

**PEMILIHAN PRODUK POTENSIAL DENGAN
MENGUNAKAN ANALISIS *CONTRIBUTION MARGIN***

Studi Kasus Pada Perusahaan Jamu Tradisional

"Sapta Sari" Yogyakarta Tahun 1998-2002

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi



Oleh :

Theresia Dwi Susanti

NIM : 972114077



PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SANATA DHARMA

YOGYAKARTA

2004

SKRIPSI

PEMILIHAN PRODUK POTENSIAL DENGAN MENGUNAKAN ANALISIS *CONTRIBUTION MARGIN*

Studi Kasus Pada Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” Yogyakarta

Oleh :

Theresia Dwi Susanti

NIM : 972114077

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Fr. Reni Retno Anggraeni, SE., Msi., Akt.

Tanggal 06 – 09 - 2004

Pembimbing II



Lilis Setiawati, SE., Msi., Akt.

Tanggal 23 – 09 - 2004

SKRIPSI

PEMILIHAN PRODUK POTENSIAL DENGAN MENGUNAKAN ANALISIS CONTRIBUTION MARGIN

Studi Kasus Pada Perusahaan Jamu Tradisional "Sapta Sari" Yogyakarta

Dipersiapkan dan ditulis oleh

Theresia Dwi Susanti

NIM : 972114077

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 23 Nopember 2004
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

Ketua	Firma Sulistiyowati, S.E., M.Si.
Sekretaris	Lisia Apriani, S.E., M.Si, Akt
Anggota	Fr. Reni Retno Anggraeni, S.E., M.Si, Akt
Anggota	Lilis Setiawati, S.E., M.Si, Akt
Anggota	Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M.Si, Akt

Tanda tangan







Yogyakarta, 30 Nopember 2004

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan,



(Drs. Alex Kahu Lantum, M.M)

Halaman Moto dan Persembahan

Moto Hidup :

Kesabaran dalam penderitaan menampakkan iman kita. Kesabaran harus disertai keyakinan bahwa Allah pasti menolong. Waktu Tuhan Berbeda dengan waktu manusia. (MB 101)

Persembahan :

- Bapak dan ibu yang telah memberikan dorongan baik materiil dan spirituil. Terima kasih tak terhingga atas perjuangannya.
- Suami dan puteri kembarku (Twinna dan Twinny), atas cinta, perhatian dan semangatnya. Bikin hidup lebih hidup.
- Kakakku (Penyo) dan adikku (ceepoel) atas segala bantuan, doa dan segenap cintanya.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka, sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Yogyakarta, 16 Maret 2005

Penulis



Theresia Dwi Susanti

ABSTRAK

PEMILIHAN PRODUK POTENSIAL DENGAN MENGUNAKAN ANALISIS *CONTRIBUTION MARGIN*

**Studi Kasus Pada Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” Yogyakarta
Tahun 1998 - 2002**

**Theresia Dwi Susanti
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lini produk mana yang paling potensial di Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” Yogyakarta selama periode 1998 sampai 2002 dengan menggunakan analisis *Contribution Margin* dan untuk mengetahui lini produk mana yang paling potensial untuk waktu yang akan datang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk menjawab permasalahan pertama dilakukan langkah-langkah sebagai berikut : (1) Menggolongkan biaya sesuai dengan perilakunya; (2) Memisahkan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel; (3) Menentukan biaya variabel yang ada di setiap lini produk; (4) Menghitung *Contribution Margin Ratio* tiap lini produk. Untuk menjawab permasalahan kedua dilakukan langkah-langkah : menghitung *trend* laba kontribusi.

Analisis menunjukkan bahwa lini produk yang paling potensial adalah Jamu Kamor. Untuk waktu yang akan datang lini produk yang paling potensial adalah lini produk Jamu Kamor.

ABSTRACT

**POTENTIAL PRODUCT ELECTION USING ANALYSIS OF
CONTRIBUTION MARGIN RATIO**

**A Case Study at Traditional Herbal Medicine Company
" Sapta Sari" Yogyakarta from 1998-2002**

Theresia Dwi Susanti
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004

The purpose of this research was to find out the product line which was the most potential in Traditional Herbal Medicine Company " Sapta Sari " Yogyakarta from 1998 until 2002 using analysis of Contribution Margin and to know the one for the future.

The techniques at data collecting used were interview, observation and documentation. The steps conducted to answer the first problem were : (1) Classifying expense according to its behavior; (2) Separating semi variable cost into fixed cost and variable cost; (3) Determining variable cost existed in each product line; (4) Counting the Contribution of Margin Ratio in each product line. Determining the trend of contribution profit was used to answer the second problem.

The result showed that the most potential product line was Kamor. In the future the most potential product line would be also Kamor.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang maha Esa, atas berkat dan rahmat yang telah dilimpahkannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Alex Kahu Lantum, M.S. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
2. Bapak Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, Akt., Msi. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
3. Ibu Fr.Reni Retno Anggraeni, SE., Msi.,Akt. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan petunjuk serta saran selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Lilis Setiawati,SE.,Msi.,Akt. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Bambang Purnomo,SE. selaku pimpinan pada Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” Yogyakarta yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk melaksanakan penelitian.

6. Seluruh staf dan karyawan Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari “ Yogyakarta atas bantuan untuk memperoleh data-data perusahaan.
7. Bapak dan ibu di rumah atas segenap cinta, perhatian, doa dan dorongannya.
8. Suami dan putri kembarku (Twinna dan Twinny) atas cinta dan perhatian dengan melewati hari-hari yang manis dan indah bersama kalian, membuat hidup lebih hidup.
9. Mas Penyo dan Dek Cipool atas cinta dan perhatian yang tak terbatas.
10. Semua teman-teman di Stembayo 14, khususnya Wiwin untuk segala fasilitasnya, dan sahabatku Izen, kalian adalah teman yang sangat berharga.
11. Semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini banyak sekali kekurangan dan kelemahannya, maka penulis mengharapkan saran dan kritikan yang sifatnya membangun guna memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan orang lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, Nopember 2004



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	3
B. Pembatasan Masalah.....	4
C. Perumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II Landasan Teori.....	7
A. Perencanaan Laba.....	7



1. Pengertian Perencanaan Laba.....	7
2. Manfaat Perencanaan Laba.....	9
3. Keterbatasan Perencanaan Laba.....	10
B. Analisis Titik Impas (<i>Break Event Point</i>).....	10
1. Pengertian Titik Impas.....	10
2. Manfaat Analisis Titik Impas.....	11
3. Perhitungan <i>Break Event Point</i>	11
C. Perilaku Biaya.....	12
1. Klasifikasi Biaya.....	12
2. Metode Pemisahan Biaya.....	14
D. Penghitungan Batas Keamanan (<i>Margin of Safety</i>).....	16
E. Penghitungan <i>Trend</i>	17
F. Analisis <i>Contribution Margin</i>	18
1. Pengertian Analisis <i>Contribution Margin</i>	18
2. Manfaat <i>Contribution Margin</i>	19
3. Penghitungan <i>Contribution Margin</i>	21
4. Analisis <i>Contribution Margin</i> untuk Perusahaan yang Memproduksi lebih dari Satu Jenis Produk.....	21
G. Lini produk.....	22
1. Pengertian Lini Produk.....	22
2. Klasifikasi Lini Produk.....	23
3. Strategi Lini Produk.....	24

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Subyek dan Obyek Penelitian.....	27
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
D. Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	28
E. Sumber Data.....	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	34
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	34
B. Struktur Organisasi.....	36
C. Lokasi Perusahaan.....	39
D. Proses Produksi.....	42
E. Personalia.....	44
F. Pemasaran.....	45
G. Permodalan	46
H. Produksi Jamu yang Dihasilkan.....	47
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Analisis Data.....	54
1. Klasifikasi Biaya.....	54
2. Memisahkan Biaya Semi Variabel Ke Dalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel.....	66

3. Menentukan Biaya Variabel Yang Ada Di Setiap Lini	
Produk.....	68
4. Menghitung <i>Contribution Margin Ratio</i> Tiap Lini	
Produk.....	70
5. Menentukan Lini Produk Yang Paling Potensial.....	71
B. Pembahasan.....	75
BAB VI KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
C. Keterbatasan.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Penghitungan Biaya Semi Variabel dengan Metode Kuadrat Terkecil.....	83
Lampiran 2 Pengalokasian Biaya di Setiap Lini Produk.....	91
Lampiran 3 Penghitungan Pertumbuhan CMR dengan Metode Data Berkala.....	93
Lampiran 4 Volume Produksi Tahun 1998-2002.....	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV.1. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan.....	36
Gambar IV.2. Bagan Lokasi Perusahaan.....	41

DAFTAR TABEL

Judul	Halaman
Tabel V.1. Biaya Bahan Baku untuk Total Produksi Tahun 1998–2002	55
Tabel V.2. Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk Total Produksi Tahun 1998–2002	56
Tabel V.3. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung untuk Total Produksi Tahun 1998-2002	57
Tabel V.4. Biaya Pemeliharaan Mesin untuk Total Produksi Tahun 1998–2002	58
Tabel V.5. Biaya Pemeliharaan Gedung untuk Total Produksi Tahun1998-2002	59
Tabel V.6. Biaya Penyusutan Gedung.....	60
Tabel V.7. Biaya Penyusutan Mesin.....	60
Tabel V.8. Biaya Gaji Bagian Pemasaran.....	61
Tabel V.9. Biaya Pemeliharaan Kendaraan	62
Tabel V.10. Biaya Promosi Penjualan.....	63
Tabel V.11. Biaya Perlengkapan Kantor.....	64
Tabel V.12. Biaya Listrik untuk Total Produksi Tahun 1998-2002.....	64
Tabel V.13. Biaya Telepon untuk Total Produksi	

Tahun 1998-2002.....	65
Tabel V.14. Biaya Tetap dan Biaya Variabel untuk Biaya Pemeliharaan Mesin	
Tahun 1998–2002	67
Tabel V.15. Biaya Tetap dan Biaya Variabel untuk Biaya Pemeliharaan Gedung	
Tahun 1998–2002	68
Tabel V.16. Biaya Tetap dan Biaya Variabel untuk Biaya Pemeliharaan Kendaraan	
Tahun 1998–2002	68
Tabel V.17. Biaya Tetap dan Biaya Variabel untuk Biaya Pemeliharaan Telepon	
Tahun 1998–2002	68
Tabel V.18. Total Biaya Variabel untuk Jamu Kamor.....	69
Tabel V.19. Total Biaya Variabel untuk Jamu Pegal Linu.....	69
Tabel V.20. Total Biaya Variabel untuk Jamu Marap.....	70
Tabel V.21. <i>Contribution Margin</i> tiap lini produk.....	71
Tabel V.22. Pertumbuhan <i>Trend</i> Tahunan.....	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya perusahaan didirikan untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Di dalam menghasilkan barang atau jasa ini, perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba yang optimal. Oleh karena itu, untuk menghasilkan laba yang optimal perusahaan perlu menyusun perencanaan laba agar kemampuan yang dimiliki perusahaan dapat dikerahkan secara terkoordinasi dalam mencapai tujuan tersebut. Laba perusahaan merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya dalam periode akuntansi tertentu. (Mulyadi,1993:224).

Perencanaan laba harus mempertimbangkan faktor-faktor, yaitu : kondisi usaha pada masa yang akan datang yang penuh dengan ketidakpastian dan mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan yang akan menghasilkan laba realistik. Perencanaan laba juga dapat dilakukan dengan mengembangkan rencana tersebut dengan alternatif-alternatif kegiatan baru yang mendukung. Untuk itu, manajemen harus mampu memprediksi kondisi usaha yang penuh ketidakpastian, kemudahan dan hambatan di dalam perusahaan. Manajemen juga harus mampu mengamati kemungkinan perubahan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan.

Laba perusahaan dalam jangka pendek dipengaruhi oleh pendapatan yaitu hasil kali volume penjualan dengan harga jual, biaya variabel dan biaya

tetap. Perencanaan laba jangka pendek dilakukan oleh manajemen dalam proses penyusunan anggaran. Manajemen akan dihadapkan pada pemilihan alternatif apakah harga jual produk dalam tahun anggaran yang akan datang perlu diturunkan atau dinaikkan untuk mengungguli posisi pesaingnya di pasar.

Perusahaan yang memproduksi atau menghasilkan lebih dari satu jenis produk akan menghadapi masalah dalam usaha untuk memperoleh laba yang optimal. Hal ini disebabkan tiap jenis produk akan memberikan sumbangan laba yang berbeda-beda besarnya.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menganalisis perencanaan laba di antaranya *Margin of Safety*, titik impas (*Break Even Point*), *Trend*, *Contribution Margin*. Mengingat banyaknya metode-metode yang digunakan, maka penulis menggunakan pendekatan analisis *Contribution Margin* sebagai alat perencanaan laba. *Contribution Margin* adalah pendapatan penjualan dikurangi semua Biaya Variabel. *Contribution Margin* tersebut menunjukkan jumlah yang tersedia untuk menutup semua Biaya Tetap dan setelah Biaya Tetap tertutup maka sisanya adalah laba pada periode bersangkutan. Jika *Contribution Margin* tidak cukup untuk menutup Biaya Tetap maka terjadi rugi pada periode tersebut.

Perusahaan besar maupun kecil sangat membutuhkan informasi yang berhubungan dengan volume penjualan, harga jual, besarnya biaya sehingga perusahaan mampu merencanakan laba yang dikehendaki. Demikian juga

Melihat betapa pentingnya analisis *Contribution Margin* ini, terutama dalam kaitannya dengan perencanaan laba perusahaan maka penulis mengambil judul “**Pemilihan Produk Potensial Dengan Menggunakan Analisis *Contribution Margin* ”** studi kasus pada perusahaan jamu tradisional” Sapta Sari” Yogyakarta.

B. Pembatasan Masalah

Perusahaan yang menghasilkan lebih dari satu jenis produk harus memperhatikan kemampuan tiap lini produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam menghasilkan laba kontribusi yang berbeda-beda, yang sangat berpengaruh pada laba total.

Untuk memperoleh *Contribution Margin* yang maksimal, perusahaan tidak dapat memproduksi satu macam produk saja, yaitu yang mempunyai *Contribution Margin* terbesar. Hal ini disebabkan karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi dan perlu dipertimbangkan dalam memproduksi suatu produk. Faktor tersebut antara lain prospek penjualan, tingkat saling ketergantungan antara produk yang dijual, tambahan biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan berubahnya jumlah yang diproduksi.

Dalam penelitian ini pembahasan hanya dibatasi oleh perencanaan laba pada lini produk Jamu Kamor, Jamu Pegal Linu, Jamu Marap karena ketiga lini produk tersebut memiliki jumlah penjualan yang tinggi. Untuk mengetahui perencanaan laba tersebut penulis menitikberatkan pada analisis *Contribution Margin*. *Contribution Margin* tersebut digunakan untuk mengetahui kemampuan

tiap lini produk yang dihasilkan perusahaan dalam memperoleh laba. Produk yang potensial adalah produk yang menghasilkan *Contribution Margin* paling besar sehingga kemampuan untuk menutup biaya tetapnya adalah besar dan laba yang dihasilkan besar.

C. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas :

1. Manakah lini produk yang paling potensial dari beberapa lini produk yang ada di Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” untuk periode 1998 sampai 2002 berdasarkan perhitungan *Contribution Margin* ?
2. Manakah lini produk yang paling potensial dari beberapa lini produk yang ada di Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” untuk tahun 2004 ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui lini produk mana yang paling potensial dari beberapa lini produk yang ada di Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” periode 1998 sampai 2002 berdasarkan perhitungan *Contribution Margin*.
2. Untuk mengetahui lini produk mana yang paling potensial dari beberapa lini produk yang ada di Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” untuk tahun 2004.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Perusahaan

Hasil pemikiran ini dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai sumbangan pemikiran dalam membuat perencanaan laba yang baik untuk masa-masa yang akan datang.

2. Universitas Sanata Dharma

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan Universitas Sanata Dharma, khususnya mengenai analisis *Contribution Margin* untuk perencanaan laba jangka pendek.

3. Penulis

Penulis dapat menerapkan teori-teori ataupun ilmu-ilmu yang didapat selama kuliah dengan keadaan sesungguhnya yang terjadi di lapangan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai : latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai : pengertian perencanaan laba, manfaat perencanaan laba, keterbatasan perencanaan laba, pengertian *titik impas* (*Break Event Point*), manfaat analisis *titik impas*, penghitungan *Break*

Event Point, klasifikasi biaya, metode pemisahan biaya, penghitungan batas keamanan (*Margin of Safety*), penghitungan *Trend*, pengertian analisis *Contribution Margin*, manfaat *Contribution Margin*, penghitungan *Contribution Margin*, analisis *Contribution Margin* untuk perusahaan yang memproduksi lebih dari satu jenis produk, pengertian lini produk, klasifikasi lini produk, strategi lini produk.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini dijelaskan hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian, yaitu : jenis penelitian, subyek dan obyek penelitian, waktu dan tempat penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, lokasi perusahaan, proses produksi, personalia, pemasaran, permodalan, jenis jamu yang dihasilkan.

BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pengolahan data yang didapatkan dari hasil penelitian. Data yang dikumpulkan dianalisis berdasarkan teori-teori dan teknik-teknik analisis yang digunakan penulis.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perencanaan Laba

1. Pengertian Perencanaan Laba

Perencanaan laba perusahaan adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi laba, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. Dalam perencanaan laba harus ditentukan terlebih dahulu penjualan minimum yang harus dicapai. Ada 4 (empat) faktor yang mempengaruhi perencanaan laba yaitu: perubahan harga jual, perubahan biaya variabel, perubahan biaya tetap, dan perubahan lebih dari satu variabel secara serentak (Sugiri, 1994:120-123)

a. Perubahan Harga Jual

Keputusan yang akan selalu dihadapi oleh seorang manajer adalah kemungkinan untuk menaikkan harga jual. Seorang manajer juga harus dapat mempertimbangkan penolakan konsumen terhadap harga jual yang meningkat, yang akan mengakibatkan penurunan permintaan produk. Analisis *Contribution Margin* dapat membantu manajer menentukan seberapa besar volume penjualan dapat turun tetapi masih bisa menutup biaya tetap total.

b. Perubahan Biaya Variabel

Perusahaan tidak selalu dapat menaikkan harga jual. Kemampuan pesaing dalam pasar dapat mencegah keputusan menaikkan harga jual tersebut. Untuk mempertahankan atau menaikkan harga jual biaya dapat dikurangi dengan menggunakan lebih sedikit bahan-bahan yang mahal atau memodifikasi proses pembuatan produk untuk mengurangi Biaya Tenaga Kerja Langsung. Hal ini dapat digunakan untuk mengurangi biaya variabel perunit.

c. Perubahan Biaya Tetap

Biaya Tetap dapat saja berubah dari tahun anggaran satu ke tahun anggaran berikutnya. Seringkali manajemen mempertimbangkan kenaikan Biaya Tetap akan mengubah titik impas dan volume penjualan untuk mencapai target laba tertentu.

d. Perubahan Lebih dari satu Variabel Secara Serentak

Dalam dunia nyata perubahan-perubahan hanya satu variabel saja jarang terjadi. Seringkali perubahan terjadi lebih dari satu variabel secara bersama.

Empat faktor diatas juga dapat digunakan untuk perencanaan laba jangka pendek. Perencanaan laba jangka pendek adalah suatu rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat mengenai laba usaha dalam bentuk triwulan atau kwartalan. Perencanaan laba jangka pendek hanya berlaku untuk satu tahun ke depan saja atau pada tahun yang akan datang.

2. Manfaat Perencanaan Laba

Manfaat perencanaan laba adalah:

- a. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan masalah.
- b. Memaksa pihak manajemen mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi dan menanam kebiasaan pada orang untuk mengadakan telaah dengan seksama.
- c. Menciptakan suasana organisasi yang terarah pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya maksimal.
- d. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana sebagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen. Sehingga keputusan akhir dan rencana yang saling terkait dapat menggambar keseluruhan organisasi dalam bentuk rencana yang terpadu.
- e. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis dari setiap segmen atau aspek organisasi.
- f. Mengkoordinasi serta mempertemukan semua upaya perusahaan ke dalam prosedur perencanaan anggaran yang terarah.
- g. Mengarahkan penggunaan modal dan upaya kegiatan yang paling menguntungkan.
- h. Mendorong standar prestasi yang tinggi.
- i. Sebagai tolok ukur hasil kegiatan dan menilai kebijaksanaan manajemen.

3. Keterbatasan Perencanaan Laba

Keterbatasan perencanaan laba adalah sebagai berikut:

- a. Ramalan atau perkiraan bukanlah ilmu sehingga perlu pertimbangan tertentu dan perlu perbaikan.
- b. Anggaran dapat mengikat perhatian manajemen pada sasaran tertentu, sehingga diperlukan kecermatan untuk mengeluarkan upaya manajer setepat mungkin.
- c. Perencanaan laba memerlukan kerjasama dan peran serta seluruh anggota manajemen.
- d. Perencanaan laba tidaklah menghapus maupun mengambil alih peranan bagian administrasi.
- e. Pelaksanaan rencana memerlukan waktu.

B. Analisis Titik Impas (*break even point*)

1. Pengertian Titik Impas

Impas adalah keadaan keadaan suatu perusahaan dimana pendapatan penjualannya sama dengan jumlah total biayanya, atau besarnya laba kontribusi sama dengan total biaya tetap, dengan kata lain perusahaan tidak memperoleh laba tetapi juga tidak menderita rugi atau labanya sebesar nol. (Supriyono, 1988:153).

Perusahaan dengan menggunakan analisis titik impas sebagai alat perencanaan laba, apabila unsur biaya tetap dan biaya variabel digunakan oleh perusahaan tersebut. Besarnya biaya tetap secara keseluruhan tidak akan mengalami perubahan walaupun terjadi perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya variabel keseluruhan akan mengalami perubahan sesuai perubahan tingkat produksi.

Pada *break even point* keseluruhan hasil penjualan setelah dikurangi biaya variabel ternyata hanya cukup untuk menutup biaya tetapnya saja. Hasil pengurangan biaya variabel dari total penjualan disebut *contribution margin*, sedangkan titik impas terjadi jika *contribution margin* sama dengan biaya tetap.

2. Manfaat Analisis Titik Impas

Analisis titik impas sangat bermanfaat bagi manajemen terutama dalam perencanaan dan pengambilan keputusan. Adapun manfaat tersebut antara lain:

- a. Untuk perencanaan atau arah pembuatan anggaran produksi, biaya dan penjualan.
- b. Untuk pengambilan keputusan menutup usaha, apabila hasil yang diperoleh tidak dapat menutup biaya tetap.

3. Penghitungan *Break Even Point*

Untuk menghitung *break even point* ada beberapa variabel yang perlu diketahui yaitu biaya tetap secara keseluruhan, biaya variabel perunit dan harga jual perunit.

a. Penghitungan *break even point* secara matematis

i. Penghitungan *break even point* atas dasar unit

$$PQ = FC + VQ$$

FC = biaya tetap

$$PQ - FC = FC$$

P = harga jual perunit

$$Q(P-V) = FC$$

V = Biaya variabel perunit

$$Q = \frac{FC}{P-V}$$

BEP (Q) = Jumlah unit

ii. Penghitungan *break even point* atas dasar rupiah

Break even point dalam rupiah dapat diketahui dengan cara mengalikan *break even point* dalam unit dengan harga jual per unit atau dengan rumus sebagai berikut (Bambang Riyanto, 1990:284):

$$BEP = \frac{FC}{1 - \frac{V}{P}}$$

FC = Biaya tetap

V = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

b. Penghitungan *break even point* secara grafik

Untuk dapat menentukan *break even point* perlu digunakan garis penjualan, garis biaya tetap, garis biaya variabel dan total biaya.

C. Perilaku Biaya

1. Klasifikasi Biaya

Dalam akuntansi keuangan, istilah biaya didefinisikan sebagai pengorbanan ekonomis yang digunakan untuk memperoleh barang dan jasa. Dalam operasi perusahaan biaya yang terjadi mengandung unsur-unsur biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.

Dalam menggunakan analisis titik impas maupun *contribution margin* perlu adanya klasifikasi biaya. Biaya yang terjadi dalam perusahaan selama periode tertentu mengandung unsur-unsur biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Dalam analisis titik impas unsur biaya yang merupakan biaya semi variabel perlu dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.

a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak dipengaruhi oleh perubahan-perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu. (Supriyono, 1987:207).

Biaya tetap merupakan biaya yang digunakan untuk mempertahankan operasi perusahaan. Tingkat kekonstanan total biaya tetap terbatas dalam jarak kapasitas yang merupakan daerah di dalam manajemen melaksanakan kegiatan. Yang termasuk biaya tetap misalnya biaya penyusutan, amortisasi, biaya gaji, biaya sewa dan sebagainya.

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding atau proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas (Supriyono, 1987:207).

Dengan meningkatnya volume kegiatan maka secara proporsional semakin tinggi pula total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan maka secara proporsional semakin rendah pula total biaya variabel. Yang termasuk biaya variabel ini misalnya biaya bahan baku, biaya penolong, biaya tenaga kerja langsung dan sebagainya.

c. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas tetapi tingkat perubahannya tidak proporsional atau sebanding. (Supriyono, 1987:208).

Semakin tinggi volume kegiatan semakin tinggi pula jumlah biaya semi variabel, tetapi perubahannya tidak proporsional dengan volume kegiatan. Contoh dari biaya semi variabel ini adalah biaya telepon, biaya listrik dan biaya pemeliharaan kendaraan.

2. Metode Pemisahan Biaya

Semua biaya yang terjadi di dalam perusahaan merupakan unsur biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Dalam analisis titik impas maupun

Contribution Margin dikenal unsur biaya tetap dan biaya variabel saja. Maka untuk mengetahui biaya mana yang termasuk unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel perlu adanya pemisahan biaya, termasuk didalamnya biaya semi variabel. Ada tiga metode untuk memperkirakan fungsi biaya dengan pendekatan historis yaitu :

a. Metode titik tertinggi dan titik terendah

Metode ini melakukan perbandingan suatu biaya pada tingkat yang paling tinggi dan terendah di masa lalu.

b. Metode biaya berjaga

Metode ini menghitung beberapa biaya yang harus tetap dilakukan apabila perusahaan ditutup sementara, jadi produksinya sama dengan nol. Biaya ini disebut biaya berjaga, dan biaya ini merupakan bagian yang tetap.

c. Metode kuadrat terkecil

Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan $y = a + bx$. Dari beberapa metode tersebut diatas, metode kuadrat terkecil lebih sering digunakan karena mendekati ketelitian.

$Y = a + bx$, dimana y = biaya semivariabel yang merupakan tidak bebas
(*dependent variable*)

X = volume kegiatan yang merupakan variabel bebas
(*independent variable*)

a = unsur biaya tetap

b = unsur biaya variabel

Dari persamaan di atas, rumus perhitungannya adalah:

$$a = \frac{\Sigma Y - b \Sigma X}{n}$$

$$b = \frac{n \Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

D. Penghitungan Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Margin of safety merupakan batas keamanan yaitu seberapa besar volume penjualan yang dianggarkan boleh turun agar perusahaan tidak menderita rugi.

Margin of Safety dinyatakan dalam rasio atau persentase dari selisih dianggarkan, dinyatakan dalam rumus (Alwi, 1983:83):

$$\text{Margin of Safety} = \frac{A - B}{A}$$

a = penjualan yang dianggarkan

b = penjualan pada titik BEP

Misalnya Perusahaan Samodra merencanakan volume penjualan sebesar Rp. 500.000,00 sedangkan BEP pada tingkatpenjualan sebesar Rp. 225.000,00. Maka *margin of safety* dapat dicapai sebagai berikut:

$$\text{Margin of Safety} = \frac{500.000 - 225.000}{500.000}$$

$$= 0,55 = 55\%$$

Margin of Safety perusahaan sebesar 55%, apabila perusahaan mengalami penurunan penjualan sebesar 55% atau kurang dari 55% yang dihitung dari penjualan yang dianggarkan maka perusahaan belum menderita kerugian. Tetapi jika penurunan lebih besar dari 55%, maka perusahaan akan mengalami kerugian.

E. Penghitungan *Trend*

Trend merupakan suatu alat bantu untuk memprediksi yang akan terjadi dimasa yang akan datang, berdasarkan data-data sebelumnya. Persamaan garis *trend* dirumuskan sebagai berikut (Budiyuwono, 1987:217):

$$Y = a + bX$$

Persamaan ini dapat dicari apabila nilai a dan b dapat dihitung dimana:

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

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

X = konstanta bilangan (variabel waktu)

Y = obyek yang *ditrend*

n = waktu yang diteliti

a = nilai *trend* tahun dasar

b = pertambahan *trend* tahunan

Trend dapat digunakan untuk mengetahui pola dari data masa lampau, apakah polanya naik terus, tetap atau turun. Selain itu dapat digunakan untuk memproyeksikan laba di masa mendatang. Dengan mempelajari perkembangan penjualan yang lalu dapat diperkirakan keadaan penjualan masa yang akan datang, (Nugroho Budiyuwono, 1987:209).

Adapun metode yang dapat digunakan dalam penghitungan *trend* adalah metode bebas, metode jumlah kuadrat terkecil dan metode rata-rata (metode semi rata-rata dan metode rata-rata bergerak). Karena banyaknya metode penghitungan *trend*, maka penulis mengambil metode jumlah kuadrat terkecil (*the least square method*). Yang dimaksud dengan jumlah kuadrat terkecil adalah jumlah kuadrat penyimpangan (deviasi) nilai data terhadap garis trend minimum atau terkecil. Apabila syarat ini dipenuhi, maka garis *trend* tersebut akan terletak di tengah-tengah dari data asli (Nugroho Budiyuwono, 1987:217).

F. Analisis *Contribution Margin*

1. Pengertian Analisis *Contribution Margin*

Analisis *Contribution Margin* merupakan suatu alat analisis yang mempertimbangkan biaya, harga jual dan volume penjualan. *Contribution Margin* menunjukkan jumlah yang tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan setelah biaya tetap tertutup maka sisanya untuk menghasilkan laba periode yang bersangkutan. (Supriyono, 1987:531).

Dalam kondisi tertentu, apabila *Contribution Margin* lebih besar dari total biaya tetap, perusahaan akan memperoleh keuntungan. Demikian sebaliknya, apabila *Contribution Margin* lebih kecil dari total biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

2. Manfaat *Contribution Margin*

Manfaat yang diperoleh dengan mengetahui *Contribution Margin* adalah (Mulyadi, 1985:47):

- a. Pendekatan *Contribution Margin* membantu manajemen dalam perencanaan laba. Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat, di mana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi atau laba, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka pendek dan panjang.
- b. Dengan mengetahui *Contribution Margin* dari berbagai produk, maka manajemen dapat menampilkan produk yang paling menguntungkan.
- c. *Contribution Margin* dapat membantu manajemen dalam menyediakan informasi yang berhubungan dengan pengambilan keputusan mengenai:
 - i. Harga jual produk yang dilempar ke pasar baru, dalam rangka mengisi kapasitas yang belum penuh.
 - ii. Harga jual pesanan-pesanan khusus yang dapat diterima perusahaan.
 - iii. Alternatif yang timbul dalam hubungannya dengan penurunan harga jual potongan khusus dan penggunaan premi untuk meningkatkan volume

penjualan. Hal ini ditentukan dengan cara membandingkan tambahan biaya dengan tambahan hasil penjualan di masa yang akan datang. Semakin tinggi *Contribution Margin Ratio*, semakin besar kesempatan untuk mengadakan promosi penjualan dan sebaliknya, semakin rendah *contribution margin*, semakin besar jumlah volume produk yang perlu dijual untuk menutup tambahan promosi penjualan tersebut.

- iv. Alternatif komposisi produk dari berbagai macam produk dalam mencapai laba maksimal.
 - v. Dalam jangka pendek, apabila hasil penjualan suatu produk melebihi biaya variabelnya maka produk tersebut memberikan kontribusi dalam menghasilkan laba secara keseluruhan.
- d. Apabila telah ditemukan laba yang dikehendaki maka dapat tidaknya laba tersebut dicapai dapat segera dinilai dengan menghitung jumlah kualitas produk yang harus dijual untuk menghasilkan laba tersebut. Penghitungan tersebut dapat dengan mudah dibuat dengan cara membagi jumlah biaya tetap ditambah dengan yang dikehendaki tersebut dengan *Contribution Margin* per satuan produk.
- e. Seringkali pengambilan keputusan dilakukan untuk mengetahui bagaimana menggunakan sumber-sumber yang ada (seperti mesin dan bahan baku) dalam usaha yang paling menguntungkan. Pendekatan kontribusi memberikan data untuk pembuatan keputusan secara tetap suatu usaha yang

paling menguntungkan ditentukan oleh produk yang menghasilkan laba kontribusi paling besar dalam usaha memperoleh laba perusahaan secara keseluruhan.

- f. Pendekatan kontribusi sangat membantu bilamana harga ditetapkan secara tegas dalam industri, karena masalah produk yang dihadapi masing-masing perusahaan dalam industri tersebut adalah seberapa besar biaya variabel dapat diperhitungkan (suatu masalah yang sangat dipengaruhi oleh desain produk) dan seberapa besar volume dapat dicapai.

3. Penghitungan *Contribution Margin*

Contribution Margin dihitung dengan cara penjualan dikurangi dengan biaya variabel. Apabila *Contribution Margin* lebih besar dari biaya tetap maka perusahaan mendapatkan laba dan apabila *Contribution Margin* lebih kecil dari biaya tetap maka perusahaan menderita kerugian.

Contribution Margin Ratio (CMR) besarnya ditentukan dari *Contribution Margin* dibagi penjualan total. Dalam rumus sebagai berikut (Mulyadi, 1990:471):

$$CMR = \frac{CM}{total\ penjualan} \times 100\%$$

4. Analisis *Contribution Margin* untuk Perusahaan Yang Memproduksi Lebih dari Satu Jenis Produk

Dalam perusahaan yang memproduksi dan menjual lebih dari satu macam produk, manajemen memerlukan informasi *Contribution Margin* dari masing-masing produk untuk menentukan lini produk yang paling potensial. *Contribution*

Margin dicari dengan menggunakan Metode Variabel *Costing* dalam perhitungan rugi laba. (Sugiri, 1994:107)

Dalam mempelajari analisis *contribution margin* pada perusahaan yang memproduksi dan menjual beberapa jenis produk perlu dianalisis mengenai hubungan setiap jenis produk yang dihasilkan untuk mengetahui seberapa jauh biaya dapat dialokasikan pada setiap jenis produk, sehingga dapat diketahui jumlah biaya tetap dan biaya variabel untuk masing-masing produk. Analisis ini sangat membantu manajer dalam perencanaan laba, karena laba yang diinginkan oleh perusahaan tergantung pada faktor-faktor:

- a. Total biaya tetap dari seluruh produk yang ada
- b. Volume penjualan, harga jual dan biaya variabel perunit untuk setiap jenis produk
- c. Komposisi produk yang dijual

5. Asumsi *Contribution Margin*

Anggapan yang mendasari analisis *Contribution Margin* adalah (Sugiri, 1994:14)

- a. Suatu perubahan dalam biaya variabel akan mengakibatkan perubahan pada *Contribution Margin Ratio*.
- b. Suatu perubahan dalam harga jual akan mengakibatkan perubahan pada *Contribution Margin Ratio*.

d. Suatu perubahan dalam biaya tetap tidak mempengaruhi laba kontribusi.

G. Lini Produk

1. Pengertian Lini Produk

Pengertian Lini produk adalah sekelompok barang yang pada pokoknya cenderung mempunyai tujuan penggunaan sama dan memiliki karakteristik secara fisik yang hampir sama. (Swasta, 1984:116)

Menurut Philip Kotler, Lini Produk adalah sekumpulan produk yang termasuk dalam suatu kelompok produk yang berkaitan erat satu dengan yang lain, karena berfungsi secara serupa, dijual kepada kelompok pelanggan yang sama, dipasarkan melalui saluran pemasaran yang serupa atau yang termasuk dalam rentang harga yang sama. (Kotler, 1984:6)

Sedangkan menurut Fandy Tjipton, Lini produk didalam produksi berkaitan erat. Hubungan ini bisa dikarenakan lini produk dipasarkan melalui saluran distribusi yang sama. (Tjiptono, 1995:103). Dari ketiga definisi yang dikemukakan diatas mempunyai fungsi, saluran, distribusi, harga dan karakteristik fisik yang hampir sama.

2. Klasifikasi Lini Produk

Lini produk dapat diklafikasikan berdasarkan tingkat kedewasaan industri dan posisi persaingan perubahan dalam industri. Empat tahap kedewasaan lini produk yaitu:

a. Industri embrionik atau industri yang sedang tahap introduksi

Ditandai dengan pertumbuhan yang cepat, perubahan teknologi, pencarian pelanggan baru secara besar-besaran dan pasar yang berfragmentasi (terpecah-pecah), serta berubah-ubahnya bagian pasar.

b. Industri yang sedang tumbuh

Industri yang masih berkembang, pesat, tetapi pelanggan, bagian pasar dan teknologi telah dikenal dengan lebih baik dan masuk ke dalam industri saat tahap ini lebih sukar.

c. Industri yang sudah dewasa

Ditandai dengan stabilitas pada pelanggan, teknologi dan bagian pasar, walaupun industri mungkin masih kompetitif.

d. Industri yang sudah menurun

Ditandai dengan menurunnya permintaan, menurunnya jumlah pesaing dan menyusutnya lini produk.

Lini produk juga dapat diklasifikasikan kedalam lima kategori dominan, kuat, cukup, sedang atau lemah (Antony, Dearden, Bedford, 1987:451).

3. Strategi Lini Produk

Strategi atas pospek laba merupakan pertimbangan umum dari suatu strategi, disamping kemampuan teknik dan preferensi manajemen dari orang-orangnya. Beberapa strategi lini produksi yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya adalah sebagai berikut:

a. Perluasan produk *mix*

Menambah jumlah lini produk atau menambah jumlah item dalam lini produk. Penambahan lini produk tidak selalu berupa barang yang masih ada kaitannya dengan produk yang dihasilkan, tetapi dapat juga menambah produk yang tidak ada hubungannya sama sekali.

b. Penyempitan produk *mix*

Mengadakan pengurangan jumlah lini produk atau mengurangi jumlah item dalam lini produk. Biasanya barang yang dihilangkan adalah barang yang kurang menguntungkan, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan lebih besar dari barang yang ada. Produk *mix* adalah barang yang ditawarkan untuk dijual oleh perusahaan:

i. Perubahan dalam permintaan pasar

- a. Perubahan komposisi produk
- b. Perubahan daya beli
- c. Perubahan perilaku konsumen

ii. Tindakan dan reaksi saingan

Untuk menghadapi persaingan secara lebih efektif perusahaan dapat mendiferensiasikan produknya. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari usaha membandingkan harga oleh pembeli. Selain itu perusahaan dapat pula mengadakan diversifikasi lini produk untuk membebaskan diri dari



kondisi persaingan yang sangat kuat, yang dapat menekan margin keuntungan perusahaan.

c. Perubahan produk yang ada

Perbaikan barang yang ada dapat memberikan keuntungan lebih besar dan mengurangi resiko daripada bila mengembangkan satu jenis barang baru.

d. Pengembangan penggunaan baru dari produk yang ada

Tujuan untuk meningkatkan volume penjualan dan laba serta memperpanjang siklus kehidupan barang itu sendiri.

e. Penentuan posisi produk

Kemampuan manajemen dalam menentukan posisi di pasar merupakan faktor yang ikut mempengaruhi laba perusahaan. Untuk menentukan posisi produknya harus melihat hubungan dengan produk-produk lainnya terutama produk saingan dan produk yang dipasarkan oleh perusahaan sendiri.

f. *Trading Up* dan *Trading Down*

Trading Up berarti perusahaan atau perantara menambah barang prestise (barang yang berharga lebih tinggi), pada lini produk yang ada dengan harapan penjualan yang berharga murah akan meningkat. *Trading Down* berarti perusahaan atau perantara mengurangi barang prestise.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilaksanakan adalah studi kasus yaitu penelitian terhadap obyek tertentu yang telah ditentukan dan pengumpulan datanya juga dilakukan terhadap obyek tertentu yang diteliti. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini hanya berlaku bagi obyek yang diteliti saja dan berlaku pada waktu tertentu.

B. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang-orang yang terlibat dalam penelitian, dalam hal ini mereka yang bertindak sebagai pemberi informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

Subyek penelitian tersebut meliputi:

1. Pimpinan Perusahaan
2. Kepala Bagian Produksi
3. Kepala Bagian Pemasaran
4. Kepala Bagian Administrasi dan Keuangan
5. Kepala bagian Umum

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian merupakan sesuatu menjadi pokok pembicaraan dalam penelitian. Dalam hal ini yang menjadi obyek penelitian adalah:

1. Volume Produksi
2. Volume Penjualan
3. Biaya Produksi
4. Biaya Operasi

C. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus pada tahun 2003

2. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” Yogyakarta

D. Variabel Penelitian dan Pengukuran

1. Variabel independen yaitu variabel yang akan menjelaskan variabel dependen. Variabel tersebut adalah lini produk, sebagai pengukurannya jenis produk per tahun.
2. Variabel Dependen yaitu yang akan dijelaskan oleh variabel independen. Variabel tersebut adalah peningkatan laba kontribusi. Sebagai pengukurannya adalah rupiah atau dinilai dengan uang.

E. Sumber Data

1. Data primer: data yang diperoleh langsung terhadap subyek dan obyek penelitian.
2. Data sekunder : data yang diambil dari dokume-dokumen atau arsip-arsip yang didapat dari perusahaan yang diteliti.

F. Teknik pengumpulan data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada sumber data.

2. Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan peninjauan dan pengamatan terhadap obyek penelitian.

3. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengutip catatan atau dokumen-dokumen perusahaan.

G. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data, penulis menggunakan metode kuantitatif yaitu analisis terhadap data keuangan meliputi biaya, penjualan dan laporan keuangan perusahaan selama kurun waktu tertentu. Analisis yang digunakan adalah analisis *Contribution Margin* yaitu untuk mengetahui *Contribution Margin ratio* dari berbagai produk, yang kemudian dapat

digunakan dalam menentukan lini produk yang paling potensial. Lini produk yang paling potensial adalah lini produk yang menghasilkan *Contribution Margin Ratio* terbesar. *Contribution Margin* adalah pendapatan penjualan dikurangi total biaya variabel. Dengan kata-lain *Contribution Margin* adalah kelebihan dari hasil penjualan terhadap biaya variabel.

Untuk menjawab masalah pertama langkah-langkah yang penulis lakukan untuk mencari *Contribution Margin* dari tiap lini produksi adalah sebagai berikut:

1. Menggolongkan biaya sesuai dengan perilakunya dalam kaitannya dengan volume kegiatan. Dalam hal ini biaya digolongkan menjadi tiga macam yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.

2. Memisahkan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Metode yang digunakan adalah metode kuadrat terkecil (*least square method*). Metode ini menganggap bahwa antara besarnya dengan produksi bersifat linear. Persamaan linear metode kuadrat terkecil adalah:

$$Y = a + bx$$

Dari persamaan tersebut a dan b data dicari dengan rumus:

$$a = \frac{\Sigma Y - b \Sigma X}{n}$$

$$b = \frac{n \Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

Keterangan:

X = Rata-rata produksi per bulan dari tahun 1998-2002

Y = Rata-rata biaya variabel per bulan dari tahun 1998-2002

a = nilai *trend* tahun dasar

b = pertambahan *trend* tahunan

n = jumlah kuartalan dalam satu tahun ($n = 4$)

3. Menentukan Biaya Variabel yang ada di setiap Lini produk

Biaya Variabel Total diperoleh penjumlahan antara biaya variabel dalam penggolongan biaya dengan biaya variabel pada pemisahan biaya variabel.

4. Menghitung *Contribution Margin Ratio* tiap Lini Produk

Produk	Harga jual	Biaya Variabel	Contribution Margin	Contribution Margin Ratio
A				
B				
C				

Suatu lini produk dikatakan potensial apabila lini produk tersebut menghasilkan *Contribution Margin Ratio* besar.

Untuk menjawab masalah yang kedua yang penulis lakukan adalah menentukan lini paling potensial.

Kriteria penentuan Lini Produk yang paling potensial dalam penelitian lini adalah sebagai berikut:

1. Laba Kontribusi (*Contribution Margin*)

Suatu yang paling menguntungkan ditentukan oleh produk yang menghasilkan laba kontribusi paling besar dalam usaha memperoleh laba perusahaan secara keseluruhan. Besarnya laba kontribusi dari masing-masing lini produk

memberikan informasi tentang kemampuan dari produk tersebut dalam menutup biaya tetap perusahaan. Dengan demikian semakin besar laba kontribusi maka akan semakin besar pula sumbangan untuk menutup biaya tetap.

2. Tingkat Pertumbuhan (*trend*) Laba Kontribusi

Setelah diketahui besarnya laba kontribusi dari masing-masing lini produk langkah selanjutnya adalah mencari besarnya tingkat pertumbuhan (*Trend*) laba kontribusi masing-masing lini produk. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan laba kontribusi dari tahun ke tahun dan untuk perencanaan laba untuk tahun yang akan datang. Pertumbuhan dari suatu produk dapat dicari dengan menggunakan Analisis Data Berkala (*Time Service*). Dalam analisis data berkala ini menggunakan metode kuadrat terkecil (*Least Square Method*) untuk menentukan *Trend* dengan rumus $Y = a + bX$ dimana:

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

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

Keterangan:

Y = Nilai *Trend* tahun tertentu

X = Jumlah tahun yang dihitung dari tahun dasar

a = Nilai *Trend* tahun dasar

b = Pertambahan *Trend* tahunan

n = Waktu yang diteliti

Dari persamaan garis *Trend* di atas, besarnya Y (data berkala) tergantung pada besarnya nilai b. Semakin nilai b, besarnya nilai Y juga akan semakin tinggi. Demikian pula sebaliknya. Lini produk dikatakan potensial apabila lini produk tersebut memiliki nilai trend paling besar. Yang mana nilai *trend* laba kontribusi dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang berarti.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” pada awalnya belum merupakan suatu perusahaan, akan tetapi masih berbentuk industri perseorangan yang didirikan oleh Ibu Sri Pawenang pada tahun 1975, yang berlokasi di Jalan Taman Siswa, Surokarsan Mg II / 473 Yogyakarta.

Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” dalam menjalankan usahanya benar-benar di mulai dari nol, dengan segala peralatan yang masih sangat sederhana, yaitu berupa lumpang batu. Bahan-bahan yang digunakan juga masih sangat relatif sederhana, yaitu temu ireng dan suket-suketan. Sebagian kecil bahan-bahan dibuat serbuk sendiri dengan cara menumbuknya dengan lumping batu yang dipunyai perusahaan, sedangkan untuk mendapatkan serbuk laos dan kencur dilakukan dengan cara membeli. Hal tersebut terjadi sampai dengan tahun 1976.

Pada tahun 1979 industri ini sudah mampu membeli gilingan kecil. Hal ini bukan berarti kegiatan menggiling di Malang terhenti, tetapi bisa mengurangi penggilingan di Malang. Sampai tahun 1980 industri ini sudah mampu memproduksi 33 macam ramuan jamu, dan produksi ini terus ditingkatkan guna mendapatkan ijin usaha.

Pada tahun 1990, akhirnya Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” mendapatkan ijin usaha dari Departemen Kesehatan dengan nomor ijin yang

sudah diperbaharui yaitu Keppress No. 16 tahun 1987 dan Peraturan Menkes No. 246/Menkes/Per/V/1990. Kemudian produksinya bertambah menjadi 40 macam jamu dan mulai dipasarkan keluar kota Yogyakarta. Di tahun ini juga kepemimpinan Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” diserahkan pengelolaannya kepada Bapak Drs. Bambang Purnomo, SE, dan dibantu oleh Bapak Haryono.

Berkat perencanaan yang mantab, pada periode kepemimpinan Bapak Drs Bambang Purnomo, SE, maka untuk mengembangkan usaha perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” pindah ke daerah Sewon, Bantul. Tanah yang semula masih merupakan milik Ibu Sri Pawenang secara berangsur-angsur dibeli oleh Bapak Purnomo. Untuk memenuhi permintaan yang mulai banyak, pada tahun 1991 Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” membeli mesin giling sehingga kegiatan menggiling seluruhnya diadakan di Taman Siswa, dan kegiatan menggiling di Malang ditiadakan. Bahkan pada tahun 1993 perusahaan membeli tanah seluas 600 meter dan pada tahun 1995 tanah di depan pabrik seluas 230 meter dibeli lagi oleh perusahaan.

Dengan bertambahnya peralatan-peralatan di perusahaan, maka kapasitas produksi perusahaan juga dapat ditingkatkan. Bahkan pada tahun 1999 perusahaan dapat menambah produksi baru yaitu berupa kapsul ekstrak dan produksi ini terus meningkat sampai sekarang.

B. Struktur Organisasi

Suatu industri akan dapat maju dan berkembang jika mempunyai struktur organisasi yang baik dan tepat. Di samping itu juga harus mempunyai pimpinan yang cakap dan tenaga kerja jabatan/keahlian masing-masing.

Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” menggunakan struktur garis dengan tujuan memberikan kesatuan komando pada proses produksi di samping itu struktur garis adalah bentuk yang paling sederhana.

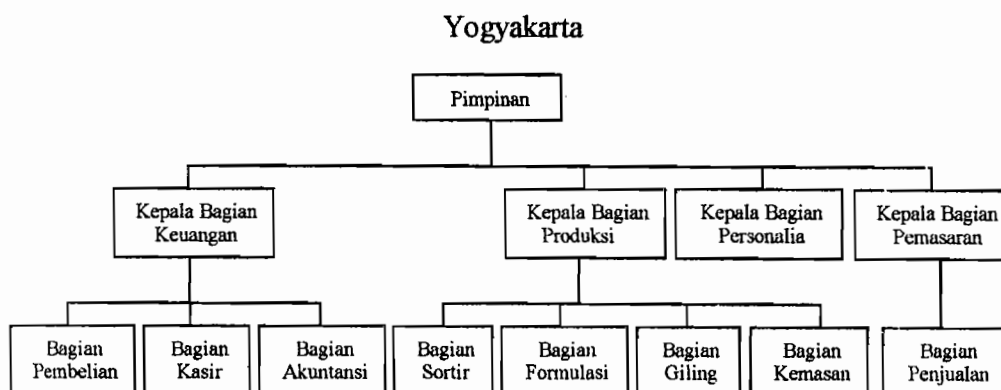
Menurut Chester I. Bernard, pengertian organisasi adalah : “Suatu sistem dan aktivitas kerja sama yang dilakukan oleh 2 orang atau lebih”. Dari pengertian tersebut dapat diketahui adanya unsur yang terkandung yaitu adanya sekelompok orang, kerja sama dan tujuan yang akan dicapai.

Struktur organisasi Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :

Gambar IV. 1

Struktur Organisasi

Industri Jamu Tradisional “Sapta Sari”



Adapun tugas, tanggung jawab, wewenang dan hubungan kerja masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan

Tugas dari pimpinan industri ini adalah menentukan kebijaksanaan secara keseluruhan, antara lain : perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap semua kegiatan yang ada di dalam industri.

2. Kepala Bagian Keuangan

Tanggung jawab :

- a. mengelola modal kerja sehari-hari.
- b. Mengelola kewajiban hutang perusahaan dan penagihan piutang milik perusahaan.
- c. Menyusun laporan keuangan secara periodik.

Wewenang :

- a. Menugaskan karyawan bagian keuangan untuk menyusun administrasi sehari-hari.
- b. Menyiapkan laporan sehari-hari untuk diulas.
- c. Membawahi karyawan administrasi.

3. Kepala Bagian Pemasaran

Tanggung jawab :

- a. Mengembangkan pasar potensial.
- b. Mengembangkan konsolidasi antara agen dan pengecer dengan koperasi.
- c. Mengadakan promosi.

- d. Mengadakan pameran-pameran konsultasi pemijatan tali rasa.
- e. Mengadakan publikasi, menyusun kesaksian pada konsumen yang berhasil disembuhkan.

Wewenang :

- a. Mengadakan kunjungan ke daerah-daerah untuk konsolidasi dan survey pasar.
- b. Membawahi karyawan penjualan untuk mengetahui data dan informasi yang harus dianalisa.

4. Kepala Bagian Personalia

Tanggung jawab :

- a. Merekrut karyawan
- b. Mengelola upah
- c. Menyusun *job discription* karyawan

Wewenang :

- a. Memotivasi karyawan
- b. Memperhatikan hak dan kewajiban karyawan.

5. Kepala Bagian Produksi.

Tanggung jawab :

- a. Membeli bahan baku dan bahan pemolong.
- b. Mengendalikan persediaan bahan baku.
- c. Memelihara berbagai fasilitas produksi.
- d. Mengatur keberadaan suku cadang.
- e. Menyusun perencanaan produksi per periode.

Wewenang :

- a. membawahi karyawan produksi.
 - b. Membuat racikan jamu yang menunjang.
 - c. Mengatur jenis produk yang harus digiling sampai siapa dijual.
6. Karyawan

Karyawan bertugas sebagai pembuat jamu mulai dari bahan baku sampai produk jadi.

C. Lokasi Perusahaan.

Lokasi perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi kemajuan suatu perusahaan. Oleh karena itu industri jamu tradisional Sapta Sari memilih lokasi industri ini berdasarkan atas pertimbangan-pertimbangan beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap kegiatan perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah :

1. Tersedianya sumber bahan baku

Bahan baku merupakan kebutuhan yang paling pokok yang harus tersedia untuk kelangsungan proses produksi guna menghasilkan barang. Demikian juga dengan sumber bahan baku, merupakan masalah yang penting karena semakin dekat sumber bahan baku, maka biaya angkut akan semakin kecil dan sebaliknya semakin jauh sumber bahan baku maka biaya angkut semakin besar.

2. Tersedianya listrik

Pada jaman sekarang ini listrik bukan hal yang baru lagi untuk dipermasahkan, tetapi sudah menjadi kebutuhan pokok. Industri jamu tradisional Sapta Sari dalam mendapatkan aliran listrik langsung dari PLN, menggunakan generator hanya untuk cadangan bila sewaktu-waktu ada gangguan listrik dari PLN.

3. Transportasi

Sekarang ini transportasi lebih mudah didapatkan dengan begitu dapat mempermudah dan membantu dalam memenuhi kebutuhan perusahaan.

4. Tersedianya tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan faktor penting dalam proses produksi untuk mendapatkan tenaga kerja, industri jamu tradisional Sapta Sari tidak mengalami kesulitan karena daerah Yogyakarta dan sekitarnya relatif padat penduduknya.

5. Keadaan masyarakat lingkungan

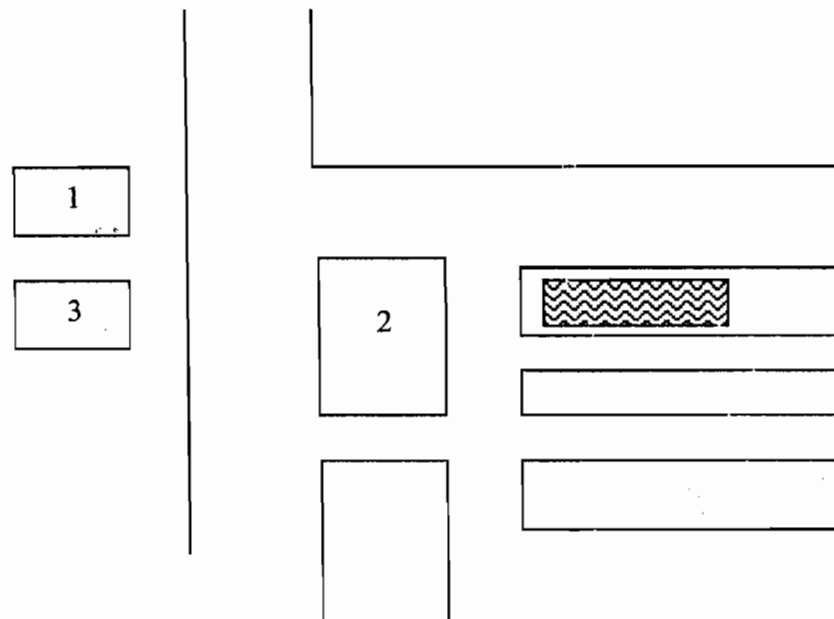
Lokasi industri jamu tradisional sapta sari yang produksinya diadakan di daerah Sewon, Bantul tidak mengganggu masyarakat sekitarnya. Karena tidak begitu bising dari alat-alat produksi yang bekerja, juga letak industri ini berada di luar kota.

Untuk lebih jelasnya denah lokasi perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari dapat dilihat pada gambar berikut ini.


Gambar IV. 2

Denah Lokasi Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari”

Di Desa Timbulharjo, Sewon Bantul



Keterangan :

1. ISI Yogyakarta
2. Balai Kesehatan Gabusan
3. Pasar Gabean
4.  Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari”

D. Proses Produksi

Proses produksi pada Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” bersifat terus menerus. Proses berjalan terus menerus, karena persediaan bahan baku benar-benar dipersiapkan oleh bagian produksi, sehingga proses produksi pada usaha ini tidak pernah terhenti. Jalannya proses produksi tersebut melalui beberapa tahapan dengan urutan yang tepat, jadi mulai dari bahan baku sampai produk jadi proses berjalan melalui beberapa tahapan secara teratur, yaitu :

1. Sortir

Kegiatan yang dilakukan bagian sortir adalah :

- a. Bahan baku disiapkan semua yang datang dari supplier.
- b. Memotong bahan.
- c. Mencacah bahan yang padat.
- d. Mencuci bahan yang digunakan.
- e. Menjemur bahan-bahan hingga kering kemudian dimasukkan ke gudang menjadi bahan siap pakai.

2. Formulasi

Formulasi adalah meramu sesuai dengan formulasinya. Bahan yang digunakan adalah bahan yang sudah kering yang disimpan di gudang.

Kegiatan formulasi ini meliputi :

- a. Menimbang.
- b. Mencampur.

3. Giling

Kegiatan penggilingan ini terlaksana apabila sudah melalui kegiatan formulasi. Kegiatan menggiling bahan baku dibagi menjadi 2, yaitu :

a. Penggilingan I, Yaitu :

- Menggiling bahan baku menjadi serbuk kasar.
- Mengoven serbuk kasar kira-kira 2,5 jam kemudian didinginkan.

b. Penggilingan II, Yaitu :

- Setelah dari mesin penggilingan kasar kemudian digiling ke mesin dua hingga halus.
- Dihaluskan dengan mesin tiup.

Setelah proses produksi selesai kemudian dilakukan proses kemasan, Yaitu meliputi :

1. Membungkus serbuk jadi.
2. Memasukkan ke amplop sesuai kemasan.
3. Mengelem.
4. Mengepak.
5. Mengirimkan ke gudang siap dijual.

Pada industri Jamu Tradisional Sapta Sari, selain memproduksi serbuk juga memproduksi jamu dalam bentuk pil, proses produksinya adalah sebagai berikut :

1. Membuat adonan serbuk.

2. Setelah adonan serbuk siap, langkah berikutnya adalah mencetak pil dengan mesin cetak.
3. Dari cetakan pil tersebut kemudian dioven kurang lebih 8 jam.

E. Personalia

Berhasil tidaknya suatu perusahaan tergantung bagaimana seorang pemimpin mengelola sumber daya manusianya, di samping pengelola sumber daya yang lain. Demikian halnya pada Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari”. Dalam aktivitasnya di samping menggunakan peralatan produksi juga mempekerjakan manusia.

1. Jumlah jenis tenaga kerja

Jumlah tenaga kerja yang ada di Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” adalah 32 orang dengan rincian sebagai berikut :

- a. Jumlah karyawan staff = 5 orang
- b. Jumlah karyawan non staff = 27 orang

2. Jam kerja

Jam kerja yang ditetapkan oleh Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” adalah sebagai berikut :

- a. Hari Senin – Jumat = 08.00 WIB – 16.00 WIB
- b. Hari Sabtu = 08.00 WIB – 12.00 WIB
- c. Jam istirahat = 12.00 WIB – 13.00 WIB

3. Sistem pengupahan

- a. Sistem pengupahan bulanan, yaitu system pengupahan yang diberikan kepada karyawan staff setiap awal bulan.
- b. Sistem pengupahan harian, yaitu system pengupahan yang diberikan kepada staff karyawan non staff.

4. Jaminan sosial tenaga kerja

Jaminan sosial yang diberikan oleh Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” antara lain :

- a. Tunjangan Hari Raya (THR)

Diberikan perusahaan kepada karyawan staf ataupun non staff pada setiap hari raya berupa tambahan gaji sebanyak satu bulan.

- b. Tunjangan Tutup Tahun

Tunjangan ini diberikan kepada karyawan setiap akhir tahun.

- c. Tunjangan Kecelakaan/Kematian.

- d. Tunjangan Kesehatan

Perusahaan memberikan tunjangan kesehatan berupa pelayanan untuk semua karyawan.

F. Pemasaran

Wilayah pemasaran Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” meliputi :

1. Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta : Sorokarsan, Samirono.
2. Wilayah Jawa Timor : Ngawi, Ponorogo, Surabaya, Malang, Lumajang, Madiun, Lamongan.
3. Wilayah Bali : Badung, Denpasar, Singaraja.

4. Wilayah Jakarta : Jakarta Selatan, Jakarta Utara.
5. Wilayah Jawa Barat : Indramayu, Cirebon, Subang, Purwakarta.
6. Wilayah Jawa Tengah : Blora, Kendal, Semarang, Rembang, Pati, Pemalang, Purworejo, Sukoharjo, Ambarawa, Purwodadi.
7. Wilayah Sumatra : Lampung, Riau, Sumatra Selatan.
8. Wilayah Sulawesi : Sulawesi Tengah.
9. Wilayah Kalimantan : Pontianak.

G. Permodalan

Suatu perusahaan, baik itu perusahaan swasta maupun perusahaan negara, dalam menjalankan operasinya tidak akan lepas dari faktor produksi modal. Tanpa adanya modal tidak mungkin suatu perusahaan dapat dibentuk. Masalah modal adalah suatu masalah yang amat penting dalam suatu perusahaan dan perlu dipertimbangkan dengan seksama serta hati-hati oleh pimpinan perusahaan.

Di lihat dari usahanya sumber modal itu dapat dibedakan antara modal sendiri dan modal asing, yaitu modal kreditur. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari perusahaan itu sendiri (modal saham, modal persero), sedangkan modal asing adalah modal yang berasal dari pihak luar perusahaan, ini adalah merupakan hutang bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena pentingnya masalah permodalan bagi Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari, berbagai usaha dilakukan untuk mendapatkan modal yang menguntungkan. Pada mulanya perusahaan masih mampu menyediakan barang dengan modal

sendiri, tetapi dengan adanya perluasan dari segi barang produksi, nantinya fasilitas-fasilitas produksi membutuhkan modal yang besar, maka tahun 1996 perusahaan mulai mendapatkan modal dari luar.

Dari awal berdirinya sampai sekarang, posisi modal industri jamu tradisional Sapta Sari masih dapat dipertahankan, dalam arti modal sendiri masih mempunyai perbandingan yang cukup besar dibandingkan dengan modal asing.

H. Produksi Jamu yang Dihasilkan

Produksi yang dihasilkan oleh Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” adalah sebagai berikut :

1. Jamu Sapta Sari

Untuk pria dan wanita yang ingin berbadan sehat, menambah nafsu makan, menambah tenaga.

2. Obat Sakit Kepala

Mengobati sakit kepala karena masuk angin, kelelahan dan kedinginan.

3. Jamu Royok

Mengobati pinggang yang sering terasa panas dan pegal.

4. Jamu Patmosari

Untuk wanita yang ingin supaya badan tetap langsing, singset.

5. Bibit Subur

Untuk wanita yang belum dapat hamil dan ingin mempunyai anak dianjurkan minum jamu ini secara teratur.

6. Jamu Kencing Manis

Untuk mengobati sakit gula.

7. Jamu Encok (Rheumatik)

Untuk mengobati rasa rematik atau encok, dengan gejala rasa ngilu pada persendian, dengan didahului rasa deman, persendian bengkak.

8. Jamu Gatal-gatal

Mengobati gatal-gatal karena darah kotor, kudis, dan lain-lain.

9. Jamu Sariawan Waduk

Mengikuti perut sakit bagian ulu hati sering terasa mual, perih kembung kadang terasa panas.

10. Jamu Sariawan Tenggorokan

Mengobati sariawan di sekitar tenggorokan

11. Jamu Cocok Bulan

Khusus untuk kaum wanita yang datang bulannya tidak teratur.

12. Jamu Keputihan

Mengobati sakit keputihan pada kaum wanita, mengurangi lesu, lelah, muka pucat akibat keputihan.

13. Jamu Sehat Pria

Untuk menambah tenaga bagi kaum pria, menambah gairah dan semangat kerja, mengurangi letih, lesu dan baik sekali bagi olah ragawan.

14. Jamu Pegal Linu

Untuk mengobati rasa pegal-pegal, badan terasa ngilu karena habis kerja berat, greges-greges pada persendian.

15. Jamu Darah Tinggi

Mengobati timbulnya gejala leher kaku, sakit kepala bagian belakang, rasa ingin marah, melancarkan peredaran darah.

16. Jamu kaum wanita yang menginginkan tubuhnya tetap langsing dan singset, wajah berseri-seri dan tampak awet muda.

17. Jamu Sapu Angin

Untuk mengurangi gejala masuk angin, seperti kepala pusing, perut mual, perut kembung, demam.

18. Jamu sesak Napas

Untuk mengobati sesak napas dan batuk.

19. Jamu Asma

Untuk mengobati sakit asma.

20. Jamu Tratab

Meredakan perasaan berdebar-debar, telapak tangan dan kaki selalu berkeringat serta badan lemas, melancarkan peredaran darah.

21. Jamu Seni

Mengobati sakit pinggang, buang air kecil terasa panas.

22. Jamu Gempur Batu

Untuk menghancurkan batu dalam ginjal, empedu, kandung kemih,

Mengobati sakit pinggang, tekanan darah tinggi, kaki bengkak.

23. Jamu Sariawan Hati

Mengobati perut mual sebelah kanan, sering kali kembung disertai nyeri pada ulu hati.

24. Jamu Sariawan Lambung

Mengobati sariawan pada lambung, perut terasa panas, mual, mules, perih dan kembung.

25. Jamu Kejed

Mengobati sakit jantung, kejang jantung, dada terasa nyeri seperti ditusuk jarum, tangan digerakkan sakit.

26. Jamu Sariawan Kandung Kemih

Untuk mengobati sakit pada saluran kandung kemih yang disebabkan karena frustad (daging tumbuh), radang kulit, tomor.

27. Jamu Sariawan Dubur

Untuk mengobati ambeien/wasir, disentri, diare, berak darah segar.

28. Jamu Rahim Sehat

Engobati keputihan, Menyegarkan dan menyetatkan rahim pada kaum wanita.

29. Jamu Pelangsing

Menurunkan kegemukan dan berat badan.

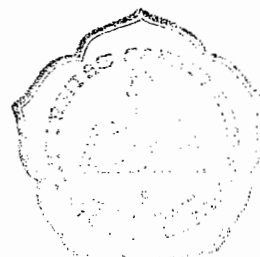
30. Jamu resah

Mengurangi kelelahan, menyegarkan badan, membuat tidur nyenyak.

31. Jamu Kamor

Unutk mengobati daging tumbuh seperti : kanker, tumor, amandel.

32. Jamu Pria Perkasa



Untuk kaum pria yang kurang bertenaga, kurang bergairah, lemah syahwat, besar mani serta memulihkan tenaga sehabis kerja berat.

33. Jamu Sehat Kuat

Menyehatkan dan menguatkan badan dan meningkatkan tenaga.

34. Jamu Ngongsong

Untuk mengobati penyakit yang disebabkan tekanan darah tinggi seperti jantung bengkak sehingga pernapasan sesak.

35. Jamu Kematus

Menyembuhkan sakit batuk menahun dan batuk berat, batuk yang disertai demam, panas, lendir tidak bisa keluar, badan lemas.

36. Jamu Batuk Angin

Mengobati sakit batuk yang disebabkan karena angin, rasagatal pada tenggorokan, karena hawa dingin.

37. Jamu Influenza

Mengobati macam-macam penyakit yang disebabkan karena influenza : sakit kepala, pilek, greges-greges, tenggorokan gatal.

38. Jamu Sariawan Usus

Mengobati sakit perut, ules, berak cairan.

39. Jamu Marap

Baik untuk pria dan wanita yang bekerja berat, pikiran lemah, susah tidur, rasa malas, mudah tersinggung, kaki terasa dingin.

40. Jamu Randah

Mengobati tekanan darah rendah dengan gejala pusing-pusing, badan terasa lemah, kaki terasa lemah, kaki terasa dingin, mudah sekali masuk angin.

41. Jamu Kurang darah

Berguna mengobati sakit kurang darah dengan gejala muka pucat, mata berkunang-kunanga, kepala pusing, badan lemah dan mudah capek.

42. Jamu Sehat Wanita

Sangat baik untuk wanita yang sehari-hari bekerja berat, mengurangi lesu, lelah, letih dan menjaga kesehatan bagi wanita yang berolah raga.

43. Jamu Nifas

Untuk membersihkan darah kotor bagi wanita yang habis bersalin.

44. Jamu Langset

Untuk mengobati pegal-pegal, linu-linu, sering pusing kepala sebagai akibat kegemukan/kelebihan lemak dalam badan.

45. Jamu Harum

Mengurangi bau yang tidak enak yang berasal dari badan, mulut dan menjadikan tetap segar berseri-seri.

46. Ghodog Rajangan Pegal Linu

47. Ghodog Rajangan Rheumatik

48. Ghodog Rajangan Sakit Pinggang

49. Bedak Jerawat sapta Sari

Menghilangkan jerawat dan noda-noda hitam menjadi wajah segar dan halus berseri-seri.

50. Minyak Sangkal Putung

Mengobati tulang retak atau patah, persendian bengkak, salah satu urat keseleo, Oncok luka bakar, luka baru, kena air panas, panu, kurap rangen dan gatal-gatal lainnya.

51. Salep Gatal

Mengobati berbagai penyakit gatal pada kulit tubuh seperti : eksim, panu, kadas, kurap dan berbagai jenis penyakit gatal-gatal lainnya.

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis data

Data yang diperoleh dari hasil temuan lapangan dianalisis sehingga dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah penentuan lini produk yang paling potensial. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian lini produk yang paling potensial adalah analisis *Contribution Margin*. Analisis *Contribution Margin* digunakan untuk mengetahui *Contribution Margin Ratio* dari berbagai produk, yang kemudian dapat digunakan dalam menentukan lini produk yang paling potensial. Lini produk yang paling potensial adalah lini produk yang menghasilkan *Contribution Margin Ratio* terbesar. *Contribution Margin* adalah pendapatan penjualan dikurangi total biaya variabel. Dengan kata lain *Contribution Margin* adalah kelebihan dari hasil penjualan terhadap biaya variabel. Dalam penelitian ini penulis hanya akan menganalisis lini produk Jamu Kamor, Jamu Pegal Linu, Jamu Marap, karena ke tiga lini produk tersebut memiliki jumlah penjualan yang tinggi.

Langkah-langkah yang penulis lakukan untuk mencari *Contribution Margin* dari tiap lini produk adalah:

1. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya adalah menggolongkan biaya sesuai dengan tingkah lakunya dalam kaitannya dengan volume kegiatan. Biaya yang terjadi pada perusahaan digolongkan menjadi tiga macam yaitu Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semi Variabel.

a Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan produksi. Besarnya biaya ini ditentukan oleh besarnya volume produksi. Biaya Bahan Baku dikelompokkan ke dalam Biaya Variabel, karena biaya ini mengalami perubahan atau fluktuasi.

Biaya Bahan Baku yang dikeluarkan dari tahun 1998-2002

Tabel V.1
Biaya Bahan Baku untuk Total Produksi Tahun 1998-2002

	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu Kamor	680.500	775.000	700.000	825.000	815.000
Jamu pegal linu	1.510.500	1.250.000	1.125.000	985.000	1.150.000
Jamu Marap	801.800	560.000	725.000	885.000	935.000

Sumber data: Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

b Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar tenaga kerja yang berhubungan langsung dengan produksi yang ada di perusahaan. Biaya ini dikelompokkan ke dalam Biaya Variabel. Dikelompokkan ke dalam Biaya Variabel karena besarnya biaya ini dipengaruhi oleh besarnya volume produksi.

Pengalokasian Biaya Tenaga Kerja Langsung variabel ke masing-masing lini produk menggunakan metode Biaya Rata-Rata/unit. Metode ini mengalokasikan biaya ke masing-masing lini produk berdasarkan Biaya Rata-Rata/unitnya yaitu dengan mengalikan Biaya Rata-Rata/unit dengan jumlah yang diproduksi. Perhitungan pengalokasian Biaya Tenaga Kerja Langsung Variabel dapat dilihat pada lampiran 2.

Biaya Tenaga Kerja Langsung variabel dari Tahun 1998-2002:

Tabel V.2
Biaya Tenaga Kerja Langsung-Variabel

	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu kamor	242.300	203.450	396.500	294.600	396.150
Jamu PegalLinu	251.450	281.700	371.900	450.400	330.100
Jamu Marap	270.500	364.400	411.900	518.100	476.100
Jumlah	764.250	849.550	1.180.300	1.263.100	1.202.350

Sumber data Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

c Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Dengan kata lain Biaya Overhead Pabrik adalah biaya produksi selain Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung atau biaya-biaya yang bukan diklasifikasikan sebagai Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung.

Pengalokasian biaya ke masing-masing lini produk menggunakan metode Biaya Rata-Rata/unit. Metode ini mengalokasikan biaya ke masing-masing lini produk berdasarkan Biaya Rata-Rata/unitnya yaitu dengan mengalikan biaya Rata-Rata/unit dengan jumlah yang diproduksi. Biaya Rata-Rata/unit diperoleh dengan cara membagi jumlah biaya dengan jumlah yang diproduksi. Biaya yang termasuk dalam elemen Biaya Overhead Pabrik adalah:

1) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Biaya ini digolongkan ke dalam Biaya Overhead Pabrik karena biaya ini merupakan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar gaji pimpinan perusahaan, dimana manfaat yang diberikan oleh pimpinan perusahaan tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan oleh perusahaan.

Biaya ini dikelompokkan ke dalam Biaya Tetap karena besarnya biaya tidak dipengaruhi oleh besarnya volume produksi. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan sebesar Rp 7.180.000,000 pertahunnya. Perhitungan pengalokasian Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung dapat dilihat pada lampiran 2.

Tabel V.3
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu Kamor	292.900	238.400	347.400	223.400	291.600
Jamu Pegal Linu	303.900	330.150	325.800	341.500	243.600
Jamu Marap	327.000	434.400	360.800	392.900	350.400

Sumber data Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

2) Biaya Pemeliharaan Mesin

Biaya ini digolongkan ke dalam Biaya Overhead Pabrik karena pemeliharaan mesin merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pemeliharaan mesin-mesin yang digunakan untuk proses produksi. Dengan demikian biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi yang dijalankan perusahaan.

Biaya ini dikelompokkan ke dalam Biaya Semi Variabel karena mengandung unsur kombinasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel dimana besarnya perubahan biaya tidak sebanding dengan besarnya volume produksi.

Pemeliharaan mesin yang dilakukan secara rutin agar proses produksi dapat berjalan lancar, cenderung menjadi Biaya Tetap karena biaya itu dikeluarkan tidak tergantung pada proses produksi. Proses produksi yang dijalankan oleh perusahaan tergantung dari banyaknya jumlah yang diproduksi. Hal ini berpengaruh pada mesin dan bahan bakar yang digunakan. Bersamaan dengan

proses produksi yang dijalankan, mesin dapat mengalami kerusakan yang dapat mempengaruhi jumlah biaya yang dikeluarkan. Biaya pemeliharaan mesin menjadi berubah-ubah tergantung dari tingkat kerusakan yang ditimbulkan dan bahan bakar yang digunakan. Berubah-ubahnya biaya yang dikeluarkan merupakan unsur biaya variabel dari biaya pemeliharaan mesin.

Besarnya biaya pemeliharaan mesin yang dikeluarkan oleh perusahaan dari tahun 1998-2002 adalah

Tabel V.4
Biaya pemeliharaan mesin

Triwulan	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
I	550500	550000	585000	565000	725000
II	525500	575000	675000	570000	705000
III	500500	560000	560000	655000	705000
IV	574000	550000	650000	715000	757000
Jumlah	2150000	2235000	2410000	2516000	2892000

Sumber data :Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

Pengalokasian dan pemisahan biaya semi variabel, biaya pemeliharaan mesin akan dibahas dalam lampiran 1.

3) Biaya Pemeliharaan Gedung

Biaya ini digolongkan ke dalam Biaya Overhead Pabrik karena pemeliharaan gedung merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pemeliharaan gedung yang digunakan untuk proses produksi. Dengan demikian biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi yang dijalankan perusahaan.

Biaya ini dikelompokkan ke dalam Biaya Semi Variabel karena mengandung unsur kombinasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel dimana besarnya perubahan biaya tidak sebanding dengan besarnya volume produksi.

Pemeliharaan gedung yang dilakukan secara rutin agar proses produksi dapat berjalan lancar, misalnya untuk perawatan gedung (pengecatan dll), cenderung menjadi Biaya Tetap karena berapapun jumlah yang keluaran yang dihasilkan biaya ini akan tetap dikeluarkan oleh pabrik yang sedang beroperasi. Tambahan bangunan dan kenaikan harga dari bahan untuk pemeliharaan menyebabkan berubah-ubahnya Biaya Pemeliharaan Gedung. Berubah-ubahnya biaya yang dikeluarkan merupakan unsur Biaya Variabel dari Biaya Pemeliharaan Gedung.

Besarnya Biaya Pemeliharaan Gedung yang dikeluarkan oleh perusahaan dari Tahun 1998-2002 adalah:

Tabel V.5
Biaya Pemeliharaan Gedung

Triwulan	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
I	495500	500000	490000	650000	660000
II	450000	475000	535000	610000	680000
III	575000	525000	525000	675000	605500
IV	529000	480000	600000	600000	708500
Jumlah	2050000	1980000	2150000	2535000	2655000

Sumber data :Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

Pengalokasian dan pemisahan Biaya Semi Variabel, Biaya Pemeliharaan Gedung akan dibahas pada lampiran 1.

4) Biaya Penyusutan Gedung dan Mesin

Biaya ini digolongkan kedalam Biaya Overhead Pabrik karena penyusutan gedung dan mesin merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mengetahui besarnya nilai investasi (gedung dan mesin) yang digunakan untuk proses produksi. Dengan demikian biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi yang dijalankan perusahaan. Biaya ini dikelompokkan ke dalam Biaya Tetap. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tetap untuk setiap tahunnya. Metode yang digunakan adalah Metode Garis Lurus yaitu dengan cara membagi besar investasi terhadap alat-alat produksi maupun gedung dengan umur ekonomi yang telah ditentukan. Jumlah Biaya Penyusutan Gedung dan mesin masing – masing sebesar Rp 3.000.000,00 dan Rp 3.750.000,00.

Penghitungan pengalokasian biaya penyusutan gedung dan mesin dapat dilihat pada lampiran 2.

Tabel V.6
Biaya Penyusutan Gedung untuk Tahun 1998-2002

	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu kamor	122.400	99.600	145.150	99.350	121.850
Jamu pegal linu	127.000	137.950	136.150	142.700	101.500
Jamu marap	136.600	178.450	150.750	164.150	146.400

Sumber data Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

Tabel V.7
Biaya Penyusutan Mesin untuk Tahun 1998-2002

	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu kamor	152.950	124.550	181.400	116.700	152.300
Jamu pegal linu	158.750	172.450	170.150	178.400	126.900
Jamu marap	170.800	223.050	188.450	205.200	183.000

Sumber data Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

d Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran merupakan biaya yang terjadi sejak suatu produk selesai diproses dan disimpan di dalam gudang sampai produk tersebut menjadi uang tunai kembali. Pengalokasian biaya ke masing-masing lini produk menggunakan metode biaya rata-rata/unit. Biaya Pemasaran yang terjadi meliputi:

1) Biaya Gaji Bagian Pemasaran

Biaya ini digolongkan ke dalam Biaya Pemasaran karena biaya ini merupakan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar gaji bagian pemasaran, dimana manfaat yang diberikan tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan oleh perusahaan.

Biaya ini dikelompokkan kedalam Biaya Tetap karena besarnya biaya tidak dipengaruhi besarnya volume produksi. Berapapun besarnya volume produksi, besarnya biaya ini tetap untuk setiap tahunnya. Biaya Gaji Bagian Pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan sebesar Rp 9.750.000,00 pertahunnya. Perhitungan pengalokasian biaya gaji bagian pemasaran dapat dilihat pada lampiran 2.

Tabel V.8
Biaya Gaji Bagian Pemasaran

	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu kamor	397.700	323.800	471.700	303.400	395.950
Jamu pegal linu	412.750	448.300	442.450	463.800	329.950
Jamu marap	444.050	579.959	489.950	533.550	475.850

Sumber data Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sara Yogyakarta

2) Biaya Pemeliharaan Kendaraan

Biaya Pemeliharaan Kendaraan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli suku cadang kendaraan, minyak pelumas mesin dan biaya reparasi kendaraan. Biaya ini dikelompokkan ke dalam Biaya Semi Variabel karena mengandung unsur kombinasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel dimana besarnya perubahan biaya tidak sebanding dengan besarnya volume produksi. Biaya Pemeliharaan Kendaraan mengandung elemen Biaya Tetap berupa pajak dan service yang dilakukan secara rutin. Sedangkan Biaya Variabel berupa bahan bakar (bensin dan solar) minyak pelumas, ban dan pengeluaran yang tidak terduga (kerusakan akibat kecelakaan) sehingga menimbulkan berubah-ubahnya biaya ini.

Tabel V.9
Biaya Pemeliharaan Kendaraan

Triwulan	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
I	625000	650500	575000	660000	775000
II	675000	665500	585000	635000	744500
III	665000	700000	515500	695000	740000
IV	585000	759000	624500	660000	720500
Jumlah	2550000	2775000	2300000	2650000	2980000

Sumber data Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

Pengalokasian dan pemisahan Biaya Semi Variabel, Biaya Pemeliharaan Kendaraan akan dibahas pada lampiran 1.

3) Biaya Promosi Penjualan

Biaya Promosi Penjualan adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi produk perusahaan. Biaya ini dikelompokkan ke dalam Biaya Variabel karena besarnya biaya ini dipengaruhi oleh besarnya volume produksi. Pengalokasian Biaya Promosi Penjualan ke masing-masing lini produk

menggunakan metode Biaya Rata-rata/unit. Metode ini mengalokasikan biaya ke masing-masing lini produk berdasarkan biaya rata-rata perunitnya yaitu dengan mengalikan Biaya Rata-rata/unit dengan jumlah yang diproduksi. Perhitungan pengalokasian Biaya Promosi Penjualan dapat dilihat pada lampiran 2. Pembagian Biaya Promosi Penjualan untuk setiap produk dari tahun 1998-2002 adalah :

Tabel V.10
Biaya Promosi Penjualan

	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu Kamor	86275	78040	120970	73125	97080
Jamu Pegal Linu	89540	108057	113469	111790	80899
Jamu Marap	96322	139788	125660	128600	116665
Jumlah	272137	325885	360099	313515	294644

Sumber data :Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

4) Biaya Administrasi dan Umum

Biaya Administrasi dan Umum meliputi semua biaya yang berhubungan dengan kegiatan administrasi dan tata usaha kantor. Pengalokasian biaya ke masing-masing lini produk menggunakan metode Biaya Rata-Rata/unit. Biaya Administrasi dan Umum meliputi:

a Biaya Perlengkapan Kantor

Biaya Perlengkapan kantor adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli perlengkapan kantor. Biaya ini besarnya tetap untuk setiap tahun, maka dikelompokkan ke dalam Biaya Tetap. Jumlah Biaya Perlengkapan Kantor pertahun sebesar Rp 1.921.500,00. Perhitungan pengalokasian Biaya Perlengkapan Kantor dapat dilihat pada lampiran 2.

Tabel V.11
Biaya Perlengkapan Kantor

	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu kamor	78.400	63.800	92.950	59.800	78.000
Jamu pegal linu	81.350	88.350	87.200	91.400	65.000
Jamu marap	87.500	114.300	96.550	105.150	93.800

Sumber data Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

b Biaya Listrik

Biaya Listrik merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai listrik. Besarnya biaya ini berubah-ubah dalam setiap bulannya tetapi perubahan biaya tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini dikelompokkan ke dalam Biaya Semi Variabel. Biaya Listrik yang digunakan untuk penerangan cenderung menjadi biaya tetap karena barapapun jumlah keluaran yang dihasilkan, penerangan akan tetap diperlukan oleh pabrik yang sedang beroperasi. Sebaliknya tenaga listrik yang digunakan sebagai sumber daya untuk mengoperasikan mesin akan bervariasi sesuai dengan banyaknya pemakaian listrik tersebut sehingga menyebabkan berubah-ubahnya biaya listrik yang terjadi. Besarnya Biaya Listrik yang dikeluarkan oleh perusahaan dari Tahun 1998-2002 adalah:

Tabel V.12
Biaya Listrik tahun 1998-2002

Triwulan	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
I	325000	425000	415000	450000	525000
II	355000	460000	425000	485000	540000
III	365000	415000	405500	424000	515500
IV	300000	415000	404500	460000	569500
Jumlah	1345000	1715000	1650000	1819000	2150000

Sumber data Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

c Biaya Telepon

Biaya Telepon merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai ongkos telepon. Besarnya biaya berubah-ubah tetapi perubahan biaya ini tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini dikelompokkan ke dalam Biaya Semi Variabel. Biaya Telepon yang digunakan untuk kepentingan dalam perusahaan, yaitu untuk mempercepat hubungan (komunikasi) antar bagian cenderung menjadi Biaya Tetap karena berapapun jumlah produksi yang dihasilkan, komunikasi antar bagian lewat telepon akan tetap diperlukan oleh perusahaan yang sedang beroperasi. Sebaliknya telepon yang sedang digunakan sebagai sumber daya untuk kegiatan pemasaran, promosi dan kepentingan lainnya akan bervariasi sesuai dengan banyaknya pemakaian telepon tersebut, sehingga menyebabkan berubah-ubahnya Biaya Telepon yang digunakan oleh perusahaan. Besarnya Biaya Telepon yang digunakan oleh perusahaan dari Tahun 1998-2002 adalah:

Tabel V.13
Biaya Telepon Tahun 1998-2002

Triwulan	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
I	275000	330000	300500	360000	315000
II	290000	325000	315500	385000	344000
III	315000	340000	310500	335000	366000
IV	320000	320000	324000	360000	375000
Jumlah	1200000	1315000	1250000	1440000	1400000

Sumber data Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari Yogyakarta

Pengalokasian dan pemisahan Biaya Semi Variabel, Biaya Telepon akan dibahas pada lampiran 1.

Berdasarkan uraian diatas maka biaya yang ada diperusahaan dapat diklasifikasikan menurut tingkah lakunya dalam kaitannya dengan volume kegiatan. Klasifikasi biaya tersebut adalah:

a. Biaya Tetap

Yang termasuk biaya tetap meliputi Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung, Biaya Perlengkapan Kantor, Biaya Penyusutan Gedung dan Mesin, Biaya Gaji Bagian Pemasaran.

b. Biaya Variabel.

Yang termasuk Biaya Variabel meliputi Biaya Bahan Baku, dan Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya Promosi Penjualan.

c. Biaya Semi Variabel

Yang termasuk Biaya Semi Variabel meliputi Biaya Pemeliharaan Kendaraan, Biaya Pemeliharaan Mesin, Biaya Pemeliharaan Gedung, Biaya Listrik, Biaya Telepon.

2. Memisahkan Biaya Semi Variabel ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Metode yang digunakan dalam memisahkan Biaya Semi Variabel ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel adalah Metode Kuadrat Terkecil (*Least Square Method*).

Metode ini menganggap bahwa antara besarnya biaya dengan kegiatan produksi bersifat linear. Persamaan linear metode kuadrat terkecil adalah $Y = a + bX$.

Dari persamaan tersebut a dan b dapat dicari dengan rumus:

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\Sigma Y - b \Sigma X}{n}$$

Keterangan :

X = Tingkat Kegiatan

Y = Biaya Semi Variabel

a = menunjukkan biaya tetap

b = menunjukkan biaya variabel perunit

n = menunjukkan jumlah pengamatan, dalam hal ini satu tahun terbagi dalam kuartalan (n = 4)

a. Biaya Pemeliharaan Mesin

Dari hasil perhitungan pemisahan Biaya Semi Variabel pada lampiran 1, Biaya Tetap dan Biaya Variabel, Biaya Pemeliharaan Mesin Tahun 1998-2002 adalah:

Tabel V.14

Biaya Tetap dan Biaya Variabel untuk Biaya Pemeliharaan Mesin Tahun 1998-2002

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
Biaya Tetap	838.076	1.524.500	1.169.375	2.133.638	38.444
Biaya Variabel	1.312.424	710.500	1.240.625	382.362	2.853.556

b. Biaya pemeliharaan gedung

Dari hasil perhitungan pemisahan Biaya Semi Variabel pada lampiran 1, Biaya Tetap dan Biaya Variabel, Biaya Pemeliharaan Gedung Tahun 1998-2002 adalah

Tabel V.15

Biaya Tetap dan Biaya Variabel, Biaya Pemeliharaan Gedung Tahun 1998-2002

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
Biaya Tetap	973.692	1.131.816	1.174.736	561.736	357.766
Biaya Variabel	1.076.308	848.184	975.264	1.973.417	2.297.234

c. Biaya Pemeliharaan Kendaraan

Dari hasil perhitungan pemisahan Biaya Semi Variabel pada lampiran 1, Biaya Tetap dan Biaya Variabel, Biaya Pemeliharaan Kendaraan Tahun 1998-2002 adalah:

Tabel V.16

Biaya Tetap dan Biaya Variabel, Biaya Pemeliharaan Kendaraan Tahun 1998-2002

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
Biaya Tetap	1.268.924	754.642	656.767	2.258.951	1.201.787
Biaya Variabel	1.281.076	2.020.076	1.643.233	391.049	778.213

d. Biaya Listrik

Dari hasil perhitungan pemisahan Biaya Semi Variabel pada lampiran 1, Biaya Tetap dan Biaya Variabel, Biaya Telepon Tahun 1998-2002 adalah:

Tabel V.17

Biaya Tetap dan Biaya Variabel untuk Biaya Telepon Tahun 1998-2002

Keerangan	1998	1999	2000	2001	2002
Biaya tetap	1.049.576	689.638	613.482	1.168.217	15.892
Biaya variabel	150.424	625.362	636.518	271.783	1.384.108

3. Menentukan Biaya Variabel yang ada disetiap lini produk

Total Biaya Variabel diperoleh dari penjumlahan antara Biaya Variabel dalam penggolongan biaya (1) dengan Biaya Variabel pada pemisahan Biaya Semi Variabel (2) yang sudah dialokasikan dalam lampiran 1. Biaya Variabel yang ada di setiap lini produk adalah:

a Jamu Kamor

Tabel V.18
Total Biaya Variabel, Jamu Kamor

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
Biaya bahan baku	680.500	775.000	700.000	825.000	815.000
Biaya tenaga kerja langsung	242.300	203.450	396.500	294.600	386.150
Biaya pemeliharaan mesin	53.536	23.595	60.019	11.898	115.884
Biaya pemeliharaan gedung	43.904	28.167	47.182	61.407	93.291
Biaya pemeliharaan kendaraan	52.257	67.093	79.497	12.168	13.608
Biaya promosi penjualan	86.275	78.040	120.970	73.125	97.080
Biaya listrik	49.918	21.335	54.787	19.187	35.938
Biaya telepon	6.136	20.767	30.793	8.457	56.209
Total biaya variabel	1.214.826	1.217.447	1.432.748	1.305.842	1.641.155

b. Jamu Pegal Linu

Tabel V.19
Total Biaya Variabel, Jamu Pegal Linu

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
Biaya bahan baku	1.510.500	1.250.000	1.125.000	985.000	1.150.000
Biaya tenaga kerja langsung	251.450	281.700	371.900	450.400	330.100
Biaya Pemeliharaan Mesin	55.561	32.669	56.297	18.189	96.570
Biaya pemeliharaan gedung	45.565	39.000	44.256	93.876	77.743
Biaya pemeliharaan kendaraan	54.234	92.899	74.567	18.602	26.336
Biaya promosi penjualan	89.540	108.057	113.469	111.790	80.899
Biayaa listrik	45.580	29.541	51.389	29.332	29.948
Biaya telepon	6.368	28.755	28.884	12.928	46.841
Total biaya variabel	2.058.798	1.862.621	1.865.762	1.720.117	1.838.437

c. Jamu Marap

Tabel V.20
Total Biaya Variabel, Jamu Marap

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
Biaya Bahan baku	801.800	560.000	725.000	885.000	935.000
Biaya tenaga kerja langsung	270.500	364.400	411.900	518.100	476.100
Biaya pemeliharaan mesin	59.771	42.623	62.346	20.924	139.264
Biaya pemeliharaan gedung	49.017	50.453	49.010	107.992	112.113
Biaya pemeliharaan kendaraan	58.343	120.179	82.578	21.399	37.979
Biaya promosi penjualan	96.322	139.788	125.660	128.600	116.665
Biaya listrik	49.033	38.216	56.911	33.743	43.189
Biaya telepon	6.850	37.199	31.987	14.872	67.549
Total biaya variabel	1.391.636	1.352.498	1.545.392	1.730.630	1.927.859

4. Menghitung *Contribution Margin Ratio* tiap lini produk

Contribution Margin adalah pendapatan penjualan dikurangi Total Biaya Variabel.

Dengan kata lain *Contribution Margin* adalah kelebihan dari hasil penjualan terhadap Biaya Variabel. Sedangkan *Contribution Margin Ratio* (CMR) adalah persentase *Contribution Margin* (CM) terhadap penjualan, dengan kata lain CMR adalah CM dibagi penjualan dikalikan 100%.

Tabel V.21
Contribution Margin tiap lini produk

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu Kamor					
Penjualan	8.654.500	9.286.000	9.763.000	12.899.550	16.165.000
Biaya Variabel	1.214.826	1.217.447	1.432.748	1.305.842	1.641.155
Contribution Margin	7.439.674	8.068.553	8.330.252	11.593.708	14.523.845
Contribution Margin Ratio	85,96%	86,89%	85,32%	89,87%	89,85%
Jamu Pegal Linu					
Penjualan	8.400.000	7.600.000	6.718.400	8.145.000	8.000.000
Biaya Variabel	2.058.798	1.862.621	1.865.762	1.720.117	1.838.437
Contribution Margin	6.341.202	5.737.379	4.852.638	6.424.883	6.161.563
Contribution Margin Ratio	75,49%	75,49%	72,23%	78,88%	77,02%
Jamu Marap					
Penjualan	7.742.500	8.354.000	8.467.000	12.467.150	12.574.000
Biaya Variabel	1.391.636	1.352.498	1.545.392	7.730.630	1.927.859
Contribution Margin	6.350.864	7.001.502	6.921.608	10.736.520	10.646.141
Contribution Margin Ratio	82,02%	83,81%	81,75%	86,12%	84,66%

5. Menentukan Lini Produk Yang Paling Potensial

Suatu usaha yang paling menguntungkan ditentukan oleh produk yang menghasilkan laba kontribusi (CMR) paling besar. Besarnya laba kontribusi (CMR) dari masing-masing lini produk memberikan informasi tentang kemampuan dari produk tersebut dalam menutup Biaya Tetap perusahaan. Dengan demikian semakin besar laba kontribusi (CMR) maka akan semakin besar pula sumbangannya untuk menutup Biaya Tetap. Selain dilihat dari besarnya CMR juga dilihat bagaimana pertumbuhan laba kontribusi (CMR) dari tahun ke tahun untuk perencanaan laba tahun yang akan datang. Tingkat pertumbuhan ini dianalisis dengan menggunakan Analisis Data Berkala (*Time Series*). Dalam analisis ini akan menggunakan Metode Kuadrat Terkecil untuk menentukan *trend*, dengan rumus $Y = a + bX$, di mana :

$$a = \frac{\Sigma Y}{n}$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2}$$

Keterangan :

Y = Nilai *trend* tahun tertentu

X = Jumlah tahun yang dihitung dari tahun dasar

a = Nilai *trend* tahun dasar

b = Pertambahan *trend* tahunan

Dari perhitungan pada lampiran 3, persamaan garis *trend* untuk tiap lini produk dengan menggunakan rumus di atas adalah :

a. Jamu Kamor

$$a = \frac{437,89}{5} = 87,578$$

$$b = \frac{10,76}{10} = 1,076$$

Dari perhitungan di atas, persamaan garis *trend* untuk lini produk Jamu Kamor adalah : $Y = 87,578 + 1,076X$ artinya setiap tambahan waktu satu tahun, CMR akan meningkat sebesar 1,076% atau setiap pengurangan waktu satu tahun CMR akan menurun sebesar 1,076%.

Dengan demikian CMR untuk perencanaan laba tahun 2004 adalah :

Jarak $X = 0$ (Tahun 2000) atau tahun dasar dengan tahun yang akan diproyeksikan adalah 4 tahun, maka X diganti dengan 4 sehingga diperoleh hasil sebagai berikut : persamaan garis trend $Y = 87,578 + 1,076 X$

Ramalan CMR tahun 2004 :

$$Y = 87,578 + 1,076 (4) \\ = 91,882$$

b. Jamu Pegal Linu

$$a = \frac{379,11}{5} = 75,822$$

$$b = \frac{6,45}{10} = 0,645$$

Dari perhitungan di atas, persamaan garis trend untuk lini produk Anggur Buah Beraroma adalah $Y = 75,822 + 0,645 X$ artinya setiap tambahan waktu satu tahun CMR meningkat sebesar 0,645% atau setiap pengurangan waktu satu tahun CMR akan menurun sebesar 0,645%.

Dengan demikian CMR untuk perencanaan laba tahun 2004 adalah sebagai berikut:

Jarak $X = 0$ (Tahun 2000) atau dasar tahun dengan tahun yang akan diproyeksikan adalah 4 tahun maka X diganti dengan 4 sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 75,822 + 0,645 X$$

Ramalan CMR tahun 2004 :

$$Y = 75,822 + 0,645 (4) \\ = 78,402$$

c. Jamu Marap

$$a = \frac{418,36}{5} = 83,672$$

$$b = \frac{7,59}{10} = 0,759$$

Dari perhitungan di atas, persamaan garis *trend* untuk lini produk Jamu Marap adalah $Y = 83,672 + 0,759 X$ artinya setiap tambahan waktu satu tahun, CMR akan meningkat sebesar 0,759% atau setiap pengurangan waktu satu tahun CMR akan menurun sebesar 0,759%.

Dengan demikian CMR untuk perencanaan laba tahun 2004 adalah :

Jarak $X = 0$ (Tahun 2000) atau tahun dasar dengan tahun yang akan diproyeksikan adalah 4 tahun, maka X diganti dengan 4 sehingga diperoleh hasil sebagai berikut : persamaan garis trend : $Y = 83,672 + 0,759 X$.

Ramalan CMR tahun 2004

$$\begin{aligned} Y &= 83,672 + 0,759 (4) \\ &= 86,708 \end{aligned}$$

Dari perhitungan dan analisis di atas maka dapat dijelaskan bahwa :

a. Lini Produk Jamu Kamor

Laba Kontribusi (CM) untuk lini produk Jamu Kamor menunjukkan jumlah rata-rata Rp 9.991.206,00 Sedangkan CMR-nya menunjukkan angka rata-rata 87,578% dengan tingkat pertumbuhan yang menunjukkan angka positif yaitu sebesar 1,076. Sehingga untuk perencanaan laba, Tahun 2004 CMR-nya meningkat menjadi 91,882% dari 89,85% pada tahun 2002.

b. Lini Produk Jamu Pegal Linu

Laba Kontribusi (CM) untuk lini produk Jamu Pegal Linu menunjukkan jumlah rata-ratan Rp 5.030.133 Sedangkan CMR-nya menunjukkan angka rata-rata 75,822% dengan tingkat pertumbuhan yang menunjukkan angka positif yaitu

sebesar 0,645. Sehingga untuk perencanaan laba tahun 2004 CMR-nya meningkat menjadi 78,402% dari 77,02% pada tahun 2002.

c. Lini Produk Jamu Marap

Laba Kontribusi (CM) untuk lini produk Jamu Marap menunjukkan jumlah rata-rata Rp 8.331.327,00 Sedangkan CMR-nya menunjukkan angka rata-rata 83,672% dengan tingkat pertumbuhan yang menunjukkan angka positif yaitu sebesar 0,759. Sehingga untuk perencanaan laba tahun 2004, CMR-nya meningkat menjadi 86,708% dari 84,66% pada tahun 2002.

Berdasarkan penjelasan di atas lini produk Jamu Marap merupakan lini produk yang paling potensial karena persentase laba kontribusi (CMR) terbesar.

B. Pembahasan

Setelah dianalisis pada sub bab A, berikut ini akan dibahas mengenai potensi bisnis lini produk yaitu penentuan lini produk yang paling potensial, dengan didukung data-data keuangan yang ada di perusahaan tahun 1998 - 2002. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana potensi bisnisnya yaitu dengan membandingkan besarnya laba kontribusi (CM), CMR dan tingkat pertumbuhan CMR-nya (*trend*) dari masing-masing lini produk.

1. Laba Kontribusi (CM) dan CMR

Tingkat laba dari suatu produk dapat digunakan untuk menilai kegiatan manufaktur. Tingkat laba dari suatu produk ditinjau atas maksimalisasi laba untuk jangka pendek. Sedangkan untuk memaksimalkan laba jangka panjang perlu dipertimbangkan hal-hal yang tidak langsung menyangkut laba misalnya pertumbuhan volume cadangan uang kas, hubungan kerja antar pekerja, dan lain-



lain. Besarnya CMR dari masing-masing lini produk memberikannya informasi tentang kemampuan dari produk tersebut dalam menutup biaya tetap perusahaan. Suatu usaha yang paling menguntungkan ditentukan oleh produk yang menghasilkan CMR paling besar. Dengan demikian semakin besar CMR maka akan semakin besar pula sumbangannya untuk menutup biaya tetap.

Berdasarkan hasil analisis produk Jamu Kamor mempunyai laba kontribusi (CM) yang terbesar dari tahun 1998 - 2002 dengan rata-rata Rp9.991.206,00 dan CMR yang tertinggi dengan angka rata-rata 87,578%, dibandingkan dengan laba kontribusi (CM) dan CMR dari lini produk Jamu Pegal Linu dan Jamu Marap yang masing-masing rata-rata sebesar 75,822% dan 83,672% untuk besarnya CMK rata-rata Rp5.030.133 dan Rp8.331.327 untuk besarnya laba dilihat dari besarnya tingkat laba, produk Jamu Kamor adalah merupakan produk yang paling menguntungkan karena produk tersebut memiliki CMR terbesar.

2. Tingkat Pertumbuhan Laba Kontribusi

Perkembangan CMR tiap tahunnya perlu dianalisis. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana potensi pertumbuhan dari lini produk tersebut dan untuk perencanaan laba di tahun yang akan datang. Alasan dalam menganalisis pertumbuhan dari lini produk ini adalah karena suatu produk memiliki siklus hidup. Siklus hidup produk menggambarkan riwayat suatu produk sejak diperkenalkan ke pasar sampai dengan ditarik dari pasar.

Produk yang berada pada pengenalan, besarnya tingkat laba masih rendah yang disebabkan oleh tingginya biaya produksi dan pemasaran; pada tahap pertumbuhan, laba mencapai tingkat paling tinggi sebagai akibat dari harga yang

tinggi dan adanya pertumbuhan permintaan, sedang pada tahap kedewasaan, total laba berkurang karena persaingan yang makin mengurangi margin laba; dan pada tahap penurunan, laba terus menurun.

Tabel V.22
Pertambahan *trend* tahunan

Jenis produk	Pertambahan <i>trend</i> tahunan
Jamu Kamor	1,076
Jamu Pegal Linu	0,645
Jamu Marap	0,759

Berdasarkan hasil analisis pada hal 72 tingkat pertumbuhan produk Jamu Kamor menunjukkan angka sebesar 1,076 lebih tinggi dari dua lini produk yang lain. Di mana untuk produk Jamu Pegal Linu sebesar 0,645 dan produk Jamu Marap sebesar 0,759. Sehingga dalam hal ini produk Jamu Kamor mengalami pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan lini produk yang lain. Dalam hal ini strategi pemasaran yang dapat ditempuh perusahaan antara lain produk harus fleksibel, semakin banyak model untuk segmen-segmen yang berkembang karena adanya persaingan yang agresif, harga ditentukan bervariasi dari yang murah hingga yang mahal dan menggunakan media masa secara maksimal untuk kegiatan promosi. Sedangkan untuk produk Jamu Pegal Linu, dengan tingkat pertumbuhan yang lebih rendah yaitu sebesar 0,645 (paling rendah dibandingkan dengan dua lini produk yang lain), sehingga CMR untuk lini produk ini terus mengalami keterlambatan tingkat pertumbuhannya. Strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan antara lain model dari produk itu sedikit saja dengan kualitas tinggi, harga ditetapkan cukup rendah agar memungkinkan likuidasi persediaan secara cepat dan untuk mengurangi *stock* apabila lini produk ini sudah

tidak dapat dipertahankan lagi, serta menemukan dan mengidentifikasi kelemahan dari produk tersebut. Dan untuk produk Jamu Marap tingkat pertumbuhannya menunjukkan angka sebesar 0,759. Strategi pemasaran yang dapat dijalankan adalah dengan menetapkan harga promosi untuk memperluas cakupan merek, perhatian pada perluasan pasar, penyempurnaan produk, menentukan aspek eliminasi antara lain dengan mengurangi lini produk yang dihasilkan dan hanya mempertahankan produk yang menghasilkan laba.

Dilihat dari tingkat pertumbuhannya, produk Jamu Kamor merupakan produk yang paling berpotensi untuk menghasilkan laba dengan tingkat pertumbuhan yang tertinggi sebesar 1,076. Berdasarkan pembahasan di atas produk Jamu Kamor merupakan produk yang paling potensial apabila dilihat dari besarnya laba kontribusi (CM) dan CMR serta tingkat pertumbuhan (*trend*) CMR-nya. Hal ini disebabkan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan meningkat di lain pihak lini produk jamu kamor merupakan produk yang dapat menunjang kesehatan, dan digunakan untuk mengobati daging tumbuh seperti kanker, tumor, amandel. Sedangkan untuk lini produk Jamu Pegal Linu, dimana CM dan CMR yang paling rendah dengan tingkat pertumbuhan (*trend*) terendah, disebabkan karena banyaknya saingan dan pilihan yang mutunya tidak kalah dengan lini produk ini. Dan untuk lini produk jamu marap, dimana CM dan CMR juga rendah dengan tingkat pertumbuhan (*trend*) yang juga rendah tetapi lebih tinggi dari lini produk jamu pegal linu, hal ini disebabkan karena banyaknya saingan dan pilihan yang mutunya tidak kalah dengan lini produk ini.

BAB VI

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di muka, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Lini produk yang paling potensial dari beberapa lini produk yang ada di Perusahaan Jamu Tradisional “Sapta Sari” untuk periode 1998-2003 berdasarkan perhitungan *Contribution Margin* adalah lini produk Jamu Kamor. Laba kontribusi (CM) dan CMR untuk lini produk jamu kamor menunjukkan angka tertinggi dari tahun 1998 – 2002. Laba kontribusi (CM) untuk lini produk jamu kamor menunjukkan jumlah rata-rata Rp 9.991.206,00. Sedangkan CMRnya menunjukkan angka rata-rata 87,578%. Hal ini menunjukkan bahwa lini produk jamu kamor merupakan produk yang paling menguntungkan, karena besarnya CMR memberikan kemampuan dari produk tersebut dalam menutup biaya tetap perusahaan lebih besar dibandingkan dengan lini produk yang lain.
2. Tingkat pertumbuhan CMR untuk lini produk jamu kamor menunjukkan angka tertinggi yaitu sebesar 1,076 dari tahun 1998 – 2002, sehingga CMR-nya mempunyai kecenderungan untuk terus meningkat lebih cepat.

Dari hasil perhitungan ramalan penjualannya produk jamu kamor menunjukkan produk yang paling potensial dibandingkan dengan produk lain pada tahun 2004.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di muka, maka penulis dapat memberikan saran bagi Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari sebagai berikut

Suatu usaha yang paling menguntungkan ditentukan oleh produk yang menghasilkan laba kontribusi (CMR) paling besar. Oleh karena itu, seharusnya lebih memperhatikan lini produk jamu kamor karena laba kontribusi (CM), CMR dan tingkat pertumbuhan CMR menunjukkan angka yang terbesar serta CMR untuk perencanaan laba di tahun yang akan datang masih menunjukkan adanya peningkatan yang lebih cepat. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan jalan menciptakan posisi merek yang kuat di mata konsumen dan distributor, menciptakan kesadaran dan preferensi merek dengan menggunakan media masa secara maksimal, produk harus fleksibel (semakin banyak model untuk segmen-segmen yang berkembang), dan harga bervariasi. Hal ini dilakukan karena laba kontribusi (CM), CMR dan tingkat pertumbuhan CMR dari lini produk ini paling tinggi dibandingkan dengan dua lini produk yang lain, sehingga diharapkan dapat meningkatkan laba kontribusi (CM), CMR dan tingkat pertumbuhan CMR atau paling tidak dapat mempertahankannya. Untuk produk jamu pegal linu dimana tingkat laba kontribusi (CM) dan CMR masih tergolong rendah bila dibandingkan dengan jamu kamor dan jamu marap serta tingkat pertumbuhan CMR yang menunjukkan angka paling rendah sendiri dibandingkan dua lini produk yang lain, strategi pemasaran yang dapat dijalankan oleh perusahaan antara lain modelnya sedikit dengan kualitas produk yang tinggi, harga ditetapkan cukup rendah agar memungkinkan likuidasi persediaan secara cepat dan untuk mengurangi *stock* apabila lini produk ini sudah tidak dapat dipertahankan lagi atau menghapus lini

produk ini secara bertahap (eliminasi), dan menemukan kelemahan dari produk tersebut.

Sedang untuk produk jamu marap strategi pemasaran yang dapat dijalankan adalah perhatian pada perluasan pasar, penyempurnaan produk, mengurangi lini produk dan mempertahankan produk yang menghasilkan laba. Hal ini dilakukan karena masih rendahnya tingkat laba kontribusi (CM) dan CMR bila dibandingkan dengan produk jamu kamor serta tingkat pertumbuhan CMR yang menunjukkan angka yang lebih rendah.

C. KETERBATASAN

Keterbatasan-keterbatasan yang penulis hadapi di dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Kebenaran data perusahaan yang diperoleh dari karyawan dan staf perusahaan tidak dapat penulis telusuri.
2. Periode yang hanya berjumlah lima tahun tentunya tidak sebaik jika periodenya ditambah atau lebih banyak.
3. Kriteria penentuan lini produk yang paling potensial hanya ditentukan oleh besarnya laba kontribusi (CM), CMR dan tingkat pertumbuhan CMR (trend) dari masing-masing lini produk.
4. Penulis belumlah berpengalaman dalam melakukan penelitian. Apa yang dilakukan oleh penulis masih terpaku pada apa yang diperoleh di bangku kuliah. Untuk itu tingkat keakuratan yang diperoleh belum bisa dikatakan baik, karena ada unsur-unsur lain yang belum diketahui.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi. Syafrudin, *Alat-Alat Analisis Dalam Pembelian*, Andi Offset, Yogyakarta, 1983

Budiyuwono. Nugroho, *Pengantar Statistika Ekonomi dan Perusahaan*, Jilid I, BPFE, Yogyakarta, 1987

Hansen & Mowen. *Akuntansi Manajemen*. Diterjemahkan oleh Ancella A. Hermawan. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 1984

Mulyadi, *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, Edisi 2, STIE YKPN, Yogyakarta, 1993

....., *Akuntansi Biaya*, BPFE, Yogyakarta, 1990

Riyanto, Bambang, *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*, Yayasan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta, 1990

Sugiri, Slamet, *Akuntansi Manajemen*, Edisi 1, Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 1994

Supriyono, Slamet, *Akuntansi Manajemen I : Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*, BPFE-UGM, Yogyakarta, 1987

Swastha, Basu, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta : Liberty, 1984

....., *Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian serta Pembuatan Keputusan*, Edisi 2, BPFE, Yogyakarta, 1994

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset, 1995

LAMPIRAN 1

1. Biaya Pemeliharaan Mesin

Tabel Perhitungan Biaya Semi Variabel Dengan Metode Kuadrat Terkecil

Tahun 1998				
Triwulan	Volume Produksi (X)	Biaya Pemeliharaan Mesin (Y)	(X²)	(XY)
I	43015	550.500	1.850.290.225	23.679.757.500
II	41200	525.500	1.697.440.000	21.650.600.000
III	35715	500.500	1.275.651.225	17.787.535.750
IV	45300	574.000	2.052.090.000	26.002.200.000
Jumlah	165230	2.150.500	6.875.381.450	89.230.093.250
Tahun 1999				
I	45101	550.000	2.025.900.100	24.755.500.000
II	43525	575.000	1.894.425.625	25.026.875.000
III	42575	560.000	1.812.630.625	23.842.200.000
IV	47005	550.000	2.209.470.025	25.852.750.000
Jumlah	178115	2.235.000	7.942.426.375	99.477.125.000
Tahun 2000				
I	43300	585.000	1.874.890.000	25.330.500.000
II	45320	675.000	2.053.902.400	27.871.800.000
III	42100	560.000	1.772.410.000	23.576.000.000
IV	42600	650.000	1.814.760.000	27.690.000.000
Jumlah	173320	2.410.000	7.515.962.400	104.468.300.000
Tahun 2001				
I	43251	565.000	1.870.649.001	24.436.815.000
II	45325	570.500	2.054.355.625	25.857.912.500
III	44215	655.500	1.954.966.225	28.982.932.500
IV	48940	715.000	2.395.123.600	34.992.100.000
Jumlah	181731	516.000	8.275.094.451	114.269.760.000
Tahun 2002				
I	45306	725.000	2.052.633.636	32.846.850.000
II	47215	705.000	2.229.256.225	33.286.575.000
III	45335	705.000	2.055.262.225	31.961.175.000
IV	44609	757.000	1.989.962.881	33.769.013.000
Jumlah	182465	2.892.000	8.327.114.967	131.863.613.000

Dari perhitungan tabel di atas maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel data untuk menghitung biaya tetap dan biaya variabel untuk Biaya Pemeliharaan Mesin.

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
$\sum X$	165230	178115	173320	181731	182465
$\sum Y$	2150500	2235000	2410000	2516000	2892000
$\sum X^2$	68753814500	7942426375	7515962400	8275094451	8327114967
$\sum XY$	89230093250	99477125000	104468300000	114269760000	131863613000
b ^{*)}	7,943	3,989	7,158	2,104	15,639
a ^{**)}	209519	381125	292344	533409	9610955

$$*) = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - \sum(X)^2}$$

$$**) = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

2. Biaya Pemeliharaan Gedung

Tabel Perhitungan Biaya Semi Variabel Dengan Metode Kuadrat Terkecil

Tahun 1998				
Triwulan	Volume Produksi (X)	Biaya Pemeliharaan Gedung (Y)	(X ²)	(XY)
I	43015	495000	1850290	21313932500
II	41200	450000	1697440000	18540000000
III	35715	575000	1275651225	20536125000
IV	45300	529000	2052090000	23963700000
Jumlah	165230	2050000	6875381450	84353757000
Tahun 1999				
I	45001	500000	2025900000	22505000000
II	43525	475000	1894425000	20674375000
III	42575	525000	1812630625	22351875000
IV	47005	480000	2209470025	22562400000
Jumlah	178115	1890000	7942426375	88113650000
Tahun 2000				
I	43300	490000	1874890000	21217000000
II	45320	535000	2053902400	24246200000
III	42100	525000	1772410000	22102500000
IV	42600	600000	1814760000	25560000000
Jumlah	173320	2150000	7515962400	93125700000

Tahun 2001				
I	43251	560.000	1870649001	28.113.150.000
II	45325	610.000	2054355625	27.648.250.000
III	44215	675.000	1954966225	29.845.125.000
IV	488940	600.000	2395123600	29.364.000.000
Jumlah		2.535.000	8275094451	1.149.705.250.000
Tahun 2002				
I	45306	660.000	2.052.633.636	29.901.960.000
II	47215	608.000	2.229.256.225	32.106.200.000
III	45335	605.500	2.055.262.225	27.450.342.500
IV	44609	708.500	1.989.962.881	31.605.476.500
Jumlah	182465	2.655.000	8.327.114.967	121.063.979.000

Dari perhitungan tabel di atas maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel data untuk menghitung besarnya Biaya Pemeliharaan Gedung

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
$\sum X$	165230	178115	173320	181731	182465
$\sum Y$	2 050.000	1.980.000	2.150.000	2.535.000	2.655.000
$\sum X^2$	6.875.381.450	7.942.426.375	7.515.962.400	8.275.094.451	8.327.114.967
$\sum XY$	843.577.557.000	88.113.650.000	93.125.700.000	114.970.525.000	121.063.979.000
$b^*)$	6,514	4,762	5,627	10,8564	12,59
$a^{**})$	243423	282954	293684	140395	89441

$$*) = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - \sum(X)^2}$$

$$**) = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

3. Biaya Pemeliharaan Kendaraan

Tabel Perhitungan Biaya Semi Variabel Dengan Metode Kuadrat Terkecil

Tahun 1998				
Triwulan	Volume Produksi (X)	Biaya Pemeliharaan Kendaraan (Y)	(X²)	(XY)
I	43015	625.000	1.850.290.225	26.884.375.000
II	41200	675.000	1.697.440.000	27.810.000.000
III	35715	665.000	1.275.651.225	23.750.475.000
IV	45300	585.000	2.052.090.000	26.500.500.000
Jumlah	165230	2.550.000	6.875.381.450	104.945.350.000

Tahun 1999				
I	45101	650.500	2.025.900.100	29.279.005.000
II	43525	665.500	1.894.425.625	28.965.887.500
III	42575	700.000	1.812.630.625	29.802.500.000
IV	47005	759.000	2.209.470.025	3.5676.795.000
Jumlah	178115	2.775.000	7.942.426.375	123.694.187.500
Tahun 2000				
I	43300	575.000	1.874.890.000	24.897.500.000
II	45320	585.000	2.053.902.400	26.512.200.000
III	42100	515.500	1.772.410.000	2.1702.550.000
IV	42600	624.500	1.814.760.000	26.603.700.000
Jumlah	173320	2.300.000	7.515.962.400	99.715.950.000
Tahun 2001				
I	43251	660.000	1.870.649.001	28.345.660.000
II	45325	635.000	2.054.355.625	28.791.375.000
III	44215	695.000	1.954.966.225	30.729.425.000
IV	48940	660.000	2.395.123.600	32.300.400.000
Jumlah	181731	2.650.000	8.275.094.451	120.356.860.000
Tahun 2002				
I	45306	775.000	2.052.633.636	35.112.150.000
II	47215	744.500	2.229.256.225	35.151.567.500
III	45335	740.000	2.055.262.225	33.547.900.000
IV	44609	720.500	1.989.962.881	32.140.784.500
Jumlah	182465	2.980.000	8.327.114.967	135.952.402.000

Dari perhitungan tabel di atas maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel Data Untuk Menghitung Biaya Tetap, Biaya Semi Variabel Untuk Biaya Pemeliharaan Kendaraan.

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
$\sum X$	165230	178115	173320	181731	182465
$\sum Y$	2550000	2775000	2300000	2650000	2980000
$\sum X^2$	6785381450	7942426375	7515962400	8275094451	8327114967
$\sum XY$	104945350000	123694187500	99715950000	120356860000	135952402000
b ^{*)}	7,753	11,343	9,48	2,512	4,265
a ^{**)}	317231	188660	164194	564738	550447

$$*) = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$**) = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

4. Biaya Promosi Penjualan

Tabel Perhitungan Biaya Semi Variabel Dengan Metode Kuadrat Terkecil

Tahun 1998				
Triwulan	Volume Produksi (X)	Biaya Promosi Penjualan (Y)	(X²)	(XY)
I	43015	530.000	1.850.290.225	22.797.950.000
II	41200	535.000	1.697.440.000	22.042.000.000
III	35715	575.000	1.275.651.225	20.536.125.000
IV	45300	475.000	2.052.090.000	21.517.500.000
Jumlah	165230	2.115.000	6.875.381.450	86.893.575.000
Tahun 1999				
I	45101	580.000	2.025.900.000	26.128.305.000
II	43525	595.000	1.894.425.625	24.591.625.000
III	42575	595.000	1.812.630.625	25.353.412.500
IV	47005	906.000	2.209.470.025	28.626.645.000
Jumlah	178115	2.350.000	7.942.426.375	104.699.387.500
Tahun 2000				
I	43300	625.000	1.874.890.000	27.062.500.000
II	45320	599.500	2.053.902.400	27.169.340.000
III	42100	585.000	1.772.410.000	24.628.500.000
IV	42600	691.000	1.814.760.000	29.436.600.000
Jumlah	173320	2.500.500	7.515.962.400	108.296.940.000
Tahun 2001				
I	43251	580.000	1.870.649.001	25.085.580.000
II	45325	535.500	2.054.355.625	24.271.537.000
III	44215	595.500	1.954.966.225	26.330.032.500
IV	48940	639.000	2.395.123.600	31.272.660.000
Jumlah	181731	2.350.000	8.275.094.451	106.959.810.000
Tahun 2002				
I	45306	595.000	2.052.633.636	26.957.070.000
II	47215	5.805.000	2.229.256.225	27.408.307.500
III	45335	615.000	2.055.262.225	27.881.025.000
IV	44609	600.000	1.989.962.881	26.765.000.000
Jumlah	182465	2.390.500	8.327.114.967	109.011.802.500

Dari perhitungan tabel di atas maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel data untuk menghitung Biaya Tetap, Biaya Variable dan Biaya Promosi Penjualan.

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
$\sum X$	165230	178115	173320	181731	182465
$\sum Y$	2115000	2350000	2500500	2350000	2390500
$\sum X^2$	6875381450	7942426375	7515962400	8275094451	8327114967
$\sum XY$	86893575000	104699387500	108296940000	106959910000	109011802500
b ^{*)}	9,408	5,08	8,278	10,393	9,035
a ^{**)}	140.096	361.294	266.434	115317	185.482

$$*) = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - \sum (X)^2}$$

$$**) = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

5. Biaya Listrik

Tabel perhitungan biaya semi variabel dengan metode kuadrat terkecil.

Tahun 1998				
Triwulan	Volume Produksi (X)	Biaya Listrik (Y)	(X ²)	(XY)
I	43015	325.000	1.850.290.225	13.979.875.000
II	41200	355.000	1.697.440.000	14.626.000.000
III	35715	365.000	1.275.651.225	13.035.975.000
IV	45300	300.000	2.052.090.000	13.590.000.000
Jumlah	165230	1.345.000	6.875.381.450	55.193.350.000
Tahun 1999				
I	45010	425.000	2.025.900.100	19.129.250.000
II	43525	460.000	1.894.425.625	20.021.500.000
III	42575	415.000	1.812.630.625	17.668.625.000
IV	47005	415.000	2.209.470.025	19.507.075.000
Jumlah	178115	1.715.000	7.942.426.375	76.326.450.000
Tahun 2000				
I	43300	415.000	1.874.890.000	17.969.500.000
II	45320	425.000	2.053.902.400	19.261.000.000
III	42100	405.500	1.772.410.000	17.071.550.000
IV	42600	404.500	1.814.760.000	17.231.170.000
Jumlah	173320	1.650.000	7.515.962.400	71.533.750.000
Tahun 2001				
I	43251	450.000	1.870.649.001	19.462.950.000
II	45325	484.000	2.054.355.625	219.82.625.000

III	44215	424.000	1.954.966.225	18.747.160.000
IV	48940	460.000	2.395.123.600	22.512.400.000
Jumlah	181731	1.819.000	8.275.094.451	82.705.135.000
Tahun 2002				
I	45306	525.000	2.052.633.636	23.785.660.000
II	47215	540.000	2.229.256.225	25.496.100.000
III	45335	515.500	2.055.262.225	23.370.192.500
IV	44609	569.500	1.989.962.881	25.404.825.500
Jumlah	182465	2.150.000	8.327.114.967	98.056.768.000

Dari perhitungan tabel di atas maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel data untuk menghitung besarnya biaya tetap dan biaya variabel untuk biaya listrik.

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
$\sum X$	165230	178115	173320	181731	182465
$\sum Y$	1345000	1715000	1650000	1819000	2150000
$\sum X^2$	6875381450	7942426375	7515962400	8275094451	8327114967
$\sum XY$	55193350000	76326450000	71533750000	82705135000	98056768000
b ^{*)}	6,516	3,607	6,534	3,393	4,85
a ^{**)}	67088	268.138	129.382	300597	316.261

$$*) = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - \sum (X)^2}$$

$$**) = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

6. Biaya Telepon

Tabel perhitungan biaya semi variabel dengan metode kuadrat terkecil.

Tahun 1998				
Triwulan	Volume Produksi (X)	Biaya Telepon (Y)	(X ²)	(XY)
I	43015	275.000	1.850.290.225	11.829.125.000
II	41200	290.000	1.697.440.000	11.948.000.000
III	35715	315.000	1.275.651.225	11.250.225.000
IV	45300	320.000	2.052.090.000	14.496.000.000
Jumlah	165230	120.000	6.875.381.450	49.523.350.000
Tahun 1999				
I	45101	330.000	2.025.900.100	14.853.300.000
II	43525	325.000	1.894.425.625	14.145.625.000

III	42575	340.000	1.812.630.625	14.475.500.000
IV	47005	320.000	2.209.470.025	15.041.600.000
Jumlah	178115	1.315.000	7.942.426.375	58.516.025.000
Tahun 2000				
I	43300	300.500	1.874.890.000	13.011.650.000
II	45320	315.500	2.053.902.400	1.429.8460.000
III	42100	310.500	1.772.410.000	13.072.050.000
IV	42600	324.000	1.814.760.000	13.802.400.000
Jumlah	173320	1.250.000	7.515.962.400	54.184.560.000
Tahun 2001				
I	43251	360.000	1.870.649.001	15.570.360.000
II	45325	385.000	2.054.355.625	17.450.125.000
III	44215	335.000	1.954.966.225	14.812.025.000
IV	48940	360.000	2.395.123.600	17.618.400.000
Jumlah	181731	1.440.000	8.275.094.451	65.450.910.000
Tahun 2002				
I	45306	315.000	2.052.633.636	14.271.390.000
II	47215	344.000	2.229.256.225	16.241.960.000
III	45335	366.000	2.055.262.225	16.592.610.000
IV	44609	375.000	1.989.962.881	16.728.375.000
Jumlah	182465	1.400.000	8.327.114.967	63.834.335.000

Dari perhitungan tabel di atas maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel data untuk menghitung besarnya biaya tetap dan biaya variabel untuk biaya telepon.

Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
$\sum X$	165230	178115	173320	181731	182465
$\sum Y$	1200000	1315000	1250000	1440000	1400000
$\sum X^2$	6875381450	7942426375	7515962400	8275094451	8327114967
$\sum XY$	49523250000	58516025000	7515962400	65450910000	63834335000
b ^{*)}	0,91	3,511	3,672	1,495	7,586
a ^{**))}	262394	172409	153370	292054	3973

$$*) = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - \sum (X)^2}$$

$$**) = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

Lampiran 2

Tabel Pengalokasian Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya Tenaga Kerja Langsung *)					
	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu kamar	242300	203450	396500	294600	396150
Jamu pegal linu	251450	281700	371900	450400	330100
Jamu marap	270500	364400	411900	518100	476100

$$*) = \frac{\text{Jumlah unit yang diteliti}}{\text{Jumlah total unit yang diproduksi}} \times \text{Total Biaya Tenaga Kerja Langsung}$$

Tabel Pengalokasian Biaya Overhead Pabrik

Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung *)					
	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu kamar	292900	238400	347400	223400	291600
Jamu pegal linu	303900	330150	325800	341500	243600
Jamu marap	327000	434400	360800	392900	350400
Biaya Pemeliharaan Mesin*)					
Jamu kamar	87722	74222	116592	78291	11745
Jamu pegal linu	91041	110783	109362	119687	97871
Jamu marap	97939	132947	121119	137685	141141
Biaya Pemeliharaan Gedung*)					
Jamu kamar	83623	65754	104014	78883	107821
Jamu pegal linu	86787	91043	97564	120591	89851
Jamu marap	93362	117778	108046	138725	129574
Biaya Penyusutan Gedung *)					
Jamu kamar	122400	99600	145150	99350	121850
Jamu pegal linu	127000	137950	136150	142700	101500
Jamu marap	136600	178450	150750	164150	146400
Biaya Penyusutan Mesin*)					
Jamu kamar	152950	124550	181400	116700	152300
Jamu pegal linu	158750	172450	170150	178400	126900
Jamu marap	170800	223050	188450	205200	183000

$$*) = \frac{\text{Jumlah unit yang diteliti}}{\text{Jumlah total unit yang diproduksi}} \times \text{total biaya}$$

Tabel Pengalokasian Biaya Pemasaran

Biaya Gaji Bagian Pemasaran *)					
	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu Kamor	397700	323800	471700	303400	395950
Jamu Pegal linu	412750	448300	442450	463800	329950
Jamu Marap	444050	579959	489950	533550	475850
Biaya Pemeliharaan Mesin*)					
Jamu Kamor	104019	91989	111271	82461	121019
Jamu Pegal linu	107954	127599	104370	126061	100849
Jamu Marap	116133	165068	115584	145018	145435
Biaya Promosi Penjualan*)					
Jamu Kamor	86275	78040	120970	73125	97080
Jamu Pegal linu	89540	108057	113469	111790	80899
Jamu Marap	96322	139788	125660	128600	116665

$$*) = \frac{\text{jumlah unit yang diteliti}}{\text{jumlah total unit yang diproduksi}} \times \text{jumlah total biaya}$$

Tabel Pengalokasian Biaya Administrasi dan Umum

Biaya Perlengkapan Kantor *)					
	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu Kamor	78400	63800	92950	59800	78000
Jamu Pegal linu	81350	88350	87200	91400	65000
Jamu Marap	87500	114300	96550	105150	93800
Biaya Listrik*)					
Jamu Kamor	54865	56953	79825	56602	87312
Jamu Pegal linu	56948	78858	74874	86530	72760
Jamu Marap	61225	102015	82919	82919	99542
Biaya Telepon*)					
Jamu Kamor	48950	43669	60473	44809	56855
Jamu Pegal linu	50802	60466	60466	44809	47379
Jamu Marap	54651	78221	62817	78802	686325

$$*) = \frac{\text{Jumlah unit yang diteliti}}{\text{Jumlah total unit yang diproduksi}} \times \text{total biaya}$$

LAMPIRAN 3

Perhitungan Pertumbuhan CMR dengan metode Data Berkala

a. Jamu Kamor

Tabel Perhitungan Pertumbuhan CMR dengan Metode Data Berkala

Tahun	CMR (%)			
	Y	X	X ²	XY
.1998	85,96	-2	4	-171,92
1999	86,89	-1	1	-86,89
2000	85,32	0	0	0
2001	89,87	1	1	89,87
2002	89,85	2	4	179,7
Jumlah	437,89		10	10,76

Dari Perhitungan tabel diatas, diperoleh data sebagai berikut :

$$\sum Y = 437,89$$

$$\sum X = 10$$

$$XY = 10,76$$

Data ini selanjutnya digunakan untuk mencari persamaan garis *trend*.

b. Jamu Pegal Linu

Tabel Perhitungan Pertumbuhan CMR dengan Metode Data Berkala

Tahun	CMR (%)			
	Y	X	X ²	XY
.1998	75,49	-2	4	-150,98
1999	75,49	-1	1	-75,49
2000	72,23	0	0	0
2001	78,88	1	1	78,88
2002	77,02	2	4	154,04
Jumlah	379,11		10	6,45

Dari Perhitungan tabel diatas, diperoleh data sebagai berikut :

$$\sum Y = 379,11$$

$$\sum X = 10$$

$$XY = 6,45$$

Data ini selanjutnya digunakan untuk mencari persamaan garis *trend*.

c. Jamu Marap

Tabel Perhitungan Pertumbuhan CMR dengan Metode Data Berkala

Tahun	CMR (%)			
	Y	X	X ²	XY
1998	82,02	-2	4	164,04
1999	83,81	-1	1	83,81
2000	81,75	0	0	0
2001	86,12	1	1	86,12
2002	84,66	2	4	169,32
Jumlah	418,36			7,59

Dari Perhitungan tabel diatas, diperoleh data sebagai berikut :

$$\sum Y = 418,36$$

$$\sum X = 10$$

$$XY = 7,59$$

Data ini selanjutnya digunakan untuk mencari persamaan garis *trend*.

Lampiran 4

Volume produksi perusahaan untuk masing-masing jenis produk Tahun 1998-2002 sebagai berikut : (dalam bungkus)

	1998	1999	2000	2001	2002
Jamu Kamor	6740	5915	8385	5655	7410
Jamu Pegal Linu	6995	8190	7865	8645	6175
Jamu Marap	7525	10595	8710	9945	8905
Jumlah Total Produksi	165.230	178.115	173.320	181.731	182.465

Daftar Pertanyaan :**A. Sejarah Berdirinya Perusahaan dan Perkembangannya**

1. Perusahaan didirikan pada tahun berapa ? Oleh siapa ?
2. Dimana lokasi perusahaan pada awal berdirinya ?
3. Apa yang menjadi tujuan pendirian perusahaan ?
4. Kapan perusahaan memulai produksi ?
5. Perusahaan bergerak dalam bidang apa ?
6. Bagaimana perkembangan perusahaan selanjutnya ?

B. Lokasi Perusahaan

1. Dimana lokasi perusahaan saat ini ?
2. Atas pertimbangan apa perusahaan memilih lokasi ini ?
3. Berapa luas tanah yang digunakan untuk mendirikan perusahaan ?

C. Struktur Organisasi

1. Apa bentuk perusahaan ?
2. Bagaimana struktur organisasi perusahaan ?
3. Bagaimana pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab tiap bagian dalam organisasi itu ?

D. Personalia

1. Berapa jumlah karyawan perusahaan ?
2. Bagaimana sistem penggajian perusahaan ?

3. Apakah ada jaminan sosial bagi karyawan ?
4. Dalam bentuk apakah jaminan diberikan ?
5. Bagaimana kondisi lingkungan kerjanya ?
6. Bagaimana penyusunan jam kerja yang dilakkan untuk semua karyawan ?

E. Produksi

1. Jenis produk apa yang dihasilkan perusahaan ?
2. Ada berapa banyak lini produk yang dihasilkan perusahaan ?
3. Bahan baku dan bahan pembantu apa saja yang digunakan ?
4. Bagaimanakah komposisi pemakaian bahan baku yang digunakan ?
5. Bagaimanakah tahap-tahap proses produksi tiap-tiap jenis produk ?
6. Macam peralatan apa saja yang digunakan dalam proses produksi ?

F. Pemasaran

1. Ke daerah mana saja produk perusahaan dipasarkan ?
2. Bagaimana sistem distribusinya ?
3. Bagaimanakah saluran distribusi yang digunakan untuk mendistribusikan produknya kepada konsumen ?
4. Bagaimanakah kebijakan perusahaan yang dijalankan untuk memperbesar volume penjualan ?
5. Kegiatan produksi apa saja yang dilakukan perusahaan untuk memasarkan produknya ?
6. Bagaimanakah penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan ?

Data lain :

1. Data penjualan tiap lini produk tiap tahun selama 5 (lima) tahun terakhir
2. Data produksi tiap lini produk tiap tahun selama 5 (lima) tahun terakhir
3. Harga jual tiap jenis produk
4. Harga bahan baku dan bahan pembantu
5. Data Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya Overhead Pabrik, Biaya Pemasaran, Biaya Administrasi dan Umum per tahun selama 5 (lima) tahun terakhir.

