

ANALISIS BREAK EVEN POINT(BEP) PENENTUAN PERENCANAAN LABA PADA PT FAJAR TAURUS, DI JAKARTA

Wan Alia, Lina Kusrina, SE., MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2006

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci :

Abstraksi :

Susu (milk) adalah bentuk cair yang terbuat dari tumbuh-tumbuhan yaitu susu kacang disebut susu nabati dan ada yang dihasilkan dari hewan disebut susu hewani. Susu (milk) merupakan salah satu pangan hewani yang dikenal luas di masyarakat. Di P.T Fajar Taurus yang diolah susu yang dihasilkan dari hewan yaitu dari sapi sebagai bahan produksi. Dijual langsung sebagai susu segar, dan juga bentuk olahan bermacam-macam seperti mentega (butter), keju(cheese), yogurt, kevir, dan produk turunannya seperti dodol susu, kembang gula, tahu susu, tahu keju dan kerupuksusu. Susu yang dikonsumsi pada umumnya adalah susu olahan hasil pengolahan dari industri pengolahan susu yang harganya relatif mahal, yaitu berkisar sebesar antara 43% - 49% (belum biaya promosi, bunga dan pemasaran) dari besar keseluruhan biaya produksi. Penelitian bertujuan untuk : (1) Untuk mengetahui suatu keadaan dimana perusahaan memperoleh volume penjualan dan jumlah bebannya sama, yaitu tidak terdapat laba maupun rugi bersih (keadaan impas) pada produk susu pasteurisasi selama 1 tahun periode (bulan Januari Desember tahun 2005), (2) Untuk mengetahui Volume penjualan yang harus ditentukan dalam memperoleh laba yang diinginkan pada produk susu pasteurisasi selama satu tahun periode 2006. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan bahasan mengenai biaya produksi seperti biaya tetap dan biaya variabel, besarnya titik impas secara matematis dan grafik, penentuan laba yang diinginkan oleh P.T Fajar Taurus. Penentuan laba sasaran oleh P.T Fajar Taurus dengan tingkat biaya yang efisiensi perlu dilakukan perluasan pemasaran produknya kepada konsumen dengan menciptakan produk susu pasterisasi yang tahan lebih lama yang dapat bersaing dengan produk sejenis, serta memperkenalkan produknya ke masyarakat dengan menggunakan media iklan televisi, radio, dan surat kabar. Dengan demikian keuntungan yang diperoleh akan lebih besar, dan perusahaan akan semakin efisien dalam menjalankan kegiatan produksinya.