

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Perusahaan

Penelitian ini, peneliti memilih objek penelitian pada CV. Uul Anugerah Surabaya yang bergerak di bidang percetakan. Usaha percetakan ini selalu mengalami perkembangan dari tahun ke tahunnya. Konsumennya pun bermacam – macam, mulai dari pengusaha, Pemerintahan maupun individu.

CV. Uul di dirikan oleh kakak beradik bernama Muhammad Fuad dan Muhammad Fahmi pada tanggal 25 Juni 1997 di Surabaya. Lokasi perusahaan mulai dari awal pendirian sampai sekarang ini masih sama yakni di jalan Klimbangan Genteng Surabaya. Pada awal pendirinya, dalam memasarkan produknya, CV Uul biasanya menunggu konsumen datang ketempat usaha untuk memesan produk, baik buku, brosur maupun yang lainnya.

Seiring dengan perkembangan waktu dan usaha yang dilakukan oleh pemilik, CV. Uul mengalami perkembangan yang cukup pesat. Order yang datang saat ini, tidak hanya dari kalangan individu saja tetapi juga dari kalangan pengusaha dan juga CV.Uul menjalin kerjasama dengan beberapa instansi pemerintahan dalam membantu pengadaan barang yang di butuhkan.

2. Visi dan Misi Perusahaan

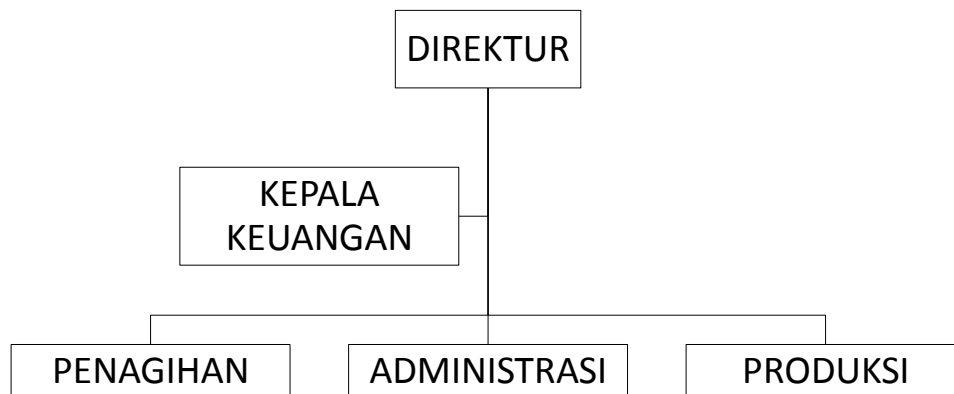
Visi Perusahaan :

“ Menjadi badan usaha yang mampu bersaing dalam industri percetakan dan mempunyai banyak cabang di Indonesia.”

Misi Perusahaan :

“ Memberikan pelayanan jasa cetak bagi masyarakat luas dengan pelayanan yang memuaskan dalam hal kualitas, tepat waktu, dengan harga yang bersaing sehingga perusahaan dapat berkembang pesat serta dapat memberikan hasil terbaik kepada pelanggan/konsumen CV. Uul Anugerah.”

3. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1. Struktur perusahaan CV. Uul Anugerah
Sumber : CV. Uul Anugerah Surabaya

Dari struktur organisasi perusahaan di atas dapat diketahui uraian tugas dan wewenang di tiap-tiap bagian sebagai berikut :

a. Direktur

Sebagai Pimpinan perusahaan, direktur mempunyai tugas sebagai berikut :

- 1) Memimpin jalannya aktifitas perusahaan.
- 2) Membuat kebijakan-kebijakan dalam perusahaan.
- 3) Membuat rencana pembelian bahan baku.
- 4) Membayar gaji karyawan.
- 5) Membuat hubungan baik dengan para konsumen baik, individu, pengusaha maupun instansi pemerintahan.
- 6) Melakukan pengawasan terhadap pengiriman dan penerimaan barang pesanan.

b. Kepala Keuangan

Kepala Keuangan mempunyai tugas sebagai berikut :

- 1) Membuat laporan keuangan perusahaan.
- 2) Membuat laporan kas masuk dan kas keluar perusahaan.
- 3) Mengeluarkan kas kecil untuk kebutuhan operasional perusahaan.
- 4) Membuat kwitansi pelunasan pembelian

c. Penagihan

Bagian Penagihan mempunyai tugas sebagai berikut :

- 1) Mengirimkan form tagihan kepada konsumen.
- 2) Membuat laporan tagihan belum tertagih.
- 3) Melakukan pengiriman barang.

- 4) Memastikan tagihan yang di kirimkan di bayar sesuai dengan tanggal pembayaran yang telah di tentukan.

d. Administrasi

Bagian Admisitrasi mempunyai tugas sebagai berikut :

- 1) Membuat laporan perincian order barang dari konsumen.
- 2) Membuat laporan inventaris kantor.
- 3) Membuat laporan data produksi setiap hari.
- 4) Melayani konsumen yang melakukan pemesanan barang.

e. Produksi

Bagian produksi mempunyai tugas sebagai berikut :

- 1) Melakukan proses produksi yang telah di jadwalkan.
- 2) Mengecek kebutuhan bahan yang yang dibutuhkan dalam proses produksi.
- 3) Memastikan proses produksi berjalan dengan baik dan sesuai pesanan pelanggan.
- 4) Packing barang pesanan sebelum dikirimkan.

4. Jenis Produk Yang Dihasilkan

a. Buku Dinas Pemerintahan

Buku dinas pemerintahan menjadi produk utama yang di cetak oelh CV. Uul anugerah Surabaya dalam beberapa tahun terakhir. Jenis buku ini bermacam-macam mulai dari buku perundang-undangan, buku panduan tugas serta buku-buku lain dalam instansi pemerintahan.

Dalam mencetak buku-buku tersebut, biasanya CV. Uul Anugerah mengikuti tender-tender yang di adakan oleh beberapa instansi pemerintah seperti Pemkot Surabaya, Dinas Pariwisata Kota Surabaya dan dinas-dinas lain di lingkungan pemerintahan Kota Surabaya dan beberapa kota lain seperti Gresik dan Sidoarjo.

b. Brosur

Brosur yang dibuat oleh CV. Uul Anugerah mempunyai beraneka ragam bentuk dan jenisnya. Dalam melayani pelangganya, biasanya CV. Uul memberikan jasa gratis dalam mendesign model brosur yang akan dipesan atau pelanggan bisa juga membawa model sendiri yang di inginkan.

c. Undangan

Sama seperti produk brosur, undangan juga mempunyai banyak jenis dan model yang menarik. Jenis undangan yang di sediakan beraneka ragam, mulai dari undangan menikah, undangan rapat serta undangan-undangan lain, baik formal maupun informal.

B. Paparan Data dan Temuan Penelitian

Data yang dipaparkan pada penelitian ini terdapat dua jenis data yang di sampaikan yakni pertama, data berupa dokumen laporan keuangan CV. Uul Anugerah Surabaya selama 5 tahun terakhir yakni pada tahun 2011-2016. Sedangkan data yang kedua berasal dari hasil interview dengan pimpinan perusahaan (Direktur) dan juga kepala keuangan.

Dalam data pertama di dapatkan beberapa informasi yang sangat di butuhkan dalam menyelesaikan penelitian ini yakni :

1. Data penjualan CV. Uul Anugerah Surabaya 2011 – 2016

Tabel 4.1
CV. UUL ANUGERAH SURABAYA
DATA PENJUALAN (Per Bulan)
TAHUN 2011 – 2016

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Januari	Rp 41.489.700	Rp 32.509.950	Rp 15.757.500	Rp 35.865.600	Rp 156.559.500	Rp 42.741.750
Februari	Rp 26.062.500	Rp 47.332.680	Rp 30.837.000	Rp 124.695.300	Rp 77.325.900	Rp 85.735.000
Maret	Rp 26.110.500	Rp 43.573.500	Rp 28.891.500	Rp 92.120.250	Rp 71.736.000	Rp 77.697.500
April	Rp 28.844.250	Rp 47.324.850	Rp 29.187.000	Rp 33.733.500	Rp 22.314.000	Rp 39.625.000
Mei	Rp 45.684.000	Rp 17.994.000	Rp 33.774.000	Rp 35.750.250	Rp 101.664.000	Rp 59.497.500
Juni	Rp 50.083.500	Rp 35.844.000	Rp 46.242.750	Rp 56.355.000	Rp 39.641.250	Rp 29.645.500
Juli	Rp 18.666.000	Rp 64.992.600	Rp 36.834.000	Rp 36.307.500	Rp 81.556.890	Rp -
Agustus	Rp 40.224.750	Rp 37.522.650	Rp 32.699.250	Rp 66.153.000	Rp 46.663.950	Rp -
September	Rp 23.598.900	Rp 58.883.250	Rp 33.528.750	Rp 50.674.500	Rp 64.417.500	Rp -
Oktober	Rp 38.279.250	Rp 49.499.400	Rp 38.842.500	Rp 52.702.500	Rp 85.630.650	Rp -
November	Rp 28.084.500	Rp 8.700.000	Rp 108.306.000	Rp 4.779.000	Rp 12.949.500	Rp -
Desember	Rp 72.146.550	Rp 25.147.500	Rp 27.521.700	Rp 23.544.000	Rp 20.431.500	Rp -
Total	Rp 439.274.400	Rp 469.324.380	Rp 462.421.950	Rp 612.680.400	Rp 780.890.640	Rp 334.942.250

Sumber : Data penjualan CV. Uul Anugerah Surabaya

2. Data tentang biaya – biaya CV. Uul Anugerah 2011 – 2105

Tabel 4.2
CV. UUL ANUGERAH SURABAYA
REKAPITULASI PENGELUARAN BIAYA TOTAL
TAHUN 2011 – 2015

Biaya	2011	2012	2013	2014	2015
Bahan Baku	Rp 139.863.904	Rp 174.700.000	Rp 152.381.776	Rp 241.958.662	Rp 284.657.250
Bahan Penolong	Rp 6.954.500	Rp 6.750.000	Rp 7.125.000	Rp 13.253.000	Rp 17.500.000
Adm & Umum	Rp 4.235.950	Rp 4.150.000	Rp 4.050.000	Rp 4.500.000	Rp 5.769.000
Gaji	Rp 156.000.000	Rp 173.400.000	Rp 190.800.000	Rp 204.900.000	Rp 225.000.000
Perlengkapan	Rp 1.137.800	Rp 1.175.000	Rp 1.267.000	Rp 1.157.000	Rp 1.359.000
Listrik & Telepon	Rp 3.680.500	Rp 4.173.300	Rp 4.315.000	Rp 5.434.500	Rp 6.748.000
Perbaikan Mesin	Rp 1.023.000	Rp 1.065.000	Rp 1.100.000	Rp 1.149.840	Rp 1.274.000
Lain - lain	Rp 835.650	Rp 935.250	Rp 875.000	Rp 850.000	Rp 975.000
Penyusutan Mesin	Rp 1.995.750	Rp 2.075.000	Rp 2.117.000	Rp 4.250.000	Rp 5.763.000
Kirim	Rp 1.950.400	Rp 2.588.000	Rp 2.297.500	Rp 3.285.000	Rp 4.317.000
TOTAL BIAYA	Rp 317.677.454	Rp 371.011.550	Rp 366.328.276	Rp 480.738.002	Rp 553.362.250

Sumber : Laporan keuangan CV. Uul Anugerah, Data diolah

Data- data dalam dokumen tersebut mempunyai peran yang sangat penting dalam penentuan *Break Even Point* serta perencanaan laba perusahaan. Dengan data tersebut perusahaan bisa membuat perencanaan laba untuk tahun yang akan datang serta perusahaan mampu mengetahui pada titik mana perusahaan mengalami *Break Even Point*.

Dalam data kedua di peroleh informasi hasil interview tentang deskripsi perusahaan baik sejarah maupun visi dan misi perusahaan serta perencanaan laba untuk tahun selanjutnya serta informasi tentang seberapa jauh peran *Break Even Point* dalam perencanaan laba di CV. Uul Anugerah Surabaya. Selain itu, dalam hasil interview ini, peneliti dapat mengetahui pasar-pasar yang menjadi sasaran utama perusahaan dalam memasarkan produknya.

C. Pembahasan

1. Penentuan *Break Even Point* CV. Uul Anugerah Surabaya
 - a. Analisa Komponen Biaya CV. Uul Anugerah Surabaya

Biaya mempunyai peran yang sangat penting dalam perencanaan sebuah perusahaan. Dengan diketahuinya biaya yang ada maka perusahaan dapat menentukan harga produk yang di produksi sehingga perusahaan mampu memperoleh laba yang direncanakan.

Dalam *Break Even Point* biaya dalam perusahaan digolongkan menjadi 2 yakni : biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh besarnya volume kegiatan. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang

meliputi biaya-biaya yang jumlahnya dipengaruhi oleh besarnya volume kegiatan perusahaan.

Berikut ini merupakan pengelompokan biaya tetap dan biaya variabel yang ada di CV. Uul Anugerah Surabaya selama tahun 2011 sampai 2015 yakni :

Tabel 4.3
CV. UUL ANUGERAH SURABAYA
REKAPITULASI PENGELOMPOKAN BIAYA
TAHUN 2011 – 2015

TAHUN	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Total Biaya
2011	Rp. 168.073.000	Rp. 149.604.454	Rp. 317.677.454
2012	Rp. 186.038.300	Rp. 184.973.250	Rp. 371.011.550
2013	Rp. 203.649.000	Rp. 162.679.276	Rp. 366.328.276
2014	Rp. 221.391.340	Rp. 259.346.662	Rp. 480.738.002
2015	Rp. 245.913.000	Rp. 307.459.250	Rp. 553.372.250

Sumber : Laporan Keuangan CV. Uul Anugerah yang sudah diolah

b. Analisa Hasil Penjualan CV. Uul Anugerah Surabaya

Analisa hasil penjualan CV. Uul Anugerah Surabaya adalah keseluruhan total penjualan kotor yang di lakukan selama tahun 2011 – 2015 dari berbagai macam jenis produk yang di jual. Dalam *Break Even Point* multiproduk ini, diasumsikan tidak ada perubahan dalam penjualan campuran (*Sales Mix*).

Tabel 4.4
CV. UUL ANUGERAH SURABAYA
REKAPITULASI HASIL PENJUALAN
TAHUN 2011 – 2015

TAHUN	Hasil Penjualan
2011	Rp. 439.274.400
2012	Rp. 469.324.380
2013	Rp. 462.421.950
2014	Rp. 612.680.400
2015	Rp. 780.890.640

Sumber : Laporan Keuangan CV. Uul Anugerah Surabaya

c. Analisis *Break Even Point* CV. Uul Anugerah Surabaya

Analisis *Break Even Point* digunakan untuk mencari titik dimana penjualan yang dihasilkan sama dengan biaya yang dikeluarkan. Dalam menghitung *Break Even Point*, terdapat berbagai cara yang dilakukan baik dengan menggunakan metode grafik maupun dengan metode matematis seperti yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya.

Dalam menghitung *Break Even Point* di CV. Uul Anugerah Surabaya digunakan metode matematis multiproduk karena produk yang dihasilkan perusahaan mempunyai beberapa jenis. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Break Even Point Total} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Total}}{\text{Penjualan Total}}}$$

Sumber : Djarwanto (2010 : 242)

Dengan menggunakan rumus diatas, analisis *Break even Point* dapat dihitung dengan memasukkan data yang ada sebelumnya yakni data biaya tetap dan biaya variabel serta data penjualan total seperti sebagai berikut :

Tahun 2011

$$\begin{aligned} \text{Break Even Point Total} &= \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Total}}{\text{Penjualan Total}}} \\ &= \frac{\text{Rp. 168.073.000}}{1 - \frac{\text{Rp. 149.604.454}}{\text{Rp. 439.274.400}}} \end{aligned}$$

$$= \frac{\text{Rp. 168.073.000}}{1 - 0,3405}$$

$$= \frac{\text{Rp. 168.073.000}}{0,6595}$$

$$= \text{Rp. 254.849.128}$$

Break Even Point untuk tahun 2011 sebesar Rp. 254.849.128

Tahun 2012

$$\text{Break Even Point Total} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Total}}{\text{Penjualan Total}}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 186.038.300}}{1 - \frac{\text{Rp. 184.973.250}}{\text{Rp. 469.324.380}}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 186.038.300}}{1 - 0,3941}$$

$$= \frac{\text{Rp. 168.073.000}}{0,6058}$$

$$= \text{Rp. 307.095.246}$$

Break Even Point untuk tahun 2012 sebesar Rp. 307.095.246

Tahun 2013

$$\text{Break Even Point Total} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Total}}{\text{Penjualan Total}}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 203.649.000}}{1 - \frac{\text{Rp. 162.679.276}}{\text{Rp. 462.421.950}}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 203.649.000}}{1 - 0,3517}$$

$$= \frac{\text{Rp. 203.649.000}}{0,6483}$$

$$= \text{Rp. 314.127.719}$$

Break Even Point untuk tahun 2013 sebesar Rp. 314.127.719

Tahun 2014

$$\text{Break Even Point Total} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Total}}{\text{Penjualan Total}}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 221.391.340}}{1 - \frac{\text{Rp. 259.346.662}}{\text{Rp. 612.680.400}}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 221.391.340}}{1 - 0,4232}$$

$$= \frac{\text{Rp. 221.391.340}}{0,5768}$$

$$= \text{Rp. 383.826.872}$$

Break Even Point untuk tahun 2014 sebesar Rp. 383.826.872

Tahun 2015

$$\text{Break Even Point Total} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Total}}{\text{Penjualan Total}}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 245.913.000}}{1 - \frac{\text{Rp. 307.459.250}}{\text{Rp. 780.890.640}}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 245.913.000}}{1 - 0,3937}$$

$$= \frac{\text{Rp. 245.913.000}}{0,6063}$$

$$= \text{Rp. 405.596.239}$$

Break Even Point untuk tahun 2015 sebesar Rp. 405.596.239

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui rekapitulasi perhitungan *Break Even Point* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
CV. UUL ANUGERAH SURABAYA
REKAPITULASI PERHITUNGAN BEP
TAHUN 2011 – 2015

TAHUN	Penjualan	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Break Even Point
2011	Rp 439.274.400	Rp 168.073.000	Rp 149.604.454	Rp 254.849.128
2012	Rp 469.324.380	Rp 186.038.300	Rp 184.973.250	Rp 307.095.246
2013	Rp 462.421.950	Rp 203.649.000	Rp 162.679.276	Rp 314.127.719
2014	Rp 612.680.400	Rp 221.391.340	Rp 259.346.662	Rp 383.826.872
2015	Rp 780.890.640	Rp 245.913.000	Rp 307.459.250	Rp 405.596.239

Sumber : Laporan Penjualan & Biaya, data diolah

Berdasarkan perhitungan *Break Even Point* diatas dapat di ketahui bahwa penjualan yang dilakukan oleh CV. Uul Anugerah selama 2011 – 2015 berada diatas nilai Break Even Point sehingga CV. Uul Anugerah Surabaya mendapatkan laba.

2. Peran *Break Even Point* Dalam Perencanaan Laba CV. Uul Anugerah Surabaya

Penerimaan laba yang lebih besar untuk tahun selanjutnya, membutuhkan sebuah perencanaan yang baik agar target laba yang diharapkan perusahaan

dapat terpenuhi. Pada tahun 2015 laba yang diperoleh oleh CV. Uul Anugerah Surabaya sebesar Rp. 227.518.390. Dari hasil interview dengan Bp. M. Fahmi selaku Direktur perusahaan mengatakan, “ target laba yang diharapkan perusahaan adalah 45% dari laba tahun 2015”. Berdasarkan pernyataan tersebut, target laba yang akan di peroleh oleh CV. Uul Anugerah Surabaya untuk tahun 2016 adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Target Laba tahun 2016} &= (\text{Rp. 227.518.390} \times 45\%) + \text{Rp. 227.518.390} \\ &= \text{Rp. 329.901.666} \end{aligned}$$

Perencanaan selanjutnya adalah perhitungan biaya tetap. Berdasarkan interview dengan direktur perusahaan, beliau mengatakan bahwa seperti tahun – tahun sebelumnya biaya tetap akan mengalami peningkatan sehingga beliau mengasumsikan biaya tetap untuk tahun 2016 naik sebesar 6,5% dari biaya tetap tahun 2015. Sehingga nilai asumsi biaya tetap tahun 2016 adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Biaya tetap tahun 2016} &= (\text{Rp. 245.913.000} \times 6,5\%) + \text{Rp. 245.913.000} \\ &= \text{Rp. 261.897.345} \end{aligned}$$

Selain menentukan target laba dan kenaikan biaya tetap untuk tahun 2016, nilai *Contribution Margin* (CM) dan *Contribution Margin ratio* (CMR) juga harus di hitung untuk mengetahui berapa nilai / presentase pendapatan yang diperoleh perusahaan untuk menutupi biaya tetap. *Contribution Margin & Contribution Margin ratio* diperoleh dari data total penjualan dan biaya variabel tahun 2015, yakni :

$$\begin{aligned} \text{CM} &= \text{Penjualan} - \text{Biaya variabel} \\ &= \text{Rp. 780.890.640} - \text{Rp. 313.228.250} \end{aligned}$$

$$= \text{Rp. } 467.662.390$$

$$\begin{aligned} \text{CMR} &= \frac{\text{Penjualan - Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 780.890.640 - \text{Rp. } 307.459.250}{\text{Rp. } 780.890.640} \\ &= 0,6063 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diketahui bahwa *Contribution Margin Ratio* sebesar 0, 6063 atau 60,63%. Perencanaan laba dapat tercapai jika penjualan juga dapat tercapai, oleh karena itu diperlukan suatu perencanaan laba. Perencanaan penjualan yang baik dapat dijadikan manajemen untuk membuat pertimbangan strategi yang direncanakan. Perencanaan penjualan dapat dihitung dengan menggunakan data target laba yang telah di tentukan, biaya tetap dan nilai *Contributin Margin Ratio*, dengan menggunakan rumus berikut :

$$\begin{aligned} \text{Perencanaan Penjualan 2016} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{CMR}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 261.897.345 + \text{Rp. } 329.901.666}{0,6063} \\ &= \text{Rp. } 976.082.815 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan perencanaan penjualan diatas, di ketahui bahwa perencanaan penjualan untuk tahun 2016 sebesar Rp. 976.082.815, sedangkan penjualan rill yang sudah dilakukan CV. Uul Anugerah Surabaya untuk tahun 2016 dari bulan Januari – Juni sebesar Rp. 334.942.250 atau mencapai 34,31% dari penjualan yang direncanakan.

Selain menentukan perencanaan penjualan, selanjutnya Direktur CV. Uul Anugerah Surabaya menjelaskan perusahaan perlu menentukan *Break Even*

Point agar diketahui pada saat penjualan berapakah perusahaan akan berada di titik impas, yakni perusahaan tidak memperoleh laba dan juga perusahaan tidak mengalami kerugian atau laba = 0, dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Break Even Point} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution Margin ratio}} \\ \text{Break Even Point} &= \frac{\text{Rp. 261.897.345}}{0,6063} \\ &= \text{Rp. 431.959.995} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, *Break Even Point* di ketahui sebesar Rp. 431.959.995. Dari perhitungan ini juga dapat di ketahui bahwa penjualan yang di lakukan CV. Uul Anugerah Surabaya untuk bulan Januari – Juni 2016 belum mencapai *Break Even Point* yakni sebesar Rp. Rp. 334.942.250.

CV. Uul Anugerah berpeluang mencapai titik *Break Even Point* karena Direktur memprediksi akan terjadi kenaikan di bulan September, November, dan Desember karena perusahaan sudah menjalin beberapa kerjasama dengan beberapa Dinas Pemerintahan untuk penyediaan buku-buku panduan dan pelatihan terutama dengan Dinas Pariwisata Surabaya dalam penyediaan panduan peta wisata di kota Surabaya. Kerjasama inilah yang membuat Direktur yakin bahwa CV. Uul Anugerah Surabaya mampu mencapai target laba yang telah di rencanakan sebelumnya.

Dari data- data perencanaan laba, perencanaan penjualan dan *Break Even Point* yang sudah direncanakan CV. Uul Anugerah Surabaya, selanjutnya dilakukan penghitungan *Margin of Safety* (MoS) tahun 2106. Tujuan menghitung *Margin of Safety* adalah untuk mengetahui berapa besar

penjualan yang direncanakan boleh turun agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Sehingga di dapatkan perhitungan sebagai berikut :

$MoS = \text{Penjualan yang direncanakan} - \text{penjualan pada titik impas}$

$$MoS \text{ Ratio} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\%$$

$MoS = \text{Rp. } 976.082.815 - \text{Rp. } 431.959.995$

$= \text{Rp. } 544.122.820$

$$MoS \text{ Ratio} = \frac{\text{Rp. } 544.122.820}{\text{Rp. } 976.082.815} \times 100\%$$

$= 55,7\%$

Berdasarkan perhitungan *Margin of Safety* di atas, Penjualan CV. Uul Anugerah Surabaya tahun 2016 masih di perbolehkan turun untuk menjaga agar tidak mengalami kerugian sebesar Rp. 544.122.820 atau 55,7% dari penjualan. Semakin tinggi nilai *Margin of Safety* Sebuah perusahaan maka akan semakin baik karena penurunan penjualan yang di perbolehkan juga akan semakin besar sehingga memperkecil resiko kerugian pada perusahaan, dan begitu pula sebaliknya.

Direktur CV. Uul Anugerah dalam interview bersama peneliti menjelaskan peran penting *Break Even Point* cukup signifikan. Dalam beberapa tahun ini peran tersebut bisa dirasakan oleh perusahaan. Lebih lanjut, dalam interview yang peneliti lakukan, Direktur CV. Uul Anugerah Surabaya menjelaskan peran *Break even Point* sebagai berikut :

- a. Peran *Break Even Point* sebagai alat perencanaan laba jangka pendek

Direktur CV. Uul Anugerah mengatakan bahwa *Break Even Point* penting dalam perencanaan laba jangka pendek. Dengan ditentukannya

Break Even Point, sebuah perusahaan dapat merencanakan laba jangka pendek yang akan mereka wujudkan.

Lebih lanjut, beliau menjelaskan bahwa dengan adanya *Break Even Point* sebuah perusahaan dapat membuat perencanaan / estimasi tentang penjualan dan biaya-biaya yang akan dilakukan perusahaan dalam jangka pendek/ setahun kedepan.

“ Perencanaan ini sangat dibutuhkan perusahaan untuk menjalani kegiatan perusahaan dalam jangka waktu 1 tahun kedepan” ungkap beliau. Beliau juga menjelaskan meskipun dalam perjalanannya nanti, beliau menyadari bahwa penjualan dan biaya yang dikeluarkan akan berbeda dengan perencanaan yang dilakukan tetapi dengan adanya perencanaan tersebut, setidaknya perusahaan mempunyai bayangan tentang berapa total penjualan yang harus di capai serta berapa total biaya yang di perkirakan akan di keluarkan perusahaan dalam tahun kedepan.

Penjelasan direktur CV. Uul Anugerah Surabaya diatas, sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Solihah (2011) dalam jurnalnya yang berjudul Analisis *Break Even Point* sebagai alat perencanaan laba pada PT. Semen Indonesia.

- b. Peran *Break Even Point* sebagai informasi penjualan minimum perusahaan

Pada peran *Break Even Point* selanjutnya, beliau menjelaskan bahwa *Break Even Point* sangat berguna untuk mengetahui jumlah penjualan

minimum yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai target penjualan perusahaan seperti yang telah direncanakan perusahaan di awal.

Dengan diketahuinya jumlah penjualan minimum yang harus dijual, perusahaan akan berusaha untuk minimal mencapai penjualan minimum yang sudah diketahui dan juga berusaha agar bisa melewati penjualan minimum tersebut.

Menurut direktur perusahaan, penjualan minimum tersebut sebagai pemberitahuan kepada perusahaan tentang jumlah penjualan yang membuat perusahaan tidak mengalami laba dan juga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan. Beliau juga menambahkan informasi ini diperlukan oleh perusahaan. Dengan adanya informasi penjualan minimum, dalam jangka 1 tahun perusahaan akan berusaha memaksimalkan penjualan untuk minimal mencapai penjualan minimum tersebut.

Penjelasan direktur CV. Uul Anugerah Surabaya diatas, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Solihah (2011) dalam jurnalnya yang berjudul Analisis *Break Even Point* sebagai alat perencanaan laba pada PT. Semen Indonesia.

- c. Peran *Break Even Point* sebagai salah satu alat dalam penyusunan strategi pencapaian laba perusahaan

Peran *Break Even Point* selanjutnya yang dirasakan oleh CV. Uul Anuegrah Surabaya adalah dengan ditentukannya *Break Even Point*,

perusahaan dapat membuat strategi – strategi yang akan dilakukan perusahaan untuk mencapai target laba yang telah di rencanakan.

Menurut direktur perusahaan, meskipun perencanaan laba sudah dibuat, dan penjualan minimum yang harus dilakukan sudah diketahui perusahaan, perusahaan juga harus membuat strategi- strategi yang dapat mendukung tercapainya target laba yang di rencanakan. Pernyataan tersebut didasari atas rata-rata penjualan yang di lakukan selama tahun 2011-2015 yakni pada bulan April, November, Desember adalah bulan dengan rata-rata penjualan terendah, sehingga perusahaan harus membuat strategi untuk mengantisipasi hal tersebut kembali terjadi di tahun 2016 “ Tanpa adanya strategi yang baik, perusahaan tidak akan bisa mencapai target laba yang telah direncanakan, bahkan tidak akan bisa melewati penjualan minimum atau penjualan impas mereka” ungkap direktur perusahaan.

Perusahaan juga harus membuat perencanaan penjualan bulanan untuk mencapai target tahunan yang direncanakan. Adanya perencanaan penjualan bulanan tersebut, dapat digunakan sebagai evaluasi dan penyusunan strategi pencapaian target laba. Perencanaan penjualan CV. Uul Anugerah untuk tahun 2016 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
CV. UUL ANUGERAH
PERENCANAAN PENJUALAN 2016

	2016	
Januari	Rp	42.741.750
Februari	Rp	85.735.000
Maret	Rp	77.697.500
April	Rp	39.625.000
Mei	Rp	59.497.500
Juni	Rp	29.645.500
Juli	Rp	106.856.761
Agustus	Rp	106.856.761
September	Rp	106.856.761
Oktober	Rp	106.856.761
November	Rp	106.856.761
Desember	Rp	106.856.760
Total	Rp	976.082.815

Sumber : CV. Uul Anugerah, data diolah

Pentingnya pembuatan strategi – strategi penjualan di jelaskan oleh pimpinan CV. Uul Anugerah Surabaya tersebut sebagai ujung tombak perusahaan dalam mencapai target laba perusahaan. Beliau juga memaparkan strategi – strategi yang dilakukan CV. Uul Anugerah Surabaya sebagai berikut :

- 1) Penetrasi pasar dengan cara memperluas kerjasama dengan dinas - dinas pemerintahan yang ada dikota Surabaya dan sekitarnya.
- 2) Menaikan kualitas produk yang dihasilkan dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi.
- 3) Pembuatan design-design produk baru yang bisa menarik minat konsumen- konsumen.
- 4) Strategi kepemimpinan harga dengan cara menjual produk berkualitas tinggi dengan harga yang relatif terjangkau oleh konsumen.
- 5) Penekanan biaya- biaya yang dirasa perusahaan bisa dikurangi atau bahkan tidak perlu dikeluarkan oleh perusahaan.

- 6) Menjaga agar bahan bahan baku selalu tersedia sehingga proses produksi bisa dilakukan dengan cepat.
- 7) Penggunaan media sosial seperti Whatapps dan Blackberry Messenger sebagai saran promosi penjualan.

Penjelasan direktur CV. Uul Anugerah Surabaya diatas, sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Solihah (2011) dalam jurnalnya yang berjudul Analisis *Break Even Point* sebagai alat perencanaan laba pada PT. Semen Indonesia.

D. Proposisi

Proposisi adalah kesimpulan teoritik konsepsional tentang konstelasi hubungan antar variabel sebagai jawaban teoritik, biasanya disajikan dalam kalimat pernyataan yang menunjukkan hubungan antar konsep. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti, proposisi yang di ambil adalah : “ *Break Even Point* mempunyai peran yang penting dalam perencanaan laba sebuah perusahaan “. Peran *Break Even Point* di CV. Uul Anugerah Surabaya mempunyai beberapa persamaan dengan teori manfaat *Break Even Point* yakni :

1. *Break Even Point* Berguna bagi manajemen dalam penyusunan anggaran perusahaan.
2. *Break Even Point* digunakan dalam merencanakan laba.
3. *Break Even Point* digunakan untuk mengetahui batas dimana perusahaan tidak mengalami laba dan rugi.