

**ANALISA BREAK EVEN POINT MULTI PRODUK
SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA
PADA USAHA KECIL PRODUKSI MIE**



OLEH

**HENDRA SATRIA
05077042**



TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli
Madya**

**JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
AGUSTUS 2008**



No. Alumni Universitas

HENDRA SATRIA

No. Alumni Fakultas

BIODATA :

a). Tempat/Tgl. Lahir : Metro/10 Juni 1987 b). Nama Orang Tua : Zulkifli Chandra S.Pd dan Fauziah Marzuki S.Pd c). Fakultas : Politeknik
 d). Jurusan : Akuntansi e). NBP : 05077042 f). Tgl lulus : 28 Juli 2008
 g). Predikat lulus : Sangat Memuaskan h). IPK : 2,85 i). Lama Studi : 3 Tahun
 j). Alamat Orang Tua : Jl.Ki. Hajar Dewantara No.3 Desa Gaya Baru II Kec. Seputih Surabaya Kab. Lampung Tengah Propinsi Lampung

ANALISA BREAK EVEN POINT MULTI PRODUK SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA USAHA KECIL PRODUKSI MIE


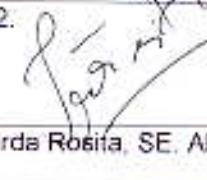
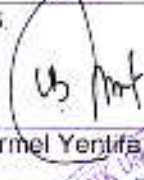
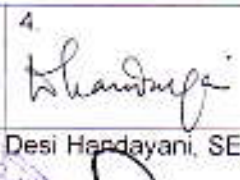
Tugas Akhir Dill oleh : Hendra Satria

Pembimbing 1. Desi Handayani, SE. Ak 2. Gustati, SE. Ak

ABSTRAK

Analisa *Break Even Point* (BEP) dapat digunakan untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yang menonkan pada keterkaitan biaya, kuantitas yang terjual dan harga jual. Biaya yang dimaksud dalam analisa *break even point* adalah biaya yang dipergunakan untuk merealisasikan pendapatan dalam suatu periode akuntansi. Biaya yang diperlukan adalah biaya tetap dan biaya variabel, namun jika ditemukan biaya semi variabel maka manajemen harus memisahkan biaya tersebut menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Pada Usaha Kecil Produksi Mie, selama ini pencatatan biaya yang dilakukan oleh perusahaan masih sederhana serta belum adanya pemisahan antara biaya variabel dan biaya tetap sehingga perusahaan tidak mengetahui laba yang diperoleh. Setelah dilakukan analisa biaya yang diperhitungkan dalam perhitungan BEP pada Usaha Kecil Produksi Mie berada pada total penjualan 57,91 paket dengan rasio margin kontribusi 10 : 3 dengan jumlah penjualan dari masing-masing produk untuk dapat memenuhi total paket tersebut adalah sebanyak 579,10 kg produk mie basah dan produk mie segar adalah sebanyak 173,73 kg. Apabila perusahaan ingin memperoleh laba, maka harus menjual produknya di atas titik impas. Produk mie basah (MB) dijual dengan harga per kg Rp 8.000 dan dapat memproduksi 90 kg per hari. Sedangkan produk mie segar (MS) dijual dengan harga per kg Rp 10.000 dan dapat memproduksi 27 kg per hari sehingga dapat diperoleh laba sebesar Rp 326.601 per harinya.

Tugas Akhir ini telah disidangkan di depan tim penguji dan dinyatakan lulus pada Tanggal 28 Juli 2008. Abstrak ini telah disetujui oleh penguji

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 	4. 
Nama Terang	Nurul Fauzi, SE. MM. Ak	Irda Rosita, SE. Ak	Arnel Yentifa, SE. Ak	Desi Handayani, SE. Ak

Mengetahui,
 Ketua Jurusan :

Endrawati, SE. Ak
 Nama



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

Nomor Alumni	Petugas Fakultas/Universitas
No. Alumni Fakultas	Nama Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama Tanda Tangan

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Tujuan setiap perusahaan pada umumnya adalah untuk mendapatkan laba yang maksimal, baik perusahaan yang berbentuk jasa, dagang maupun manufaktur. Dalam memperoleh laba maksimal diperlukan perencanaan dan penentuan biaya yang harus dikeluarkan selama proses produksi, sehingga manajemen dapat mengambil keputusan terhadap harga jual dan jumlah minimum penjualan.

Keberhasilan suatu usaha dalam menjalankan aktivitasnya dipengaruhi beberapa faktor diantaranya adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam mengelola dan meningkatkan produktivitas. Peningkatan produktivitas akan mempengaruhi tingkat keuntungan yang didapatkan melalui penjualan produk dalam jangka waktu tertentu dengan harga yang telah ditetapkan.

Kebijakan manajemen dalam menetapkan harga jual belum memadai jika hanya ditujukan untuk memulihkan atau menutupi semua biaya, tetapi juga harus mampu menjamin laba. Manajemen perusahaan memerlukan suatu informasi untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan di masa yang akan datang, sehingga diperlukan suatu teknik analisa yang disebut analisa *Break Even Point* (BEP). Analisa *break even point* dapat digunakan untuk perencanaan dan pengambilan keputusan yang menekankan pada keterkaitan biaya, kuantitas yang terjual dan harga jual.

Usaha Kecil Produksi Mie merupakan industri rumah tangga yang berlokasi di Kalumbuk, Padang. Usaha ini menghasilkan dua jenis produk yaitu mie basah (bahan membuat mie bakso) dan mie segar (bahan utama membuat mie ayam). Kegiatan operasional perusahaan melibatkan anggota keluarga sebanyak 2 orang sebagai tenaga produksi. Usaha ini pemasarannya hampir seluruh pedagang mie ayam dan mie bakso di kota Padang dan pendistribusiannya langsung oleh Bapak Maryo sebagai pemilik dengan menggunakan kendaraan operasional sebuah sepeda motor.

Selama ini pencatatan biaya yang dilakukan oleh perusahaan masih sederhana serta belum adanya pemisahan antara biaya variabel dan biaya tetap. Di sisi lain, ada biaya-biaya yang relevan untuk dijadikan biaya produk, tetapi tidak diperhitungkan seperti biaya listrik, penyusutan peralatan, penyusutan kendaraan dan lainnya.

Lokasi pabrik yang menyatu dengan rumah pemilik perusahaan menjadi salah satu pemicu tidak adanya pemisahan biaya tersebut karena adanya pemakaian bersama antara pabrik dan rumah, seperti biaya listrik. Sehingga pemilik tidak pernah mengetahui secara pasti jumlah laba bersih yang sebenarnya diperoleh dari penjualan produknya.

Dari fakta yang terjadi pada usaha kecil produksi mie ini, maka penulis tertarik untuk membahasnya dan dituangkan dalam bentuk rancangan Tugas Akhir yang berjudul "**Analisa *Break Even Point* Multi Produk sebagai Alat Perencanaan Laba pada Usaha Kecil Produksi Mie**".

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hal-hal yang diuraikan, masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Dalam kuantitas produksi berapakah *Break Even Point* yang dapat tercapai

pada Usaha Kecil Produksi Mie.

2. Berapakah penjualan yang harus dilakukan perusahaan agar mencapai target laba yang diinginkan.
3. Seberapa pentingkah efektivitas analisa *Break Even Point* dalam perencanaan dan pengendalian laba pada Usaha Kecil Produksi Mie.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian dari rancangan Tugas Akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui pada kuantitas produksi berapa *Break Even Point* dapat dicapai pada Usaha Kecil Produksi Mie.
2. Untuk mengetahui berapakah penjualan yang harus dilakukan perusahaan agar mencapai target laba.
3. Untuk mengetahui sejauh mana efektivitas analisa *Break Even Point* bagi Usaha Kecil Produksi Mie.

1.4 KONTRIBUSI PENELITIAN

Adapun kontribusi penelitian yang didapat dari rancangan Tugas Akhir ini adalah :

1. Bagi perusahaan, penulis memberikan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam melakukan perencanaan laba sehingga dapat mencapai target yang maksimal dan dapat membantu pengelola dalam pengambilan keputusan terhadap produk yang dinilai tidak memberikan laba yang maksimal.

BAB LIMA

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Dari uraian yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya mengenai *break even point*, maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. *Break event point* (titik impas) adalah suatu keadaan dimana laba sama dengan nol, atau dengan kata lain perusahaan tidak mengalami rugi dan tidak pula mendapatkan laba. Sedangkan analisa *break even point* merupakan suatu teknik untuk mengetahui hubungan antara biaya-volume-laba, sehingga dapat saling disesuaikan satu dengan yang lain agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan yaitu memperoleh laba.
2. Dalam menghitung *break even point*, hal yang paling utama untuk dilakukan adalah pengklasifikasian biaya menurut perilaku biaya yaitu biaya variabel, biaya tetap dan biaya semi variabel.
3. Dalam perhitungan *break even point* harga juga hal yang terpenting untuk Usaha Kecil Produksi Mie sendiri, produk mie basah (MB) dijual dengan harga per kg Rp 8.000 dan dapat memproduksi 90 kg per hari. Sedangkan produk mie segar (MS) dijual dengan harga per kg Rp 10.000 dan dapat memproduksi 27 kg per hari sehingga dapat diperoleh laba sebesar Rp 326.601 per harinya.

DAFTAR REFERENSI

- Desnawati. (2004). Analisa Break Even Point Multiple Produk Sebagai Alat Perencanaan Laba : Studi kasus pada Usaha Roti Pesisir Minang Pariaman. Tugas akhir. Politeknik Universitas Andalas Padang
- Garrison dan Noreen. (2000). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta : Salemba Empat
- Hansen dan Mowen. (2006). *Akuntansi Manajemen*. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Mulyadi. (2005). *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Rudianto. (2006). *Akuntansi Manajerial* Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Simamora, Hendri. (2002). *Akuntansi Manajemen*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Soemarso, S.R (2000). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta : Salemba Empat.
- Supriyono. (2000). *Akuntansi Biaya*, Buku 2, Edisi 2, BPFE, Yogyakarta.