

**PERENCANAAN LABA PADA UD. AQILA WATER
DI BEDUNGUN KABUPATEN BERAU**

¹Mursyidin, ²Tiarasari Mawi
STIE Muhammadiyah Tanjung Redeb

Abstrack

The results of calculations are known that the break even point level UD. Aqila Water in Tanjung Redeb is Rp. 65,535,006. This figure shows the minimum level of sales that must be achieved by this Depot so as not to suffer losses but also not get profit. In other words, at the level of sales the company's profit and loss is zero. Therefore, to obtain a profit, sales should be above Rp. 65,535,006. Then if calculated using gallon units, the break event point sales at UD. Aqila Water is 8,200 gallons per year.

Furthermore, in order to achieve sales achievements to cover the break event point and earn a profit, UD. Aqila Water can use a variety of methods to attract new customers and retain existing customers. One way is to withdraw them through a purchase coupon, where if the customer has bought for example five gallons then they will get one gallon for free. This policy must of course be supported by an accurate calculation of production costs so as not to give a loss effect to UD. Aqila Water.

Keywords: Sales, Break even Point, Profit and Loss

Abstrak

Hasil perhitungan diketahui bahwa tingkat break even point UD. Aqila Water di Tanjung Redeb adalah sebesar Rp. 65.535.006,-. Angka ini menunjukkan tingkat penjualan minimum yang harus dicapai oleh Depot ini agar tidak menderita rugi tetapi juga tidak mendapatkan laba. Dengan kata lain pada tingkat penjualan tersebut rugi laba perusahaan adalah sama dengan nol. Oleh karena itu maka untuk memperoleh laba sebaiknya penjualan diatas nilai Rp. 65.535.006,-. Kemudian jika dihitung dengan menggunakan unit galon maka penjualan break event point pada UD. Aqila Water yaitu sebanyak 8.200 galon per tahun.

Selanjutnya agar pencapaian penjualan dapat menutupi break event point dan memperoleh laba maka UD. Aqila Water dapat menggunakan berbagai metode untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Salah satu cara yaitu dengan menarik mereka melalui kupon pembelian, dimana apabila pelanggan telah membeli misalnya lima galon maka mereka akan memperoleh satu galon gratis. Kebijakan ini tentunya harus didukung oleh perhitungan biaya produksi yang tepat agar tidak memberikan efek kerugian bagi UD. Aqila Water.

Kata Kunci : Penjualan, Break even Point, Laba Rugi

dalam hubungannya dengan volume penjualan.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Salah satu fungsi manajemen adalah planning atau perencanaan dan perencanaan ini merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Dengan adanya perencanaan yang baik maka akan memudahkan tugas manajemen itu sendiri, karena semua kegiatan perusahaan dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan perencanaan itu dapat digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengawasan terhadap kegiatan perusahaan, sehingga dengan perencanaan yang baik akan memungkinkan manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien.

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba yang merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam rangka mengelola perusahaannya. Akan tetapi tanpa adanya perencanaan yang baik maka mustahil hal tersebut dapat dicapai. Karena itu sangat dibutuhkan perencanaan yang matang tentang masa depan dari perusahaan itu sendiri, terlebih lagi perencanaan tentang biaya tetap dan biaya variabel

Perencanaan perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan program budget. Sebagian besar dari program budget berisi taksiran penghasilan yang akan diperoleh dan biaya-biaya yang akan terjadi untuk memperoleh penghasilan tersebut dan akhirnya menunjukkan laba yang akan dapat dicapai.

Analisis penentuan laba perlu dilakukan karena terdapat suatu kenyataan bahwa biaya tetap dan biaya variabel mempunyai pengaruh yang berbeda. Jika semua biaya adalah biaya tetap, maka masalah volume penjualan yang mempengaruhi laba tidak akan timbul. Tetapi karena terdapatnya biaya tetap, maka biaya tetap ini akan menyebabkan perusahaan dalam kerugian jika volume penjualan tidak cukup besar.

Usaha Pengisian air Minum Isi ulang Aqila Water di Sei Bedungun Kabupaten Berau adalah salah satu usaha yang bergerak dalam usaha penjualan Air Minum. Permasalahannya saat ini adalah pihak manajemen belum dapat menentukan pada volume penjualan berapa laba yang ditarget perusahaan tersebut dapat tercapai. Disamping itu kondisi yang dihadapi saat ini, perusahaan belum dapat menentukan berapa tingkat penjualan minimal yang harus dicapai perusahaan agar

tidak mengalami kerugian bagi perusahaan tersebut

Dari permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perencanaan Laba Usaha pada UD. Aqila Water di Bedungun Kabupaten Berau”.

2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Berapakah tingkat penjualan minimal pada usaha UD. Aqila Water di Bedungun agar mencapai laba usaha?

3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat penjualan UD. Aqila Water agar tidak mengalami kerugian dan untuk menentukan berapa target penjualan harus dicapai agar diperoleh laba yang diinginkan perusahaan. Sedangkan kegunaan penelitian adalah sebagai masukan bagi UD. Aqila Water di Bedungun mengenai cara merencanakan tingkat laba. Dalam merencanakan laba maka pengeloaal UD. Aqila Water nantinya akan memperoleh informasi tentang berapa jumlah produk yang harus dijual, jumlah pendapatan yang harus diperoleh, biaya apa saja yang harus dikeluarkan serta jenis biaya apa yang dapat dihilangkan atau dikurangi untuk memaksimalkan laba.

KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian Biaya

Dalam setiap kegiatan perusahaan maka salah satu yang harus tersedia adalah biaya, karena dengan biaya maka diharapkan hasil yang diperoleh perusahaan akan lebih besar sehingga memberikan selisih berupa laba. Biaya didefinisikan beragam oleh para ahli manajemen keuangan, misalnya sebagaimana dikemukakan oleh Hansen dan Moven (2004:50), mendefinisikan tentang biaya, yaitu : “Biaya adalah kas atau nilai ekuivalent kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi”.

Berdasar pendapat tersebut, bahwa yang dimaksud dengan biaya adalah barang atau jasa atau aktiva yang dikorbankan (termasuk biaya bunga yang timbul dari hutang). Dalam usaha perusahaan untuk merealisasikan pendapatan dalam suatu periode keuangan. Biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan baik yang berupa kas (tunai) maupun dalam bentuk barang (material) yang telah terjadi dalam perusahaan haruslah dapat diukur dalam satuan uang. Jadi setiap pengorbanan pada waktu tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan disebut biaya.

2. Klasifikasi Biaya

Menurut Charles T. Horngren (1991:32) ; biaya variable (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*) biasanya diartikan dalam

hubungannya dengan bagaimana biaya total berubah, karena tercapainya fluktuasi kuantitas dari suatu aktivitas tertentu.

Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa biaya variabel menunjukkan sifat-sifat :

- a. Jumlah biaya-biaya ini berubah sesuai dengan variabel aktivitas perusahaan dapat bersifat proporsional, progresif, atau regresif.
- b. Biaya-biaya ini tetap (konstan) untuk tiap satuan prestasi, walaupun variabel prestasinya berubah jika dari sifatnya proporsional.
- c. Biaya-biaya ini mudah digunakan bahagian yang melaksanakan operasi-operasi perusahaan.
- d. Biaya-biaya ini mudah dikontrol oleh bahagian yang mengeluarkan.

Sedangkan biaya tetap mempunyai sifat sebagai berikut :

- a. Jumlah tetap dari suatu variabel prestasi atau aktivitas tertentu.
- b. Biaya tetap rata-rata perunit prestasi atau aktivitas semakin rendah jika variabel prestasi atau aktivitasnya, semakin besar atau bertambah.
- c. Biaya-biaya ini akan diberikan kepada bahagian-bahagian yang ada dalam perusahaan berdasarkan dari keputusan-keputusan pimpinan perusahaan dengan

menggunakan metode dari perbandingan prestasi atau kapasitas.

- d. Biaya-biaya ini akan dikontrol oleh pimpinan perusahaan dan bukan oleh kepala bagian.

Adapun penggolongan biaya menurut Mulyadi (1981: 7) adalah sebagai berikut:

- a. Penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran.
- b. Penggolongan biaya atas dasar fungsi pokok dalam perusahaan.
- c. Penggolongan biaya atas dasar hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.
- d. Penggolongan biaya sesuai dengan tingkah laku dalam hubungannya dengan volume kegiatan.
- e. Penggolongan biaya atas dasar waktu.

3. Pengertian Analisis Break Even Point

Analisis break-even adalah suatu tehnik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Oleh karena analisa tersebut mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan, dan volume kegiatan, maka analisa tersebut sering pula disebut "Cost-Profit-Volume Analisis" (C. P. V. analysis). Dalam perencanaan keuntungan, analisis break-even

merupakan “*profit-planning approach*” yang mendasarkan pada hubungan antara biaya dan penghasilan penjualan.

Analisa mengenai hubungan antara biaya-biaya volume penjualan dan pendapatan merupakan suatu hal yang penting. Analisis ini berkisar pada apa yang dikenal sebagai titik pulang pokok; yaitu jumlah hasil penjualan yang tidak menghasilkan suatu keuntungan ataupun kerugian, atau dengan kata lain laba sama dengan nol, oleh karena itu pada titik nilai jumlah biaya-biaya akan persis sama dengan nilai hasil penjualan. Jika hasil penjualan melebihi jumlah yang ditunjukkan oleh titik pulang pokok (titik keseimbangan), maka akan menghasilkan suatu keuntungan, dan jika hasil penjualan kurang dari hasil penjualan titik pokok maka akan diderita suatu kerugian.

Apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah break even dalam perusahaan tersebut. Masalah break even baru muncul apabila suatu perusahaan disamping mempunyai biaya variable juga memiliki biaya tetap, besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami

perubahan meskipun ada perubahan volume produksi. Karena adanya unsur variabel di suatu pihak, maka dapat terjadi bahwa suatu perusahaan dengan volume produksi tertentu menderita kerugian, karena penghasilan penjualannya hanya menutup biaya variabel dan sebagian saja dari biaya tetap. Ini berarti bahwa bagian dari penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap tidak cukup untuk menutup biaya tetapnya. Penghasilan penjualan setelah dikurangi biaya variabel merupakan bagian dari penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap biasanya dinamakan “*contribution margin*”. Apabila contribution margin lebih besar dari biaya total, maka perusahaan mendapat keuntungan. Berhubung karena itu maka sangatlah penting bagi pimpinan suatu perusahaan untuk mengetahui pada volume kegiatan atau volume produksi penjualan berapa penghasilan penjualan dapat tepat menutup biaya totalnya untuk menghindarkan kerugian.

Volume penjualan dimana penghasilannya tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan ataupun menderita kerugian dinamakan “*break even point*”. Titik pulang pokok dianggap sebagai suatu

taksiran dasar, karena sebagaimana diterangkan bahwa klasifikasi dari biaya-biaya variabel tidak dapat dilakukan secara cermat, dengan demikian perhitungannya tidak memperhatikan kenyataan bahwa berkurang (turun) jika dibeli dalam kuantitas yang lebih besar serta harga jualnya mungkin akan berkurang (menurun) pada pesanan-pesanan yang akan besar. Akan tetapi walaupun ada kekurangan-kekurangannya, analisa titik pulang pokok melayani tujuan dari pemusatan perhatian dalam masalah biaya, volume penjualan dan laba serta memberikan dasar untuk menelaah macam-macam masalah manajemen.

Untuk lebih jelasnya akan dikemukakan beberapa pengertian titik pulang pokok, menurut Bambang Riyanto (1988:278) sebagai berikut : “Analisa break even adalah salah satu tehnik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan”.

Selanjutnya menurut Hansen dan Moven (2000:201), bahwa : Titik impas (break even point) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya yaitu titik dimana laba sama dengan nol.

Sejalan dengan pendapat tersebut, menurut Syarifuddin

Alwi (1994:265) bahwa : “Break Even Point, dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan dimana perusahaan didalam operasinya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita rugi”.

Terakhir yang dikemukakan oleh Munawir (1984:332) : “Break event sering disebut dengan impas atau pulang pokok adalah suatu keadaan perusahaan dimana jumlah total penghasilan besarnya sama dengan jumlah total biaya”.

Berdasarkan dari beberapa pengertian yang dikemukakan, maka dapatlah dikatakan bahwa analisis titik pulang pokok adalah suatu pendekatan terhadap laba yang didasarkan atas hubungan yang tepat antara biaya dan pendapatan. Jadi analisis ini merupakan suatu analisis untuk menentukan titik ini dimana hasil penjualan sama dengan jumlah biaya, dengan kata lain laba sama dengan nol.

Bila perusahaan tidak ingin mengalami kerugian, maka jumlah penjualan terus dapat menutupi semua biaya-biaya yang telah dikeluarkan, baik perusahaan secara langsung sesuai dengan perubahan volume kegiatan perusahaan maupun biaya-biaya yang sifatnya tetap. Dalam hal ini, analisis titik pulang pokok tidak hanya bertujuan untuk mengetahui keadaan titik pulang pokok saja,

tetapi juga digunakan sebagai alat perencanaan yang akan memberikan gambaran pada manajemen untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapa yang harus dipertahankan untuk memperoleh laba tertentu sesuai dengan yang diinginkan perusahaan, artinya: selain analisis titik pulang pokok memberi arti yang besar bagi pimpinan perusahaan dalam menetapkan kebijaksanaan juga merupakan saran yang baik dalam menentukan susunan biaya produksi dan penjualan untuk mencapai jumlah laba yang diinginkan.

Jadi untuk menghitung titik pulang pokok, terlebih dahulu biaya-biaya diklasifikasikan kedalam biaya variabel dan biaya tetap, jumlah masing biaya serta harga jual perunit produksi. Untuk membuat analisis titik pulang pokok beberapa asumsi-asumsi yang dikemukakan oleh beberapa ahli diantaranya:

Bambang Riyanto (1988:279) mengatakan analisa break even, dengan menggunakan asumsi sebagai berikut:

- a. Biaya di dalam perusahaan dapat dibagi dalam golongan biaya tetap.
- b. Besarnya biaya variabel secara totalitas berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi penjualan. Ini berarti bahwa biaya

variabel perunitnya adalah tetap sama.

- c. Besarnya biaya tetap secara totalitas tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi/penjualan. Ini berarti bahwa biaya tetap perunitnya berubah-ubah karena adanya perubahan volume kegiatan.
- d. Harga jual perunit tidak berubah selama periode yang dianalisa
- e. Perusahaan hanya memproduksi satu macam produk. Apabila diproduksi lebih dari satu macam produk, pertimbangan penghasilan penjualan antara masing-masing produk atau "sales mix"nya adalah tetap konstan.

Menurut Syarifuddin Alwi (1994:266) bahwa analisis Break Event, dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan antara lain mengenai:

- a. Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
- c. Seberapa jauhkah, berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
- d. Untuk mengetahui efek perubahan harga jual, biaya volume penjualan terhadap

keuntungan yang akan diperoleh.

Untuk memecahkan masalah pokok perusahaan dan sekaligus membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan didepan, maka penulis menggunakan metode analisis break event point yang dikemukakan Johar Arifin (2004: 134) sebagai berikut:

METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Unit analisis penelitian ini difokuskan pada analisis penjualan yang harus dicapai oleh UD. Aqila Water sehingga perusahaan mampu memperoleh laba usaha, dimana untuk melakukan analisis digunakan analisis hubungan antara volume penjualan, biaya tetap, dan biaya variabel yang dianalisis dengan menggunakan analisis break even point. Waktu penelitian selama dua bulan yaitu pada bulan Januari dan Februari tahun 2020.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan membuktikan hipotesis yang diajukan, meliputi : data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*).
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*).

3. Alat Analisis

1. Analisis Break Even Point dalam Unit

$$BEP_{Unit} = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Sales price/unit} - \text{Variabel Cost/unit}}$$

2. Analisis Break Even Point dalam Rupiah

$$BEP_{(\text{Satuan Mata Uang})} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel per satuan}}{\text{Harga jual per satuan}}}$$

HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Umum UD. Aqila Water di Bedungun

Kabupaten Berau merupakan daerah yang sedang berkembang di Kalimantan Timur. Sebagai daerah yang sedang mengalami perkembangan tentu memberikan banyak peluang munculnya berbagai jenis usaha. Salah satu usaha yang memanfaatkan peluang yaitu UD. Aqila Water.

Kegiatan perusahaan meliputi produksi Air Minum

yang kemudian dijual kepada para konsumen atau langganan. Selain itu dalam kegiatan penjualannya UD. Aqila Water juga melalui kerjasama dengan toko-toko pengecer yang ada di Tanjung Redeb Kabupaten Berau. UD. Aqila Water beralamat di Jalan Gatot Subroto Sei Bedungun Kecamatan Tanjung Redeb dimiliki dan dikelola oleh Nofrizonzen. Pada mulanya UD. Aqila Water ini merupakan perusahaan yang kecil dengan modal terbatas karena berasal dari dana pinjaman dari Bank. Perusahaan ini dinyatakan resmi berdiri tepatnya pada tanggal 3 Desember 2012.

Namun demikian izin usaha baru diperoleh dari Dinas Kesehatan pada tahun 2013 dengan nomor Izin Usaha : 440/270/p2p/V/2013. Mengingat banyaknya usaha yang sejenis dan semakin murahnya alat untuk memproduksi air minum siap minum sehingga menyebabkan banyaknya pilihan konsumen untuk mengkonsumsi produk air minum UD. Aqila Water perlu melakukan analisis laba dan penjualan usahanya.

2. Analisis Perencanaan Laba

Langkah-langkah analisis dalam penentuan laba penjualan produk Air Minum pada UD. Aqila

Water di Bedungun secara urut adalah sebagai berikut :

1. Penentuan Break Even Point Unit UD. Aqila Water

Karena produk yang dijual terdiri dari satu jenis produk, maka dapat digunakan analisis break point dalam unit yaitu dengan menggunakan rumus:

$$BEP_{Unit} = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Sales price/unit} - \text{Variabel Cost/unit}}$$

Dimana :

$$\begin{aligned} \text{Fixed Cost} &= \text{Rp.49.610.000,-} \\ \text{Variabel Cost/Unit} &= \text{Rp. 1.950,-} \\ \text{Sales Price} &= \text{Rp. 8.000,-} \end{aligned}$$

Sehingga :

$$BEP_{Unit} = \frac{49.610.000}{8.000 - 1.950}$$

$$BEP \text{ unit} = \frac{49.610.000}{6.050}$$

$$BEP \text{ Unit} = 8.200 \text{ galon}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka agar tidak mengalami kerugian maka UD. Aqila Water harus menjual sebanyak 8.200 galon per tahun.

2. Analisis Break Even Point dalam Rupiah

$$BEP_{(\text{Satuan Mata Uang})} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \text{Biaya Variabel per satuan}}$$

Harga jual per satuan

$$BEP_{\text{(Satuan Mata Uang)}} = \frac{49.610.000}{1 - \frac{1.950}{8.000}}$$

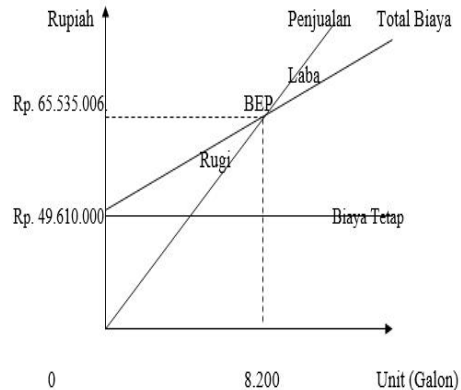
$$BEP_{\text{(Satuan Mata Uang)}} = \frac{49.610.000}{1 - 0,243}$$

$$BEP_{\text{(Satuan Mata Uang)}} = \frac{49.610.000}{0,757}$$

$BEP_{\text{(Satuan Mata Uang)}} = \text{Rp. } 65.535.006,-$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka agar UD. Aqila Water memperoleh laba maka harus memperoleh hasil penjualan diatas Rp. 65.535.006,-. Selanjutnya apabila dibuatkan grafik maka gambar Break Event Point UD. Aqila Water , yaitu :

Gambar 1. Break Even Point UD. Aqila Water



Dari hasil perhitungan diketahui bahwa tingkat break even point UD. Aqila Water di Tanjung Redeb adalah sebesar Rp. 65.535.006,-. Angka ini menunjukkan tingkat penjualan minimum yang harus dicapai oleh Depot ini agar tidak menderita rugi tetapi juga tidak mendapatkan laba. Dengan kata lain pada tingkat penjualan tersebut rugi laba perusahaan adalah sama dengan nol.

Oleh karena itu maka untuk memperoleh laba sebaiknya penjualan diatas nilai Rp. 65.535.006,-. Kemudian jika dihitung dengan menggunakan unit galon maka penjualan break event point pada UD. Aqila Water yaitu sebanyak 8.200 galon per tahun.

Selanjutnya agar pencapaian penjualan dapat menutupi break event point dan memperoleh laba maka UD. Aqila Water dapat menggunakan berbagai metode

untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Salah satu cara yaitu dengan menarik mereka melalui kupon pembelian, dimana apabila pelanggan telah membeli misalnya lima galon maka mereka akan memperoleh satu galon gratis. Kebijakan ini tentunya harus didukung oleh perhitungan biaya produksi yang tepat agar tidak memberikan efek kerugian bagi UD. Aqila Water .

Metode yang lain yaitu dengan memberikan layanan pemesanan via telepon, sehingga pelanggan tinggal menelpon ketika memerlukan air minum.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari analisis data hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

- a. Break even point UD. Aqila Water di Bedungun adalah sebesar Rp. 65.535.006,-. Artinya tingkat penjualan minimal yang harus dicapai oleh depot ini agar perusahaan memperoleh laba adalah diatas sebesar Rp. 65.535.006,-.
- b. Break event dalam unit untuk mencapai penjualan yang mampu memberikan laba maka UD. Aqila Water harus menjual minimal sebanyak 8.200 galon, karena jika penjualan tersebut tidak dicapai maka UD. Aqila Water akan

menderita kerugian. Sehingga laba dapat diperoleh apabila penjualannya melebihi 8.200 galon.

2. Saran-saran

Saran yang dapat penulis kemukakan untuk UD. Aqila Water di Bedungun adalah sebagai berikut:

- a. Tingkat realisasi penjualan UD. Aqila Water di Bedungun tidak boleh dibawah angka Rp. 65.535.006,-. karena jika dibawah angka tersebut maka perusahaan akan menderita rugi. Untuk itu tingkat realisasi penjualan perusahaan yang sudah tercapai harus dipertahan dan terus ditingkatkan dengan pengelolaan yang lebih baik lagi dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, sehingga perusahaan dapat berkembang lebih maju lagi.
- b. Agar target penjualan sebesar 65.535.006,-. dapat dicapai dapat diperoleh maka kegiatan dibidang penjualan harus lebih dipacu lagi dengan penyusunan rencana dan pembuatan strategi marketing yang tepat. Selanjutnya peningkatan penjualan harus diiringi dengan peningkatan kualitas produk agar pelanggan merasa puas sehingga mereka mau melakukan pembelian kembali. Salah satu cara untuk menarik pelanggan yaitu melalui pemberian kupon.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Kartadinata**, 1990, *Pembelajaan: Pengantar Manajemen Keuangan*, Cetakan ketiga, Edisi yang diperbaharui, Penerbit: Rineka Citra, Jakarta.
- Alwi, Syarifuddin**, 1994, *Alat-alat Analisa Dalam Pembelajaan*, Edisi revisi, Cetakan kedua, Badan penerbit: Andi Offset Yogyakarta
- Charles T. Horngren**, 1991, *Pengantar Akuntansi Manajemen*, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Hansen, Don R dan Maryane M. Moven**, 2000, *Akuntansi Manajemen*, Jilid 2, diterjemahkan oleh: Ancella Hermawan, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Johar Arifin**, 2004, *Analisis Laporan Keuangan*, Elex Media Computindo, Jakarta
- Mulyadi**, 1981, *Akuntansi Biaya, Peranan Biaya Dalam Pengambilan Keputusan*, Edisi Ketiga, Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada
- Munawir S**, 1984, *Analisa Laporan Keuangan*, Cetakan kedua, Edisi kedua, Badan penerbit: Liberty, Yogyakarta
- Riyanto Bambang**, 1988, *Dasar-dasar Pembelajaan Perusahaan*, Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta.
- Swastha Basu**, 1984, *Azas-Azas Marketing*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Pappas James dan Mark Hirschey**, 1995, *Ekonomi Manajerial*, Diterjemahkan: Daniel Wirajaya, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta
- Van Horn, C. James dan Jhon M. Marchowicz, Jr.** 1997, *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*, Edisi Indonesia, Alih Bahasa: Heru Sutoyo, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Weston J. Fred dan Thomas E. Copeland**, 1995, *Manajemen Keuangan*, Jilid 1, Diterjemahkan oleh Jaka Wasana, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta,