Putra Utama Palembang*. Jurnal. Palembang: STIE MDP. (diakses, 8 Juli 2015)

Djarwanto. *Pokok-Pokok Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE. 2010.

Hadi, Syamsul. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia. 2006.

Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Jakarta: Geme Insani Pers. 2003.

Harahap, Sofyan Syafri. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta : Rajawali Pers. 2011.

Jumingan. *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. *Investasi Sektor Makanan Topang Pertumbuhan Industri pada 2015*. <http://kemenperin.go.id/artikel/10726>. (diakses, 30 maret 2016)

Komarudin dan Djoko Suprijatmoko. *Analisis Biaya dengan Menggunakan Break Even Point dalam Mencari Volume Laba Pada CV Sarah Toy's*. Jurnal Sainstech. Vol. 22 No.1. 2012. (diakses, 26 Oktober 2016)

Kurnianti, Wahyuning Setio. *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Pabrik Gula Ngadiredjo Kediri*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya Malang. (diakses, 02 Juli 2015)

- Londa, Priska K., POV Waleleng, RAJ Legrans A dan Femi H Elly. *Analisis Break Even Point (BEP) Usaha ternak Sapi Perah tarekat MSC di Kelurahan Pinaras Kota Tomohon*. Jurnal Zootek. Vol. 32. No. 1. 2013. (diakses, 8 juli 2015)
- Malombeke, Merry Beatrix. *Anaisis Break even Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland bakery manado*. Jurnal EMBA. Vol. 1. No. 4. 2013. (diakses, 2 Juli 2015)
- Matz, Adolph dan Milton Usry. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga. 1986.
- Nafarin, M. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat. 2009.
- Prasetyo, Wahyudi. *Analisis Breka Even Point (BEP) Pada Industri Pengolahan tebu di Pabrik Gula (PG) Mojo Kabupaten Sragen*. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2008. (diakses, 14 Agustus 2015)
- Puspita KD, Aulia. *Analisis Break Even Terhadap Perencanaan Laba PT. Kreatifa Hasta Karya Mandiri*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. 2012. (diakses, 8 Juli 2015)
- Raharjaputra, Hendra S. *Manajemen Keuangan dan Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat. 2009.
- Rangkuti, Freddy. *Great Sales Forecast For Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2005.
- Riduwan dan Achmad. *Cara Mudah Menggunakan dan Memakai Path Analisis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Sanusi, anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Sirait, Justine T. *Anggaran Sebagai Alat Bantu Bagi Manajemen*. Jakarta: Grasindo. 2006.
- Solihah, Anisa. *Pengaruh Penetapan Break Even Point Terhadap Laba Pada PT Semen Gresik (Persero) Tbk*. Skripsi. Jakarta: Universitas Mercu Buana. 2011. (diakses, 26 Oktober 2016)
- Tampubolon, Manahan P. *Manajemen Keuangan (Finance Management)*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2013.
- Wirawan, Jorome. *Indonesia Yunani Ekonomi*. <http://www.bbc.com/indonesia/beritaindonesia/2015/07/150706>. (diakses, 30 Maret 2016).
- <http://www.prasidha.co.id> (diakses, 17 Maret 2016)
- <http://www.bps.go.id/> (diakses, 27 Juli 2016)

## **BIODATA PENELITI**

Nama : Desy Nilasari  
Tempat, Tanggal Lahir : Sukajadi, 17 Desember 1994  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jln. Sungai Rengit No. 104 Lk. II RT. 008 RW.004  
Kel. Air Batu Kec. Talang Kelapa Kab. Banyuasin  
Anak ke- : Dua dari tiga bersaudara  
Email : [Desynilasari3@gmail.com](mailto:Desynilasari3@gmail.com)

### **Riwayat Pendidikan:**

1. TK Dewa Dewi Air Batu Tahun 1998-2000
2. SD Negeri 2 Air Batu Tahun 2000-2006
3. SMP Negeri 2 Banyuasin III Musi Landas Tahun 2006-2009
4. SMA Negeri 1 Talang Kelapa Tahun 2006-2009
5. UIN Raden Fatah Palembang Tahun 2012-2016

Data Penjualan Bersih Dan Laba Bersih PT Prasadha Aneka Niaga Tbk Tahun 2012-2015 (dalam Rupiah)

URAIAN	PENJUALAN BERSIH		LABA BERSIH
	KOPI	KARET REMAH	
2012			
Triwulan I	93.906.134.206	221.651.533.417	7.098.992.950
Triwulan II	167.254.186.649	483.644.733.442	18.657.550.424
Triwulan III	258.554.958.472	729.222.260.650	36.811.619.167
2013			
Triwulan I	69.045.433.979	270.548.494.432	(442.392.397)
Triwulan II	135.838.722.905	487.738.150.821	6.252.141.807
Triwulan III	224.930.505.418	722.326.993.305	14.143.284.067
2014			
Triwulan I	66.350.193.918	220.077.914.924	10.331.699.966
Triwulan II	120.382.578.955	399.688.866.194	2.865.862.279
Triwulan III	166.233.729.024	573.140.371.706	(10.519.518.090)
2015			
Triwulan I	63.707.857.218	143.609.209.344	(11.087.502.864)
Triwulan II	131.373.496.367	328.445.279.037	(11.014.690.783)
Triwulan III	184.777.099.062	516.889.762.075	(29.803.448.808)

Klasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel PT Prasadha Aneka Niaga Tbk Tahun 2012-2015 (dalam Rupiah)

URAIAN	2012		
	T.I	T.II	T.III
<b>PRODUK KOPI</b>			
<b><u>Biaya Variabel</u></b>			
B. Pokok Penjualan	63.280.442.880	114.235.548.107	182.868.431.953
B. Penjualan	364.640.519	669.911.173	1.128.676.525
B. Listrik, Air dan Telepon	103.206.380	175.199.189	272.190.745
B. Overtime	53.010.319	691.230.280	926.944.606
<b>Jumlah</b>	<b>63.801.300.098</b>	<b>115.771.888.750</b>	<b>185.196.243.828</b>
<b><u>Biaya Tetap</u></b>			
B. Bunga	2.534.724.992	5.879.203.065	8.869.770.525
B. Sewa	189.368.632	388.900.731	580.405.960
B. Penyusutan	413.041.431	861.542.758	1.251.349.559
B. Asuransi	352.653.042	669.487.164	1.148.387.049
B. Reparasi Pemeliharaan	164.148.849	442.863.386	572.623.432
B. Pemasaran	588.291.954	1.376.091.564	2.013.768.571
B. Umum dan Administrasi	8.220.230.894	16.939.390.694	25.886.768.640
B. Lain-lain	2.352.448.951	5.549.103.502	5.711.201.072
B. Pajak	5.085.072.357	8.466.461.906	3.953.867.496
<b>Jumlah</b>	<b>19.899.981.101</b>	<b>40.573.044.770</b>	<b>49.988.142.304</b>
<b>PRODUK KARET REMAH</b>			
<b><u>Biaya Variabel</u></b>			
B. Pokok Penjualan	221.546.978.985	454.100.125.742	673.495.632.506
B. Penjualan	1.292.816.385	2.679.644.694	4.245.973.593
B. Listrik, Air dan Telepon	365.913.529	700.796.757	1.023.955.658
B. Overtime			

	187.945.678	2.764.921.121	3.487.077.327
<b>Jumlah</b>	<b>223.393.654.577</b>	<b>460.245.488.313</b>	<b>682.252.639.085</b>
<b><u>Biaya Tetap</u></b>			
B. Bunga	714.922.434	1.469.800.766	2.357.787.101
B. Sewa	53.411.665	97.225.183	154.285.128
B. Penyusutan	116.498.865	215.385.689	332.637.225
B. Asuransi	99.466.242	167.371.791	305.267.444
B. Reparasi Pemeliharaan	46.298.393	110.715.846	152.216.355
B. Pemasaran	165.928.500	344.022.891	535.305.569
B. Umum dan Administrasi	2.318.526.662	4.234.847.673	6.881.292.930
B. Lain-lain	663.511.243	1.387.275.876	1.518.167.374
B. Pajak	1.434.251.178	2.116.615.477	1.051.028.069
<b>Jumlah</b>	<b>5.612.815.182</b>	<b>10.143.261.192</b>	<b>13.287.987.195</b>

Sumber: Hasil Olahan (2016)

URAIAN	2013		
	T.I	T.II	T.III
<b>PRODUK KOPI</b>			
<b><u>Biaya Variabel</u></b>			
B. Pokok Penjualan	50.166.127.394	98.798.802.382	162.222.837.091
B. Penjualan	356.432.495	819.628.947	1.382.834.907
B. Listrik, Air dan Telepon	68.566.476	154.837.454	261.880.698
B. Overtime	78.286.108	780.479.221	1.086.278.763
<b>Jumlah</b>	<b>50.669.412.472</b>	<b>100.553.748.004</b>	<b>164.953.831.459</b>
<b><u>Biaya Tetap</u></b>			
B. Bunga	2.857.863.236	5.168.432.018	7.580.713.582
B. Sewa	176.242.413	393.164.901	693.737.018
B. Penyusutan	468.703.417	934.566.866	1.344.193.767
B. Asuransi			

	395.640.564	830.829.468	1.238.616.595
B. Reparasi Pemeliharaan	230.946.146	399.898.111	634.850.823
B. Pemasaran	744.900.405	1.579.264.852	2.296.234.902
B. Umum dan Administrasi	10.072.418.420	18.506.439.423	29.254.478.654
B. Lain-lain	2.454.692.948	4.605.948.772	6.843.476.467
B. Pajak	3.178.153.268	4.996.895.604	9.609.059.880
<b>Jumlah</b>	<b>20.579.560.816</b>	<b>37.415.440.014</b>	<b>59.495.361.689</b>
<b>PRODUK KARET REMAH</b>			
<b><u>Biaya Variabel</u></b>			
B. Pokok Penjualan	264.407.171.121	464.440.684.921	665.745.982.831
B. Penjualan	1.871.270.596	3.733.865.203	5.531.339.626
B. Listrik, Air dan Telepon	359.973.996	705.370.623	1.047.522.792
B. Overtime	411.002.066	3.555.516.451	4.345.115.054
<b>Jumlah</b>	<b>267.049.417.780</b>	<b>472.435.437.198</b>	<b>676.669.960.303</b>
<b><u>Biaya Tetap</u></b>			
B. Bunga	544.354.902	1.134.533.858	1.895.178.395
B. Sewa	33.569.983	86.304.490	173.434.255
B. Penyusutan	89.276.841	205.148.824	336.048.442
B. Asuransi	75.360.108	182.377.200	309.654.149
B. Reparasi Pemeliharaan	43.989.742	87.782.512	158.712.706
B. Pemasaran	141.885.792	346.667.894	574.058.725
B. Umum dan Administrasi	1.918.555.889	4.062.389.142	7.313.619.664
B. Lain-lain	467.560.561	1.011.061.926	1.710.869.117
B. Pajak	605.362.527	1.125.385.525	2.402.264.970
<b>Jumlah</b>	<b>3.919.916.346</b>	<b>8.241.651.371</b>	<b>14.873.840.422</b>

Sumber: Hasil Olahan (2016)

URAIAN	2014		
	T.I	T.II	T.III
<b>PRODUK KOPI</b>			
<b><u>Biaya Variabel</u></b>			
B. Pokok Penjualan	46.775.438.119	82.844.267.873	122.933.723.181
B. Penjualan	477.812.721	1.002.300.676	1.093.429.860
B. Listrik, Air dan Telepon	84.614.713	172.562.308	255.676.209
B. Overtime	63.833.475	752.323.673	992.164.024
<b>Jumlah</b>	<b>47.401.699.027</b>	<b>84.771.454.531</b>	<b>125.274.993.275</b>
<b><u>Biaya Tetap</u></b>			
B. Bunga	2.374.530.026	4.329.369.121	6.502.552.396
B. Sewa	247.065.825	495.973.017	758.187.512
B. Penyusutan	582.187.685	1.178.921.425	1.762.054.704
B. Asuransi	383.756.343	703.045.141	1.195.296.192
B. Reparasi Pemeliharaan	207.006.365	410.522.688	751.816.360
B. Pemasaran	721.529.955.300	1.620.471.019	2.502.859.307
B. Umum dan Administrasi	10.743.908.910	22.207.047.347	33.234.794.092
B. Lain-lain	2.034.317.038	3.865.424.076	5.928.082.126
B. Pajak	2.463.793.682	4.314.735.246	4.104.014.363
<b>Jumlah</b>	<b>740.566.521.172</b>	<b>39.125.509.079</b>	<b>56.739.657.053</b>
<b>PRODUK KARET REMAH</b>			
<b><u>Biaya Variabel</u></b>			
B. Pokok Penjualan	210.221.544.952	380.679.388.238	545.440.189.321
B. Penjualan	2.035.302.050	4.566.036.414	4.981.180.472
B. Listrik, Air dan Telepon	395.177.003	786.117.183	1.164.747.177
B. Overtime	289.634.315	3.427.252.288	4.519.858.334
<b>Jumlah</b>	<b>212.941.658.320</b>	<b>389.458.794.122</b>	<b>556.105.975.303</b>

<b>Biaya Tetap</b>			
B. Bunga	492.995.674	950.349.319	1.427.389.550
B. Sewa	68.587.271	108.872.126	166.431.405
B. Penyusutan	123.425.820	258.787.630	386.792.496
B. Asuransi	77.778.334	154.326.982	262.382.091
B. Reparasi Pemeliharaan	44.246.712	154.326.982	165.032.860
B. Pemasaran	142.721.716	90.114.736	549.408.141
B. Umum dan Administrasi	2.416.108.535	4.874.717.710	7.295.442.606
B. Lain-lain	446.557.398	848.507.724	1.301.286.320
B. Pajak	540.832.759	911.341.350	900.881.202
<b>Jumlah</b>	<b>4.353.254.220</b>	<b>8.351.344.560</b>	<b>12.455.046.670</b>

*Sumber: Hasil Olahan (2016)*

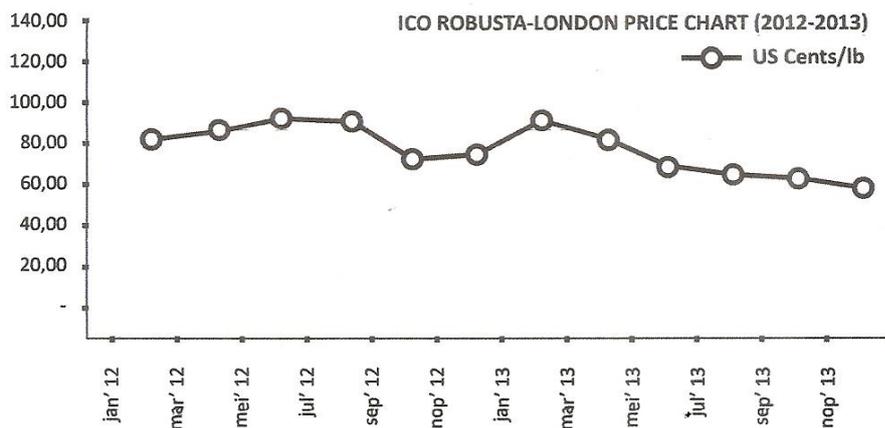
URAIAN	2015		
	T.I	T.II	T.III
<b>PRODUK KOPI</b>			
<b><u>Biaya Variabel</u></b>			
B. Pokok Penjualan	47.976.460.844	99.236.845.315	137.257.138.982
B. Penjualan	64.533.967.446	1.300.772.968	1.790.980.438
B. Listrik, Air dan Telepon	125.300.025	224.005.840	303.171.916
B. Overtime	91.835.271	507.173.891	770.098.657
<b>Jumlah</b>	<b>112.727.563.586</b>	<b>101.268.798.014</b>	<b>140.121.389.993</b>
<b><u>Biaya Tetap</u></b>			
B. Bunga	2.026.759.993	4.287.048.501	7.146.769.211
B. Sewa	281.969.894	579.231.399	800.822.279
B. Penyusutan	507.417.259	1.072.932.487	1.656.997.908
B. Asuransi	319.755.372	663.324.636	1.078.249.254
B. Reparasi Pemeliharaan	181.903.150	470.873.407	651.464.936
B. Pemasaran	586.744.831	1.603.317.534	2.546.973.753

B. Umum dan Administrasi	9.932.890.644	22.618.581.190	34.657.342.705
B. Lain-lain	1.880.830.478	3.999.022.911	6.809.194.402
B. Pajak	1.950.214.376	3.385.520.208	5.411.048.221
<b>Jumlah</b>	<b>17.668.485.997</b>	<b>38.679.852.273</b>	<b>60.758.862.669</b>
<b>PRODUK KARET REMAH</b>			
<b><u>Biaya Variabel</u></b>			
B. Pokok Penjualan	138.710.394.510	307.821.283.585	480.182.159.874
B. Penjualan	1.836.735.997	4.119.114.397	6.349.839.736
B. Listrik, Air dan Telepon	356.623.149	709.351.828	1.074.882.247
B. Overtime	261.377.308	1.606.050.656	2.730.349.784
<b>Jumlah</b>	<b>141.165.130.964</b>	<b>314.255.800.466</b>	<b>490.337.231.641</b>
<b><u>Biaya Tetap</u></b>			
B. Bunga	712.104.863	1.353.804.790	2.015.755.418
B. Sewa	99.070.503	182.915.178	225.872.950
B. Penyusutan	178.281.740	338.820.785	467.358.384
B. Asuransi	112.346.482	209.470.938	304.121.585
B. Reparasi Pemeliharaan	63.911.917	148.696.866	183.746.521
B. Pemasaran	206.153.589	506.310.800	718.377.213
B. Umum dan Administrasi	3.489.934.551	7.142.709.849	9.775.147.942
B. Lain-lain	660.832.330	1.262.849.340	1.920.542.011
B. Pajak	685.210.454	1.069.111.645	1.526.193.088
<b>Jumlah</b>	<b>6.207.846.429</b>	<b>12.214.690.191</b>	<b>17.137.115.112</b>

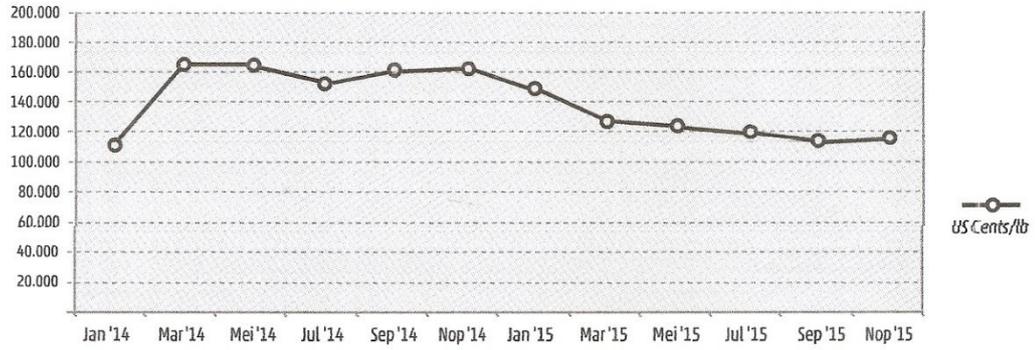
*Sumber: Hasil Olahan (2016)*

Harga Penjualan Kopi dan Karet Remah PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2012-2015 (dalam Rupiah per Kg)

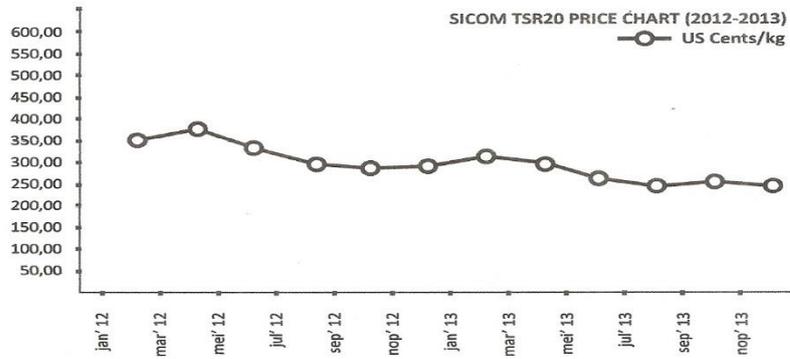
URAIAN	HARGA JUAL	
	KOPI	KARET REMAH
2012		
Triwulan I	17.695	35.779
Triwulan II	18.760	33.845
Triwulan III	16.842	28.043
2013		
Triwulan I	24.185	41.443
Triwulan II	20.154	36.567
Triwulan III	18.811	37.176
2014		
Triwulan I	37.710	21.397
Triwulan II	43.881	21.770
Triwulan III	43.332	18.784
2015		
Triwulan I	41.209	19.727
Triwulan II	36.191	21.328
Triwulan III	35.127	17.244



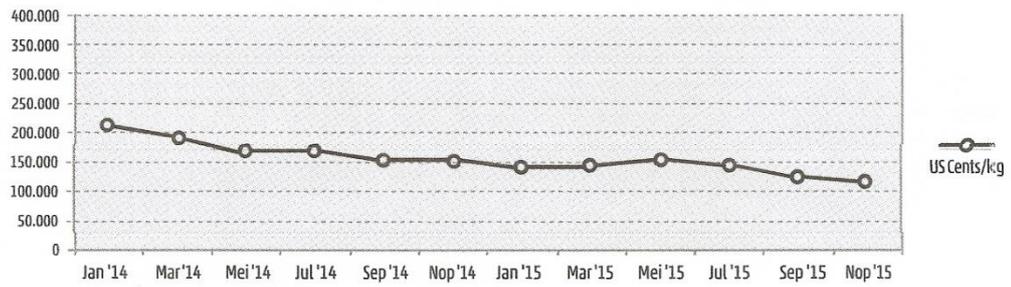
ICO Composite Price Chart (2014-2015)



Sumber | Source: ICO Monthly Coffee Market Report



SICOM TSR20 Price Chart (2014-2015)



Sumber | Source: SICOM