

**ANALISIS “ BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA “  
PADA PT . KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG  
DI SHOWROOM SUZUKI CABANG JL . MATARAM NO . 100  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Oleh :

**RUDY SATRIA KURNIAWAN**

No . Mhs : 97311271

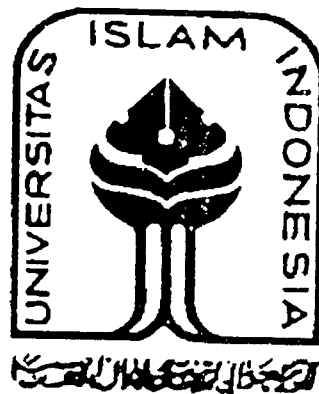
Jurusan : Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

2004

ANALISIS “ BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA “  
PADA PT . KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG  
DI SHOWROOM SUZUKI CABANG JL . MATARAM NO . 100  
YOGYAKARTA

SKRIPSI



Oleh :

**RUDY SATRIA KURNIAWAN**

No . Mhs : 97311271

Jurusan : Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

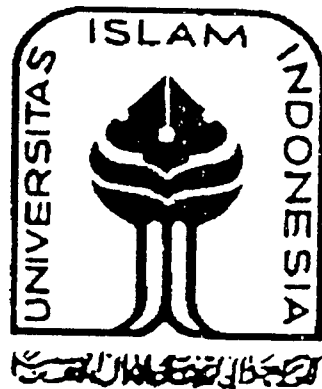
YOGYAKARTA

2004

**ANALISIS “ BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA “  
PADA PT . KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG  
DI SHOWROOM SUZUKI CABANG JL . MATARAM NO . 100  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna  
memperoleh gelar sarjana Strata – 1 di Program Studi Manajemen ,  
Fakultas Ekonomi , Universitas Islam Indonesia



Oleh :

**RUDY SATRIA KURNIAWAN**

No . Mhs : 97311271

Jurusan : Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

2004

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi , dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain , kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi . Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar , saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku . ”

Yogyakarta , 30 juli 2004

Penulis ,

Rudy Satria Kurniawan

**ANALISIS “ BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA “  
PADA PT . KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG  
DI SHOWROOM SUZUKI CABANG JL . MATARAM NO . 100  
YOGYAKARTA**

Disusun dalam rangka menulis skripsi

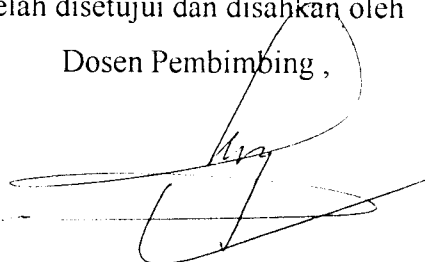
oleh

Nama : Rudy Satria Kurniawan  
Nomor Mahasiswa : 97311271  
Program studi : Manajemen  
Bidang konsentrasi : Keuangan

Yogyakarta , 30 Juli 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing ,



Ansari Amani . Drs . MM .

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

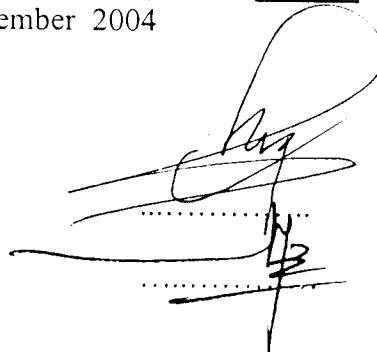
BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA

Disusun Oleh: RUDY SATRIA KURNIAWAN  
Nomor mahasiswa: 97311271

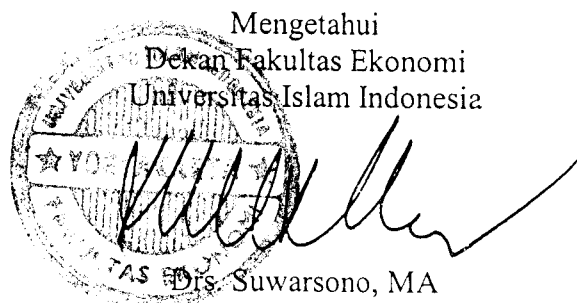
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS  
Pada tanggal : 14 September 2004

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Ansari Amani, MM

Penguji : Dra. Nurfauziah, MM



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

## ABSTRAK

Definisi Break Even Point adalah suatu titik atau suatu keadaan penghasilan dari penjualan hanya cukup untuk menutup biaya total ( biaya variabel dan biaya tetap ) atau bisa dikatakan impas . Dengan kata lain jumlah laba sama dengan nol atau bahwa penghasilan total sama dengan biaya total .

Perencanaan laba adalah merencanakan seberapa besar laba yang diharapkan oleh perusahaan dengan memandang hubungan yang ada antara volume penjualan yang dilaksanakan , jumlah biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diterima .

Jadi Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba adalah menentukan batas – batas seberapa besar pengaruh perubahan pendapatan penjualan terhadap laba yang diharapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian maupun tidak untung atau bisa dikatakan impas .

Sepeda motor merupakan sarana transportasi yang digunakan sebagian besar masyarakat indonesia . Terdapat berbagai macam merk sepeda motor yang terdapat di Indonesia , salah satunya adalah Suzuki . Di Daerah Istimewa Yogyakarta , PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang adalah main dealer sepeda motor merk Suzuki yang digunakan sebagai tempat penelitian untuk skripsi ini .

Untuk mengetahui kondisi perusahaan tersebut maka dilakukan analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba .

Berdasar hasil analisis maka sejauh ini PT . KMJG cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta memiliki kondisi yang baik yaitu mampu melampaui BEP – nya .

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah yang maha kuasa karena hanya atas kemurahan hati-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini .

Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Keuangan Universitas Islam Indonesia Yogyakarta .

Proses penyusunan skripsi ini melibatkan berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran , tenaga , waktu dan dana serta bimbingan bagi penulis baik secara langsung maupun tidak langsung . Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Ansari Amani Drs . MM . selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan wawasan , bimbingan , pengarahan dan saran – saran yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini .
2. Bapak dan Ibu Edy Ismanto selaku pemilik PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Suzuki Yogyakarta yang telah berkenan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan beliau .
3. Bapak Eko Supriyatman selaku General Manajer dan bapak Wisnu Broto selaku Accounting Manajer dari PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Suzuki beserta segenap staff – nya yang telah banyak membantu



dalam pengumpulan data maupun informasi guna penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu .

4. Mas Edy selaku mekanik di PT . KMJG cabang Katamso yang selalu memberikan dukungannya .
5. Mbak Rum selaku karyawan di PT . KMJG cabang Mataram , terima kasih atas segala bantuannya .

Skripsi ini tidaklah sempurna , masih terdapat kekurangan dan kelemahannya sehingga saran dan kritik yang membangun akan sangat membantu dalam perbaikan skripsi ini dan berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan .

Yogyakarta , 30 juli 2004

Rudy Satria Kurniawan

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi .....	i
Halaman Judul Skripsi .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi .....	v
Abstrak .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 . Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 . Rumusan Masalah .....	3
1.3 . Batasan Masalah .....	4
1.4 . Tujuan Penelitian .....	4
1.5 . Manfaat Penelitian .....	4

1.6 . Metodologi Penelitian .....	5
1.7 . Alat Analisis Data .....	6
1.7.1 . Metode Kuadrat Terkecil atau Garis regresi .....	6
1.7.2 . Analisis Break Even Point dengan Teknik Persamaan .....	8
1.7.3 . Degree of Operating Lverage .....	9
1.7.4 . Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba .	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1 . Pengertian Break Even Point .....	11
2.1.1 . Pendekatan Garis Lurus .....	13
2.1.2 . Pendekatan Garis Lengkung .....	14
2.2 . Manfaat Analisis Break Even Point .....	17
2.3 . Tingkah Laku Biaya dalam Perhitungan Break Even Point .....	18
2.3.1 . Biaya Tetap .....	18
2.3.2 . Biaya Variabel .....	20
2.3.2.1 . Biaya Variabel Proporsional .....	21
2.3.2.2 . Biaya Variabel Progresif .....	22
2.3.2.3 . Biaya Variabel Degresif .....	22
2.3.3 . Biaya Semi Variabel .....	24
2.4 . Pemisahan Biaya Semi Variabel .....	25

2.4.1 . Metode Titik Tertinggi dan Terendah .....	25
2.4.2 . Metode Kuadrat Terkecil dan Garis Regresi Sederhana .....	27
2.5 . Perhitungan Break Even Point .....	29
2.5.1 . Pendekatan Persamaan .....	29
2.5.2 . Pendekatan Tabelaris .....	30
2.5.3 . Pendekatan Grafik .....	32
2.6 . Asumsi dalam Analisis Break Even .....	33
2.7 . Akibat Perubahan Asumsi terhadap Tingkat BEP .....	35
2.8 . Contribution Margin .....	37
2.9 . Degree of Operating Lverage .....	38
2.10 . Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba .....	39
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	41
3.1 . Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	41
3.2 . Letak Perusahaan .....	43
3.3 . Struktur Organisasi .....	45
3.4 . Personalia .....	48
3.5 . Pemasaran .....	49
3.6 . Saluran Distribusi Pemasaran .....	51
3.7 . Pengawasan yang Dilakukan Perusahaan .....	52

3.8 . PT . KMJG sebagai Main Dealer Sepeda Motor Merk Suzuki .....	53
IV ANALISIS DATA .....	55
4.1 . Seluruh Biaya pada PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Jl . Mataram .....	56
4.2 . Pemisahan Biaya Semi Variabel kedalam Biaya Variabel dan Biaya Tetap .....	56
4.2.1 . Biaya Listrik .....	56
4.2.2 . Biaya Telepon .....	59
4.2.3 . Biaya Tagihan .....	62
4.2.4 . Biaya Lain - lain .....	65
4.3 . Biaya Variabel .....	68
4.3.1 . Biaya Kantor .....	68
4.3.2 . Biaya Perawatan 6 Kendaraan Operasi .....	69
4.3.3 . Biaya komisi Penjualan .....	71
4.3.4 . Biaya Promosi .....	72
4.4 . Total Biaya Variabel dan Biaya Tetap Setelah Ditambah Pemisahan dari Biaya Semi Variabel .....	74
4.5 . Contribution Margin .....	75
4.6 . Degree of Operating Lverage .....	78
4.7 . Perhitungan Break Even Point .....	80

4.8 . Perhitungan Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba .....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	86
5.1 . Kesimpulan .....	86
5.2 . Saran .....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel Biaya Semi variabel	Halaman
I . Biaya Listrik .....	56
II . Biaya Telepon .....	59
III . Biaya Tagihan .....	62
IV . Biaya Lain - lain .....	65
Tabel Biaya Variabel	
I . Biaya Kantor .....	68
II . Biaya Perawatan 6 Kendaraan Operasi .....	69
III . Biaya Komisi Pernjualan .....	71
IV . Biaya Promosi .....	72
Tabel Total Biaya	
I . Total biaya .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Penerimaan dengan Pendekatan Garis Lurus .....	14
2.2. Pulang Pokok dengan TR Lurus , Biaya Lengkung .....	15
2.3. Pulang Pokok dengan TR Lengkung , Biaya Operasi Lurus .....	15
2.4. Pulang Pokok dengan TR lengkung , Biaya Operasi Lengkung .....	16
2.5. Biaya Tetap Total .....	20
2.6. Biaya Tetap per Unit .....	20
2.7. Biaya Variabel Proporsional .....	22
2.8. Biaya Variabel Progresif Total .....	23
2.9. Biaya Variabel Progresif Per Unit .....	22
2.10. Biaya Variabel Degresip Total .....	22
2.11. Biaya Variabel Degresip per Unit .....	23
2.12. Pertambahan Semi Variabel Cost .....	24
2.13. Tingkah Laku Semi Variabel Cost .....	25
2.14. Perpotongan TR dengan TC .....	32
2.15. Perpotongan TR dengan TC .....	32
3.1. Letak Perusahaan PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang .....	44
3.2. Struktur Organisasi PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang .....	45
3.3. Saluran Distribusi Pemasaran PT . KMJG .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- A. Tabel Biaya PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang
- B. Tabel Biaya Listrik
- C. Tabel Biaya Telepon
- D. Tabel Perincian Pajak PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang
- E. Tabel Penjualan Sepeda Motor PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang
- F. Tabel Pembelian PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang
- G. Tabel Rincian Penjualan dan Pembelian Sepeda Motor PT . Kharisma Mataram  
Jaya Gemilang

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 . Latar Belakang Masalah

Melihat krisis ekonomi berkepanjangan yang sedang dialami oleh negara Indonesia belakangan ini semakin mempersempit pasar bagi penjualan produk - produk sepeda motor .

Penjualan yang menurun secara langsung akan mempengaruhi pendapatan dan laba yang ikut menurun pula . Yang harus diperhatikan perusahaan dalam penjualan produk adalah perhatian yang sungguh – sungguh pada kebutuhan dan keinginan pelanggan serta analisis cermat atas tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan tersebut .

Memahami semakin ketatnya persaingan yang sedang terjadi , belum lagi dengan bermunculannya produsen – produsen sepeda motor baru dari negeri cina dimana mereka menawarkan produknya dengan harga yang lebih murah serta terjangkau , membuat keadaan menjadi semakin jelas bahwa persaingan akan semakin kompleks . Untuk itu manajemen perusahaan dituntut untuk menentukan kebijaksanaan dan bertindak secara tepat memanfaatkan kesempatan yang ada dalam hubungannya dengan usaha peningkatan penjualan dan perolehan pendapatan .

Pendapatan secara langsung berhubungan dengan laba yang akan diperoleh perusahaan , karena semakin menurunnya pendapatan , laba juga akan ikut menurun

dan akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan . Apalagi jika laba yang didapat semakin menurun hingga batas dibawah BEP perusahaan , maka dapat dikatakan perusahaan tersebut sudah tidak layak beroperasi lagi .

Laba sebagai penentu tingkat keberhasilan perusahaan ini secara langsung dipengaruhi oleh biaya , volume dari produk yang dijual dan harga jual . Harga dari sebuah produk akan mempengaruhi volume penjualan , volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi , volume produksi akan mempengaruhi biaya dan biaya ini akan menentukan harga jual serta untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan . Dari siklus tersebut dapat dilihat bahwa ada keterkaitan antara biaya , volume dan laba . Keterkaitan antara biaya - volume - laba inilah yang nantinya akan memegang peranan yang sangat penting dalam perencanaan laba perusahaan .

Untuk mengembangkan penjualan agar pendapatan dan laba perusahaan ikut meningkat bukanlah hal yang mudah . Saat ini perusahaan penjual sepeda motor pada umumnya hanya bisa bertahan untuk bisa hidup dengan berharap dan berusaha agar penjualan bisa melebihi BEP – nya .

Pihak manajemen perusahaan didalam melaksanakan tugasnya dihadapkan pada masalah – masalah pembelian , pemasaran , keuangan dan personalia . Dalam usaha mengatasi masalah – masalah yang dihadapinya maka manajemen / pimpinan perusahaan tidak terlepas dari pengambilan keputusan .

Salah satu informasi yang dipakai dalam proses pengambilan keputusan bila perusahaan mengalami masalah menentukan batas – batas seberapa besar pengaruh

perubahan pendapatan penjualan terhadap laba yang diharapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian maupun tidak untung atau bisa dikatakan impas adalah dengan menggunakan analisis “ Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba “ .

Selain manfaat diatas , analisis “ Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba “ dapat juga dipergunakan antara lain untuk pengukuran atau evaluasi terhadap kegiatan perusahaan , dapat juga sebagai perencanaan kegiatan perusahaan yang akan dilaksanakan .

PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Suzuki Yogya merupakan perusahaan yang memiliki cabang – cabang lain yang bergerak dibidang yang sama yaitu distribusi sepeda motor , untuk itu analisis break even point sebagai alat perencanaan laba sangat diperlukan untuk mendukung strategi usahanya .

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui “ Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba “ pada PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di Showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta .

## **1.2 . Perumusan Masalah**

Dari uraian tersebut diatas , maka masalah yang diajukan dalam skripsi ini adalah menentukan batas – batas seberapa besar pengaruh perubahan pendapatan penjualan terhadap laba yang diharapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian maupun tidak untung atau bisa dikatakan impas pada PT . Kharisma Mataram Jaya gemilang , di Showroom cabang Jl . Mataram no . 100 .

### **1.3 . Batasan Masalah**

Karena keterbatasan waktu , tenaga dan biaya yang merupakan kendala penelitian ini maka agar masalah yang diteliti benar- benar sesuai dengan yang dianalisis maka perlu diberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Analisis dilakukan pada PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di Showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta .
2. Penelitian menggunakan data dari bulan Januari 2001 hingga Desember 2003 .
3. Perhitungan BEP Sebagai Alat Perencanaan Laba yang dilakukan secara total ( dalam rupiah ) , dikarenakan tipe ( produk ) sepeda motor yang dijual sangat banyak .

### **1.4 . Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di Showroom Cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta .

### **1.5 . Manfaat Penelitian**

- 1 . Bagi penulis

Merupakan kesempatan untuk belajar menerapkan teori yang diterima di bangku kuliah pada kenyataan yang ada dilapangan .

## 2 . Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk merencanakan strategi yang lebih baik dalam mengelola perusahaan .

## 3 . Bagi pembaca

Sebagai tambahan informasi untuk mengetahui tentang pengaruh krisis terhadap perusahaan sejenis distributor sepeda motor merk Suzuki

### **1.6 . Metodologi Penelitian**

1. Bentuk penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan mengambil lokasi di PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

2. Pengumpulan data

Data penelitian ini diperoleh dari pimpinan perusahaan , bagian pemasaran bagian administrasi dan segenap karyawan yang diperlukan informasinya untuk mendukung penelitian ini .

Data dibedakan atas :

#### A . Data primer

Wawancara , dengan mengajukan pertanyaan secara langsung pada pimpinan perusahaan beserta staff – nya .

## B . Data sekunder

1. Melalui arsip – arsip yang ada di perusahaan yang berkaitan dengan biaya – biaya perusahaan dan pendapatan dari penjualan .
2. Melalui studi kepustakaan , mencari informasi dari penelitian yang sudah pernah dilakukan atau yang berkaitan dan dari buku – buku .

## 1.7 . Alat Analisis Data

### 1.7.1 . Metode Kuadrat Terkecil atau Garis Regresi

Metode ini memerlukan data dan perhitungan yang lebih banyak daripada metode lain seperti metode titik terendah dan tertinggi . Metode ini akan memberi hasil perhitungan yang pada umumnya lebih baik .

Dalam metode ini pemisahan biaya semi variabel kedalam biaya variabel dan biaya tetap dengan cara menentukan hubungan variabel tergantung (  $y$  ) dengan variabel bebas (  $x$  ) dari sekumpulan data .

Menurut Ahyari , “ yang dimaksud dengan biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap tidak terpengaruh oleh perubahan tingkat kegiatan perusahaan didalam interval waktu dan kapasitas tertentu . Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah – ubah sesuai dengan tingkat kegiatan yang ada dalam perusahaan yang bersangkutan . Biaya semi variabel dapat diartikan sebagai

biaya yang didalamnya terkandung unsur biaya tetap dan biaya variabel secara bersama – sama . Dengan demikian apabila terdapat perubahan tingkat produksi , maka jumlah biaya semi variabel ini akan berubah pula , namun perubahan yang terjadi tidak akan mengikuti secara langsung terhadap setiap unit perubahan tingkat kegiatan yang ada didalam perusahaan . Pada umumnya biaya semi variabel ini akan dipisahkan kedalam masing – masing unsur biaya tetap dan biaya variabel .<sup>1</sup>

$$\text{Rumus : } y = a + b \cdot x \text{ } ^2$$

Dimana :

y = Jumlah biaya semi variabel

a = Jumlah biaya tetap

b = biaya variabel per unit

x = Tingkat kegiatan dalam perusahaan ( unit )

Sedangkan a dan b dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Dimana :

X = Deviasi / penyimpangan dari  $\overline{X}$  atau kegiatan rata – rata

Y = Deviasi / penyimpangan dari  $\overline{Y}$  atau biaya rata – rata

---

1. Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1990 , Hal 92 - 100

2. R . A Supriyono , Akutansi Manajemen I , Konsep Dasar Akutansi Manajemen dan Proses Perencanaan , BPFE , Yogyakarta , Edisi 1 , 1991 , Hal 432 - 433 .



Setelah biaya variabel ( b ) dapat ditentukan , maka besarnya total biaya tetap ( a ) dapat dihitung dengan rumus :

$$\bar{a} = \bar{Y} - b \bar{X}$$

Dimana :

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}$$

### 1.7.2 . Analisis Break Even Point dengan Teknik Persamaan

Suatu keadaan dimana penghasilan dari penjualan hanya cukup untuk menutup biaya ( variabel maupun tetap ) . Dengan kata lain jumlah laba sama dengan nol atau bahwa penghasilan total sama dengan biaya total .

Rumus perhitungan impas dalam rupiah penjualan adalah sebagai berikut :

$$\text{Impas ( dalam Rupiah penjualan )} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per satuan}}{\text{Harga Jual per satuan}}}$$

**Catatan :**  $1 - b / c$  disebut marginal income ratio atau contribution margin ratio , yaitu hasil bagi Marginal Income dengan Hasil Penjualan .

$$\text{Marginal Income} = \text{Hasil penjualan} - \text{Biaya variabel}$$

$$\text{Marginal income ratio} = \frac{\text{Marginal Income}}{\text{Hasil Penjualan}}$$

---

3. Mulyadi , Akutansi Biaya untuk Manajemen , BPFÉ , Yogyakarta , Edisi 4 , 1989 , Hal 74 .

### 1.7.3 . Degree of Operating Leverage ( DOL )

Degree of Operating Leverage memberikan ukuran dampak perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih pada tingkat penjualan tertentu .

$$\text{Degree of Operating Leverage} = \frac{\text{Laba kontribusi}}{\text{Laba bersih}} \quad 4$$

### 1.7.4 . Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba

Sebagai penentu seberapa besar tingkat penjualan yang harus dicapai agar dapat memperoleh keuntungan yang diinginkan , dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Sales ( BE + profit )} = \frac{\text{Fixed cost} + \text{Profit / Profit margin}}{1 - \frac{\text{Variabel cost}}{\text{Net sales}}} \quad 5$$

Jika rumus BEP sebagai alat perencanaan laba dinyatakan dengan cara lain , dimana laba yang diharapkan ini ditentukan dalam bentuk persentase dari investasi ( Aktiva Penuh ) .

Rumus yang digunakan adalah : <sup>6</sup>

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Variabel} + \text{Markup}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya Variabel}}$$

---

4. Mulyadi . Akutansi Manajemen . *Konsep , Manfaat dan Rekayasa* . Salemba Empat , Yogyakarta . Edisi 3 , 2001 . Hal 258 .

5. Syafaruddin Alwi , Alat – alat Analisis dalam Pembelanjaan . Andi Offset , Yogyakarta . Edisi Revisi . 1986 . Hal 243

6. Mulyadi . Akutansi Manajemen . *Konsep , Manfaat dan Rekayasa* , Salemba Empat , Yogyakarta . Edisi 3 , 2001 . Hal 82 .

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya Tetap} + (y \% \times \text{Aktiva penuh})}{\text{Biaya Variabel}}$$

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 . Pengertian Break Even**

Analisis biaya , volume dan laba merupakan topik yang menarik bagi mahasiswa di fakultas ekonomi dan merupakan hal yang penting bagi para manajer atau praktisi – praktisi bisnis pada umumnya walaupun kita ketahui bahwa masih banyak para pemilik usaha maupun para manajer yang kurang memperhatikannya .

Manajer maupun pengusaha akan selalu dihadapkan pada masalah pengambilan keputusan yang intinya menyangkut tiga hal penting yaitu : harga jual , biaya serta volume penjualan . Seorang manajer harus mampu mencapai tujuan organisasi sesuai dengan harapan perusahaan dengan menggunakan segenap sumber daya yang ada pada perusahaan , terlebih dahulu para manajer sebaiknya membuat peramalan – peramalan mengenai tingkat biaya , pendapatan dan volume penjualan dan labanya .

Model hubungan biaya , volume dan laba adalah contoh model pengambilan keputusan . Para manajer akan selalu mencari model yang paling mudah atau sederhana karena orientasinya bukan pada rumitnya suatu model melainkan model – model manakah yang diperkirakan akan menghasilkan manfaat terbesar bagi perusahaan .

Titik impas ( BEP ) menurut Horngren and Fooster didefinisikan sebagai ,  
“ Titik impas ( Break Even Point ) adalah titik kegiatan ( volume penjualan ) dimana  
total pendapatan ( revenue ) sama dengan total beban ( expense ) yakni tidak ber laba  
maupun rugi “ .<sup>7</sup>

Sedangkan menurut Syafaruddin Alwi , “ BEP diartikan sebagai suatu titik  
atau keadaan dimana perusahaan didalam operasinya tidak memperoleh keuntungan  
dan tidak menderita rugi .<sup>8</sup>

Dengan kata lain , pada keadaan itu keuntungan atau kerugian sama dengan  
nol . Hal ini bisa terjadi bila perusahaan didalam operasinya menggunakan biaya  
tetap dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya  
variabel .

Apabila penjualan hanya cukup menutup biaya variabel dan sebagian biaya  
tetap maka perusahaan menderita rugi dan sebaliknya akan memperoleh keuntungan  
bila penjualan melebihi biaya tetap dan biaya variabel ( total cost ) yang harus  
dikeluarkan . Secara umum analisis BEP dapat memberikan gambaran kepada  
pimpinan perusahaan bagaimana pola hubungan antara volume penjualan , biaya dan  
tingkat keuntungan yang akan diperoleh pada penjualan tingkat tertentu . Sehingga  
analisis break even sering juga disebut sebagai cost volume profit analisis .

---

7. Charles Horngren / George Fooster . Pentj Marianus Sinaga , akuntansi biaya : Suatu Pendekatan Manajerial , Erlangga ,  
Jakarta , Edisi Keenam , Jilid I , 1988 , Hal 50 .

8. Syafaruddin Alwi , Alat – alat Analisis dalam Pembelanjaan , Andi Offset , Yogyakarta , Edisi Revisi , 1986 , Hal 239 .

Sukses tidaknya perusahaan seringkali juga dinilai dari sejauh mana manajemen perusahaan dapat menghasilkan laba ( laba dari operasi ) , sedangkan laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor seperti yang tersebut diatas yaitu : harga jual , biaya dan besarnya penjualan .

Menurut buku karangan Mulyadi , Impas adalah suatu keadaan dimana suatu usaha tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi . Maka dapat dikatakan suatu usaha disebut impas jika jumlah penghasilan sama dengan jumlah biaya , atau jika Marginal Income ( Contribution Margin ) hanya dapat membiayai atau menutup biaya tetap saja .<sup>9</sup>

Agus Ahyari menganalisis BEP ( Pulang Pokok ) menggunakan dua metode pendekatan yaitu :

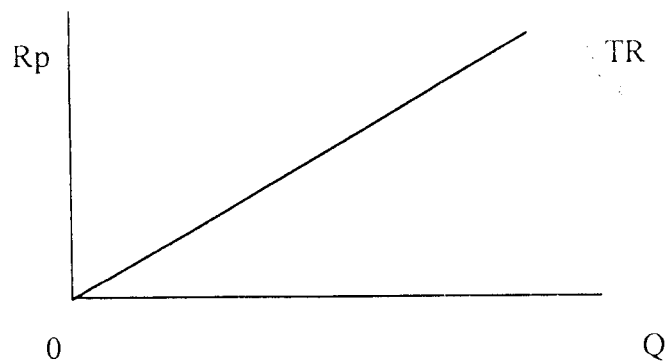
#### 2.1.1 . Pendekatan Garis Lurus

Yang dimaksud pendekatan garis lurus tersebut adalah merupakan suatu analisis dimana semua persoalan yang ada di dalam analisis pulang pokok tersebut digambarkan sebagai garis lurus .<sup>10</sup> Dalam arti , seluruh variabel yang dipergunakan didalam analisis pulang pokok tersebut akan digambarkan dalam garis lurus . Menggunakan pendekatan ini akan terlihat adanya gambar garis penjualan atau garis pendapatan , garis biaya dan garis keuntungan yang semuanya merupakan garis lurus . dapat kita lihat pada grafik berikut ini :

---

9. Mulyadi , Akutansi Biaya untuk Manajemen , BPFEE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1989 , Hal 72 .

10. Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , BPFEE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1990 , Hal 87 – 88 .



GAMBAR 2 . 1

Penerimaan dengan pendekatan garis lurus \* )

\* Sumber : Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , Hal 89

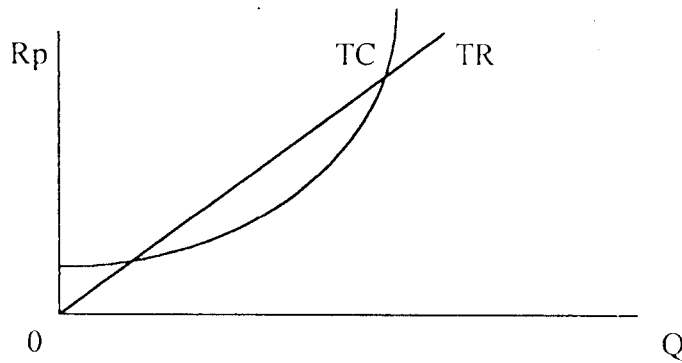
### 2.1.2 . Pendekatan Garis Lengkung

Biaya operasi dan penerimaan pendapatan didalam beberapa perusahaan atau situasi – situasi tertentu sama sekali tidak mendekati garis lurus , sehingga pemaksaan - pemaksaan pendekatan garis lurus dalam analisis pulang pokok ini justru mengakibatkan terdapatnya kesimpulan yang kurang mendekati pada kenyataan yang ada , maka dalam keadaan ini sebaiknya menggunakan pendekatan garis lengkung supaya lebih mendekati kenyataan yang ada di perusahaan yang bersangkutan .<sup>12</sup> Pada pendekatan garis lengkung untuk analisis pulang pokok akan didapat bentuk pulang pokok , yang merupakan kombinasi dari garis lurus dan garis lengkung .

---

11. Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , BPFH , Yogyakarta . Edisi 4 , 1990 , Hal 189 .

a . Pulang Pokok dengan Penerimaan Pendapatan Lurus dan Biaya Operasi Lengkung

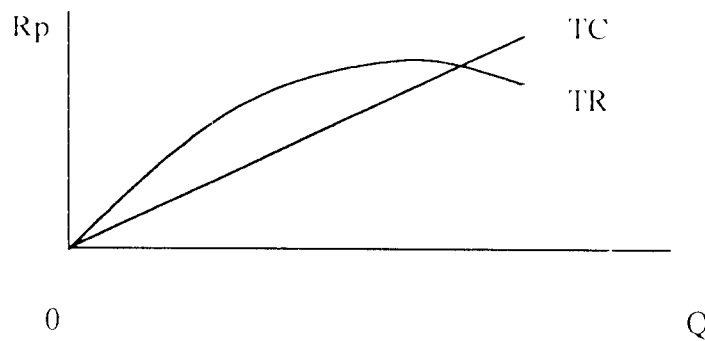


Gambar 2 . 2

Pulang Pokok dengan TR Lurus , Biaya Lengkung \* )

\* Sumber : Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , Hal 192

b . Pulang Pokok dengan Penerimaan Pendapatan Lengkung dan Biaya Operasi Lurus



Gambar 2 . 3

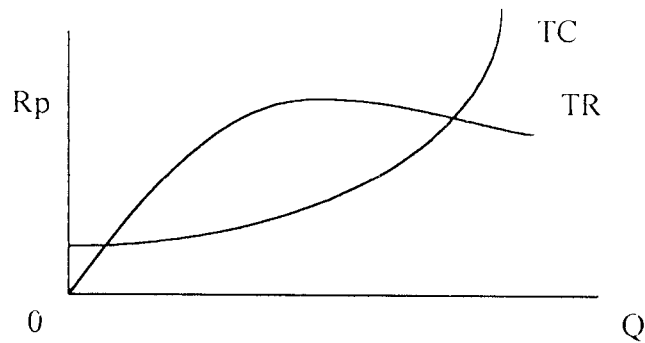
Pulang Pokok dengan TR Lengkung , Biaya Operasi Lurus \* )

\* Sumber : Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , Hal 192



c . Pulang Pokok dengan Penerimaan Pendapatan Lengkung dan Biaya Operasi

Lengkung



Gambar 2 . 4

Pulang Pokok TR Lengkung , Biaya Operasi Lengkung \* )

\* Sumber : Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , Hal 193

Jadi analisis pulang pokok dengan menggunakan pendekatan garis lengkung sedikit berbeda dengan pendekatan garis lurus . Kalau didalam pendekatan garis lurus seluruh komponen yang ada akan digambarkan dalam garis lurus , maka didalam pendekatan garis lengkung tidak seluruhnya menggunakan garis lengkung . Komponen yang digambarkan sebagai garis lengkung hanyalah variabel yang datanya merupakan suatu rangkaian data yang apabila digambarkan akan menjadi garis lengkung . Maka akan didapat beberapa kemungkinan didalam pendekatan garis lengkung tersebut , yaitu : satu komponen merupakan garis lengkung atau seluruh komponen yang ada merupakan garis lengkung . Dalam hal ini maka

tergantung pada data yang ada dalam perusahaan yang diteliti atau dianalisis apakah data yang ada tepat digambarkan dalam garis lurus atau lebih tepat digambarkan dalam garis lengkung .

## **2.2 . Manfaat Analisa Break Even Point**

Untuk mengetahui kaitan antara penjualan , produksi , harga jual , biaya , rugi dan laba maka digunakan analisis BEP . Dengan analisis ini maka dapat membantu mempermudah menetapkan sasaran atau tujuan perusahaan . Manfaat lainnya antara lain , menurut Soehardi Sigit :<sup>12</sup>

1. Sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha mencapai laba tertentu . Jadi dapat dipergunakan untuk perencanaan laba atau profit planning .
2. Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan operasi yang sedang berjalan , yaitu sebagai alat pencocokan antara realisasi dengan angka – angka dalam perhitungan BE atau dalam ( chart ) BE . Jadi sebagai alat pengendalian atau controlling .
3. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual yaitu setelah diketahui hasil – hasil perhitungannya menurut analisa BE dan laba yang ditargetkan .

---

12. Soehardi Sigit . Analisa Break – Even . PAAP , Yogyakarta , Edisi Revisi , 1979 , Hal 2 .

4. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang harus dilakukan oleh manager . Misalnya seorang manager akan mengambil suatu keputusan tertentu , terlebih dahulu menanyakan berapakah titik BE – nya .

### **2.3 . Tingkah Laku dalam Perhitungan BEP**

Secara umum pola tingkah laku diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan – perubahan volume kegiatan . Berdasarkan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan , biaya dapat dibagi menjadi dua golongan , yaitu : biaya tetap dan biaya variabel , walaupun pada operasionalnya dilapangan akan terdapat suatu biaya yang mengandung unsur biaya tetap maupun biaya variabel , yang pada umumnya disebut sebagai biaya semi variabel . Tetapi melalui analisis maka biaya semi variabel ini akan dipisahkan unsur variabel dan unsur tetapnya , sehingga pada analisis BEP nantinya hanya terdapat dua unsur biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel .

#### **2.3.1 . Biaya Tetap ( Fixed Cost )**

Mulyadi mengatakan , “ Biaya tetap atau biaya kapasitas merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu .<sup>13</sup>

Besarnya biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan dalam jangka panjang , teknologi , metode dan strategi yang digunakan pihak manajemen . Misal ,

---

13. Mulyadi , Akutansi Biaya untuk Manajemen , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1989 , Hal 57 .

untuk membeli mesin fotokopi baru , pihak manajemen perusahaan akan memperhitungkan kualitas maupun kuantitas output dari mesin fotokopi tersebut , pemilihan jenis atau mereknya juga dipengaruhi oleh faktor teknologi .

Mulyadi mengatakan pula bahwa proporsi biaya tetap lebih tinggi dibandingkan biaya variabelnya , secara umum dapat dikatakan kemampuan pihak manajemen perusahaan dalam mengantisipasi perubahan – perubahan kondisi ekonomi jangka pendek akan berkurang . Keengganan manajemen untuk mengeluarkan biaya tetap menggambarkan ketidakberanian manajemen didalam mengambil resiko .<sup>14</sup> Dalam hal ini yang dimaksud biaya adalah sumber daya yang dikorbankan untuk mencapai suatu sasaran atau tujuan tertentu .

Horgren and Fooster mengatakan , “ Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap selama periode waktu tertentu , meskipun terjadi perubahan besar dalam total kegiatan atau volume yang berkaitan dengan biaya tetap tersebut .<sup>15</sup>

Berdasar tulisan Ahyari , yang dimaksud biaya tetap ( Fixed Cost ) adalah merupakan biaya yang jumlahnya tetap tidak dipengaruhi oleh perubahan tingkat kegiatan perusahaan didalam interval waktu dan kapasitas tertentu , maka jumlah dari biaya itu tidak berubah .<sup>16</sup>

Didalam perubahan biaya tetap dapat digambarkan melalui dua pendekatan seperti dalam kedua grafik dibawah ini :

---

14. Mulyadi , Akutansi Biaya untuk Manajemen , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1989 , Hal 58 .

15. Charles Horgren / George Fooster , Pentj Marianus Siinaga , Akutansi Biaya , Suatu Pendekatan Manajerial , Erlangga , Jakarta , Edisi Keenam , Jilid 1 , 1988 . Hal 24 .

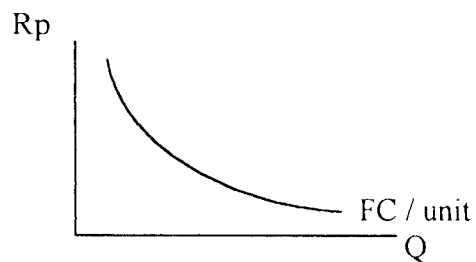
16. Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1990 , Hal 92 .



Gambar 2 . 5

Biaya Tetap Total \* )

\* Sumber : Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , Hal 93



Gambar 2 . 6

Biaya Tetap per unit \* )

\* Sumber : Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , Hal 93

Biaya tetap yang digunakan dalam analisis pulang pokok ini digunakan biaya tetap total sebagaimana dalam penerimaan pendapatan perusahaan ( Gambar II . 5 ) .

### 2.3.2 . Biaya Variabel ( Variabel Cost )

Menurut Horngren and Fooster , biaya variabel adalah , “ Biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan total kegiatan atau volume yang berkaitan dengan biaya variabel tersebut .

Yang dimaksud “ .. volume yang berkaitan dengan biaya variabel tersebut “<sup>17</sup> disini adalah tujuan biaya yang dipilih . Kegiatan atau volume tujuan biaya pada umumnya diukur dalam jumlah produk yang diproduksi atau dijual , jumlah kilometer yang dilalui , jumlah galon yang dihabiskan , jumlah jam mengajar yang dipergunakan atau indeks volume yang lainnya .

Sementara itu Mulyadi berkata , “ Biaya variabel adalah biaya yang secara total berfluktuasi secara langsung sebanding dengan perubahan volume penjualan atau produksi atau ukuran kegiatan yang lain .<sup>18</sup>

Seorang Dosen Universitas Gajah Mada , yaitu Agus Ahyari memberikan pengertian biaya variabel dibagi kedalam tiga macam biaya variabel , yaitu yang disebut sebagai biaya variabel progresip , biaya variabel proporsional dan biaya variabel degresif .<sup>19</sup>

#### 2.3.2.1 . Biaya variabel proporsional

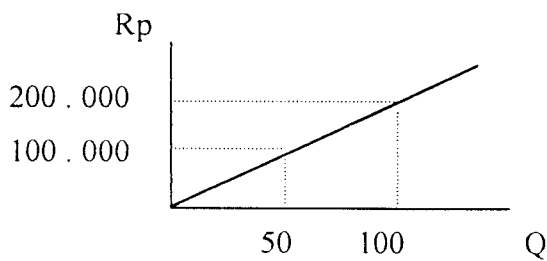
Biaya variabel proporsional adalah perubahan biaya yang terjadi selalu proporsional dengan perubahan tingkat penjualan / tingkat produksinya yang terjadi dalam perusahaan itu .

---

17. Charles Horngren / George Fooster , Pentj Marianus Sinaga , Akutansi Biaya , Suatu Pendekatan Manajerial , Erlangga , Jakarta , Edisi Keenam , Jilid 1 - 1988 log . cit , Hal 23 .

18. Mulyadi , Akutansi Biaya untuk Manajemen , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1989 , Hal 60 .

19. Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1990 , Hal 97 .



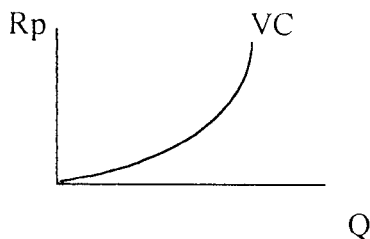
Gambar 2 . 7

### Biaya Variabel Proporsional

\* Sumber : Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , Hal 97

#### 2.3.2.2 . Biaya Variabel Progresif

Biaya variabel progresif adalah biaya variabel yang jumlahnya akan bertambah besar daripada proporsinya jika volume operasi atau tingkat kegiatan dalam perusahaan itu bertambah besar .



Gambar 2 . 8



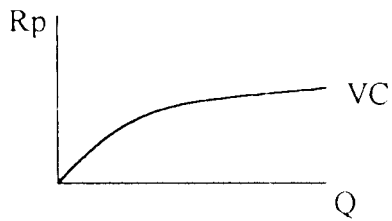
Gambar 2 . 9

Biaya Variabel Progresif Total      Biaya Variabel Progresif per Unit \* )

\* Sumber : Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , Hal 98

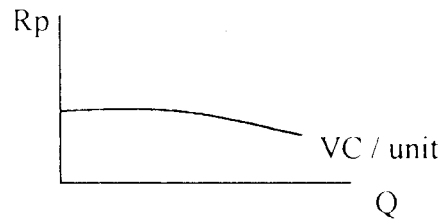
#### 2.3.2.3 . Biaya Variabel Degresip

Biaya variabel Degresip adalah biaya variabel yang jumlahnya akan lebih besar tetapi akan berkurang pertambahan besarnya daripada proporsinya jika ada pertambahan kegiatan atau volume operasi dalam perusahaan itu .



Gambar 2 . 10

Degresip Total



Gambar 2 . 11

Degresip per unit

\* ) Sumber : Agus Ahyari , Manajemen Produksi . Pengendalian Produksi II , Hal 99

Sebagaimana didalam penerimaan pendapatan dan biaya tetap maka biaya variabel ini juga akan diperhitungkan di dalam jumlahnya dan bukan besarnya biaya variabel per unit . Perhitungan analisis BE didasarkan pada jumlah total , sehingga apabila disebutkan biaya variabel yang dimaksud adalah jumlah biaya variabel didalam suatu tingkat kegiatan tertentu . Bentuk umum dari persamaan biaya variabel tersebut sebagai berikut :

Rumus :

$$VC = B . Q^{20}$$

Dimana

Vc = Biaya variabel

B = Besarnya variabel per unit

Q = Kuantitas produk / tingkat kegiatan dalam perusahaan

---

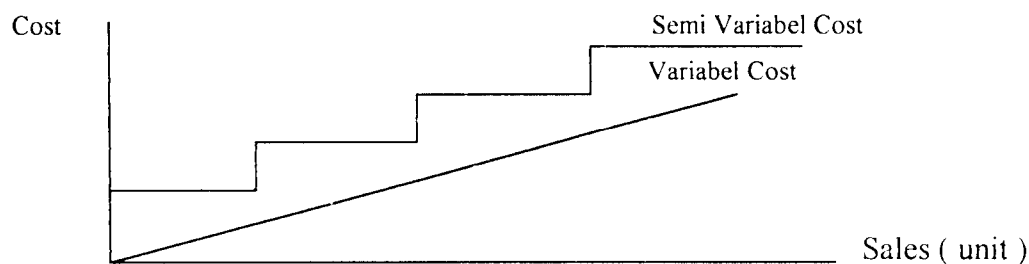
20. Agus Ahyari , Manajemen Produksi , Pengendalian Produksi II , BPFH , Yogyakarta , Edisi 4 , 1990 , Hal 96 .



### 2.3.3 . Biaya Semi Variabel

Menurut Alwi , “ Semi Variabel Cost , merupakan jenis biaya yang sebagian *variabel* dan sebagian *fixed* , yang kadang – kadang disebut juga dengan *semi variabel cost* .<sup>21</sup>

Contoh biaya ini adalah komisi ataupun bonus untuk salesman , biaya ini mungkin tetap dalam interval atau kisar tertentu dan akan bertambah besar pada tingkat yang lebih tinggi .



Gambar 2 . 12

#### Pertambahan Semi Variabel Costs \* )

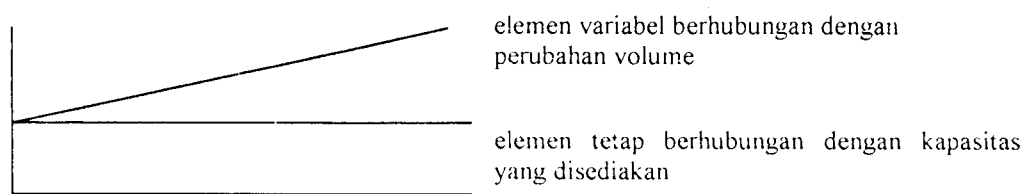
\* ) Sumber : Syafruddin Alwi , Alat – alat Analisa dalam Pembelanjaan , Hal 241

Mulyadi Mengatakan , biaya semi variabel adalah biaya yang mempunyai elemen tetap dan variabel didalamnya .

Elemen biaya tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan elemen variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan .<sup>22</sup>

21. Syafruddin Alwi , Alat – alat Analisis dalam Pembelanjaan , Andi Offset , Yogyakarta , Edisi Revisi , 1986 , Hal 241 .

22 . Mulyadi , Akutansi Biaya untuk Manajemen , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1989 , Hal 61 .



Gambar 2 . 13

Tingkah Laku Semi Variabel Costs \* )

\* Sumber : Mulyadi , Akutansi Biaya untuk Manajemen , Hal 61

## 2.4 . Pemisahan Biaya Semi Variabel

Dalam analisis pulang pokok ( BE ) menggunakan pendekatan garis lurus maupun beberapa yang lain , biaya semi variabel ini akan dibagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel . Pada umumnya untuk keperluan memisahkan biaya semi variabel yang sering dipergunakan adalah metode titik terendah dan titik tertinggi serta metode kuadrat terkecil . Perusahaan pada umumnya menggunakan dua macam metode tersebut .

### 2.4.1 . Metode Titik Terendah dan tertinggi

Untuk melaksanakan pemisahan biaya semi variabel diperlukan data kapasitas atau tingkat kegiatan yang terendah berikut biaya semi variabel yang dikeluarkan pada kapasitas tersebut , serta data kapasitas yang tertinggi berikut biaya semi variabel pada kapasitas yang tertinggi pula . Maka diperoleh dua pasang data , yaitu : kapasitas dengan biaya terendah dan kapasitas dengan biaya tertinggi yang pernah perusahaan capai . Perhitungan dengan metode ini merupakan metode

sederhana dan mudah untuk dimengerti , karena hanya memerlukan data kapasitas ( tingkat kegiatan ) yang terendah serta biaya semi nariabel yang dikeluarkan pada tingkat tersebut .

Rumus :

$$\text{BTI / unit} = \frac{b1 - b2}{k1 - k2} \text{ }^{23}$$

Dimana :

BTT / unit = Biaya tidak tetap / unit atau biaya variabel / unit

b1 = Jumlah biaya pada tingkat kapasitas 1

b2 = Jumlah biaya pada tingkat kapasitas 2

k1 = Tingkat kapasitas 1

k2 = Tingkat kapasitas 2

Biaya tetap sama dengan jumlah biaya pada suatu tingkat kapasitas dikurangi jumlah biaya variabel pada kapasitas tersebut . Besarnya biaya tetap yang ada dalam perusahaan dapat juga dihitung dengan rumus perhitungan secara langsung , sebagai berikut :

Rumus :

$$\text{BT} = b1 - \left( \frac{b1 - b2}{k1 - k2} \right) \text{ }^{24}$$

Dimana :

---

23 . Agus Ahyari , Manajemen produksi , Pengendalian Produksi II , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1990 , Hal 101 .

24 . Agus Ahyari , Manajemen produksi , Pengendalian Produksi II , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1990 , Hal 102 .

BT = Jumlah biaya tetap

b1 = Jumlah biaya pada tingkat kapasitas 1

b2 = Jumlah biaya pada tingkat kapasitas 2

k1 = Tingkat kapasitas 1

k2 = Tingkat kapasitas 2

#### 2.4.2 . Metode Kuadrat Terkecil atau Garis Regresi Sederhana

Metode ini memerlukan data yang lebih banyak daripada metode titik terendah dan titik tertinggi , tetapi data dan perhitungan yang lebih banyak ini memberi hasil yang lebih baik pada umumnya . Dalam metode ini , biaya semi variabel akan dianggap sebagai suatu garis lurus dengan persamaan umum sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } y = a + b x \text{ }^{25}$$

Dimana :

y = Jumlah biaya semi variabel

a = Jumlah biaya tetap

b = Biaya variabel per unit

x = Tingkat kegiatan dalam perusahaan ( unit )

Metode ini menggunakan semua data yang telah dicatat oleh perusahaan , maka perhitungan yang dilakukan menjadi lebih banyak daripada perhitungan dengan

---

25. R . A Supriyono , Akutansi Manajemen I , Konsep Dasar Akutansi Manajemen dan Proses Perencanaan , BPFEE , Yogyakarta , Edisi I , Hal 432 – 433 .

menggunakan metode “ titik terendah dan tertinggi “ , karena data yang digunakan serta perhitungan lebih banyak , dengan demikian pada umumnya hasil yang diperoleh akan lebih baik .

Pemisahan biaya variabel dan biaya tetap dalam metode ini dengan cara menentukan hubungan variabel tergantung ( y ) dengan variabel bebas ( x ) dari data – data yang ada . Tujuan garis regresi adalah membuat garis yang jumlah penyimpangan kuadrat antara garis regresi dan observasi – observasi seminimal mungkin .

a dan b dapat dicari menggunakan rumus sebagai berikut :

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Dimana :

X = Deviasi / penyimpangan dari  $\overline{X}$  atau kegiatan rata – rata

Y = Deviasi / penyimpangan dari  $\overline{Y}$  atau biaya rata - rata

$$a = \overline{Y} - b \overline{X}$$

Dimana :

$$\overline{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$$\overline{Y} = \frac{\sum Y}{n}$$

Kedua metode yang telah disebutkan diatas adalah pendekatan historis ( historical approach ) yaitu fungsi biaya ditentukan dengan cara menganalisa tingkah laku biaya dimasa yang sama .

Selain pendekatan historis , menurut mulyadi masih ada satu pendekatan lagi yaitu pendekatan analisis . Dalam pendekatan analisis diadakan kerjasama diantara orang – orang tehnik dan staf penyusun anggaran untuk mengadakan penyelidikan terhadap tiap – tiap fungsi ( kegiatan / pekerjaan ) guna menentukan pentingnya fungsi tersebut . Metode pelaksanaan pekerjaan yang paling efisien , jumlah biaya yang bersangkutan dengan pelaksanaan pekerjaan tersebut pada berbagai tingkat kegiatan .<sup>26</sup>

## **2.5 . Perhitungan Break Even Point**

Dalam melaksanakan perhitungan BE , maka perhitungan tersebut akan dapat lebih mudah untuk dilaksanakan apabila mempergunakan rumus BE . Pada dasarnya bahwa analisa BE ini akan berusaha untuk mengetahui hubungan antara permintaan pendapatan suatu usaha , biaya dan tingkat kegiatan / operasi di dalam sebuah perusahaan .

### **2.5.1 . Pendekatan Persamaan**

Metode pemecahan pertama untuk menghitung titik impas adalah metode persamaan ( equation method ) . Setiap perhitungan rugi – laba dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan berikut :

Penjualan – beban variabel – beban tetap = laba bersih , atau

---

26. Mulyadi , Akutansi Biaya untuk Manajemen , BPFE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1989 , Hal 63

( Harga jual per unit x jumlah unit ) – ( beban variabel per unit ) – beban tetap = laba bersih .<sup>27</sup>

Rumus :

Pendekatan total :

$$BE = \frac{TFC}{1 - \frac{TVC}{TR}} \quad 28$$

Dimana :

TFC = Biaya tetap keseluruhan

TVC = Biaya variabel keseluruhan

TR = Penghasilan penjualan

Pendekatan per unit :

$$BE = \frac{TFC}{\text{Harga jual / u} - \text{Biaya variabel / u}}$$

Dimana :

TFC : Biaya tetap keseluruhan

### 2.5.2 . Pendekatan Tabelaris<sup>29</sup>

Data yang akan digunakan dalam pendekatan tabelaris ini terlebih dahulu menggunakan rencana penjualan suatu perusahaan .

---

27. Charles Horngren / George Fooster , Pentrj Marianus Siinaga , Akutansi Biaya , op . cit , Hal 50 .

28. Gunawan Adisaputra , Anggaran Perusahaan 2 , Fak Ekonomi UGM , Yogyakarta , Edisi Pertama , 1986 , Hal 96 .

29. Gunawan Adisaputra , Anggaran Perusahaan 2 , Fak Ekonomi UGM , Yogyakarta , Edisi Pertama , 1986 , Hal 97 .

Penjualan dianggarkan 200 . 000,- @ 25 5000 . 000

Biaya	Fixed	Variabel	
1 . Material	-	900 . 000	
2 . TKL	-	1000 . 000	
3 . BOP	700 . 000	300 . 000	
4 . Administrasi	600 . 000	100 . 000	
5 . Penjualan	<u>500 . 000</u>	<u>300 . 000</u>	
	1 . 800 . 000	2 . 600 . 000	= <u>4 . 400 . 000</u>
Laba dianggarkan			= 600 . 000

Kapasitas produksi maksimal = 250 . 000 / u

Maka dari data diatas diketahui :

- a . Harga jual per unit Rp 25
- b . Biaya variabel per unit Rp 13 ----- ( Rp 2 . 600 . 000 : 200 . 000 unit )
- c . Beban tetap produksi maupun biaya usaha total Rp 1 . 800 . 000

Berdasarkan data diatas dibuat perkiraan laba pada berbagai tingkat produksi / penjualan , sebagai berikut :

	<u>Produksi / Penjualan ( dalam ribuan rupiah )</u>			
	100 . 000	125 . 000	150 . 000	200 . 000
Penghasilan	2 . 500	3 . 125	3 . 750	5 . 000
Biaya variabel	1 . 300	1 . 625	1 . 950	2 . 600
Biaya total	3 . 100	3 . 425	3 . 750	4 . 400
Laba anggaran	- 600	- 300	0	+ 600



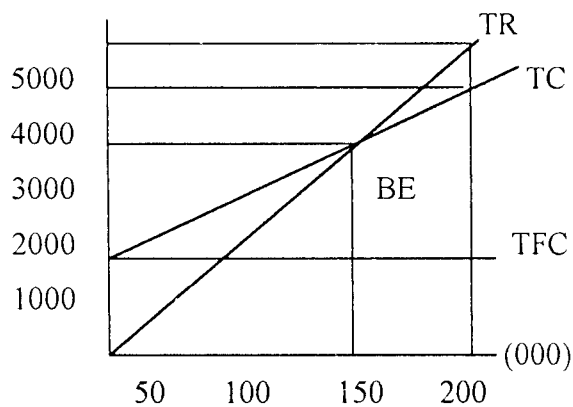
Maka volume BE dicapai pada tingkat penjualan 75 % dari volume yang dianggarkan , yaitu berasal dari perhitungan :

$$\frac{150.000 \text{ u}}{200.000 \text{ u}} \quad \text{dan} \quad \frac{\text{Rp. } 3.750.000}{\text{Rp. } 5.000.000}$$

Angka 75 % sekaligus menunjukkan bila terjadi penurunan dalam penjualan sebanyak  $100\% - 75\% = 25\%$  dari volume yang dianggarkan . Dengan kata lain 25 % merupakan batas maksimal turunnya penjualan yang dapat ditolerir untuk mencegah kerugian ( Margin of Safety ) .

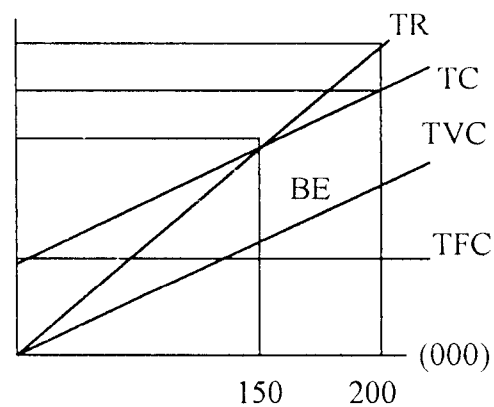
### 2.5.3 . Pendekatan Grafik

Dengan menggunakan sumbu x sebagai petunjuk volume kegiatan dan sumbu y menunjukkan nilai rupiah dari penghasilan dan biaya , maka titik BE akan diketahui dari perpotongan antara kurva penghasilan keseluruhan dengan biaya keseluruhan (  $TC - TR$  ) . Gambarnya sebagai berikut :



Gambar 2 . 14

Perpotongan TR dengan TC \* )



Gambar 2 . 15

Perpotongan TR dengan TC \* )

\* Sumber : G . Adisaputro , Anggaran Perusahaan II , Hal 98

Grafik BE dapat dibuat dengan meletakkan garis biaya total diatas biaya tetap total atau diatas garis biaya variabel total hasilnya akan sama saja , yaitu bahwa BE dicapai pada tingkat penghasilan sebesar Rp . 3 . 750 . 000 ( pada sumbu y ) atau sebesar 150 . 000 unit ( pada sumbu x ) .

Cara penggambaran disebelah kanan lebih tepat karena menunjukkan bahwa biaya variabel yang lebih relevan untuk ditutup terlebih dahulu sebelum penghasilan penjualan itu digunakan untuk menutup biaya tetap .

Hal itu benar karena biaya tetap merupakan biaya yang sudah terlanjur ( sunk cost ) , sehingga keputusan untuk meneruskan / menghentikan produksi harus didasarkan pada keadaan bahwasannya selama penghasilan dari penjualan masih menutup biaya variabel keseluruhan , maka selama itu pula lebih menguntungkan meneruskan produksi atau operasi daripada menghentikannya . Karena meneruskan produksi / operasi kerugian perusahaan akan lebih kecil bila dibandingkan dengan kerugian yang harus ditanggung akibat menghentikan produksi atau operasi .

## **2.6 . Asumsi dalam Analisis Break Even**

Menganalisis BE termasuk menghitung dan mengumpulkan angka – angka yang dihitung itu , analisis BE menetapkan syarat – syarat tertentu . Jika syarat itu tidak ada dalam kenyataan , maka harus diadakan dan dianggap ada dalam kenyataan atau harus diperlakukan seperti yang disyaratkan . Jadi jika syaratnya tidak ada , dapat dianggap ada . Inilah yang disebut asumsi .

Asumsi – asumsi yang diperlukan dalam menganalisis BE adalah :<sup>30</sup>

1. variabel atau sebagai biaya tetap . Biaya yang meragukan apakah sebagai biaya variabel atau biaya tetap harus tegas – tegas dimasukkan dalam salah satu “ variabel “ atau “ tetap “ . Semi variabel dimasukkan kedalam biaya variabel , semi tetap dimasukkan kedalam biaya tetap . Hanya ada dua kelompok biaya yaitu biaya “ variabel dan biaya “ tetap “ saja apabila kita menghitung dan membuat analisa BE .
2. Bahwa yang ditetapkan sebagai biaya tetap itu akan tetap konstan , tidak mengalami perubahan meskipun volume produksi atau volume kegiatan berubah .
3. Bahwa yang ditetapkan sebagai biaya variabel itu akan tetap sama jika dihitung biaya per unit produknya , berapapun kuantitas unit yang diproduksi . Jika kegiatan produksi berubah , biaya variabel itu berubah proporsional dalam jumlah seluruhnya , sehingga biaya per unitnya akan tetap sama .
4. Bahwa harga jual per unit akan tetap saja , berapapun unit produk yang dijual . Harga jual per unit tidak akan turun meskipun pembeli membeli banyak . Juga sebaliknya harga per unit tidak akan naik , meskipun langganan membeli sedikit . Sedikit ataupun banyak yang dibeli , harga per unit akan tidak mengalami perubahan .

---

30. Soehardi Sigit , Analisa Break Even , Pendidikan Ahli Administrasi , Fak Ekonomi UGM , Edisi Pertama ( Revisi ) , 1997 , Hal 3 – 4

5. Bahwa perusahaan yang bersangkutan menjual atau memproduksi hanya satu jenis barang . Jika ternyata memproduksi / menjual lebih dari satu jenis produk , maka produk – produk itu harus dianggap sebagai satu jenis produk dengan kombinasi mix yang selalu tetap .
6. Bahwa ada sinkronisasi didalam perusahaan yang bersangkutan antara produksi dan penjualan ; barang yang diproduksi itu terjual dalam periode yang bersangkutan , jadi tidak ada sisa produk atau persediaan akhir periode ( ataupun pada awal periode ) . Jika biasanya terdapat persediaan akhir , maka persediaan itu dianggap telah dijual . Jadi perhitungan BE tidak mengakui adanya barang persediaan .

### **2.7 . Akibat Perubahan Asumsi Terhadap tingkat BEP**

Kemungkinan yang akan terjadi adalah sebagai berikut :<sup>31</sup>

1. Naiknya harga jual produk , dengan 10 % sedang data lainnya tidak berubah .

Maka titik BE yang baru :

$$BEP ( Rp ) = \frac{TFC \times 110 \%}{1 - \frac{TVC}{TR}} =$$

2. Biaya variabel naik dengan 10 % , sedang data lainnya tidak berubah . BE yang baru menjadi :

---

31. Gunawan Adisaputra . Anggaran Perusahaan 2 , Fak Ekonomi UGM . Yogyakarta , Edisi Pertama , 1986 , Hal 100 – 103 .

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{TFC}}{1 - \frac{\text{TVC} \times 110\%}{\text{TR}}} =$$

3. Biaya tetap keseluruhan naik dengan 15 % , karena naiknya gaji atau biaya penyusutan , BE yang baru menjadi :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{TFC} \times 115\%}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}} =$$

4. Pemerintah menaikkan harga BBM dengan 50 % sehingga biaya variabel naik 10 % , biaya tetap naik 15 % , peningkatan harga jual produk dengan 20 % , penurunan jumlah yang laku terjual dengan 12 % .

Maka BE yang baru menjadi :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{TFC} \times 115\%}{1 - \frac{\text{TVC} \times 110\% \times 88\%}{\text{TR} \times 120\% \times 88\%}} =$$

5. Perusahaan selalu memperoleh laba dari sumber kegiatan yang utama , ternyata juga memperoleh pendapatan lain ( sampingan ) senilai Rp . 300 . 000 ,- per bulan .

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{TFC} - 300.000}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}} =$$

6. Adanya kerugian non operasi justru menambah beban perusahaan . Misal kerugian non operasi Rp . 100 . 000 ,- . Akibatnya terhadap volume BE :

$$\text{BE (Rp)} = \frac{\text{TFC} + 100.000}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}} =$$

7. Bilamana perusahaan menjual dua macam produk yakni A dan B yang berbeda dalam harga jual per unit maupun biaya variabel per unit . Namun kedua produk itu dihasilkan dengan mesin yang sama , sehingga pembebanan biaya tetap terhadap masing – masing jenis produk tidak mungkin dilakukan tanpa perhitungan yang masak . Datanya sebagai berikut :

	Produk A	Produk B	Total
Penjualan 10 . 000 @ 20	200 . 000	8000 @ 25 200 . 000	400 . 000
Biaya : Variabel cost	<u>125 . 000</u>	120 . 000	<u>245 . 000</u>
Contribution margin	75 . 000	75 . 000	155 . 000
Total fixed cost			<u>50 . 000</u>
Laba ditahan			105 . 000

Terhadap data penjualan diatas dilakukan dua macam perhitungan BE , yaitu :

$$\text{BE Total / Keseluruhan} = \frac{50.000}{1 - \frac{254.000}{400.000}} = \text{Rp. } 129.032,25$$

$$\text{BE produk A} = 129.032,25 / 400.000 \times 10.000 \text{ unit} = 3.233 \text{ unit}$$

$$\text{BE produk B} = 129.032,25 / 400.000 \times 8.000 \text{ unit} = 2.580 \text{ unit}$$

## 2.8 . Contribution Margin

Yang dimaksud kontribusi adalah ( P – V ) , yaitu jumlah kelebihan atau selisih harga jual per unit diatas variabel per unit atau penghasilan total melebihi biaya variabel total . Contribution Margin tersebut menunjukkan jumlah yang

tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan setelah biaya tetap tertutup maka sisanya untuk menghasilkan laba pada periode yang bersangkutan .

Jika contribution Margin tidak cukup untuk menutup biaya tetap maka terjadi rugi pada periode tersebut dan jika Contribution yang dihasilkan dari penjualan yang jumlahnya lebih besar dari biaya tetap maka perusahaan memperoleh laba bersih . Laba tersebut diperoleh jika penjualan diatas break even . Atas dasar analisis CM , maka manajemen dapat dengan mudah mengetahui besarnya laba berbagai tingkat kegiatan . CM dapat dinyatakan dalam CM ratio , dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Marginal Income Ratio ( MIR )} = \frac{\text{Marginal Income}}{\text{Hasil Penjualan}} \quad 32$$

Dimana Marginal income = Hasil Penjualan – Biaya variabel

Maka dari MIR akan memudahkan pihak manajemen untuk mengetahui perubahan atau besarnya kontribusi sebagai akibat perubahan setiap perubahan penjualan .

## **2.9 . Degree Of Operating Lverage**

Satu lagi parameter yang digunakan untuk perencanaan laba selain impas adalah Degree of Operating Lverage . Menurut Syafarudin Alwi , “ Operating lverage merupakan penggunaan aktiva atau operasi perusahaan yang disertai dengan biaya tetap atau fixed operating cost .

---

32. Mulyadi , Akutansi Biaya untuk Manajemen , BPFPE , Yogyakarta , Edisi 4 , 1989 , Hal 74 .

Konsep operating leverage menganalisis sejauh mana sales revenue dapat menutup biaya tetap dan biaya variabel . Dikatakan operating leverage akan menghasilkan leverage yang menguntungkan bila sales revenue ( penerimaan dari penjualan ) setelah dikurangi dengan variabel cost , lebih besar dari fixed cost . Dengan demikian , Operating Leverage ditentukan oleh hubungan antara Sales Revenue yang diperoleh perusahaan dengan laba sebelum bunga dan pajak .<sup>33</sup>

Menurut mulyadi , ” Degree of Operating Leverage adalah parameter yang memberikan ukuran dampak perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih pada tingkat penjualan tertentu . Dengan parameter ini , manajemen akan dengan cepat mengetahui dampak setiap usulan kegiatan yang menyebabkan perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih perusahaan .

Degree of Operating Leverage dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Degree of Operating Leverage} = \frac{\text{Laba kontribusi}}{\text{Laba bersih}} \quad 34$$

## 2.10 . Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba

Tujuan utama didirikannya sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh laba . Laba itu sendiri diperoleh setelah perusahaan membayar semua biaya – biaya dalam

33. Syafaruddin Alwi , *Alat – alat Analisis dalam Pembelian* , Andi Offset , Yogyakarta , Edisi Revisi , 1986 , Hal 267 - 268 .

34. Mulyadi , *Akutansi Manajemen , Konsep , Manfaat dan Rekayasa* . Salemba Empat , Yogyakarta , Edisi 3 , 2001 , Hal 258 .



kegiatan operasinya . Sehubungan dengan hal itu , maka peranan dari pihak manajemen sangatlah penting untuk merencanakan suatu target keuntungan / laba yang diharapkan dari perusahaan tersebut .

Seberapa besar laba yang diharapkan oleh perusahaan dapat ditentukan dengan merencanakan besarnya penjualan yang harus dicapai agar perusahaan dapat memperoleh target keuntungan tertentu .

Untuk menentukan seberapa besar tingkat penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu , dapat dipergunakan formula sebagai berikut :

$$\text{Sales ( BE + Profit )} = \frac{\text{Fixed Cost} + \text{Profit / Profit Margin}}{1 - \frac{\text{Variabel Cost}}{\text{Net Sales}}} \quad 35$$

Jika rumus BEP sebagai alat perencanaan laba dinyatakan dengan cara lain , harga jual sama dengan biaya variabel ditambah markup ( yang besarnya sama dengan biaya tetap ditambah dengan laba yang diharapkan . Laba yang diharapkan ini ditentukan dalam bentuk persentase dari investasi ( Aktiva Penuh ) .

Rumus yang digunakan adalah : <sup>36</sup>

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Variabel} + \text{Markup}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Diharapkan}}{\text{Biaya Variabel}}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya Tetap} + ( y \% \times \text{Aktiva Penuh} )}{\text{Biaya Variabel}}$$

35. Syafaruddin Alwi , *Alat – alat Analisis dalam Pembelanjaan* , Andi Offset , Yogyakarta , Edisi Revisi , 1986 , Hal 243 .

36. Mulyadi , *Akutansi Manajemen , Konsep , Manfaat dan Rekayasa* , Salemba Empat , Yogyakarta , Edisi 3 , 2001 , Hal 82 .

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **3.1 . Sejarah Berdirinya Perusahaan**

PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang sebagai main dealer sepeda motor merk Suzuki didirikan pada tanggal 21 Desember 1983 . Pada awal berdirinya , PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang usahanya berbentuk Usaha Dagang ( UD ) , terletak di Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta . Tempat ini sekarang merupakan kantor pusat dari PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang yang berfungsi sebagai kantor untuk mengurus hal – hal yang berkaitan dengan kegiatan administrasi dan pengurusan surat – surat yang berkaitan dengan jual beli sepeda motor , selain sebagai showroom .

Pada waktu pertama beroperasi , PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang menjual berbagai macam merk sepeda motor antara lain : Honda , Yamaha , dan Suzuki . Dalam 5 tahun masa operasinya , perusahaan ini menunjukkan perkembangan yang cukup pesat , namun perusahaan menyadari bahwa persaingan semakin lama semakin ketat . Untuk mempertahankan konsumen potensialnya , maka perusahaan ini kemudian memutuskan untuk menjual sepeda motor merk Suzuki . Apalagi pada masa operasinya sebelum berbentuk PT , Penjualan sepeda motor merk Suzuki meningkat pesat dibandingkan penjualan sepeda motor merk lain . Untuk memperkuat eksistensinya , Maka UD Medan Jaya Motor mengubah bentuk badan

usahanya menjadi PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang pada tahun 1988 , yang diperkuat dengan akte pendirian no . 73 , Tanggal 12 November 1988 .

Pada tahun 1989 , PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang mulai memperluas daerah pemasarannya dengan membuka showroom cabang di Jl . Gandekan Lor no . 44 , Yogyakarta . Tahun 1990 , PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang membuka showroom di Jl . Magelang Km 5 , kemudian disusul dengan showroom yang ada di Jl . Godean Km 4 , 5 ; Jl . Brigjen Katamso no . 78 ; Jl . Yogya – solo Km . 14 ; Jl . parang tritis Km 4 , 5 ; Jl . Yogya – Wonosari Km . 10 ; Jl . KH . Agus Salim 117 ; Jl . Mentrri Supeno 62 B ; Jl . Baron 42 / 1 ; Jl . Brigjen Katamso No . 1 ; Jl . Kaliurang Km 13 , 5 ; Jl . Ringroad Utara XI / 3 ; Jl . Raya Bantul No . 90 .

Melihat perkembangan penjualan sepeda motor Suzuki yang cukup mengembirakan maka PT . Indomobil Suzuki International mengangkat PT . Kharisma Mataram Jaya gemilang sebagai main dealer sepeda motor merk Suzuki yang berlaku mulai tanggal 2 Januari 1991 , sesuai dengan perjanjian pengangkatan tanggal 23 Februari 1991 no ISI / 041 / PERD / MPR / II / 91 .

Adapun daerah pemasarannya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta yang meliputi Bantul , Gunung Kidul , Kulon Progo , Sleman . Sebagai upaya memperluas pangsa pasarnya selain membuka shoowroom cabang , PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang juga membuka sub – sub dealer . Sub – sub dealer ini yang menangani orang lain , bukan dari PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang . Sedang PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang hanya menitipkan barangnya untuk dijualkan ,

dan komisi yang diberikan berdasar jumlah unit yang terjual ditambah bonus .  
Adapun yang menjadi sub dealer dari PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang adalah  
Muda Jaya Motor , Victory Motor , Galant Motor , Setia Motor dan Mulia Motor .

### **3.2 . Letak Perusahaan**

Letak Perusahaan yang berada di tengah kota sehingga mudah dijangkau oleh  
konsumen di sekitar kota Yogyakarta .

PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang yang terletak di Jl . Mataram no . 100  
, Yogyakarta dalam melayani konsumennya yang tersebar di daerah – daerah pelosok  
Yogyakarta tidak hanya membuka showroom di kantor pusatnya , namun juga  
membuka showroom cabang dan sub – sub dealer agar produk yang dijualnya  
sampai ditangan konsumen .

Adapun letak masing – masing showroom cabang dan sub – sub dealer di  
Yogyakarta adalah sebagai berikut :

- 1 . Kantor Pusat Suzuki : Jl . Mataram no . 100
- 2 . Showroom Cabang Suzuki
  - a . Medan Jaya : Jl . Gandekan Lor no . 44
  - b . Melati : Jl . Magelang Km . 5
  - c . Godean : Jl . Godean Km . 4 , 5
  - d . Yogya : Jl . Brigjen Katamso no . 78
  - e . Sampakan : Jl . Yogya – Wonosari Km 10
  - f . Kalasan : Jl . Yogya – solo Km . 14
  - g . Sinar Jaya : Jl . parang tritis Km 4,5
  - h . Wonosari : Jl . KH . Agus Salim . 117
  - i . Umbul Harjo : Jl . M . Supeno 62 . B
  - j . Baron : Jl . Baron 42 / 1 Wonosari

k . Palbapang : Jl . Brigjen katamso no . 1      m . Pugeran : Jl . Ring Road Utara XI / 3

l . Kaliurang : jl . Kaliurang Km . 13 , 5      n . Bantul : Jl .Raya Bantul no . 90

3 . Sub Dealer Suzuki

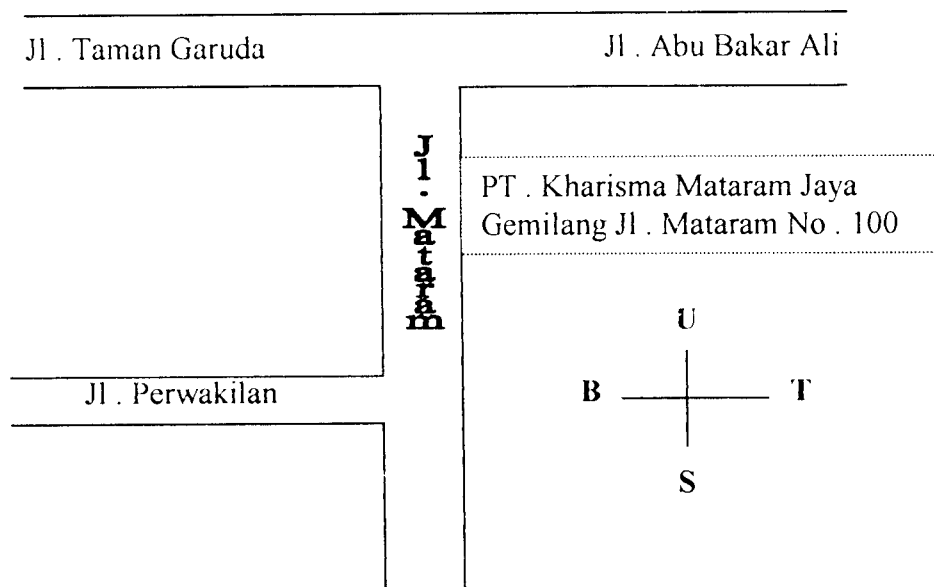
a . Galant Motor      : Jl . Bendungan Kidul , Wates

b . Victory Motor      : Jl . Brigjen Katamso

c . Muda Jaya      : Jl . Solo

d . Setia Motor      : Jl . Mayjen Sutoyo

e . Mulya Motor      : Jl . Magelang Km . 5



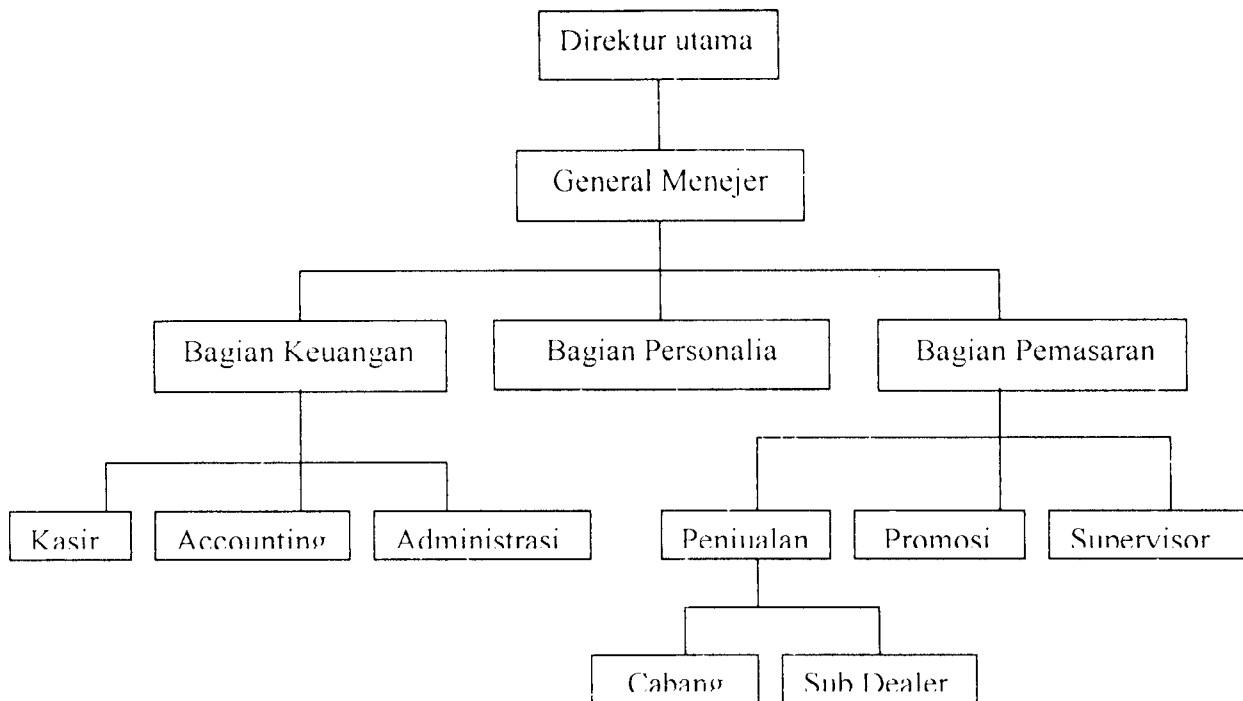
Gambar 3.1

Letak Perusahaan PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang \*)

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta

### 3.3 . Stuktur Organisasi

Adapun gambar stuktur organisasi PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 3 . 2

Stuktur organisasi oleh PT Kharisma Mataram Jaya Gemilang \* )

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta

Stuktur organisasi yang digunakan oleh PT Kharisma Mataram Jaya Gemilang adalah Stuktur Organisasi Garis , dimana selaku Direktur Utama atau atasan memberikan perintah kepada bawahannya sesuai jabatan yang

diembannya . Selanjutnya bawahan juga mempunyai hak untuk memberikan perintah kepada seseorang yang memegang jabatan dibawah jabatan atasannya dan adanya saling pengertian antara atasan dengan bawahan , demikian pula sebaliknya . Sehingga di dalam melaksanakan aktifitasnya dapat berjalan dengan baik dan tujuan perusahaan dapat tercapai .

Di dalam struktur organisasi perusahaan terdapat pembagian kerja yang jelas maupun tanggung jawab di setiap bagian atau jabatan sehingga tidak terjadi kesimpang siuran dalam melaksanakan kegiatan perusahaan .

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing – masing jabatan sebagai berikut :

1. Direktur Utama

Tugas utamanya untuk menentukan tugas kebijaksanaan perusahaan secara keseluruhan dan bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional perusahaan .

2. General manager ( Bertanggung jawab langsung kepada Dir . Utama )

Tugasnya adalah menentukan kebijaksanaan pengawasan terhadap pemasaran dan posisi keuangan perusahaan serta bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan perusahaan .

3. Bagian Keuangan

Tugasnya adalah membantu untuk merumuskan kebijaksanaan keuangan dan mengurus dana administrasi terhadap penggunaannya .

Bagian keuangan dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh :

a. Kasir

Menerima uang dari hasil penjualan sepeda motor yang sudah laku .

b. Akuntan Pembukuan

Membantu bagian keuangan menyusun laporan keuangan tahunan dan laporan khusus sesuai dengan kebutuhan .

c. Administrasi

Menyusun pembukuan inventaris perusahaan serta mengawasi pelaksanaan operasional dalam bidang administrasi .

4. Bagian Personalia

Mengawasi dan menarik tenaga serta memperhatikan kesejahteraan karyawan .

5. Bagian Pemasaran

Tugasnya membuat strategi pemasaran agar volume penjualan sepeda motor dapat meningkat .

Bagian pemasaran dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh :

a. Penjualan

Merencanakan jumlah penjualan dan bertanggung jawab atas biaya – biaya yang berhubungan .

b. Promosi

Membuat strategi pemasaran di bidang promosi melalui sarana iklan , mass media atau brosur agar konsumen berminat membeli sepeda motor .



c. Supervisor

Mengawasi naik turunnya penjualan , mengontrol stok barang dan melaporkan hal – hal yang berkaitan dengan penjualan .

### **3.4 . Personalia**

Dari sudut pandang personalia ini , yang menjadi masalahnya adalah tentang cara penarikan dan penerimaan tenaga kerja di PT Kharisma Mataram Jaya Gemilang . Masalah tenaga kerja merupakan pembagian yang terpisah dengan aktivitas perusahaan dalam meningkatkan hasil penjualannya . Untuk menangani masalah tenaga kerja , perusahaan memberikan wewenang pada bagian personalia .

Pada saat ini PT Kharisma Mataram Jaya Gemilang mempunyai karyawan sebanyak 45 orang . Dalam penarikan tenaga kerja baru seluruhnya menjadi wewenang bagian personalia tenaga kerja . Dalam penarikan karyawan baru perusahaan melakukan seleksi yang bersifat objektif , yaitu penilaian atas dasar kemampuan calon karyawan tanpa adanya unsur subjektifitas .

Dimulai dari perekrutan , pengalihan tenaga kerja dilakukan melalui iklan di surat kabar , radio , selebaran ataupun media massa yang lain . Karyawan baru yang telah direkrut kemudian akan diberikan pelatihan sesuai dengan bagian kerja mereka masing - masing . Perhatian ini dilakukan terutama agar karyawan dapat bekerja dengan lebih efektif dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen .

Untuk menjaga loyalitas , maka perusahaan memberikan kompensasi yang sesuai dengan jabatan karyawan tersebut masing – masing . Selain kompensasi berupa gaji pokok yang diberikan , juga ada bonus dan tunjangan lain yang diberikan pada karyawan .

Karyawan kantor bekerja setiap hari , kecuali hari besar dan hari minggu yang dimulai dari pukul 08 . 00 WIB sampai dengan pukul 16 . 00 WIB .

### **3.5 . Pemasaran**

PT Kharisma Mataram Jaya Gemilang dalam memasarkan sepeda motor merk Suzuki agar dapat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen , menjual berbagai tipe antara lain : SMASH FD 110 CXDF , SMASH 110XCSD , SHOGUN FD 110 XSD , SHOGUN 110 FD 110XSDF , SHOGUN 110 FD XSD – CW , SHOGUN 125 – XSD , SATRIA 120 R , SATRIA 120 RR , TS 125 ( TRILL ) , ECONOS SUPER 100 , ECONOS SUPER 100 VR , THUNDER GSX 250 , COOL , RAIDER dan FXR 150 .

Untuk melayani konsumen potensialnya yang berasal dari berbagai lapisan masyarakat , PT Kharisma Mataram Jaya Gemilang memberikan kemudahan didalam cara pembayarannya . Apabila konsumen membeli secara tunai , akan diberikan potongan sebesar Rp . 125 . 000 – Rp . 150 . 000 . Jika pembelian dilakukan secara kredit , ada dua pola kredit yang ditawarkan , yaitu :

a . Kredit umum

Adalah jenis kredit yang diberlakukan bagi segala lapisan masyarakat .

b . Kredit instansi

Adalah kredit yang diberikan untuk instansi pemerintah .

Untuk kredit instansi dan umum , beban bunga yang ditanggung oleh konsumen adalah sebesar 2 % per bulan . Jangka waktu pinjaman untuk kredit maksimal 3 tahun , sedangkan kredit instansi angsuran maksimal 4 tahun .

Penjualan sepeda motor Suzuki di Yogyakarta pada tahun 1992 semakin meningkat . Dari penjualan tersebut terlihat bahwa penjualan tipe bebek lebih banyak dibanding sepeda motor sport . Hal ini disebabkan karena pemakainnya lebih luas , baik wanita maupun pria , dan harganya lebih murah , model fashionable dan kapasitas mesinnya lebih awet .

Penjualan di pusat lebih banyak karena lokasi penjualan pusat terletak di tengah kota , sehingga mudah terjangkau konsumen di sekitar kota Yogyakarta . Mengenai harga jual di pusat maupun di cabang sama harganya , sedangkan di sub dealer harga jualnya selisih antara Rp 50. 000 – Rp 100. 000 , demikian pula dengan potongan harga yang diberikan untuk konsumen yang membeli secara tunai , dimana selisih uang sebesar itu digunakan sebagai bonus penjualan setiap unitnya .

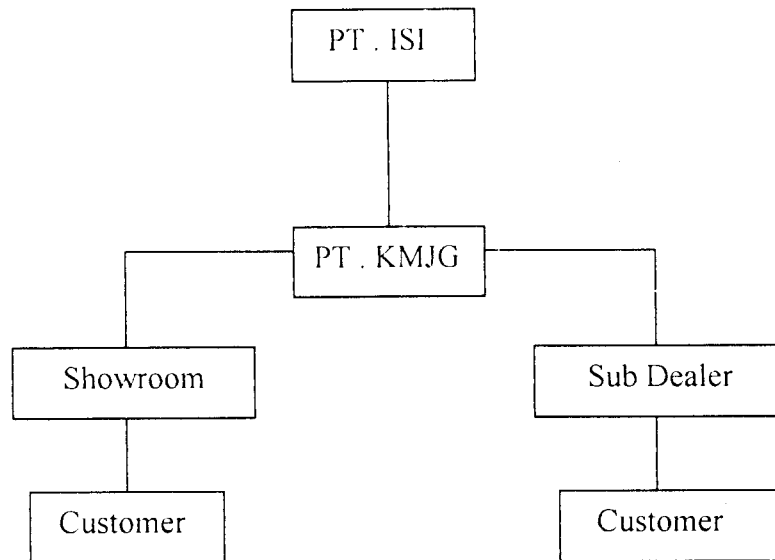
Kegiatan promosi yang dilakukan PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang berkaitan dengan penjualan sepeda motor adalah iklan radio , iklan koran yang dilakukan secara berkala , road race dan touring yang diadakan satu tahun sekali bertepatan dengan hari jadi PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang . Serta adanya

tambahan bonus pembelian menjelang hari raya seperti parcel lebaran dan hadiah pilihan berupa radio , televisi , sepeda dan selain itu ada tambahan bonus pokok berupa jaket , helm , payung , serta kaos .

### **3.6 . Saluran Distribusi Pemasaran**

PT . ISI (Indomobil Suzuki Internasional ) sebagai distributor tunggal sepeda motor merk Suzuki di Indonesia mengangkat PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang sebagai main dealer ( penyalur sepeda motor ) . Dimana tanggung jawab PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang sebagai main dealer adalah melaporkan stock barang yang telah terjual , menampung keluhan masyarakat selaku konsumen sepeda motor merk Suzuki , sehingga nantinya PT . ISI selaku distributor yang memproduksi sepeda motor dapat mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen dan memuaskan konsumen dengan meluncurkan produk baru yang sesuai dengan selera konsumen berdasarkan laporan dari main dealer tersebut .

PT . ISI dapat membuat kebijaksanaan baru berkenaan dengan pembuatan sepeda motor dimasa yang akan datang serta menetapkan strategi pemasaran dibidang promosi , agar nantinya volume penjualan sepeda motor Suzuki dapat meningkat , serta diharapkan masyarakat menyukai produk – produk yang dihasilkan PT . ISI . Dalam menyalurkan Sepeda motor merk Suzuki PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang membuka showroom cabang dan sub dealer .



Gambar 3 . 3

Saluran Distribusi Pemasaran

PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang

Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang

### 3.7 . Pengawasan Yang Dilakukan Perusahaan

Pengawasan merupakan fungsi terakhir yang harus dilaksanakan dalam manajemen . Pada PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang , pengawasan yang dilakukan secara selektif baik itu di bidang personalia , keuangan dan pemasaran . Tujuan pengawasan tersebut untuk mengetahui seberapa jauh hasil yang telah dicapai dan apakah sesuai dengan apa yang telah direncanakan .

Pengawasan itu penting artinya bagi seorang manajer untuk memperkirakan gejala penyimpangan yang bisa terjadi sehingga bisa dilakukan tindakan pencegahan .

Adapun macam – macam pengawasan yang dilakukan pada PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang adalah :

1. Pengawasan internal : Pengawasan yang dilakukan oleh atasan dari petugas yang bersangkutan .
2. Pengawasan eksternal : Pengawasan yang dilakukan agar anggaran yang telah ditentukan sesuai dengan yang ditetapkan perusahaan dan berusaha mengurangi pengeluaran yang sekiranya dianggap sebagai pemborosan .
3. Pengawasan manusia : Pengawasan dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan sudah sesuai atau belum dengan rencana tata kerja .
4. Pengawasan pemasaran : Pengawasan yang dilakukan agar sepeda motor yang mau dijual jangan sampai rusak dan jangan mengecewakan konsumen juga penetapan harga yang tepat .

### **3.8 . PT . KMJG Sebagai Main Dealer Sepeda Motor Merk Suzuki**

Alasan penulis untuk memilih sepeda motor merk Suzuki sebagai objek yang penulis teliti adalah karena sepanjang pengetahuan penulis , Suzuki merupakan sepeda motor yang terus berkembang dan inovatif – kreatif , sesuai dengan motonya yaitu : ” Inovasi tiada henti “ . Suzuki yang dulu hanya dikenal memproduksi sepeda

motor dengan mesin 2 tak , tapi saat ini juga sudah memproduksi sepeda motor dengan mesin 4 tak dan mampu bersaing dengan sepeda motor merk lain .

Suzuki juga dikenal berani memproduksi sepeda motor dengan warna yang mencolok untuk pertama kali walaupun pada saat itu tidak mendapat sambutan yang hangat dari konsumen . Penjualan sepeda motor Suzuki sampai saat ini juga meningkat terus walaupun sempat digoncang oleh krisis ekonomi yang terjadi .

PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang , sebagai main dealer cukup berani dalam mengambil keputusan manajemennya , dengan membuka showroom – showroom cabang yang keseluruhannya terdapat di satu daerah yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta , mengingat banyaknya pesaing – pesaing yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta . Krisis ekonomi yang terjadi membuat pangsa pasar produk sepeda motor semakin sempit , dan ini akan merupakan tantangan bagi pihak manajemen PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan . Dari pertimbangan tersebut diatas , maka penulis tertarik untuk meneliti apakah PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang sebagai main dealer motor merk Suzuki dari PT . ISI , selama krisis ekonomi yang berkepanjangan ini dapat mempertahankan Break Even Point – nya sebagai tolok ukur layak tidaknya perusahaan tersebut beroperasi . Dalam hal ini penelitian dilakukan pada cabang pusat ( utama ) dari PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang yang berlokasi di jalan Mataram no . 100 .

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Dalam menganalisis akan didapatkan data - data yang kemudian akan diolah oleh peneliti . Setelah pengumpulan dan pengolahan data , tahap berikutnya adalah menganalisis hasil perhitungan data tersebut menjadi suatu kesimpulan yang berguna untuk mengambil keputusan dari penelitian di perusahaan PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di Showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta .

Sebelum melakukan analisis data , terlebih dahulu dikumpulkan data yang diperlukan . Data diperoleh dengan mengajukan permohonan data pada PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di Showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta .

Karena penelitian bertujuan untuk mengetahui break even point sebagai alat perencanaan laba perusahaan , maka data – data yang diperlukan adalah data – data biaya perusahaan serta pendapatan perusahaan . Data biaya terlebih dahulu dipisahkan antara biaya variabel dan biaya tetap serta biaya semi variabel . Kemudian biaya semi variabel harus dipisah terlebih dahulu kedalam biaya variabel dan biaya tetap dengan menggunakan metode kuadrat terkecil .

Setelah biaya variabel dan biaya tetap dikelompokkan masing – masing maka kemudian dapat mengolahnya untuk menentukan break even point sebagai alat perencanaan laba perusahaan .



**4.1 . Seluruh Biaya pada PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di Showroom  
Cabang Jl . Mataram No . 100 , Yogyakarta**

Biaya yang digunakan adalah : Biaya listrik , biaya telepon , biaya tagihan , biaya perawatan 6 kendaraan operasional , biaya lain – lain , komisi penjualan , biaya pembelian sepeda motor dari PT . Indomobil Suzuki International ( PT . ISI ) , biaya gaji karyawan , penyusutan kendaraan operasional , penyusutan gedung , biaya promosi dan pajak .

**4.2 . Pemisahan Biaya Semi Variabel kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel**

**4.2.1 . Biaya Listrik**

**TABEL I**

**BIAYA LISTRIK 2001 \*)**

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'01	584	400,771	234,050,264	341,056
Feb	542	410,282	222,372,844	293,764
Mar	560	417,553	233,829,680	313,600
Apr	635	447,847	284,382,845	403,225
Mei	650	466,630	303,309,500	422,500
Jun	576	435,941	251,102,016	331,776
Jul	643	463,727	298,176,461	413,449
Agt	654	484,588	316,920,552	427,716
Sep	702	505,272	354,700,944	492,804
Okt	576	450,976	259,762,176	335,241
Nov	648	495,806	321,282,288	419,904
Des	582	466,510	271,508,820	338,724
Jumlah	7,352	5,445,903	3,351,398,390	4,533,759

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{7,352}{12} = 612.67$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{5,445,903}{12} = 453,825.25$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{3,351,398,390}{4,533,759} = 739.21$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 453,825.25 - 739.21 (612.67) \\ = 933.46$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 933.46 + 739.21 (7,352) = 933.46 + 5,434,671.92 = 5,435,605.38$$

### BIAYA LISTRIK 2002 \*)

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'02	698	518,000	361,564,000	487,204
Feb	545	458,665	249,972,425	297,025
Mar	596	485,129	289,136,884	355,216
Apr	640	505,373	323,438,720	409,600
Mei	653	528,107	344,853,871	426,409
Jun	696	548,540	381,783,840	484,416
Jul	657	530,008	348,215,256	431,649
Agt	720	577,700	415,944,000	518,400
Sep	575	506,604	291,297,300	330,625
Okt	573	505,623	289,721,979	328,329
Nov	592	532,230	315,080,160	350,464
Des	649	561,102	364,155,198	421,201
Jumlah	7,594	6,257,081	3,975,163,633	4,840,538

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{7,594}{12} = 632.83$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{6,257,081}{12} = 521,423.42$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{3,975,163,633}{4,840,538} = 821.22$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 521,423.42 - 821.22 (632.83) = 1,730.77$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 1,730.77 + 821.22 (632.83) = 1,730.77 + 6,236,344.68 = 6,238,075.45$$

### BIAYA LISTRIK 2003 \*)

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'03	582	527,167	306,811,194	338,724
Feb	653	578,521	377,774,213	426,409
Mar	664	584,224	387,924,736	440,896
Apr	732	619,475	453,455,700	535,824
Mei	651	599,862	390,510,162	423,801
Jun	587	565,302	331,832,274	344,569
Jul	654	598,482	391,407,228	427,716
Agt	592	584,947	346,288,624	350,464
Sep	690	639,984	441,588,960	476,100
Okt	754	675,926	509,648,204	568,516
Nov	632	625,966	395,610,512	399,424
Des	596	605,165	360,678,340	355,216
Jumlah	7,787	7,205,021	4,693,530,147	5,087,659

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{7,787}{12} = 648.92$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{7,205,021}{12} = 600,418.42$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{4,693,530,147}{5,087,659} = 922.53$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 600,418.42 - 922.53 (648.92) = 1,770.25$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 1,770.25 + 922.53 (648.92) = 1,770.25 + 7,183,741.11 = 7,185,511.36$$

#### 4.2.2 . Biaya Telepon

**TABEL II**  
**BIAYA TELEPON 2001 \*)**

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'01	5670	2,211,306	12,538,105,020	32,148,900
Feb	5224	2,037,356	10,643,147,744	27,290,176
Mar	5468	2,132,365	11,659,771,820	29,899,024
Apr	5831	2,274,159	13,260,621,129	34,000,561
Mei	7002	2,702,744	18,924,613,488	49,028,004
Jun	5458	2,128,788	11,618,924,904	29,789,764
Jul	4254	1,659,001	7,057,390,254	18,096,516
Agt	4114	1,604,355	6,600,316,470	16,924,996
Sep	4579	1,785,867	8,177,484,993	20,967,241
Okt	4812	1,876,848	9,031,392,576	23,155,344
Nov	5426	2,116,334	11,483,228,284	29,463,184
Des	6227	2,428,665	15,123,296,955	38,775,529
Jumlah	64,065	24,957,788	136,118,293,637	349,539,239

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{64,065}{12} = 5,338.75$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{24,957,788}{12} = 2,079,815.67$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{136,118,293,637}{349,539,239} = 389.42$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 2,079,815.67 - 389.42 (5,338.75) = 799.64$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 799.64 + 389.42 ( 64,065 ) = 799.64 + 24,948,192.30 = 24,948,991.94$$

### BIAYA TELEPON 2002 \*)

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'02	4714	1,838,304	8,665,765,056	22,221,796
Feb	7089	2,764,794	19,599,624,666	50,253,921
Mar	5706	2,225,531	12,698,879,886	32,558,436
Apr	7776	3,032,475	23,580,525,600	60,466,176
Mei	6366	2,482,748	15,805,173,768	40,525,956
Jun	6793	2,649,295	17,996,660,935	46,144,849
Jul	6285	2,451,151	15,405,484,035	39,501,225
Agt	6008	2,343,277	14,078,408,216	36,096,064
Sep	7822	3,050,532	23,861,261,304	61,183,684
Okt	6017	2,346,565	14,119,281,605	36,204,289
Nov	5380	2,098,258	11,288,628,040	28,944,400
Des	6250	2,437,540	15,234,525,000	39,062,500
Jumlah	76,206	29,720,470	192,334,318,111	493,163,296

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{76,206}{12} = 6,350.50$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{29,720,470}{12} = 2,476,705.83$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{192,334,318,111}{493,163,296} = 390$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 2,476,705.83 - 390 ( 6,350.50 ) = 10.83$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 10.83 + 390 ( 76,206 ) = 10.83 + 29,720,340.00 = 29,720,350.83$$

### BIAYA TELEPON 2003 \*)

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'03	5415	2,111,885	11,435,857,275	29,322,225
Feb	8356	3,259,006	27,232,254,136	69,822,736
Mar	5602	2,184,614	12,238,207,628	31,382,404
Apr	9895	3,859,213	38,186,912,635	97,911,025
Mei	10253	3,998,560	40,997,235,680	105,124,009
Jun	7117	2,775,724	19,754,827,708	50,651,689
Jul	10216	3,984,226	40,702,852,816	104,366,656
Agt	8212	3,202,666	26,300,293,192	67,436,944
Sep	8898	3,470,394	30,879,565,812	79,174,404
Okt	7898	3,080,166	24,327,151,068	62,378,404
Nov	6904	2,692,719	18,590,531,976	47,665,216
Des	8187	3,192,782	26,139,306,234	67,026,969
Jumlah	96,953	37,811,955	316,784,996,160	812,262,681

\* Sumber : PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl. Mataram no. 100, Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{96,953}{12} = 8,079.42$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{37,811,955}{12} = 3,150,996.25$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{316,784,996,160}{812,262,681} = 390$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 3,150,996.25 - 390 (8,079.42) = 22.45$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 22.45 + 390 (96,953) = 22.45 + 37,811,670.00 = 37,811,692.45$$

#### 4.2.3 . Biaya Tagihan

**TABEL III**  
**BIAYA TAGIHAN 2001 \*)**

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'01	63	35,600	2,242,800	3,969
Feb	52	32,400	1,684,800	2,704
Mar	20	10,500	210,000	400
Apr	13	15,500	201,500	169
Mei	18	20,300	365,400	342
Jun	82	65,700	5,387,400	6,724
Jul	98	72,450	7,100,100	9,604
Agt	91	12,100	1,101,100	8,281
Sep	83	20,500	1,701,500	6,889
Okt	15	15,000	225,000	225
Nov	27	54,650	1,475,550	729
Des	36	25,000	900,000	1,296
Jumlah	598	379,700	22,595,150	41,314

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{598}{12} = 49.83$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{379,700}{12} = 31,641.67$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{22,595,150}{41,314} = 546.91$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 31,641.67 - 546.91 ( 49.83 ) = 4,389.15$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 4,389.15 + 546.91 ( 598 ) = 4,389.15 + 327,052.18 = 331,441.33$$

### BIAYA TAGIHAN 2002 \*)

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'02	69	51,500	3,553,500	4,761
Feb	65	52,700	3,425,500	4,225
Mar	64	34,000	2,176,000	4,096
Apr	58	36,850	2,137,300	3,364
Mei	123	68,700	8,450,100	15,129
Jun	120	66,500	7,980,000	14,400
Jul	48	42,600	2,044,800	2,304
Agt	20	15,000	300,000	400
Sep	21	24,500	514,500	441
Okt	11	12,500	137,500	121
Nov	16	15,000	240,000	256
Des	49	22,400	1,097,600	2,401
Jumlah	664	442,250	32,056,800	51,898

\* Sumber : PT Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{664}{12} = 55.33$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{442,250}{12} = 36,854.17$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{32,056,800}{51,898} = 617.69$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 36,854.17 - 617.69 ( 55.33 ) = 2,677.38$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 2,677.38 + 617.69 ( 664 ) = 2,677.38 + 409,814.16 = 412,491.54$$



### BIAYA TAGIHAN 2003 \*)

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'03	45	22,500	1,012,500	2,025
Feb	33	35,750	1,179,750	1,089
Mar	14	32,500	455,000	196
Apr	53	35,750	1,894,750	2,809
Mei	76	50,500	3,838,000	5,776
Jun	102	55,100	5,620,200	10,404
Jul	81	45,000	3,645,000	6,561
Agt	110	75,700	8,327,000	12,100
Sep	54	35,400	1,911,600	2,916
Okt	12	35,500	426,000	144
Nov	32	30,300	969,600	1,024
Des	24	25,000	600,000	576
Jumlah	636	479,000	29,879,400	45,620

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{636}{12} = 53$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{479,000}{12} = 39,916.67$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{29,879,400}{45,620} = 654.96$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 39,916.67 - 654.96 ( 53 ) = 5,203.79$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 5,203.79 + 654.96 ( 636 ) = 5,203.79 + 416,554.56 = 421,758.35$$

#### 4.2.4 . Biaya Lain - lain

**TABEL IV**  
**BIAYA LAIN – LAIN 2001 \*)**

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'01	63	350,000	22,050,000	3,969
Feb	52	450,350	23,418,200	2,704
Mar	20	156,200	3,124,000	400
Apr	13	360,500	4,686,500	169
Mei	18	266,550	4,797,900	342
Jun	82	560,800	45,985,600	6,724
Jul	98	650,800	63,778,400	9,604
Agt	91	380,200	34,598,200	8,281
Sep	83	134,400	11,155,200	6,889
Okt	15	210,500	3,157,500	225
Nov	27	164,350	4,437,450	729
Des	36	202,000	7,272,000	1,296
Jumlah	598	3,886,650	228,460,950	41,314

\* Sumber : PT Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{598}{12} = 49.83$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{3,886,650}{12} = 323,887.50$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{228,460,950}{41,314} = 5,529.87$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 323,887.50 - 5,529.87 ( 49.83 ) = 296,334.08$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 296,334.08 + 5,529.87 ( 598 ) = 296,334.08 + 3,306,862.26 = 3,603,196.34$$

### BIAYA LAIN – LAIN 2002 \*)

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'02	45	305,500	13,747,500	2,025
Feb	33	480,200	15,846,600	1,089
Mar	14	267,000	3,738,000	196
Apr	53	365,500	19,371,500	2,809
Mei	76	532,600	40,477,600	5,776
Jun	102	525,300	53,580,600	10,404
Jul	81	460,550	37,304,550	6,561
Agt	110	610,500	67,155,000	12,100
Sep	54	336,700	18,181,800	2,916
Okt	12	425,400	5,104,800	144
Nov	32	312,200	9,990,400	1,024
Des	24	254,000	6,096,000	576
Jumlah	636	4,875,450	290,594,350	45,620

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{636}{12} = 53$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{4,875,450}{12} = 406,287.50$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{290,594,350}{45,620} = 6,369.89$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 406,287.50 - 6,369.89 ( 53 ) = 68,683.33$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 68,683.33 + 6,369.89 ( 636 ) = 68,683.33 + 4,051,250.04 = 4,119,933.37$$

### BIAYA LAIN – LAIN 2003 \*)

Bulan	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
Jan'03	69	525,500	36,259,500	4,761
Feb	65	415,000	26,975,000	4,225
Mar	64	422,300	27,027,200	4,096
Apr	58	545,000	31,610,000	3,364
Mei	123	656,000	80,688,000	15,129
Jun	120	548,550	65,826,000	14,400
Jul	48	466,900	22,411,200	2,304
Agt	20	229,000	4,580,000	400
Sep	21	336,000	7,056,000	441
Okt	11	395,750	4,353,250	121
Nov	16	249,000	3,984,000	256
Des	49	397,750	19,489,750	2,401
Jumlah	664	5,186,750	330,259,900	51,898

\* Sumber : PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl. Mataram no. 100, Yogyakarta

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{664}{12} = 55.33$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{5,186,750}{12} = 432,229.17$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{330,259,900}{51,898} = 6,363.63$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 432,229.17 - 6,363.63 ( 55.33 ) = 80,129.52$$

$$Y = a + b X$$

$$Y = 80,129.52 + 6,363.63 ( 664 ) = 80,129.52 + 4,225,450.32 = 4,305,579.84$$

### 4.3 . Biaya Variabel

#### 4.3.1 . Biaya Kantor

**TABEL 1**

**BIAYA KANTOR 2001 \*)**  
Biaya variabel = Alat perlengkapan kantor

Bulan	X	Y
Jan'01	63	665,000
Feb	52	550,500
Mar	20	456,350
Apr	13	225,400
Mei	18	325,650
Jun	82	521,600
Jul	98	1,325,000
Agt	91	1,125,000
Sep	83	852,450
Okt	15	320,500
Nov	27	357,530
Des	36	545,000
Jumlah	598	7,269,980

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

**BIAYA KANTOR 2002 \*)**

Bulan	X	Y
Jan'02	45	583,746
Feb	33	530,675
Mar	14	312,350
Apr	53	720,500
Mei	76	1,256,825
Jun	102	1,647,760
Jul	81	1,356,400
Agt	110	1,650,525
Sep	54	892,500
Okt	12	290,600
Nov	32	422,266
Des	24	354,450
Jumlah	636	10,018,597

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

### BIAYA KANTOR 2003 \*)

Bulan	X	Y
Jan'03	69	1,913,175
Feb	65	1,166,600
Mar	64	1,100,550
Apr	58	920,600
Mei	123	2,569,575
Jun	120	2,474,940
Jul	48	767,575
Agt	20	544,600
Sep	21	625,750
Okt	11	267,950
Nov	16	376,100
Des	49	830,825
Jumlah	664	13,558,240

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

### 4.3.2 . Biaya Perawatan 6 Kendaraan Operasi

TABEL II

### BIAYA PERAWATAN 6 KENDARAAN OPERASI 2001\*)

BIAYA VARIABEL = Ganti spare path , service . stel klem dan ganti oli

Bulan	X	Y
Jan'01	2	74,500
Feb	3	82,250
Mar	2	42,000
Apr	3	65,500
Mei	4	124,350
Jun	6	354,700
Jul	3	95,400
Agt	4	124,000
Sep	1	34,600
Okt	2	53,400
Nov	3	62,750
Des	5	145,640
Jumlah	38	1,259,090

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

### BIAYA PERAWATAN 6 KENDARAAN OPERASI 2002 \*)

Bulan	X	Y
Jan'02	2	95,600
Feb	2	60,450
Mar	1	35,400
Apr	6	360,880
Mei	3	100,200
Jun	2	76,540
Jul	4	154,760
Agt	2	80,871
Sep	6	451,400
Okt	1	40,680
Nov	1	40,750
Des	1	64,900
Jumlah	31	1,562,431

\* Sumber : PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl. Mataram no. 100, Yogyakarta

### BIAYA PERAWATAN 6 KENDARAAN OPERASI 2003 \*)

Bulan	X	Y
Jan'03	2	78,611
Feb	4	130,920
Mar	1	43,150
Apr	5	582,500
Mei	4	171,097
Jun	6	574,350
Jul	3	120,835
Agt	1	63,230
Sep	1	65,230
Okt	1	34,000
Nov	2	55,955
Des	4	161,439
Jumlah	664	2,081,317

\* Sumber : PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl. Mataram no. 100, Yogyakarta

### 4.3.3 . Biaya Komisi Penjualan

**TABEL III**

**BIAYA KOMISI PENJUALAN 2001 \*)**  
BIAYA VARIABEL = Komisi perantara penjualan

Bulan	X	Y
Jan'01	7	700,000
Feb	2	200,000
Mar	1	100,000
Apr	1	100,000
Mei	1	100,000
Jun	5	500,000
Jul	7	700,000
Agt	4	400,000
Sep	1	100,000
Okt	1	100,000
Nov	1	100,000
Des	4	400,000
Jumlah	598	3,500,000

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

**BIAYA KOMISI PENJUALAN 2002 \*)**

Bulan	X	Y
Jan'02	15	1,500,000
Feb	1	100,000
Mar	6	600,000
Apr	9	900,000
Mei	3	300,000
Jun	10	1,000,000
Jul	5	500,000
Agt	20	2,000,000
Sep	1	100,000
Okt	1	100,000
Nov	4	400,000
Des	1	100,000
Jumlah	76	7,600,000

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta



### BIAYA KOMISI PENJUALAN 2003 \*)

Bulan	X	Y
Jan'03	3	300,000
Feb	7	700,000
Mar	5	500,000
Apr	1	100,000
Mei	32	3,200,000
Jun	24	2,400,000
Jul	8	800,000
Agt	2	200,000
Sep	1	100,000
Okt	1	100,000
Nov	1	100,000
Des	2	200,000
Jumlah	87	8,700,000

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

#### 4.3.4 . Biaya Promosi

TABEL IV

### BIAYA PROMOSI 2001 \*)

BIAYA VARIABEL = Hadiah tahun baru , brosur , selebaran , spanduk

Bulan	X	Y
Jan'01	63	365,000
Feb	52	175,000
Mar	20	345,000
Apr	13	150,000
Mei	18	189,500
Jun	82	325,000
Jul	98	412,000
Agt	91	265,000
Sep	83	195,000
Okt	15	215,000
Nov	27	150,000
Des	36	7,640,000
Jumlah	598	10,426,500

\* Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl . Mataram no . 100 , Yogyakarta

### BIAYA PROMOSI 2002 \*)

Bulan	X	Y
Jan'02	45	265,000
Feb	33	225,000
Mar	14	221,000
Apr	53	234,000
Mei	76	345,600
Jun	102	412,000
Jul	81	370,000
Agt	110	412,500
Sep	54	235,000
Okt	12	215,000
Nov	32	225,000
Des	24	4,500,000
Jumlah	636	7,660,100

\* Sumber : PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl. Mataram no. 100, Yogyakarta

### BIAYA PROMOSI 2003 \*)

Bulan	X	Y
Jan'03	69	386,100
Feb	65	386,100
Mar	64	375,000
Apr	58	358,400
Mei	123	520,000
Jun	120	420,000
Jul	48	320,000
Agt	20	250,000
Sep	21	260,000
Okt	11	221,000
Nov	16	235,000
Des	49	8,650,000
Jumlah	664	12,381,600

\* Sumber : PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang di showroom cabang Jl. Mataram no. 100, Yogyakarta

**4.4 . Total Biaya Variabel dan Total Biaya Tetap Setelah Ditambah Pemisahan dari Biaya Semi Variabel**

**TABEL I**

Jenis Biaya Th 2001	Total Bi.Tetap	Total Bi.Variabel	Total Biaya
Biaya Listrik	933.46	5,434,671.92	5,435,605.38
Biaya Telepon	799.64	24,948,192.30	24,948,991.94
Biaya Kantor		7,269,980	7,269,980
Biaya Tagihan	4,389.15	327,052.18	331,441.33
Bi.Perawatan Motor		1,259,090	1,259,090
Biaya Lain-Lain	296,334.08	3,306,862.26	3,603,196.34
Bi.Komisi Penjualan		3,500,000	3,500,000
Biaya Pembelian		4,873,750,000	4,873,750,000
Biaya Gaji	225,600,000		225,600,000
Bi.Penyusutan Ken.Opr	3,600,000		3,600,000
Bi.Penyusutan Gedung	6,944,000		6,944,000
Biaya Promosi		10,426,500	10,426,500
Biaya Pajak	8,029,900		8,029,900
Biaya Balik Nama		897,000,000	897,000,000
Jumlah	244,476,356.33	5,827,222,348.66	6,071,698,704.99

Jenis Biaya Th 2002	Total Bi.Tetap	Total Bi.Variabel	Total Biaya
Biaya listrik	1,730.77	6,236,344.68	6,238,075.45
Biaya Telepon	10.83	29,720,340.00	29,720,350.83
Biaya kantor		10,018,597	10,018,597
Biaya Tagihan	2,677.38	409,814.16	412,491.54
Bi. Perawatan Motor		1,562,431	1,562,431
Biaya Lain - lain	68,683.33	4,051,250.04	4,119,933.37
Bi. Komisi Penjualan		7,600,000	7,600,000
Biaya Pembelian		4,682,600,000	4,682,600,000
Biaya gaji	225,600,000		225,600,000
Bi. Peny.Kend.Operasi	3,600,000		3,600,000
Bi. Peny.Gedung	6,944,000		6,944,000
Bi. Promosi		7,660,100	7,660,100
Biaya Pajak	8,044,400		8,044,400
Bi. Balik Nama		954,000,000	954,000,000
Jumlah	244,261,502.31	5,703,858,876.88	5,948,120,379.19

Jenis Biaya Th 2003	Total Bi.Tetap	Total Bi.Variabel	Total Biaya
Biaya listrik	1,770.25	7,183,741.11	7,185,511.36
Biaya Telepon	22.45	37,811,670.00	37,811,692.45
Biaya kantor		13,558,240	13,558,240
Biaya Tagihan	5,203.79	416,554.56	421,758.35
Bi. Perawatan Motor		2,081,317	2,081,317
Biaya Lain - lain	80,129.52	4,225,450.32	4,305,579.84
Bi. Komisi Penjualan		8,700,000	8,700,000
Bi. ya Pembelian		5,368,055,000	5,368,055,000
Biaya gaji	240,000,000		240,000,000
Bi. Peny Kend. Operasi	3,600,000		3,600,000
Bi. Peny Gedung	6,944,000		6,944,000
Bi. Promosi		12,381,600	12,381,600
Biaya Pajak	5,416,700		5,416,700
Bi. Balik Nama		897,000,000	897,000,000
Jumlah	256,047,826.01	6,351,413,572.99	6,607,461,399.00

#### 4.5 . Contribution Margin

Contribution Margin adalah kemampuan untuk menutup biaya tetap .

$$* CM 2001 = TR - TVC$$

$$= 7,092,850,000 - 5,827,222,349$$

$$= 1,265,627,651$$

$$\text{Laba Bersih} = CM - TFC$$

$$= 1,265,627,651 - 244,476,356$$

$$= 1,021,151,295$$

$$\text{Marginal Income} = 7,092,850,000 - 5,827,222,349$$

$$= 1,265,627,651$$

$$\text{Marginal Income Ratio} = \frac{\text{Marginal Income}}{\text{Total Revenue}}$$

$$= \frac{1,265,627,651}{7,092,850,000}$$

$$= 0.178437109342507$$

Keterangan :

Perusahaan memiliki MIR = 0.178437109342507 berarti setiap perubahan satu rupiah penjualan akan mengakibatkan perubahan sebesar 0.178437109342507 kali Rp . 7,092,850,000 = Rp . 1,265,627,651 .

$$* CM 2002 = TR - TVC$$

$$= 7,017,800,000 - 5,703,858,877$$

$$= 1,313,941,123$$

$$\text{Laba bersih} = CM - TFC$$

$$= 1,313,941,123 - 244,261,502$$

$$= 1,069,679,621$$

$$\text{Marginal Income} = 7,017,800,000 - 5,703,858,877$$

$$= 1,313,941,123$$

$$\text{Marginal Income Ratio} = \frac{\text{Marginal Income}}{\text{Total Revenue}}$$

$$= \frac{1,313,941,123}{7,017,800,000}$$

$$= 0.187229776140671$$

Keterangan :

Perusahaan memiliki  $MIR = 0.187229776140671$  berarti setiap perubahan satu rupiah penjualan akan mengakibatkan perubahan sebesar  $0.187229776140671$  kali Rp . 7,017,800,000 = Rp . 1,313,941,123 .

$$*CM\ 2003 = TR - TVC$$

$$= 8,024,056,000 - 6,351,413,573$$

$$= 1,672,642,427$$

$$\text{Laba bersih} = CM - TFC$$

$$= 1,672,642,427 - 256,047,826$$

$$= 1,416,594,601$$

$$\text{Marginal Income} = 8,024,056,000 - 6,351,413,573 = 1,672,642,427$$

$$\begin{aligned} \text{Marginal Income Ratio} &= \frac{\text{Marginal Income}}{\text{Total Revenue}} \\ &= \frac{1,672,642,427}{8,024,056,000} \\ &= 0.208453483749366 \end{aligned}$$

Keterangan :

Perusahaan memiliki  $MIR = 0.208453483749366$  berarti setiap perubahan satu rupiah penjualan akan mengakibatkan perubahan sebesar  $0.208453483749366$  kali Rp . 8,024,056,000 = Rp . 1,672,642,427 .

Jika MIR semakin besar maka akan semakin baik karena kemampuan pendapatan perusahaan dari penjualan untuk menutup biaya tetapnya akan semakin besar, hal ini juga mengakibatkan kemampuan memperoleh laba semakin besar.

#### 4.6 . Degree of Operating Leverage

Dengan parameter ini, pihak manajemen akan dengan cepat mengetahui dampak setiap usulan kegiatan yang menyebabkan perubahan pendapatan penjualan terhadap laba bersih perusahaan.

$$* CM 2001 = TR - TVC$$

$$= 7,092,850,000 - 5,827,222,349$$

$$= 1,265,627,651$$

$$\text{Laba Bersih} = CM - TFC$$

$$= 1,265,627,651 - 244,476,356$$

$$= 1,021,151,295$$

$$1,265,627,651$$

$$\text{DOL 2001} = \frac{1,265,627,651}{1,021,151,295}$$

$$= 1.23941247217436 \text{ kali}$$

Keterangan :

Pada tingkat pendapatan Penjualan Rp . 7,092,850,000 perusahaan memiliki DOL sebesar 1.23941247217436, berarti setiap perubahan volume penjualan sebesar 1 % maka dapat diperkirakan perubahan laba bersih perusahaan sebesar

$1.23941247217436 \times 1 \% = 1.23941247217436 \%$  atau sekitar  
Rp .  $1.23941247217436 \% \times 1,021,151,295 =$  Rp . 12,656,277.

$$\begin{aligned} * \text{CM } 2002 &= \text{TR} - \text{TVC} \\ &= 7,017,800,000 - 5,703,858,877 \\ &= 1,313,941,123 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba bersih} &= \text{CM} - \text{TFC} \\ &= 1,313,941,123 - 244,261,502 \\ &= 1,069,679,621 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{DOL } 2002 &= \frac{1,313,941,123}{1,069,679,621} \\ &= 1.22898161000902 \text{ kali} \end{aligned}$$

Keterangan :

Pada tingkat pendapatan penjualan Rp . 7,017,800,000 perusahaan memiliki DOL sebesar 1.22898161000902 , berarti setiap kenaikan volume penjualan sebesar 1 % maka dapat diperkirakan kenaikan laba bersih perusahaan sebesar 1.22898161000902  $\times 1 \% = 1.22898161000902 \%$  atau sekitar Rp .  $1.22898161000902 \% \times 1,069,679,621 =$  Rp . 13,139,411 .

$$\begin{aligned} * \text{CM } 2003 &= \text{TR} - \text{TVC} \\ &= 8,024,056,000 - 6,351,413,573 \end{aligned}$$



$$= 1,672,642,427$$

$$\text{Laba bersih} = \text{CM} - \text{TFC}$$

$$= 1,672,642,427 - 256,047,826$$

$$= 1,416,594,601$$

$$\text{DOL 2003} = \frac{1,672,642,427}{1,416,594,601}$$

$$= 1.1807488365544 \text{ kali}$$

Keterangan :

Pada tingkat pendapatan penjualan Rp . 8,024,056,000 perusahaan memiliki DOL sebesar 1.1807488365544 , berarti setiap kenaikan volume penjualan sebesar 1 % maka dapat diperkirakan kenaikan laba bersih perusahaan sebesar  $1.1807488365544 \times 1 \% = 1.1807488365544 \%$  atau sekitar  $1.1807488365544 \% \times \text{Rp} . 1,416,594,601 = \text{Rp} . 16,726,424$

#### 4.7 . Perhitungan Break Even Point

$$\begin{aligned} \text{BE 2001} &= \frac{\text{TFC}}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}} = \frac{244,476,356}{1 - \frac{5,827,222,349}{7,092,850,000}} \\ &= \frac{244,476,356}{1 - 0.821562890657493} \end{aligned}$$

$$= \frac{244,476,356}{0.17843710934251}$$

$$= 1,370,098,165$$

Keterangan :

Pada pendapatan Rp . 7,092,850,000 dan biaya Rp . 6,071,698,705 , BEP perusahaan akan terjadi pada titik Rp . 1,370,098,165 , yaitu titik perpotongan antara TR dengan TC .

$$\text{BE 2002} = \frac{\text{TFC}}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}} = \frac{244,261,502}{1 - \frac{5,703,858,877}{7,017,800,000}}$$

$$= \frac{244,261,502}{1 - 0.812770223859329}$$

$$= \frac{244,261,502}{0.187229776140671}$$

$$= 1,304,608,204$$

Keterangan :

Pada pendapatan Rp . 7,017,800,000 dan biaya Rp . 5,948,120,379 , BEP perusahaan akan terjadi pada titik Rp . 1,304,608,204 , yaitu titik perpotongan antara TR dengan TC .

$$\begin{aligned}
\text{BE 2003} &= \frac{\text{TFC}}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}} = \frac{256,047,826}{1 - \frac{6,351,413,573}{8,024,056,000}} \\
&= \frac{256,047,826}{1 - 0.791546516250634} \\
&= \frac{256,047,826}{0.208453483749366} \\
&= 1,228,321,165
\end{aligned}$$

Keterangan :

Pada pendapatan Rp . 8,024,056,000 dan biaya Rp . 6,607,461,399 , BEP perusahaan akan terjadi pada titik Rp . 1,228,321,165 yaitu titik perpotongan antara TR dengan TC .

Jika perpotongan TR dengan TC yaitu BEP semakin menurun atau mengecil menunjukkan bahwa pada tingkat pendapatan dari penjualan yang rendah perusahaan tersebut sudah mampu mencapai BEP nya . Semakin besarnya selisih TR diatas BEP akan memberikan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan .

#### 4.8 . Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba

Menentukan BEP bila FC naik 2 % , VC naik 1 % , Sales naik 2 % dan penurunan jumlah barang yang terjual sebesar 0.5 % , berdasarkan data diatas :

$$\begin{aligned}
\text{BE baru} &= \frac{\text{TFC}}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}} = \frac{256,047,826 \times 102 \%}{1 - \frac{6,351,413,573 \times 101 \% \times 99.5 \%}{8,024,056,000 \times 102 \% \times 99.5 \%}} \\
&= 1 - \frac{261,168,783}{6,382,853,070} \\
&= \frac{261,168,783}{8,143,614,434} \\
&= 1 - 0.783786256303008 \\
&= \frac{261,168,783}{0.216213743696992} \\
&= 1,207,919,434
\end{aligned}$$

Pengaruh gabungan dari berbagai perubahan tersebut ternyata mengakibatkan perubahan break even yang semakin mengecil sebesar ( dari Rp . 1,228,321,165 menjadi Rp .1,207,919,434 ) . Jika perpotongan TR dengan TC yaitu BEP semakin menurun atau mengecil menunjukkan bahwa pada tingkat pendapatan dari penjualan yang rendah perusahaan tersebut sudah mampu mencapai BEP nya .

Menentukan penjualan bila diinginkan keuntungan 10 % Profit Margin berdasarkan data diatas :

$$\text{BE baru} = \frac{\text{TFC}}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{TR}}} = \frac{261,168,783 + 0.10 \text{ sales}}{1 - \frac{6,382,853,070}{8,143,614,434}}$$

$$= \frac{261,168,783 + 0.10 \text{ sales}}{1 - 0.783786256303008}$$

$$0.216213743696992 \text{ sales} = 261,168,783 + 0.10 \text{ sales}$$

$$0.116213743696992 \text{ sales} = 261,168,783$$

$$\text{sales} = \frac{100}{11.6213743696992} \times 261,168,783$$

$$\text{sales} = \text{Rp. } 2,247,314,084$$

Bukti :

Sales		2,247,314,084
Fixed Cost	261,168,783	
Variabel Cost 78.3786256303008 %	1,761,413,893	
		<u>2,022,582,676</u>
Profit		<u>224,731,408</u>

$$\text{Profit Margin} = \frac{224,731,408}{2,247,314,084} = 10 \%$$

Jadi penjualan yang harus dicapai perusahaan untuk memperoleh keuntungan sebesar 10 % profit margin ( Rp . 224,731,408 ) adalah sebesar Rp . 2,247,314,084

Sedangkan seberapa besar jumlah penjualan yang harus dicapai apabila perusahaan ingin memperoleh kembalian investasi sebesar 15 % berdasarkan data diatas :

Aktiva perusahaan diperkirakan sebesar Rp . 12,000,000,000 pada saat ini .

$$\begin{aligned}
 \text{Markup} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya Variabel}} \\
 &= \frac{261,168,783 + (15\% \times 12,000,000,000)}{6,382,853,070} \\
 &= \frac{2,061,168,783}{6,382,853,070} \\
 &= 0.322922799631357
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan} &= \text{Biaya Variabel} + \text{Markup} \\
 &= 6,382,853,070 + (0.322922799631357 \times 6,382,853,070) \\
 &= 6,382,853,070 + 2,061,168,783 \\
 &= 8,444,021,853
 \end{aligned}$$

Pada Target penjualan tersebut perusahaan akan memperoleh laba sebesar Rp . 1,800,000,000 per tahun ( 15 % x 12,000,000,000 ) .

Bukti :

Target pendapatan penjualan	8,444,021,853
Biaya Variabel	<u>6,382,853,070</u>
Laba Bruto	2,061,168,783
Biaya Tetap	<u>261,168,783</u>
Laba Bersih	<u>1,800,000,000</u>
Aktiva Penuh	12,000,000,000
Kembalian Aktiva yang digunakan ( Return on Assets Employed )	15 %

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hal – hal yang dapat disimpulkan dari analisis “ Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba “ pada PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang no . 100 , Yogyakarta dengan menggunakan data – data biaya , pembelian dan pendapatan yang ada dari bulan Januari 2001 sampai dengan Desember 2003 adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa **Marginal Income Ratio** perusahaan adalah sebesar :
  - Tahun 2001 : **Marginal Income Ratio** perusahaan sebesar 0.178437109342507 berarti setiap perubahan satu rupiah penjualan akan mengakibatkan perubahan sebesar 0.178437109342507 kali Rp . 7,092,850,000 = Rp . 1,265,627,651 .
  - Tahun 2002 : **Marginal Income Ratio** perusahaan sebesar 0.187229776140671 berarti setiap perubahan satu rupiah penjualan akan mengakibatkan perubahan sebesar 0.187229776140671 kali Rp . 7,017,800,000 = Rp . 1,313,941,123 .
  - Tahun 2003 : **Marginal Income Ratio** perusahaan sebesar 0.208453483749366 berarti setiap perubahan satu rupiah penjualan

akan mengakibatkan perubahan sebesar 0.208453483749366 kali Rp .

$8,024,056,000 = \text{Rp} . 1,672,642,427 .$

Jika MIR semakin besar maka akan semakin baik karena kemampuan pedapatan perusahaan dari penjualan untuk menutup biaya tetapnya akan semakin besar . Hal ini juga mengakibatkan kemampuan memperoleh laba semakin besar .

2. Hasil analisis menunjukkan bahwa **Degree of Operating Leverage** perusahaan adalah sebesar :

- Tahun 2001 : Pada tingkat pendapatan Penjualan Rp . 7,092,850,000 perusahaan memiliki **DOL** sebesar 1.23941247217436 , berarti setiap perubahan volume penjualan sebesar 1 % maka dapat diperkirakan perubahan laba bersih perusahaan sebesar  $1.23941247217436 \times 1 \% = 1.23941247217436 \%$  atau sekitar  $\text{Rp} . 1.23941247217436 \% \times 1,021,151,295 = \text{Rp} . 12,656,277 .$
- Tahun 2002 : Pada tingkat pendapatan penjualan Rp . 7,017,800,000 perusahaan memiliki **DOL** sebesar 1.22898161000902 , berarti setiap kenaikan volume penjualan sebesar 1 % maka dapat diperkirakan kenaikan laba bersih perusahaan sebesar  $1.22898161000902 \times 1 \% = 1.22898161000902 \%$  atau sekitar  $\text{Rp} . 1.22898161000902 \% \times 1,069,679,621 = \text{Rp} . 13,139,411 .$



- Pada tingkat pendapatan penjualan Rp . 8,024,056,000 perusahaan memiliki **DOL** sebesar 1.1807488365544 , berarti setiap kenaikan volume penjualan sebesar 1 % maka dapat diperkirakan kenaikan laba bersih perusahaan sebesar  $1.1807488365544 \times 1 \% = 1.1807488365544 \%$  atau sekitar  $1.1807488365544 \% \times \text{Rp . } 1,416,594,601 = \text{Rp . } 16,726,424 .$

3. Hasil analisis menunjukkan bahwa **Break Even Point** perusahaan adalah sebesar

- Tahun 2001 : Pada pendapatan Rp . 7,092,850,000 dan biaya Rp . 6,071,698,705 , BEP perusahaan akan terjadi pada titik Rp . 1,370,098,165 , yaitu titik perpotongan antara TR dengan TC .
- Tahun 2002 : Pada pendapatan Rp . 7,017,800,000 dan biaya Rp . 5,948,120,379 , BEP perusahaan akan terjadi pada titik Rp . 1,304,608,204 , yaitu titik perpotongan antara TR dengan TC .
- Tahun 2003 : Pada pendapatan Rp . 8,024,056,000 dan biaya Rp . 6,607,461,399 , BEP perusahaan akan terjadi pada titik Rp . 1,228,321,165 yaitu titik perpotongan antara TR dengan TC .

Semakin baik jika perpotongan TR dengan TC yaitu BEP makin menurun atau mengecil karena menunjukkan bahwa pada tingkat pendapatan dari penjualan yang rendah , perusahaan tersebut sudah mampu mencapai BEP .

4. Hasil analisis menunjukkan bahwa bila FC naik 2 % , VC naik 1 % , Sales naik 2 % dan penurunan jumlah barang yang terjual sebesar 0.5 % akan mengakibatkan perubahan **Break Even** yang semakin mengecil sebesar ( dari Rp . 1,228,321,165 menjadi Rp .1,207,919,434 ) . Jika perpotongan TR dengan TC yaitu BEP semakin menurun atau mengecil menunjukkan bahwa pada tingkat pendapatan dari penjualan yang rendah perusahaan tersebut sudah mampu mencapai BEP nya .
5. Hasil analisis menunjukkan bahwa jika perusahaan menginginkan **keuntungan sebesar 10 % Profit Margin** ( Rp . 224,731,408 ) , berdasarkan perhitungan BEP diatas maka penjualan yang harus dicapai adalah sebesar Rp . 2,247,314,084 .
6. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pada Target penjualan sebesar Rp . 8,444,021,853 , perusahaan akan memperoleh laba sebesar Rp . 1,800,000,000 per tahun ( 15 % x 12,000,000,000 ) , atau penjualan yang harus dicapai jika perusahaan ingin memperoleh **kembali investasi** yang diharapkan yaitu sebesar 15 % adalah sebesar Rp . Rp . 8,444,021,853

## 5.2 Saran

Didalam melakukan usaha pada umumnya perusahaan ingin mencari keuntungan yang sebesar – besarnya , maka PT . Kharisma Mataram Jaya Germilang

ini juga harus berusaha untuk megefisienkan biaya dan memaksimalkan keuntungannya dengan cara :

1. Mengurangi atau mengefisienkan biaya .

Biaya ini dapat diminimalkan dengan cara mengurangi biaya yang dianggap tidak perlu ( tidak efisien ) . Jika dilihat dari data yang ada adalah dengan mengurangi biaya rekening telepon yang jumlahnya sangat besar sekali .

2. Memaksimalkan pendapatan

Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan pelatihan kepada tenaga penjual ( salesman ) dan lebih meningkatkan promosi , karena salesman dan promosi merupakan ujung tombak dalam peningkatkan penjualan . Dari data yang ada biaya promosi masih tergolong rendah , maka biaya promosi perlu dinaikkan agar dan diharapkan penjualan menjadi lebih baik .

Semoga dengan adanya saran tersebut perusahaan dapat menurunkan biaya yang dianggap tidak terlalu perlu dan dapat menurunkan BEP lebih rendah dari semula sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan .

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus , A . ( 1990 ) . Manajemen Produksi , *Pengendalian Produksi II* . Edisi Keempat . Yogyakarta : BPFE , Hal 87 – 193 .
- Charles , H . George , F dan Pentrij Marianus , S ( 1988 ) . Akutansi biaya , *Suatu Pendekatan Manajerial* . Edisi VI , Jilid I . Jakarta : Erlangga , hal 23 – 50 .
- Gunawan , A . ( 1986 ) . *Anggaran Perusahaan 2* . Edisi Pertama . Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UGM , Hal 96 – 103 .
- Mulyadi . ( 1989 ) . *Akutansi Biaya untuk Manajemen* . Edisi Keempat . Yogyakarta : BPFE , Hal 57 – 74 .
- R . A , Supriyono . ( 1991 ) . Akutansi Manajemen 1 , *Konsep Dasar Akutansi Manajemen dan Proses Perencanaan* . Edisi Pertama . Yogyakarta : BPFE , Hal 432 – 433 .
- Syafarudin , A . ( 1986 ) . *Alat – alat Analisa dalam Pembelanjaan* . Edisi Revisi . Yogyakarta : Andi Offset , Hal 177 – 268 .
- Soehardi , S . ( 1979 ) . *Analisa Break – Even* . Edisi Revisi . Yogyakarta : PAAP , Hal 2 – 4 .
- Mulyadi . ( 2001 ) . Akutansi Manajemen 1 , *Konsep , Manfaat dan Rekayasa* , Edisi 3 , Yogyakarta : Salemba Empat , Hal 82 – 258 .

LAMPIRAN A

TABEL BIAYA PT. KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG

Ket	Bi. Listrik	Bi. Telepon	Bi. Kantor	Bitagihan	Bi. Peraw. Motor	Blain-lain	Bi. Komisi Penjualan	Bi. Pembelian	Bi. Gaji	Bi. Peny. Ken Opr	Bi. Peny. Gedung	Bi. Promosi	Bi. Balok Nama	Bi. Pajak
Jan'01	400,771	2,211,306	665,000	35,600	74,500	350,000	700,000	667,300,000	18,800,000	300,000	578,667	365,000	94,500,000	669,158,333
Feb	410,282	2,037,356	550,500	65,700	82,250	450,350	200,000	455,250,000	18,800,000	300,000	578,667	175,000	78,000,000	669,158,333
Mar	417,553	2,132,365	456,350	32,400	42,000	156,200	100,000	165,400,000	18,800,000	300,000	578,667	345,000	30,000,000	669,158,333
Apr	447,847	2,274,159	225,400	15,500	65,500	360,500	100,000	101,400,000	18,800,000	300,000	578,667	150,000	19,500,000	669,158,333
Mei	466,630	2,702,744	325,650	20,300	124,350	266,550	100,000	148,300,000	18,800,000	300,000	578,667	189,500	27,000,000	669,158,333
Juni	435,941	2,128,788	521,600	72,450	354,700	560,800	500,000	673,200,000	18,800,000	300,000	578,667	325,000	123,000,000	669,158,333
Juli	463,727	1,659,001	1,325,000	10,500	95,400	650,800	700,000	885,900,000	18,800,000	300,000	578,667	412,000	147,000,000	669,158,333
Agt	484,588	1,604,355	1,125,000	12,100	124,000	380,200	400,000	662,450,000	18,800,000	300,000	578,667	265,000	136,500,000	669,158,333
Sep	505,271	1,785,867	852,450	20,500	34,600	134,400	100,000	561,000,000	18,800,000	300,000	578,667	195,000	124,500,000	669,158,333
Okt	450,976	1,876,848	320,500	15,000	53,400	210,500	100,000	104,400,000	18,800,000	300,000	578,667	215,000	22,500,000	669,158,333
Nov	495,806	2,116,334	357,530	54,650	62,750	164,350	100,000	207,550,000	18,800,000	300,000	578,667	150,000	40,500,000	669,158,333
Des	466,510	2,428,665	545,000	25,000	145,640	202,000	400,000	241,600,000	18,800,000	300,000	578,667	7,640,000	54,000,000	669,158,333
Jml	5,445,903	24,957,788	7,269,980	379,700	1,259,090	3,886,650	3,500,000	4,873,750,000	225,600,000	3,600,000	6,944,000	10,426,500	897,000,000	8,029,900
Tahun 2001 JUMLAH = 6,072,049,511														
Jan'02	518,000	1,838,304	583,746	51,500	95,600	305,500	1,500,000	365,500,000	18,800,000	300,000	578,667	265,000	67,500,000	670,366,667
Feb	458,665	2,764,794	530,675	52,700	60,450	480,200	100,000	241,200,000	18,800,000	300,000	578,667	225,000	49,500,000	670,366,667
Mar	485,129	2,225,531	312,350	34,000	35,400	267,000	600,000	98,000,000	18,800,000	300,000	578,667	221,000	21,000,000	670,366,667
Apr	505,373	3,032,475	720,500	36,850	360,880	365,500	900,000	394,800,000	18,800,000	300,000	578,667	234,000	79,500,000	670,366,667
Mei	528,107	2,482,748	1,256,825	68,700	100,200	532,600	300,000	552,600,000	18,800,000	300,000	578,667	345,000	114,000,000	670,366,667
Juni	548,540	2,649,295	1,647,760	66,500	76,540	525,300	1,000,000	744,000,000	18,800,000	300,000	578,667	412,000	153,000,000	670,366,667
Juli	530,008	2,451,151	1,366,400	42,600	154,760	460,550	500,000	576,000,000	18,800,000	300,000	578,667	370,000	121,500,000	670,366,667
Agt	577,700	2,343,277	1,650,525	15,000	80,871	610,500	2,000,000	836,100,000	18,800,000	300,000	578,667	412,500	165,000,000	670,366,667
Sep	506,604	3,050,532	892,500	24,500	451,400	336,700	100,000	365,100,000	18,800,000	300,000	578,667	235,000	81,000,000	670,366,667
Okt	505,623	2,346,565	290,600	12,500	40,680	425,400	100,000	90,000,000	18,800,000	300,000	578,667	215,000	18,000,000	670,366,667
Nov	532,230	2,098,258	422,266	15,000	40,750	312,200	400,000	230,900,000	18,800,000	300,000	578,667	225,000	48,000,000	670,366,667
Des	561,102	2,437,540	354,450	22,400	64,900	254,000	100,000	188,400,000	18,800,000	300,000	578,667	4,500,000	36,000,000	670,366,667
Jml	6,257,081	29,720,470	10,018,597	442,250	1,562,431	4,875,450	7,600,000	4,682,600,000	225,600,000	3,600,000	6,944,000	7,660,100	954,000,000	8,044,400
Tahun 2002 JUMLAH = 5,948,924,779														
Jan'03	527,167	2,111,885	1,913,175	22,500	78,611	525,500	300,000	632,250,000	20,000,000	300,000	578,667	386,100	103,500,000	451,391,667
Feb	578,521	3,259,006	1,166,600	35,750	130,920	415,000	700,000	496,175,000	20,000,000	300,000	578,667	386,100	97,500,000	451,391,667
Mar	584,224	2,164,614	1,100,550	32,500	43,150	422,300	500,000	465,875,000	20,000,000	300,000	578,667	375,000	96,000,000	451,391,667
Apr	619,475	3,859,213	920,600	35,750	582,500	545,000	100,000	452,600,000	20,000,000	300,000	578,667	358,400	87,000,000	451,391,667
Mei	599,862	3,998,560	2,569,575	50,500	171,097	656,000	3,200,000	988,925,000	20,000,000	300,000	578,667	520,000	184,500,000	451,391,667
Juni	565,302	2,775,724	2,474,940	55,100	574,350	548,550	2,400,000	1,062,975,000	20,000,000	300,000	578,667	420,000	180,000,000	451,391,667
Juli	598,482	3,984,226	767,575	45,000	120,835	466,900	800,000	374,550,000	20,000,000	300,000	578,667	320,000	72,000,000	451,391,667
Agt	584,947	3,202,666	544,600	75,700	63,230	229,000	200,000	139,575,000	20,000,000	300,000	578,667	250,000	30,000,000	451,391,667
Sep	639,984	3,470,394	625,750	35,400	65,230	336,000	100,000	157,175,000	20,000,000	300,000	578,667	260,000	31,500,000	451,391,667
Okt	675,926	3,080,166	267,950	35,500	34,000	395,750	100,000	78,725,000	20,000,000	300,000	578,667	221,000	16,500,000	451,391,667
Nov	625,966	2,692,719	376,100	30,300	55,955	249,000	100,000	124,725,000	20,000,000	300,000	578,667	235,000	24,000,000	451,391,667
Des	605,165	3,192,782	830,825	25,000	161,439	397,750	200,000	394,455,000	20,000,000	300,000	578,667	8,650,000	73,500,000	451,391,667
Jml	7,205,021	37,811,955	13,558,240	479,000	2,081,317	5,186,750	8,700,000	5,368,055,000	240,000,000	3,600,000	6,944,000	12,381,600	996,000,000	5,416,700
Total	18,908,005	92,490,213	30,846,817	1,300,950	4,902,838	13,948,850	19,800,000	14,924,405,000	691,200,000	10,800,000	20,832,001	30,468,200	2,847,000,000	21,491,000
Sumber : PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Jl. Mataram 18,728,393,874 TOTAL BIAYA= 6,707,419,583														

LAMPIRAN B

TABEL BIAYA LISTRIK REKENING CH – 008825 – 2

( Per Bulan )

Bulan	Biaya Variabel			Biaya Tetap				Total Biaya
	Harga	Pemakaian	Jumlah	BB/kVA	Total BB	Lain - Lain	Jumlah	
Jan '01	239,5	584		182,256				
		115,29%	161,254	115,29%	210,123	29,394	239,517	400,771
Feb	374	542	202,708	22,650	174,405	33,169	207,574	410,282
	396							
Mar	374	560	209,440	22,650	174,405	33,708	208,113	417,553
	396							
Apr	374	635	237,490	22,650	174,405	35,952	210,357	447,847
	396							
Mei	384	650	249,600	23,336	179,687	37,343	217,030	466,630
	406							
Jun	384	576	221,184	23,336	179,687	35,070	214,757	435,941
	406							
Jul	384	643	246,912	23,336	179,687	37,128	216,815	463,727
	406							
Agst	399	654	260,946	24,022	184,969	38,673	223,642	484,588
	418							
Sept	399	702	280,098	24,022	184,969	40,205	225,174	505,272
	418							
Okt	399	576	229,824	24,022	184,969	36,183	221,152	450,976
	418							
Nov	411	648	266,328	24,708	189,974	39,504	229,478	495,806
	430							
Des	411	582	239,202	24,708	189,974	37,334	227,308	466,510
	430							
Total			2,804,986				2,599,463	5,445,903

Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Jl . Mataram

LAMPIRAN B

TABEL BIAYA LISTRIK REKENING CH – 008825 – 2

( Per Bulan )

Bulan	Biaya Variabel			Biaya Tetap				Total Biaya
	Harga	Pemakaian	Jumlah	BB/kVA	Total BB	Lain - Lain	Jumlah	
Jan ' 02	411	698	286,878	24,672	189,974	41,148	231,122	518,000
	430							
Feb	426	545	232,170	25,003	192,520	33,975	226,495	458,665
	447							
Mar	426	596	253,896	25,003	192,520	38,713	231,233	485,129
	447							
Apr	426	640	272,640	25,003	192,520	40,213	232,733	505,373
	447							
Mei	440	653	287,320	25,830	198,890	41,897	240,787	528,107
	462							
Jun	440	696	306,240	25,830	198,890	43,410	242,300	548,540
	462							
Jul	440	657	289,080	25,830	198,890	42,038	240,928	530,008
	462							
Agst	454	720	326,880	26,656	205,250	45,570	250,820	577,700
	476							
Sept	454	575	261,050	26,656	205,250	40,304	245,554	506,604
	476							
Okt	454	573	260,142	26,656	205,250	40,231	245,481	505,623
	476							
Nov	469	592	277,648	27,582	212,380	42,202	254,582	532,230
	493							
Des	469	649	304,381	27,582	212,380	44,341	256,721	561,102
	493							
Total			3,358,325				2,898,756	6,257,081

Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Jl . Mataram

**LAMPIRAN B**

**TABEL BIAYA LISTRIK REKENING CH – 008825 – 2**

( Per Bulan )

Bulan	Biaya Variabel			Biaya Tetap				Total Biaya
	Harga	Pemakaian	Jumlah	BB/kVA	Total BB	Lain - Lain	Jumlah	
Jan '03	469	582	272,960	27,582	212,380	41,827	254,207	527,167
	493							
Feb	480	653	313,440	28,500	219,450	45,631	265,081	578,521
	510							
Mar	480	664	318,720	28,500	219,450	46,054	265,504	584,224
	510							
Apr	480	732	351,360	28,500	219,450	48,665	268,115	619,475
	510							
Mei	500	651	325,500	29,500	227,150	47,212	274,362	599,862
	527							
Jun	500	587	293,500	29,500	227,150	44,652	271,802	565,302
	527							
Jul	500	654	327,000	29,500	227,150	44,332	271,482	598,482
	527							
Agst	520	592	307,840	30,000	231,000	46,107	277,107	584,947
	545							
Sept	520	690	358,800	30,000	231,000	50,184	281,184	639,984
	545							
Okt	520	754	392,080	30,000	231,000	52,846	283,846	675,926
	545							
Nov	535	632	338,120	31,000	238,700	49,146	287,846	625,966
	550							
Des	535	596	318,860	31,000	238,700	47,605	286,305	605,165
	550							
Total			3,918,180				3,286,841	7,205,021

Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Jl . Mataram



## LAMPIRAN C

### TABEL BIAYA TELEPON 2001

No.Rek 562227	PemakaianxPPN	V.C	AbodemenxPPN	jumlah	meterai	FC
Jan'01	855,777 x110%	941,355	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Feb	746,678 x110%	821,346	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mar	777,984 x110%	855,783	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Apr	873,511 x110%	960,862	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mei	1,036,041 x110%	1,139,645	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jun	811,280 x110%	892,408	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jul	682,647 x110%	750,912	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Agt	555,351 x110%	610,886	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Sep	577,735 x110%	635,509	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Okt	617,773 x110%	679,551	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Nov	713,717 x110%	785,089	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Des	720,304 x110%	792,334	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jumlah		9,865,680				544,200

No.Rek 587347	PemakaianxPPN	V.C	AbodemenxPPN	jumlah	meterai	FC
Jan'01	448,823 X110%	493,705	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Feb	349,394 X110%	384,333	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mar	403,745 X110%	444,120	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Apr	437,802 X110%	481,582	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mei	818,696 X110%	900,566	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jun	691,898 X110%	761,088	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jul	310,953 X110%	342,048	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Agt	251,484 X110%	276,632	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Sep	317,377 X110%	349,115	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Okt	382,774 X110%	421,051	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Nov	618,110 X110%	679,921	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Des	799,159 X110%	879,075	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jumlah		6,413,236				544,200

### LAMPIRAN C

No.Rek 580625	PemakaianxPPN	V.C	AbodemenxPPN	jumlah	meterai	FC
Jan'01	581,996 X110%	640,196	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Feb	632,388 X110%	695,627	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mar	633,102 X110%	696,412	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Apr	632,423 X110%	695,665	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mei	478,621 X110%	526,483	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jun	308,402 X110%	339,242	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jul	390,901 X110%	429,991	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Agt	527,988 X110%	580,787	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Sep	604,721 X110%	665,193	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Okt	581,996 X110%	640,196	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Nov	468,431 X110%	515,274	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Des	564,733 X110%	621,206	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jumlah		7,046,272				544,200

No.Rek	562227			587347		580625		TVC	TFC	TC
	Total pulsa	VC	FC	VC	FC	VC	FC			
Jan'01	5670	941,355	45,350	493,705	45,350	640,196	45,350	2,075,256	136,050	2,211,306
Feb	5224	821,346	45,350	384,333	45,350	695,627	45,350	1,901,306	136,050	2,037,356
Mar	5468	855,783	45,350	444,120	45,350	696,412	45,350	1,996,315	136,050	2,132,365
Apr	5831	960,862	45,350	481,582	45,350	695,665	45,350	2,138,109	136,050	2,274,159
Mei	7002	1,139,645	45,350	900,566	45,350	526,483	45,350	2,566,694	136,050	2,702,744
Juni	5458	892,408	45,350	761,088	45,350	339,242	45,350	1,992,738	136,050	2,128,788
Juli	4254	750,912	45,350	342,048	45,350	429,991	45,350	1,522,951	136,050	1,659,001
Agt	4114	610,886	45,350	276,632	45,350	580,787	45,350	1,468,305	136,050	1,604,355
Sep	4579	635,509	45,350	349,115	45,350	665,193	45,350	1,649,817	136,050	1,785,867
Okt	4812	679,551	45,350	421,051	45,350	640,196	45,350	1,740,798	136,050	1,876,848
Nov	5426	785,089	45,350	679,921	45,350	515,274	45,350	1,980,284	136,050	2,116,334
Des	6227	792,334	45,350	879,075	45,350	621,206	45,350	2,292,615	136,050	2,428,665
Jumlah	64,065	9,865,680		6,413,236		7,046,272		23,325,188	1,632,600	24,957,788

## LAMPIRAN C

### TABEL BIAYA TELEPON 2002

No.Rek 562227	PemakaianxPPN	V.C	AbodemenxPPN	jumlah	meterai	FC
Jan'02	522,479 X110%	574,727	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Feb	792,749 X110%	872,024	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mar	791,859 X110%	871,045	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Apr	1,102,719 X110%	1,212,991	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Mei	785,743 X110%	864,318	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jun	885,346 X110%	973,881	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Jul	941,435 X110%	1,035,579	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Agt	761,820 X110%	838,002	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Sep	1,215,617 X110%	1,337,179	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Okt	881,276 X110%	969,404	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Nov	705,357 X110%	775,893	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Des	824,676 X110%	907,144	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jumlah		11,232,187				556,200

No.Rek 587347	PemakaianxPPN	V.C	AbodemenxPPN	jumlah	meterai	FC
Jan'02	404,513 X110%	444,964	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Feb	616,200 X110%	677,820	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mar	524,814 X110%	577,295	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Apr	589,303 X110%	648,233	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mei	523,240 X110%	575,564	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jun	728,615 X110%	801,477	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jul	406,775 X110%	447,453	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Agt	554,105 X110%	609,516	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Sep	436,605 X110%	480,266	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Okt	563,066 X110%	619,373	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Nov	418,275 X110%	460,103	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Des	598,006 X110%	657,807	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jumlah		6,999,871				544,200

### LAMPIRAN C

No.Rek	PemakaianxPPN	V.C	AbodemenxPPN	jumlah	meterai	FC
580625						
Jan'02	620,512X110%	682,563	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Feb	978,091 X110%	1,075,900	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Mar	582,855 X110%	641,141	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Apr	935,637 X110%	1,029,201	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Mei	824,378 X110%	906,816	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jun	668,079 X110%	734,887	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jul	753,699 X110%	829,069	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Agt	687,917 X110%	756,709	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Sep	994,579 X110%	1,094,037	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Okt	565,216 X110%	621,738	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Nov	660,193 X110%	726,212	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Des	669,581 X110%	736,539	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jumlah		9,834,812				553,200

No.Rek	562227			587347		580625		TVC	TFC	TC
	Total pulsa	VC	FC	VC	FC	VC	FC			
Jan'02	4714	574,727	45,350	444,964	45,350	682,563	45,350	1,702,254	136,050	1,838,304
Feb	7089	872,024	45,350	677,820	45,350	1,075,900	48,350	2,625,744	139,050	2,764,794
Mar	5706	871,045	45,350	577,295	45,350	641,141	45,350	2,089,481	136,050	2,225,531
Apr	7776	1,212,991	48,350	648,233	45,350	1,029,201	48,350	2,890,425	142,050	3,032,475
Mei	6366	864,318	45,350	575,564	45,350	906,816	45,350	2,346,698	136,050	2,482,748
Juni	6793	973,881	48,350	801,477	45,350	734,887	45,350	2,510,245	139,050	2,649,295
Juli	6285	1,035,579	48,350	447,453	45,350	829,069	45,350	2,312,101	139,050	2,451,151
Agt	6008	838,002	48,350	609,516	45,350	756,709	45,350	2,204,227	139,050	2,343,277
Sep	7822	1,337,179	45,350	480,266	45,350	1,094,037	48,350	2,911,482	139,050	3,050,532
Okt	6017	969,404	45,350	619,373	45,350	621,738	45,350	2,210,515	136,050	2,346,565
Nov	5380	775,893	45,350	460,103	45,350	726,212	45,350	1,962,208	136,050	2,098,258
Des	6250	907,144	45,350	657,807	45,350	736,539	45,350	2,301,490	136,050	2,437,540
Jumlah	76,206	11,232,187		6,999,871		9,834,812		28,066,870	1,653,600	29,720,470

LAMPIRAN C

TABEL BIAYA TELEPON 2003

No.Rek	PemakaianxPPN	Semi V.C	AbodemenxPPN	jumlah	meterai	FC
562227						
Jan'03	905,301x110%	995,831	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Feb	989,411 x110%	1,088,352	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mar	729,714 x110%	802,685	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Apr	1,750,307 x110%	1,925,338	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Mei	1,619,632 x110%	1,781,595	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Jun	1,050,190 x110%	1,155,209	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Jul	1,508,451 x110%	1,659,296	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Agt	1,642,518 x110%	1,806,770	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Sep	1,041,331 x110%	1,145,464	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Okt	1,131,562 x110%	1,244,718	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Nov	1,201,512 x110%	1,321,663	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Des	1,347,441 x110%	1,482,185	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Jumlah		16,409,106				571,200

No.Rek	PemakaianxPPN	Semi V.C	AbodemenxPPN	jumlah	meterai	FC
587347						
Jan'03	325,696 X110%	358,266	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Feb	536,352 X110%	589,987	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mar	539,858 X110%	593,844	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Apr	685,325 X110%	753,858	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Mei	671,436 X110%	738,580	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jun	578,659 X110%	636,525	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jul	581,127 X110%	973,018	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
2Agt	578,659 X110%	636,525	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Sep	884,562 X110%	973,018	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Okt	549,846 X110%	604,831	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Nov	465,680 X110%	512,248	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Des	695,989 X110%	765,588	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jumlah	7,093,189	8,136,288				545,200

### LAMPIRAN C

No.Rek	PemakaianxPPN	Semi V.C	AbodemenxPPN	jumlah	meterai	FC
580625						
Jan'03	565,216X110%	621,738	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Feb	1,310,561 X110%	1,441,617	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Mar	592,759 X110%	652,035	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Apr	943,606 X110%	1,037,967	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Mei	1,214,850 X110%	1,336,335	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Jun	768,127 X110%	844,940	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jul	1,020,236 X110%	1,206,862	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Agt	563,928 X110%	620,321	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Sep	1,097,147 X110%	1,206,862	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Okt	989,606 X110%	1,088,567	38,500 x110%	42,350	6000	48,350
Nov	654,325 X110%	719,758	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Des	732,690 X110%	805,959	38,500 x110%	42,350	3000	45,350
Jumlah		11,582,961				562,200

No.Rek	562227			587347		580625		TVC	TFC	TC
	Total pulsa	VC	FC	VC	FC	VC	FC			
Jan'03	5415	995,831	45,350	358,266	45,350	621,738	45,350	1,975,835	136,050	2,111,885
Feb	8356	1,088,352	45,350	589,987	45,350	1,441,617	48,350	3,119,956	139,050	3,259,006
Mar	5602	802,685	45,350	593,844	45,350	652,035	45,350	2,048,564	136,050	2,184,614
Apr	9895	1,925,338	48,350	753,858	45,350	1,037,967	48,350	3,717,163	142,050	3,859,213
Mei	10253	1,781,595	48,350	738,580	45,350	1,336,335	48,350	3,856,510	142,050	3,998,560
Juni	7117	1,155,209	48,350	636,525	45,350	844,940	45,350	2,636,674	139,050	2,775,724
Juli	10216	1,659,296	48,350	973,018	48,350	1,206,862	48,350	3,839,176	145,050	3,984,226
Agt	8212	1,806,770	48,350	636,525	45,350	620,321	45,350	3,063,616	139,050	3,202,666
Sep	8898	1,145,464	48,350	973,018	48,350	1,206,862	48,350	3,325,344	145,050	3,470,394
Okt	7898	1,244,718	48,350	604,831	45,350	1,088,567	48,350	2,938,116	142,050	3,080,166
Nov	6904	1,321,663	48,350	512,248	45,350	719,758	45,350	2,553,669	139,050	2,692,719
Des	8187	1,482,185	48,350	765,588	45,350	805,959	45,350	3,053,732	139,050	3,192,782
Jumlah	96,953	16,409,106		8,136,288		11,582,961		36,128,355	1,683,600	37,811,955

LAMPIRAN D

TABEL PERINCIAN PAJAK PT . KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG

CABANG JL . MATARAM NO . 100 , YK

Bulan	Pajak Operasional	Pajak Pegawai	Jumlah
JAN ' 01	67,358.333	601,800	669,158.333
FEB	67,358.333	601,800	669,158.333
MAR	67,358.333	601,800	669,158.333
APR	67,358.333	601,800	669,158.333
MEI	67,358.333	601,800	669,158.333
JUNI	67,358.333	601,800	669,158.333
JULI	67,358.333	601,800	669,158.333
AGT	67,358.333	601,800	669,158.333
SEPT	67,358.333	601,800	669,158.333
OKT	67,358.333	601,800	669,158.333
NOV	67,358.333	601,800	669,158.333
DES	67,358.333	601,800	669,158.333
JUMLAH	808,300	7,221,600	8,029,900

Bulan	Pajak Operasional	Pajak Pegawai	Jumlah
JAN ' 01	68,566.667	601,800	670,366.667
FEB	68,566.667	601,800	670,366.667
MAR	68,566.667	601,800	670,366.667
APR	68,566.667	601,800	670,366.667
MEI	68,566.667	601,800	670,366.667
JUNI	68,566.667	601,800	670,366.667
JULI	68,566.667	601,800	670,366.667
AGT	68,566.667	601,800	670,366.667
SEPT	68,566.667	601,800	670,366.667
OKT	68,566.667	601,800	670,366.667
NOV	68,566.667	601,800	670,366.667
DES	68,566.667	601,800	670,366.667
JUMLAH	822,800	7,221,600	8,044,400

Bulan	Pajak Operasional	Pajak Pegawai	Jumlah
JAN ' 01	71,391.667	380,000	451,391.667
FEB	71,391.667	380,000	451,391.667
MAR	71,391.667	380,000	451,391.667
APR	71,391.667	380,000	451,391.667
MEI	71,391.667	380,000	451,391.667
JUNI	71,391.667	380,000	451,391.667
JULI	71,391.667	380,000	451,391.667
AGT	71,391.667	380,000	451,391.667
SEPT	71,391.667	380,000	451,391.667
OKT	71,391.667	380,000	451,391.667
NOV	71,391.667	380,000	451,391.667
DES	71,391.667	380,000	451,391.667
JUMLAH	856,700	4,560,000	5,416,700

Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Jl . Mataram

LAMPIRAN E

PENJUALAN SEPEDA MOTOR PT . KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG  
CABANG JL . MATARAM NO 100 , YK

BULAN	UNIT	BEA BALIK NAMA	HARGA	JUMLAH
JAN ' 01	63	94,500,000	824,800,000	919,300,000
FEB	52	78,000,000	585,250,000	663,250,000
MAR	20	30,000,000	215,400,000	245,400,000
APR	13	19,500,000	133,900,000	153,400,000
MEI	18	27,000,000	193,300,000	220,300,000
JUNI	82	123,000,000	878,200,000	1,001,200,000
JULI	98	147,000,000	1,130,900,000	1,277,900,000
AGT	91	136,500,000	832,750,000	969,250,000
SEPT	83	124,500,000	706,100,000	830,600,000
OKT	15	22,500,000	132,800,000	155,300,000
NOV	27	40,500,000	259,450,000	299,950,000
DES	36	54,000,000	303,000,000	357,000,000
JUMLAH	598	897,000,000	6,195,850,000	7,092,850,000

BULAN	UNIT	BEA BALIK NAMA	HARGA	JUMLAH
JAN ' 02	45	67,500,000	470,800,000	538,300,000
FEB	33	49,500,000	318,100,000	367,600,000
MAR	14	21,000,000	129,800,000	150,800,000
APR	53	79,500,000	518,900,000	598,400,000
MEI	76	114,000,000	727,000,000	841,000,000
JUNI	102	153,000,000	981,400,000	1,134,400,000
JULI	81	121,500,000	761,700,000	883,200,000
AGT	110	165,000,000	1,090,700,000	1,255,700,000
SEPT	54	81,000,000	485,300,000	566,300,000
OKT	12	18,000,000	118,400,000	136,400,000
NOV	32	48,000,000	304,900,000	352,900,000
DES	24	36,000,000	246,800,000	282,800,000
JUMLAH	636	954,000,000	6,153,800,000	7,107,800,000

BULAN	UNIT	BEA BALIK NAMA	HARGA	JUMLAH
JAN ' 03	69	103,500,000	804,750,000	908,250,000
FEB	65	97,500,000	658,675,000	756,175,000
MAR	64	96,000,000	625,875,000	721,875,000
APR	58	87,000,000	597,600,000	684,600,000
MEI	123	184,500,000	1,296,425,000	1,480,925,000
JUNI	120	180,000,000	1,362,975,000	1,542,975,000
JULI	48	72,000,000	494,550,000	566,550,000
AGT	20	30,000,000	189,575,000	219,575,000
SEPT	21	31,500,000	209,675,000	241,175,000
OKT	11	16,500,000	106,225,000	122,725,000
NOV	16	24,000,000	164,775,000	188,775,000
DES	49	73,500,000	516,955,000	590,455,000
JUMLAH	664	996,000,000	7,028,055,000	8,024,055,000

Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Jl . Mataram



## LAMPIRAN F

### TABEL PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DARI PT . ISI

BULAN	HARGA PEMBELIAN
JAN ' 01	667,300,000
FEB	455,250,000
MAR	165,400,000
APR	101,400,000
MEI	148,300,000
JUNI	673,200,000
JULI	885,900,000
AGT	662,450,000
SEPT	561,000,000
OKT	104,400,000
NOV	207,550,000
DES	241,600,000
JUMLAH	4,873,750,000

BULAN	HARGA PEMBELIAN
JAN ' 02	365,500,000
FEB	241,200,000
MAR	98,000,000
APR	394,800,000
MEI	552,600,000
JUNI	744,000,000
JULI	576,000,000
AGT	836,100,000
SEPT	365,100,000
OKT	90,000,000
NOV	230,900,000
DES	188,400,000
JUMLAH	4,682,600,000

BULAN	HARGA PEMBELIAN
JAN ' 03	632,250,000
FEB	496,175,000
MAR	465,875,000
APR	452,600,000
MEI	988,925,000
JUNI	1,062,975,000
JULI	374,550,000
AGT	139,575,000
SEPT	157,175,000
OKT	78,725,000
NOV	124,775,000
DES	394,455,000
JUMLAH	5,368,055,000

Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang cabang Jl . Mataram

**LAMPIRAN G**  
**TABEL RINCIAN PENJUALAN DAN PEMBEUJIAN SEPEDA MOTOR**  
**PT. KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG**

	01	HARGA	BBN	T.BBN	PENJUALAN	T.PENJ	POT.PEMB/U	T.POT	T.PEMB
	5	11,500,000	1,500,000	7,500,000	50,000,000	57,500,000	2,500,000	12,500,000	37,500,000
R	2	12,200,000	1,500,000	3,000,000	21,400,000	24,400,000	2,500,000	5,000,000	16,400,000
	2	17,700,000	1,500,000	3,000,000	32,400,000	35,400,000	2,500,000	5,000,000	27,400,000
	10	22,450,000	1,500,000	15,000,000	209,500,000	224,500,000	2,500,000	25,000,000	184,500,000
	4	16,500,000	1,500,000	6,000,000	60,000,000	66,000,000	2,500,000	10,000,000	50,000,000
R	5	19,700,000	1,500,000	7,500,000	91,000,000	98,500,000	2,500,000	12,500,000	78,500,000
	35	11,800,000	1,500,000	52,500,000	360,500,000	413,000,000	2,500,000	87,500,000	273,000,000
	63								
R	6	12,200,000	1,500,000	9,000,000	64,200,000	73,200,000	2,500,000	15,000,000	49,200,000
	4	11,500,000	1,500,000	6,000,000	40,000,000	46,000,000	2,500,000	10,000,000	30,000,000
O	8	11,200,000	1,500,000	12,000,000	77,600,000	89,600,000	2,500,000	20,000,000	57,600,000
	5	22,450,000	1,500,000	7,500,000	104,750,000	112,250,000	2,500,000	12,500,000	92,250,000
	29	11,800,000	1,500,000	43,500,000	298,700,000	342,200,000	2,500,000	72,500,000	226,200,000
	52								
	2	16,500,000	1,500,000	3,000,000	30,000,000	33,000,000	2,500,000	5,000,000	25,000,000
	18	11,800,000	1,500,000	27,000,000	185,400,000	212,400,000	2,500,000	45,000,000	140,400,000
	20								
	13	11,800,000	1,500,000	19,500,000	133,900,000	153,400,000	2,500,000	32,500,000	101,400,000
	13								
R	1	19,700,000	1,500,000	1,500,000	18,200,000	19,700,000	2,500,000	2,500,000	15,700,000
	17	11,800,000	1,500,000	25,500,000	175,100,000	200,600,000	2,500,000	42,500,000	132,600,000
	18								
	11	11,500,000	1,500,000	16,500,000	110,000,000	126,500,000	2,500,000	27,500,000	82,500,000
TR	6	12,200,000	1,500,000	9,000,000	64,200,000	73,200,000	2,500,000	15,000,000	49,200,000
	55	11,800,000	1,500,000	82,500,000	566,500,000	649,000,000	2,500,000	137,500,000	429,000,000
	1	17,700,000	1,500,000	1,500,000	16,200,000	17,700,000	2,500,000	2,500,000	13,700,000
DO	5	11,200,000	1,500,000	7,500,000	48,500,000	56,000,000	2,500,000	12,500,000	36,000,000
CR	4	19,700,000	1,500,000	6,000,000	72,800,000	78,800,000	2,500,000	10,000,000	62,800,000
	82								
	4	16,400,000	1,500,000	6,000,000	59,600,000	65,600,000	2,500,000	10,000,000	49,600,000
RR	6	12,200,000	1,500,000	9,000,000	64,200,000	73,200,000	2,500,000	15,000,000	49,200,000
R	9	11,500,000	1,500,000	13,500,000	90,000,000	103,500,000	2,500,000	22,500,000	67,500,000
G	68	11,800,000	1,500,000	102,000,000	700,400,000	802,400,000	2,500,000	170,000,000	530,400,000
CR	5	19,700,000	1,500,000	7,500,000	91,000,000	98,500,000	2,500,000	12,500,000	78,500,000
I	6	22,450,000	1,500,000	9,000,000	125,700,000	134,700,000	2,500,000	15,000,000	110,700,000
	98								
M	44	8,700,000	1,500,000	66,000,000	316,800,000	382,800,000	1,200,000	52,800,000	264,000,000
G	42	11,800,000	1,500,000	63,000,000	432,600,000	495,600,000	2,500,000	105,000,000	327,600,000
S	2	17,700,000	1,500,000	3,000,000	32,400,000	35,400,000	2,500,000	5,000,000	27,400,000
H	1	22,450,000	1,500,000	1,500,000	20,950,000	22,450,000	2,500,000	2,500,000	18,450,000
D	2	16,500,000	1,500,000	3,000,000	30,000,000	33,000,000	2,500,000	5,000,000	25,000,000
	91								
M	48	8,700,000	1,500,000	72,000,000	345,600,000	417,600,000	1,200,000	57,600,000	288,000,000
G	35	11,800,000	1,500,000	52,500,000	360,500,000	413,000,000	2,500,000	87,500,000	273,000,000
	83								
M	7	8,700,000	1,500,000	10,500,000	50,400,000	60,900,000	1,200,000	8,400,000	42,000,000
G	8	11,800,000	1,500,000	12,000,000	82,400,000	94,400,000	2,500,000	20,000,000	62,400,000
	15								
H	1	19,700,000	1,500,000	1,500,000	18,200,000	19,700,000	2,500,000	2,500,000	15,700,000
XR	1	22,450,000	1,500,000	1,500,000	20,950,000	22,450,000	2,500,000	2,500,000	18,450,000
SM	12	8,700,000	1,500,000	18,000,000	86,400,000	104,400,000	1,200,000	14,400,000	72,000,000
SG	13	11,800,000	1,500,000	19,500,000	133,900,000	153,400,000	2,500,000	32,500,000	101,400,000
	27								
SG	13	11,800,000	1,500,000	19,500,000	133,900,000	153,400,000	2,500,000	32,500,000	101,400,000
SRR	1	12,200,000	1,500,000	1,500,000	10,700,000	12,200,000	2,500,000	2,500,000	8,200,000
SM	22	8,700,000	1,500,000	33,000,000	158,400,000	191,400,000	1,200,000	26,400,000	132,000,000

**LAMPIRAN G**  
**TABEL RINCIAN PENJUALAN DAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR**  
**PT . KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG**

Unit	02	HARGA	BBN	T.BBN	PENJUALAN	T.PENJ	POT.PEMB/U	T.POT	T.PEMB
SG	22	12,200,000	1,500,000	33,000,000	235,400,000	268,400,000	2,500,000	55,000,000	180,400,000
SM	18	9,700,000	1,500,000	27,000,000	147,600,000	174,600,000	2,100,000	37,800,000	109,800,000
TH	3	23,500,000	1,500,000	4,500,000	66,000,000	70,500,000	2,500,000	7,500,000	58,500,000
SRR	2	12,400,000	1,500,000	3,000,000	21,800,000	24,800,000	2,500,000	5,000,000	16,800,000
	45								
SM	14	9,700,000	1,500,000	21,000,000	114,800,000	135,800,000	2,100,000	29,400,000	85,400,000
SG	19	12,200,000	1,500,000	28,500,000	203,300,000	231,800,000	2,500,000	47,500,000	155,800,000
	33								
SM	8	9,700,000	1,500,000	12,000,000	65,600,000	77,600,000	2,100,000	16,800,000	48,800,000
SG	6	12,200,000	1,500,000	9,000,000	64,200,000	73,200,000	2,500,000	15,000,000	49,200,000
	14								
SM	21	9,700,000	1,500,000	31,500,000	172,200,000	203,700,000	2,100,000	44,100,000	128,100,000
SG	26	12,200,000	1,500,000	39,000,000	278,200,000	317,200,000	2,500,000	65,000,000	213,200,000
FXR	1	21,500,000	1,500,000	1,500,000	20,000,000	21,500,000	2,500,000	2,500,000	17,500,000
ECO	5	11,200,000	1,500,000	7,500,000	48,500,000	56,000,000	2,500,000	12,500,000	36,000,000
	53								
SG	36	12,200,000	1,500,000	54,000,000	385,200,000	439,200,000	2,500,000	90,000,000	295,200,000
SM	39	9,700,000	1,500,000	58,500,000	319,800,000	378,300,000	2,100,000	81,900,000	237,900,000
TH	1	23,500,000	1,500,000	1,500,000	22,000,000	23,500,000	2,500,000	2,500,000	19,500,000
	76								
SH	58	12,200,000	1,500,000	87,000,000	620,600,000	707,600,000	2,500,000	145,000,000	475,600,000
SM	44	9,700,000	1,500,000	66,000,000	360,800,000	426,800,000	2,100,000	92,400,000	268,400,000
	102								
SG	39	12,200,000	1,500,000	58,500,000	417,300,000	475,800,000	2,500,000	97,500,000	319,800,000
SM	42	9,700,000	1,500,000	63,000,000	344,400,000	407,400,000	2,100,000	88,200,000	256,200,000
	81								
FXR	2	21,500,000	1,500,000	3,000,000	40,000,000	43,000,000	2,500,000	5,000,000	35,000,000
TH	2	23,500,000	1,500,000	3,000,000	44,000,000	47,000,000	2,500,000	5,000,000	39,000,000
SM	51	9,700,000	1,500,000	76,500,000	418,200,000	494,700,000	2,100,000	107,100,000	311,100,000
SG	55	12,200,000	1,500,000	82,500,000	588,500,000	671,000,000	2,500,000	137,500,000	451,000,000
	110								
SM	37	9,700,000	1,500,000	55,500,000	303,400,000	358,900,000	2,100,000	77,700,000	225,700,000
SG	17	12,200,000	1,500,000	25,500,000	181,900,000	207,400,000	2,500,000	42,500,000	139,400,000
	54								
SG	8	12,200,000	1,500,000	12,000,000	85,600,000	97,600,000	2,500,000	20,000,000	65,600,000
SM	4	9,700,000	1,500,000	6,000,000	32,800,000	38,800,000	2,100,000	8,400,000	24,400,000
	12								
SM	15	9,700,000	1,500,000	22,500,000	123,000,000	145,500,000	2,100,000	31,500,000	91,500,000
SG	17	12,200,000	1,500,000	25,500,000	181,900,000	207,400,000	2,500,000	42,500,000	139,400,000
	32								
SG	20	12,200,000	1,500,000	30,000,000	214,000,000	244,000,000	2,500,000	50,000,000	164,000,000
SM	4	9,700,000	1,500,000	6,000,000	32,800,000	38,800,000	2,100,000	8,400,000	24,400,000
	24			954,000,000	6,153,800,000	7,107,800,000			4,682,600,000

Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang Jl . Mataram



**LAMPIRAN G ( Lanjutan )**

SMD	4	10,200,000	1,500,000	6,000,000	34,800,000	40,800,000	2,500,000	10,000,000	24,800,000
SMS	3	10,675,000	1,500,000	4,500,000	27,525,000	32,025,000	2,500,000	7,500,000	20,025,000
SGF	3	12,400,000	1,500,000	4,500,000	32,700,000	37,200,000	2,500,000	7,500,000	25,200,000
SGX	1	12,700,000	1,500,000	1,500,000	11,200,000	12,700,000	2,500,000	2,500,000	8,700,000
	11								
SGF	8	12,400,000	1,500,000	12,000,000	87,200,000	99,200,000	2,500,000	20,000,000	67,200,000
SGX	3	12,700,000	1,500,000	4,500,000	33,600,000	38,100,000	2,500,000	7,500,000	26,100,000
SMD	4	10,200,000	1,500,000	6,000,000	34,800,000	40,800,000	2,500,000	10,000,000	24,800,000
SMS	1	10,675,000	1,500,000	1,500,000	9,175,000	10,675,000	2,500,000	2,500,000	6,675,000
	16								
SMD	13	10,200,000	1,500,000	19,500,000	113,100,000	132,600,000	2,500,000	32,500,000	80,600,000
SMS	8	10,675,000	1,500,000	12,000,000	73,400,000	85,400,000	2,500,000	20,000,000	53,400,000
SGD	8	12,350,000	1,500,000	12,000,000	86,800,000	98,800,000	2,500,000	20,000,000	66,800,000
SGF	6	12,400,000	1,500,000	9,000,000	65,400,000	74,400,000	2,500,000	15,000,000	50,400,000
SGC	7	12,965,000	1,500,000	10,500,000	80,255,000	90,755,000	2,500,000	17,500,000	62,755,000
SGX	5	12,700,000	1,500,000	7,500,000	56,000,000	63,500,000	2,500,000	12,500,000	43,500,000
TH	2	22,500,000	1,500,000	3,000,000	42,000,000	45,000,000	2,500,000	5,000,000	37,000,000
	49			889,500,000	6,265,300,000	8,024,055,000			5,368,055,000

Sumber : PT . Kharisma Mataram Jaya Gemilang Jl . Mataram

**KETERANGAN**

- 1 . SR = SATRIA R
- 2 . SRR = SATRIA RR
- 3 . TS = TS/TRAILL
- 4 . TH = THUNDER
- 5 . RD = RAIDER
- 6 . ECO = ECONOS
- 7 . FXR = FXR
- 8 . SMD/SM = SMASH XCDF
- 9 . SMS = SMASH XCSDF
- 10 . SGD/SG = SHOGUN XSD
- 11 . SGF = SHOGUN XSDF
- 12 . SGX = SHOGUN 125 XSD
- 13 . SGC = SHOGUN XSDCW

\* POTONGAN PEMBELIAN PER UNIT MERUPAKAN HASIL RATA - RATA DARI ( PENJUALAN - TOTAL PEMBELIAN )  
YANG TELAH DISETUJUI OLEH PIHAK MANAJEMEN SUZUKI UNTUK BAHAN PENELITIAN .

# SUZUKI

## PT. KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG

JL. MATARAM 100, YOGYAKARTA TELP. (0274) 587347, 562227 FAX. 580625

### SURAT KETERANGAN

No. : 78 / Mark / KMJG / VIII / 04

Management PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang selaku Main Dealer Resmi Sepeda Motor Suzuki wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : RUDY SATRIA KURNIAWAN  
No. Mahasiswa : 97311271  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Islam Ekonomi Yogyakarta

Benar-benar telah melakukan penelitian di PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang dengan judul :

ANALISIS " BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA " PADA  
PT. KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG  
DI SHOWROOM SUZUKI CABANG JL. MATARAM NO. 100 YOGYAKARTA

Demikianlah surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 6 Agustus 2004  
PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang



EKO SUPRIYATMAN

Marketing Manager

Branch Office :  
Suzuki Medan Jaya  
Suzuki Mataram  
Suzuki Godean  
Suzuki Miali  
Suzuki Yogya  
Suzuki Kalasan  
Suzuki Sinar Jaya  
Suzuki Sampakan  
Suzuki Wonosari  
Suzuki Umbul Harjo  
Suzuki Baron  
Suzuki Palibapang  
Suzuki Kaliurang  
Suzuki Pugeran  
Suzuki Bantul  
Y O G

Jl. Gandekan Lor 44, Telp. 514762, Fax. 561880  
Jl. Mataram 100, Telp. 587347, 562227  
Jl. Godean Km. 4,5 Telp. 617820, 617821  
Jl. Magelang Km. 5,4 (sekitar IVRI) Telp. 515107  
Jl. Brigien Katamsa 78, Telp. 372424, 382189  
Jl. Yogya - Solo Km. 14, Kalasan, Telp. 498134  
Jl. Parangtritis Km. 4,5 Telp. 387856  
Jl. Yogyakarta-Wonosari Km. 10 (dipn. Kids Fun) Telp. 522963  
Jl. KH. Agus Sulim 117, Ladoksari, Wonosari, Telp. 394394  
Jl. Menteri Supeno 62 B, Telp. 314777  
Jl. Baron 42/1, Wonosari, Gunungkidul, Telp. 392548  
Jl. Brigiend Katamsa No 1 Palibapang, Bantul, Telp. 367453  
Jl. Kaliurang Km. 13,5 (sekitar kampus UII) Telp. 895730  
Jl. Ring Road Utara Pugeran, Xl/3, Telp. 887783  
Jl. Raya Bantul No 90 (perempatan Kledoran) Telp. 765087  
Y A K A R T A