BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

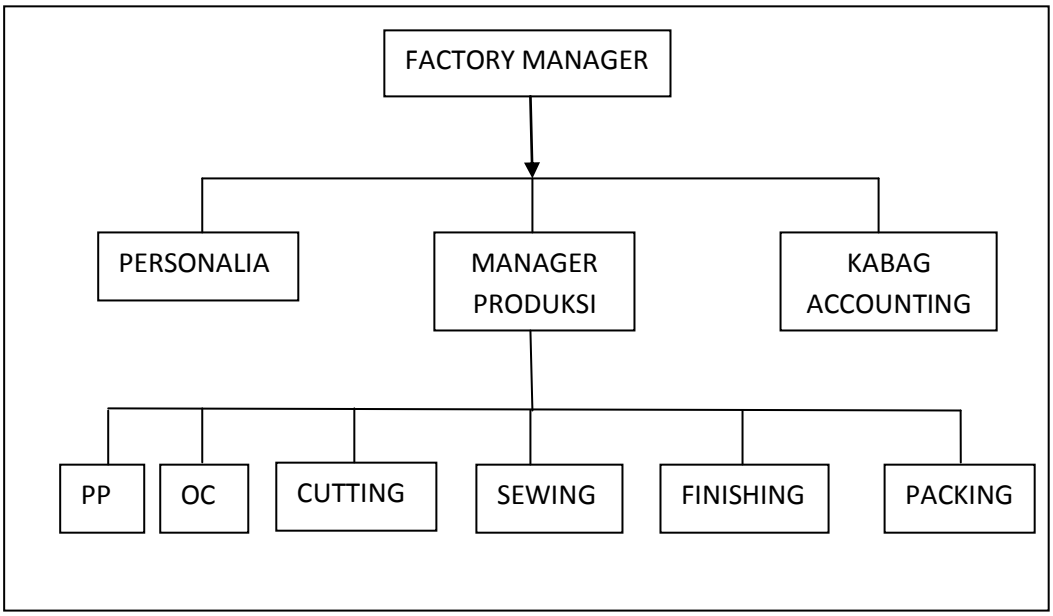
4.1.1 Sejarah Perusahaan

PT.Bina Citra Kharisma Lestari 2 merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang garmen. PT.Bina Citra Kharisma Lestari 2 merupakan perusahan yang berkembang, terbukti dengan adanya kenaikan volume penjualan perusahaan.

PT.Bina Citra Kharisma Lestari 2 berdiri sejak tahun 1998. Awalnya PT.Bina Citra Kharisma Lestari 2 merupakan perusahan garmen yang tidak terlalu besar dikarenakan oleh keterbatasan modal yang dimiliki oleh perusahaan dan managerial perusahaan kurang baik yang menyebabkan perusahaan belum berkembang. Sejak awal tahun 2000 PT.Bina Citra Kharisma Lestari 2 mulai berkembang dan menambah modal serta kegiatan perusahaan sudah terorganisir dengan baik. Managemen yang baik pula membuat PT.Bina Citra Kharisma Lestari 2 berkembang sedikit demi sedikit.

PT.Bina Citra Kharisma Lestari beralamatkan di jalan cisirung No.175. Dimana daerah tersebut merupakan kawasan industri manufaktur, yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi yang siap pakai.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Perusahaan

4.1.3 Job Description dan Kegiatan Perusahaan PT.BCKL 2

4.1.3.1. Job Description

1. **FACTORY MANAGER**

   Bagian yang mengepalai factory, semua bagian akan melaporkan semua masalah yang terjadi di pabrik.

2. **PERSONALIA**

   Bagian yang mengatu ketenagakerjaan dan SDM (sumber daya manusia) pabrik.

3. ACCOUNTING

Bagian yang mengatur keuangan pabrik.

4. MANAGER PRODUKSI

Bagian yang bertanggung jawab atas semua kegiatan bagian produksi.

5. PPC

- Membuat rncana produksi.
- Menghitung time study.
- Menyediakan semua kesiapan produksi mulai dari bahan baku, sampai dngan accesories.
- Mengontrol realisasi dari rencana produksi.

6. OC

Bertanggung jawab atas quality mulai dari kain, hasil bagian cutting, hasil sewing sampai dengan packing.

7. CUTING

Memotong kain sesuai dengan model atau pola.

8. SEWING

Membuat baju sesuai dengan hasil cutting dan model yang telah dibuat.

9. FINISHING

Proses pemasangan kancing dan proses setrika baju.

10. PACKING

Proses melipat baju dan proses pengepakan.

4.3.2. Kegiatan Perusahaan

Pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 kegiatan yang dilakukan adalah membuat pakaian mulai dari bahan dasar berbentuk kain hingga berbentuk pakaian. Kegiatan tersebut mulai dari memotong bahan sesuai pola yang ditentukan, menjahit pakaian, dan mengepak pakaian yang sudah jadi dan siap untuk di jual kekonsumen di pasaran.

Adapun manager yang mengontrol kegiatan perusahaan agar kegiatan perusahaan berjalan dengan lancar, sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Mulai membuat anggaran untuk masa depan dan melihat realisasinya. Apakah sesuai dengan yang dianggarkan perusahaan atau tidak. Adapun yang dapat dilakukan manager yaitu menghitung BEP (titik impas) untuk mengetahui bahwa pada penjualan berapa perusahaan tidak mengalami untung ataupun tidak mengalami rugi.

Kegiatan yang dilakukan di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 sudah sesuai dengan tugas masing-masing. Terorganisir dengan baik merupakan salah satu cara agar kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang direncanakan.

4.2 Pembahasan Penelitian

Sesuai judul dikemukakan variabel anggaran yang dimaksud dengan anggaran disini, terdiri anggaran penjualan dan anggaran biaya yang dibedakan dengan biaya tetap dan biaya variabel.

4.2.1 Perkembangan Anggaran penjualan, Anggaran biaya, *Break even point* dan Perencanaan laba pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

Penelitian ini dilakukan selama periode tahun 2002-2010 menggunakan data tahunan. Sebelum membahas pengaruh Anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba, terlebih dahulu akan dibahas perkembangan Anggaran penjualan, anggaran biaya, *break even point*, dan perencanaan laba selama periode tahun 2002-2010. Data yang digunakan dan dianalisis dalam penelitian ini berupa data sekunder, karena telah mengalami pengolahan dalam bentuk laporan keuangan.

4.2.1.1 Perkembangan Anggaran Penjualan PT.Bina Citra Karisma Lestari

Dari hasil penelitian diperoleh gambaran anggaran penjualan pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 sebagai berikut.

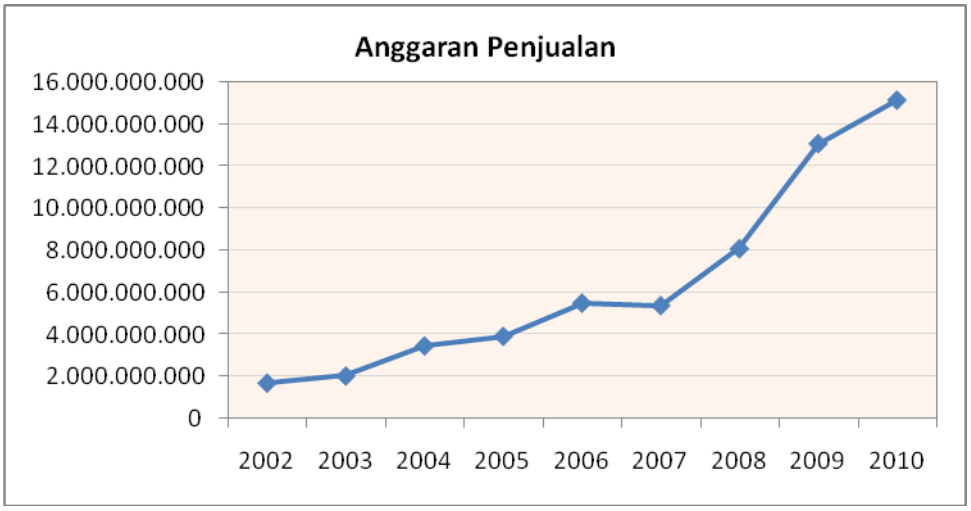
Tabel 4.1

Perkembangan Anggaran penjualan PT.Bina Citra Karisma Lestari 2

Tahun	Anggaran Penjualan	Perkembangan	Pertumbuhan
2002	1,674,000,000	-	-
2003	2,013,648,000	339,648,000	20.29%
2004	3,448,680,000	1,435,032,000	71.27%
2005	3,903,900,000	455,220,000	13.20%
2006	5,490,450,000	1,586,550,000	40.64%

Tahun	Anggaran Penjualan	Perkembangan	Pertumbuhan
2007	5,373,021,600	-117,428,400	-2.14%
2008	8,082,672,780	2,709,651,180	50.43%
2009	13,088,250,000	5,005,577,220	61.93%
2010	15,162,408,000	2,074,158,000	15.85%
Rata-Rata		1,686,051,000	33.93%

Pada tabel 4.1 dapat dilihat Anggaran penjualan pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 rata-rata mengalami peningkatan sebesar Rp 1.686.051.000 setiap tahunnya dengan pertumbuhan sekitar 33,93% setiap tahunnya. Secara visual perkembangan anggaran penjualan pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 4.2

Perkembangan Anggaran penjualan PT.Bina Citra Karisma Lestari 2

Pada grafik terlihat jelas bahwa anggaran penjualan di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan anggaran penjualan pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 paling

tinggi terjadi dari tahun 2008 ke tahun 2009, yaitu mengalami pertumbuhan sekitar 61,93%.

4.2.1.2 Perkembangan Anggaran Biaya pada PT.Bina Citra Karisma Lestari

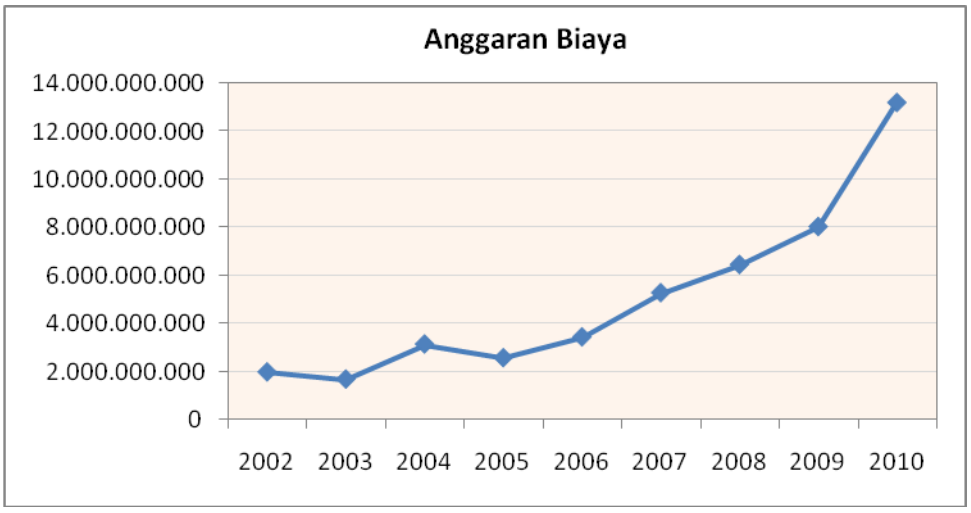
Dari data yang terkumpul diperoleh gambaran anggaran biaya pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 sebagai berikut:

Tabel 4.2

Perkembangan Anggaran Biaya pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2

Tahun	Anggaran Biaya	Perkembangan	Pertumbuhan
2002	1,966,136,000	-	-
2003	1,669,920,000	-296,216,000	-15.07%
2004	3,134,040,000	1,464,120,000	87.68%
2005	2,559,862,500	-574,177,500	-18.32%
2006	3,429,650,000	869,787,500	33.98%
2007	5,273,010,750	1,843,360,750	53.75%
2008	6,445,661,250	1,172,650,500	22.24%
2009	8,028,180,200	1,582,518,950	24.55%
2010	13,201,161,600	5,172,981,400	64.44%
Rata-Rata		1,404,378,200	31.66%

Pada tabel 4.2 dapat dilihat anggaran biaya pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 terus mengalami peningkatan dari tahun 2002 hingga tahun 2010. Bila dilihat dari perkembangannya, anggaran biaya pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 rata-rata mengalami peningkatan sebesar Rp.1.404.378.200,00 setiap tahunnya dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 31,66% setiap tahunnya. Secara visual perkembangan anggaran biaya di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 4.3

Perkembangan Anggaran biaya di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2

Pada grafik terlihat dengan jelas pada tahun 2010 anggaran biaya di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 mengalami peningkatan yang cukup besar. Pada tahun 2010 anggaran biaya pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 mengalami kenaikan sebesar Rp.5.172.981.400,00 dengan pertumbuhan sebesar 64,44%.

4.2.1.2 Perkembangan *Break Even Point* pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

Dari hasil perhitungan diperoleh gambaran *break even point* pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 sebagai berikut:

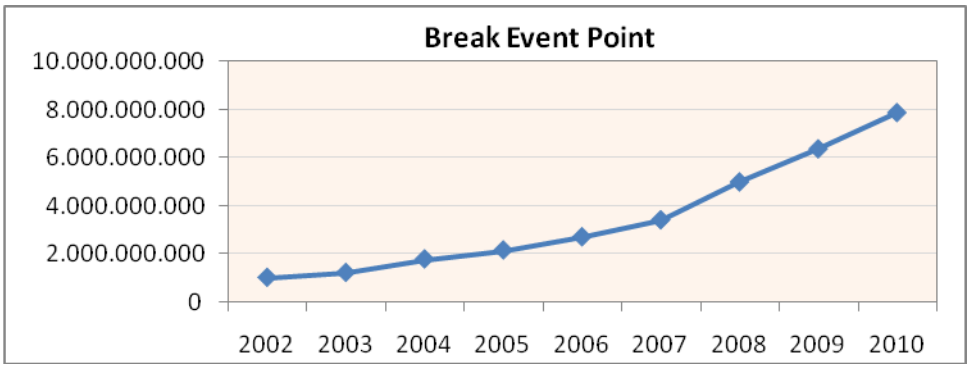
Tabel 4.3

Perkembangan *Break even point* pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2

Tahun	Break *Event Point*	Perkembangan	Pertumbuhan
2002	1,000,000,000	-	-
2003	1,205,400,000	205,400,000	20.54%
2004	1,770,000,000	564,600,000	46.84%

Tahun	Break *Event Point*	Perkembangan	Pertumbuhan
2005	2,145,000,000	375,000,000	21.19%
2006	2,695,000,000	550,000,000	25.64%
2007	3,403,000,000	708,000,000	26.27%
2008	4,986,240,000	1,583,240,000	46.52%
2009	6,371,000,000	1,384,760,000	27.77%
2010	7,886,600,000	1,515,600,000	23.79%
Rata-Rata		860,825,000	29.82%

Pada tabel 4.3 dapat dilihat *break even point* pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 terus mengalami peningkatan dari tahun 2002 hingga tahun 2010. Bila dilihat dari perkembangannya, *break even point* pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 rata-rata mengalami peningkatan sebesar Rp.860.825.000,00 setiap tahunnya dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 29,82% setiap tahunnya. Secara visual perkembangan *break even point* di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 4.4

Perkembangan *Break even point* di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2

Pada grafik terlihat dengan jelas pada tahun 2008 *break even point* pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 mengalami peningkatan yang cukup besar. Pada

tahun 2008 *break even point* pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 mengalami kenaikan sebesar Rp.1.583.240.000.00 dengan pertumbuhan sebesar 46,52%.

4.2.1.4 Perkembangan Perencanaan Laba pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

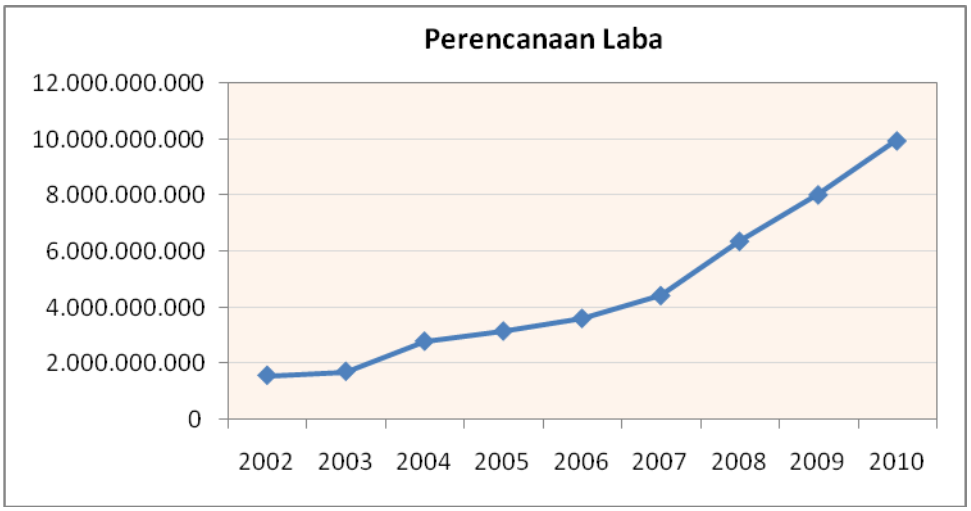
Dari hasil perhitungan, diperoleh gambaran perencanaan laba di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 selama periode tahun 2002-2010 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Perkembangan Perencanaan laba pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2

Tahun	Perencanaan Laba	Perkembangan	Pertumbuhan
2002	1,568,000,000	-	-
2003	1,709,400,000	141,400,000	9.02%
2004	2,790,000,000	1,080,600,000	63.22%
2005	3,152,500,000	362,500,000	12.99%
2006	3,605,000,000	452,500,000	14.35%
2007	4,423,900,000	818,900,000	22.72%
2008	6,366,360,000	1,942,460,000	43.91%
2009	8,033,000,000	1,666,640,000	26.18%
2010	9,967,320,000	1,934,320,000	24.08%
Rata-Rata		1,049,915,000	27.06%

Pada tabel 4.4 dapat dilihat perencanaan laba di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 terus mengalami peningkatan dari tahun 2002 hingga tahun 2010. Bila dilihat dari perkembangannya, perencanaan laba pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 secara rata-rata mengalami peningkatan sebesar Rp.1.049.915.000,00 setiap tahunnya dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 27,06% setiap tahun. Secara visual perkembangan perencanaan laba pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 dapat dilihat pada grafik berikut.



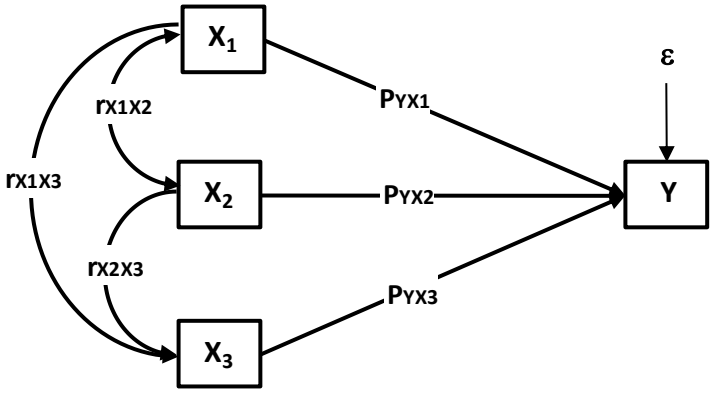
Gambar 4.5

Perkembangan Perencanaan laba PT.Bina Citra Karisma Lestari 2

Pada grafik terlihat perencanaan laba di PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan perencanaan laba paling tinggi terjadi pada tahun 2008, yaitu mengalami peningkatan sebesar 43,91% dengan nominal sebesar Rp.1.942.460.000,00.

4.2.2 Pengaruh Anggaran Penjualan, Anggaran Biaya dan *Break Even Point* Terhadap Perencanaan laba.

Setelah diuraikan gambaran data variabel penelitian, selanjutnya untuk menguji pengaruh anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break event point* terhadap perencanaan laba, baik secara simultan maupun parsial, digunakan analisis jalur. Secara diagram bentuk hubungan antara keempat variabel yang sedang diteliti tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.6 Diagram Jalur Paradigma Penelitian

Gambar diagram jalur seperti terlihat diatas dapat diformulasikan kedalam bentuk persamaan struktural sebagai berikut.

$$\mathbf{Y = P_{YX1}X_1 + P_{YX2}X_2 + P_{YX3}X_3 + \varepsilon}$$

Keterangan:
Y = Perencanaan laba jangka pendek
X_3 = *Break even point*
X_2 = Anggaran biaya
X_1 = Anggaran penjualan
$\mathbf{P_{YX1}}$ = Koefisien jalur anggaran penjualan terhadap perencanaan laba jangka pendek
$\mathbf{P_{YX2}}$ = Koefisien jalur anggaran biaya terhadap perencanaan laba jangka pendek
$\mathbf{P_{YX3}}$ = Koefisien jalur *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek
$\mathbf{r_{X1X2}}$ = Koefisien jalur anggaran penjualan dengan anggaran biaya
$\mathbf{r_{X1X3}}$ = Koefisien jalur anggaran penjualan dengan *break even point*
$\mathbf{r_{X2X3}}$ = Koefisien jalur anggaran biaya dengan *break even point*
ε = Pengaruh faktor lain

4.2.2.1 Analisis Korelasi

Korelasi antar variabel merupakan dasar perhitungan dalam analisis jalur, dimana sebelum melangkah ke analisis jalur terlebih dahulu dihitung koefisien korelasi antar variabel untuk mengetahui keeratan hubungan antar variabel yang

sedang diteliti. Dari data masing-masing variabel yang terkumupul, dibuat rekap data untuk perhitungan koefisien korelasi sebagai berikut.

$\sum X_1 = 58237030380 \quad \sum X_1^2 = 559535789226388000000$

$\sum X_2 = 45707622300 \quad \sum X_2^2 = 342865461672256000000$

$\sum X_3 = 31462240000 \quad \sum X_3^2 = 156681038057600000000$

$\sum Y = 41615480000 \quad \sum Y^2 = 260077041452000000000$

$\sum X_1 X_2 = 431952412002651000000$

$\sum X_1 X_3 = 294927669659347000000$

$\sum X_1 Y = 379282295783681000000$

$\sum X_2 X_3 = 229603606842710000000$

$\sum X_2 Y = 295548534675237000000$

$\sum X_3 Y = 201629637758400000000$

Analisis jalur mengkaji hubungan sebab akibat yang bersifat struktural dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan mempertimbangkan keterkaitan antar variabel independen. Hasil komputasi analisis jalur menggunakan bantuan software SPSS 18.0 dapat dilihat pada lampiran. Untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antar sesama variabel independen, maka nilai koefisien korelasi yang diperoleh dikonsultasikan ke tabel interpretasi koefisien korelasi berikut.

Tabel 4.5

Pedoman Pengklasifikasian Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,000 – 0,199	Sangat rendah
2	0,200 – 0,399	Rendah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2009; 250

Selanjutnya koefisien korelasi antar variabel dihitung, koefisien korelasi antara anggaran penjualan (X_1) dengan anggaran biaya (X_2) dihitung menggunakan rumus berikut.

$$r_{X_1X_2} = \frac{n\sum X_1X_2 - \sum X_1 \sum X_2}{\sqrt{\left[\left(n\sum X_1^2 - \left(\sum X_1\right)^2\right) \times \left(n\sum X_2^2 - \left(\sum X_2\right)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_1X_2} = \frac{9 \times 431952412002651000000 - (58237030380 \times 45707622300)}{\sqrt{\left[\left(9 \times 559535789226388000000 - (58237030380)^2\right) \times \left(9 \times 342865461672256000000 - (45707622300)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_1X_2} = \frac{3887571708023860000000 - 266187618848267000000}{\sqrt{\left[(503582210303749000000 - 339155170748104000000) \times (308578915550503000000 - 208918673631946000000)\right]}}$$

$$r_{X_1X_2} = \frac{1225695519541190000000}{\sqrt{16442703955556440000000 \times 996602418730846000000}}$$

$$r_{X_1X_2} = \frac{1225695519541190000000}{1280110875377240000000}$$

$$r_{X_1X_2} = 0,957$$

Jadi diperoleh koefisien korelasi antara anggaran penjualan (X_1) dengan anggaran biaya (X_2) sebesar 0,957. Selanjutnya dihitung koefisien korelasi antara anggaran penjualan (X_1) dengan *break even point* (X_2) dihitung menggunakan rumus berikut.

$$r_{X_1X_3} = \frac{n\sum X_1X_3 - \sum X_1 \sum X_3}{\sqrt{\left[\left(n\sum X_1^2 - \left(\sum X_1\right)^2\right) \times \left(n\sum X_3^2 - \left(\sum X_3\right)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_1X_3} = \frac{9 \times 294927669659347000000 - \left(58237030380 \times 31462240000\right)}{\sqrt{\left[\left(9 \times 5595357892263880000000 - \left(58237030380\right)^2\right) \times \left(9 \times 1566810380576000000000 - \left(31462240000\right)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_1X_3} = \frac{2654349026934120000000 - 183226742670285000000}{\sqrt{\left[\left(5035822103037490000000 - 3391551707481040000000\right) \times \left(1410129342518400000000 - 98987254581760000000\right)\right]}}$$

$$r_{X_1X_3} = \frac{822081600231273000000}{\sqrt{1644270395556440000000 \times 420256796700800000000}}$$

$$r_{X_1X_3} = \frac{822081600231273000000}{831273606790513000000}$$

$$r_{X_1X_3} = 0,989$$

Jadi diperoleh koefisien korelasi antara anggaran penjualan (X_1) dengan *break even point* (X_3) sebesar 0,989. Selanjutnya dihitung koefisien korelasi antara anggaran penjualan (X_1) dengan perencanaan laba jangka pendek (Y) menggunakan rumus sebagai berikut.

$$r_{X_1Y} = \frac{n\sum X_1Y - \sum X_1 \sum Y}{\sqrt{\left[\left(n\sum X_1^2 - \left(\sum X_1\right)^2\right) \times \left(n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{9 \times 379282295783681000000 - \left(58237030380 \times 41615480000\right)}{\sqrt{\left[\left(9 \times 5595357892263880000000 - \left(58237030380\right)^2\right) \times \left(9 \times 260077041452000000000 - \left(41615480000\right)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{3413540662053130000000 - 242356197303828000000}{\sqrt{\left[\left(5035822103037490000000 - 3391551707481040000000\right) \times \left(2340693373068000000000 - 173184817563040000000\right)\right]}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{989978689014845000000}{\sqrt{1644270395556440000000 \times 608845197437600000000}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{989978689014845000000}{1000552913954760000000}$$

$$r_{X_1Y} = 0,989$$

Jadi diperoleh koefisien korelasi antara anggaran penjualan (X_1) dengan perencanaan laba jangka pendek (Y) sebesar 0,989. Selanjutnya dihitung koefisien

korelasi antara anggaran biaya (X_2) dengan *break even point* (X_3) dihitung menggunakan rumus berikut.

$$r_{X_2X_3} = \frac{n\sum X_2X_3 - \sum X_2 \sum X_3}{\sqrt{\left[\left(n\sum X_2^2 - \left(\sum X_2\right)^2\right) \times \left(n\sum X_3^2 - \left(\sum X_3\right)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_2X_3} = \frac{9 \times 229603606842710000000 - (45707622300 \times 31462240000)}{\sqrt{\left[\left(9 \times 342865461672256000000 - (45707622300)^2\right) \times \left(9 \times 1566810380576000000000 - (31462240000)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_2X_3} = \frac{2066432461584390000000 - 1438064182631950000000}{\sqrt{\left[(3085789155050300000000 - 2089186736319460000000) \times (1410129342518400000000 - 989872545817600000000)\right]}}$$

$$r_{X_2X_3} = \frac{628368278952438000000}{\sqrt{996602418730846000000 \times 420256796700800000000}}$$

$$r_{X_2X_3} = \frac{628368278952438000000}{647169946830116000000}$$

$$r_{X_2X_3} = 0,971$$

Jadi diperoleh koefisien korelasi antara anggaran biaya (X_2) dengan *break even point* (X_3) sebesar 0,971. Selanjutnya dihitung koefisien korelasi antara anggaran biaya (X_2) dengan perencanaan laba jangka pendek (Y) menggunakan rumus sebagai berikut.

$$r_{X_2Y} = \frac{n\sum X_2Y - \sum X_2 \sum Y}{\sqrt{\left[\left(n\sum X_2^2 - \left(\sum X_2\right)^2\right) \times \left(n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_2Y} = \frac{9 \times 295548534675237000000 - (45707622300 \times 41615480000)}{\sqrt{\left[\left(9 \times 342865461672256000000 - (45707622300)^2\right) \times \left(9 \times 2600770414520000000000 - (41615480000)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_2Y} = \frac{2659936812077130000000 - 1902144641673200000000}{\sqrt{\left[(3085789155050300000000 - 2089186736319460000000) \times (2340693373068000000000 - 1731848175630400000000)\right]}}$$

$$r_{X_2Y} = \frac{757792170403929000000}{\sqrt{996602418730846000000 \times 608845197437600000000}}$$

$$r_{X_2Y} = \frac{757792170403929000000}{778958661546922000000}$$

$$r_{X_2Y} = 0,973$$

Jadi diperoleh koefisien korelasi antara anggaran biaya (X_2) dengan perencanaan laba jangka pendek (Y) sebesar 0,973. Selanjutnya dihitung koefisien korelasi antara *break even point* (X_3) dengan perencanaan laba jangka pendek (Y) menggunakan rumus sebagai berikut.

$$r_{X_3Y} = \frac{n\sum X_3Y - \sum X_3 \sum Y}{\sqrt{\left[\left(n\sum X_3^2 - \left(\sum X_3\right)^2\right) \times \left(n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_3Y} = \frac{9 \times 201629637758400000000 - (31462240000 \times 41615480000)}{\sqrt{\left[\left(9 \times 156681038057600000000 - (31462240000)^2\right) \times \left(9 \times 260077041452000000000 - (41615480000)^2\right)\right]}}$$

$$r_{X_3Y} = \frac{1814666739825600000000 - 130931621947520000000}{\sqrt{\left[(1410129342518400000000 - 989872545817600000000) \times (2340693373068000000000 - 1731848175630400000000)\right]}}$$

$$r_{X_3Y} = \frac{505350520350400000000}{\sqrt{420256796700800000000 \times 608845197437600000000}}$$

$$r_{X_3Y} = \frac{505350520350400000000}{505837258771823000000}$$

$$r_{X_3Y} = 0,999$$

Jadi diperoleh koefisien korelasi antara *break even point* (X_3) dengan perencanaan laba jangka pendek (Y) sebesar 0,999. Kemudian berdasarkan hasil pengolahan menggunakan software SPSS.18 diperoleh koefisien korelsi antara keempat variabel tersebut sebagai berikut.

Tabel 4.6

Korelasi Antar Variabel Penelitian

Correlations

		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1.000	.989	.973	.999
	X1	.989	1.000	.957	.989
	X2	.973	.957	1.000	.971
	X3	.999	.989	.971	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000	.000
	X1	.000	.	.000	.000
	X2	.000	.000	.	.000
	X3	.000	.000	.000	.
N	Y	9	9	9	9
	X1	9	9	9	9
	X2	9	9	9	9
	X3	9	9	9	9

Berdasarkan nilai koefisien korelasi diatas dapat dilihat bahwa hubungan antara anggaran penjualan (X_1) dengan anggaran biaya (X_2) sebesar 0,957 dan termasuk dalam kategori sangat kuat. Arah hubungan positif antara hubungan antara anggaran penjualan dengan anggaran biaya menunjukkan bahwa peningkatan angaran biaya diikuti dengan peningkatan anggaran biaya penjualan. Kemudian koefisien korelasi antara anggaran penjualan (X_1) dangan *break even point* (X_3) sebesar 0,989 dan masuk dalam kategori sangat kuat atau sangat erat. Arah hubungan positif antara anggaran penjualan dengan *break even point* menujukkan bahwa anggaran penjualan yang makin besar diikuti dengan peningkatan *break even point*. Kemudian hubungan antara anggaran biaya (X_2) dengan *break even point* (X_3) sebesar 0,971 termasuk dalam kategori sangat kuat dan juga dengan arah positif. Kemudian hubungan antara anggaran penjualan (X_1), anggaran biaya (X_2) dan *break even point* (X_2) dengan perencanaan laba

jangka pendek (Y) semuanya termasuk dalam kategori sangat kuat dengan arah positif.

4.2.2.2 Perhitungan Koefisien Jalur

Pada diagram jalur dapat dilihat variabel anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* berperan sebagai variabel independen (eksogenus variabel) dan perencanaan laba jangka pendek sebagai variabel dependen (endogenus variabel). Selanjutnya untuk menguji pengaruh anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menyusun matriks korelasi antar variabel independen, dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah anggaran penjualan (X_1), anggaran biaya (X_2) dan *break even point* (X_3).

$$R = \begin{array}{c} \\ X_1 \\ X_2 \\ X_3 \end{array} \begin{array}{c} \begin{array}{ccc} X_1 & X_2 & X_3 \end{array} \\ \begin{bmatrix} 1{,}000 & 0{,}957 & 0{,}989 \\ 0{,}957 & 1{,}000 & 0{,}971 \\ 0{,}989 & 0{,}971 & 1{,}000 \end{bmatrix} \end{array}$$

2) Menghitung invers dari matriks korelasi antara variabel independen, anggaran penjualan (X_1), anggaran biaya (X_2) dan *break even point* (X_3).

$$R^{-1} = \begin{array}{c} \\ X_1 \\ X_2 \\ X_3 \end{array} \begin{array}{c} \begin{array}{ccc} X_1 & X_2 & X_3 \end{array} \\ \begin{bmatrix} 45{,}737 & 2{,}172 & -47{,}341 \\ 2{,}172 & 17{,}567 & -19{,}205 \\ -47{,}341 & -19{,}205 & 66{,}465 \end{bmatrix} \end{array}$$

3) Menyusun matrik korelasi antara variabel independen (anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point*) dengan perencanaan laba jangka pendek.

$$R_{XiY} = \begin{array}{c} \\ X_1 \\ X_2 \\ X_3 \end{array} \begin{array}{c} Y \\ \left[\begin{array}{c} 0{,}989 \\ 0{,}973 \\ 0{,}999 \end{array}\right. \end{array}$$

4) Selanjutnya untuk memperoleh koefisien jalur, kalikan invers dari matriks korelasi antara variabel independen terhadap matriks korelasi variabel independen dengan variabel dependen.

$$\begin{bmatrix} P_{X1Y} \\ P_{X2Y} \\ P_{X3Y} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 45{,}737 & 2{,}172 & -47{,}341 \\ 2{,}172 & 17{,}567 & -19{,}205 \\ -47{,}341 & -19{,}205 & 66{,}465 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 0{,}989 \\ 0{,}973 \\ 0{,}999 \end{bmatrix}$$

$$\begin{bmatrix} P_{X1Y} \\ P_{X2Y} \\ P_{X3Y} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0{,}072 \\ 0{,}053 \\ 0{,}877 \end{bmatrix}$$

Jadi diperoleh koefisien jalur untuk variabel anggaran penjualan sebesar 0,072, koefisien jalur anggaran biaya sebesar 0,053 dan koefisien jalur *break even point* sebesar 0,877. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan software SPSS.18 diperoleh koefisien jalur anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek sebagai berikut.

Tabel 4.7

Koefisien jalur anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	442503972	1E+008		4.585	.006
	X1	.044	.075	.072	.582	.586
	X2	.041	.060	.053	.686	.523
	X3	1.055	.179	.877	5.881	.002

a. Dependent Variable: Y

Nilai *standardized coefficients* sebesar 0,072, 0,053 dan 0,877 pada tabel 4.7 merupakan nilai koefisien jalur anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek.

4.2.2.3 Perhitungan Koefisien Determinasi

Melalui koefisien jalur yang telah diperoleh, selanjutnya dihitung koefisien determinasi, yaitu besar kontribusi/pengaruh anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek secara bersama-sama. Koefisien determinasi didapat dari hasil perkalian koefisien jalur terhadap matriks korelasi antara variabel independen dengan perencanaan laba jangka pendek.

$$R^2_{Y(X_1X_2X_3)} = \begin{bmatrix} 0,072 & 0,053 & 0,877 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 0,989 \\ 0,973 \\ 0,999 \end{bmatrix}$$

$$= 0,998$$

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan software SPSS.18 diperoleh koefisien determinasi anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek sebagai berikut.

Tabel 4.8

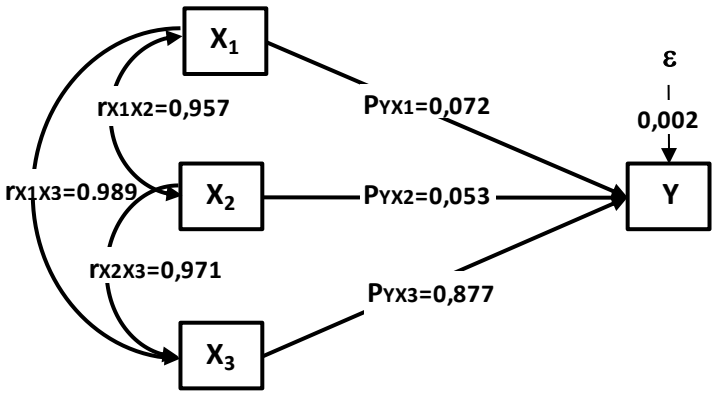
Koefisien determinasi anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.999[a]	.998	.997	150401892

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Melalui nilai koefisien determinasi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* memberikan kontribusi (pengaruh) sebesar 99,8% dalam meningkatkan perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2. Sisanya sebesar 0,2% merupakan pengaruh faktor lain diluar kedua variabel yang sedang diteliti. Secara visual jalur dari variabel independen terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.7 Diagram Dan Koefisien Jalur

Melalui diagram jalur tersebut dapat dihitung besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Besar pengaruh anggaran penjualan terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

- Pengaruh langsung anggaran penjualan terhadap perencanaan laba jangka pendek = $(P_{YX_1})^2$ = (0,072) x (0,072) = 0,005 **(0,5%).**
- Pengaruh tidak langsung anggaran penjualan terhadap perencanaan laba jangka pendek melalui anggaran biaya = P_{YX_1} x $r_{X_1X_2}$ x P_{YX_2} = (0,072) x (0,957) x (0,053) = 0,004 **(0,4%)**
- Pengaruh tidak langsung anggaran penjualan terhadap perencanaan laba jangka pendek melalui *break even point* = P_{YX_1} x $r_{X_1X_3}$ x P_{YX_3} = (0,072) x (0,989) x (0,877) = 0,062 **(6,2%)**

Jadi total pengaruh anggaran penjualan terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 **= 0,5% + 0,4% + 6,2% = 7,1%** dengan arah positif. Artinya anggaran penjualan yang makin besar cenderung membuat perencanaan laba jangka pendek semakin besar. Adapun faktor lain yang mempengaruhinya adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk menjual, perubahan selera konsumen, perubahan tingkat harga, penemuan-penemuan baru, pesaing.

Besar pengaruh anggaran biaya terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

- Pengaruh langsung anggaran biaya terhadap perencanaan laba jangka pendek = $(P_{YX_2})^2$ = (0,053) x (0,053) = 0,003 **(0,3%).**
- Pengaruh tidak langsung anggaran biaya terhadap perencanaan laba jangka pendek melalui anggaran penjualan = P_{YX_2} x $r_{X_1X_2}$ x P_{YX_1} = (0,053) x (0,957) x (0,073) = 0,004 **(0,4%)**
- Pengaruh tidak langsung anggaran biaya terhadap perencanaan laba jangka pendek melalui *break even point* = P_{YX_2} x $r_{X_2X_3}$ x P_{YX_3} = (0,053) x (0,971) x (0,877) = 0,045 **(4,5%)**

Jadi total pengaruh anggaran biaya terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 **= 0,3% + 0,4% + 4,5% = 5,1%** dengan arah positif. Artinya anggaran biaya yang makin besar cenderung membuat perencanaan laba jangka pendek semakin besar. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya adalah perubahan tingkat harga dipasaran, sulitnya mendapatkan bahan baku dipasaran.

Besar pengaruh *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

- Pengaruh langsung *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek = $(P_{YX_3})^2$ = (0,877) x (0,877) = 0,769 **(76,9%)**
- Pengaruh tidak langsung *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek melalui anggaran penjualan= P_{YX_3} x $r_{X_1X_3}$ x P_{YX_1} = (0,877) x (0,989) x (0,072) = 0,062 **(6,2%).**

- Pengaruh tidak langsung *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek melalui anggaran biaya= P_{YX_3} x $r_{X_2X_3}$ x P_{YX_2} = (0,877) x (0,971) x (0,053) = 0,045 **(4,5%).**

Jadi total pengaruh *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 **= 76,9% + 6,2%+ 4,5% = 87,6%** dengan arah positif. Artinya *break even point* yang besar cenderung meningkatkan perencanaan laba jangka pendek. Faktor lain yang dapat mempengaruhinya antara lain kesalahan managemen dalam memprediksi anggaran penjualan dan anggaran biaya.

4.2.2.4 Pengujian Hipotesis

Selanjutnya untuk membuktikan apakah anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* memberikan pengaruh yang signfikan terhadap perencanaan laba jangka pendek baik secara bersama-sama maupun secara parsial, maka dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian dimulai dari pengujian secara bersama-sama dan dilanjutkan dengan pengujian secara parsial.

- **Pengujian Koefisien Jalur Secara Bersama-sama.**

Hipotesis Statistik:

Ho: $\rho_{YX1} = \rho_{YX2} = \rho_{YX3} = 0$ Anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perencanaan laba jangka pendek.

Ha: $\rho_{YX1} \neq \rho_{YX2} \neq \rho_{YX3} \neq 0$ Anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* secara bersama-sama memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap Perencanaan laba jangka pendek.

Untuk menguji hipotesis diatas digunakan uji F dengan formula sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{(n-k-1)R^2_{Y(X_1X_2X_3)}}{k(1-R^2_{Y(X_1X_2X_3)})}$$

$$F_{hitung} = \frac{(9\text{-}3\text{-}1)\times 0{,}998}{3\times(1\text{-}0{,}998)}$$

$$= 995{,}199$$

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan software SPSS.18 diperoleh nilai F_{hitung} pengaruh anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek sebagai berikut.

Tabel 4.9

Uji Anova untuk uji pengaruh anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.8E+019	3	2.251E+019	995.199	.000[a]
	Residual	1.1E+017	5	2.262E+016		
	Total	6.8E+019	8			

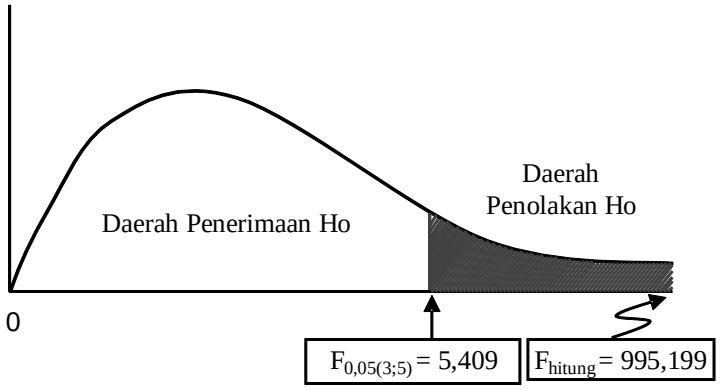
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel pengujian diatas dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 995,199 dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000. Sementara dari tabel F untuk tingkat signifikansi 0.05 dan derajat bebas (3;9-2-1) diperoleh $F_{0.05(3;5)}$ = 5,409. Karena F_{hitung} (995,199) lebih besar dibanding F_{tabel} (5,409) maka pada tingkat kekeliruan 5% ada alasan yang kuat untuk menolak Ho dan menerima

hipotesis penelitian (Ha), sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

Besarnya kontribusi atau pengaruh dari anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* secara bersama-sama terhadap Perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2 sebesar 99,8%, sedangkan sisanya sebesar 0,2% merupakan pengaruh faktor lain diluar ketiga variabel tersebut. Secara visual daerah penolakan dan penerimaan Ho pada uji pengaruh dari anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* secara bersama-sama terhadap perencanaan laba jangka pendek dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 4.8

Daerah Penolakan H_0 Pada Pengujian Secara Bersama-sama

Berdasarkan gambar 4.6 diatas dapat dilihat bahwa Ho ditolak, karena F_{hitung} sebesar 995,199 berada pada daerah penolakan Ho, yang menunjukkan bahwa anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* secara simultan berpengaruh terhadap perencanaan laba pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

- **Pengujian Koefisien Jalur Secara Parsial.**

Karena dari hasil pengujian secara bersama-sama menyimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan, selanjutnya dilakukan pengujian secara parsial untuk melihat lebih jelas variabel mana saja diantara ketiga variabel independen, yaitu anggaran penjualan, anggaran biaya dan *break even point* yang pengaruhnya signifikan terhadap perencanaan laba jangka pendek. Untuk menguji koefisien jalur dari masing-masing variabel independen tersebut digunakan uji t, dengan formula sebagai berikut:

$$t_i = \frac{P_{YXi}}{\sqrt{\frac{\left(1-R^2_{Y.Xi}\right)\times C_{ii}}{\left(n-k-1\right)}}}$$

a) Pengaruh Anggaran Penjualan Terhadap Perencanaan laba jangka pendek

Hipotesis:

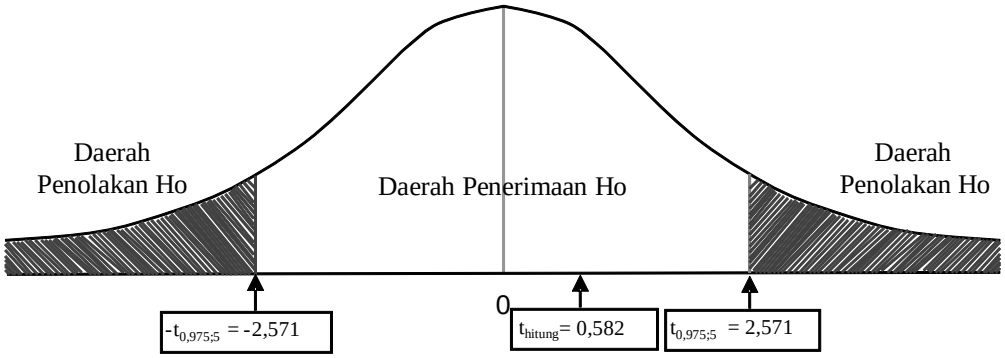
Ho: $\rho_{YX1} = 0$ Anggaran penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perencanaan laba jangka pendek

Ha: $\rho_{YX1} \neq 0$: Anggaran penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perencanaan laba jangka pendek

Statistik uji: $t_{hitung} = \frac{0{,}072}{\sqrt{\frac{\left(1-0{,}998\right)\times 45{,}737}{\left(9-3-1\right)}}} = 0{,}582$

Nilai statistik uji t sebesar 0,582 sama dengan nilai t yang terdapat pada tabel 4.7, selanjutnya nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai t dari tabel.

Dari tabel t dengan tingkat signifikansi (0.05) dan derajat bebas 5 diperoleh nilai sebesar 2,571. Karena t_{hitung} (0,582) lebih kecil dibanding t_{tabel} (2,571) maka pada tingkat kekeliruan 5% ada alasan yang kuat untuk menerima Ho dan menolak hipotesis penelitian (Ha), sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2. Secara visual daerah penolakan dan penerimaan Ho pada uji pengaruh anggaran penjualan terhadap perencanaan laba jangka pendek dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 4.9

Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Pada Uji t Anggaran penjualan Terhadap Perencanaan laba

Berdasarkan gambar 4.7 diatas dapat dilihat bahwa Ho diterima, karena t_{hitung} sebesar 0,582 berada pada daerah penerimaan Ho, yang berarti bahwa anggaran penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perencanaan laba PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

b) Pengaruh Anggaran biaya Terhadap Perencanaan laba jangka pendek

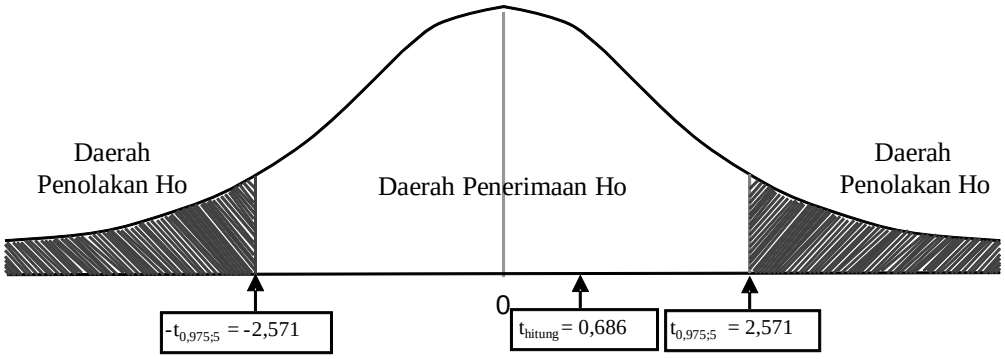
Hipotesis:

Ho: $\rho_{YX2} = 0$ Anggaran biaya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perencanaan laba jangka pendek

Ha: $\rho_{YX2} \neq 0$: Anggaran biaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perencanaan laba jangka pendek

$$\text{Statistik uji: } t_{hitung} = \frac{0{,}053}{\sqrt{\frac{(1\text{-}0{,}998)\times 17{,}567}{(9\text{-}3\text{-}1)}}} = 0{,}686$$

Nilai statistik uji t sebesar 0,686 sama dengan nilai t yang terdapat pada tabel 4.7, selanjutnya nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai t dari tabel. Dari tabel t dengan tingkat signifikansi (0.05) dan derajat bebas 5 diperoleh nilai sebesar 2,571. Karena t_{hitung} (0,686) lebih kecil dibanding t_{tabel} (2,571) maka pada tingkat kekeliruan 5% ada alasan yang kuat untuk menerima Ho dan menolak hipotesis penelitian (Ha), sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa anggaran biaya secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2. Secara visual daerah penolakan dan penerimaan Ho pada uji pengaruh anggaran biaya terhadap perencanaan laba jangka pendek dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 4.10

Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Pada Uji t Anggaran biaya Terhadap Perencanaan laba

Berdasarkan gambar 4.8 diatas dapat dilihat bahwa Ho diterima, karena t_{hitung} sebesar 0,686 berada pada daerah penerimaan Ho, yang berarti bahwa anggaran biaya secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perencanaan laba pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.

c) Pengaruh *Break even point* Terhadap Perencanaan laba jangka pendek

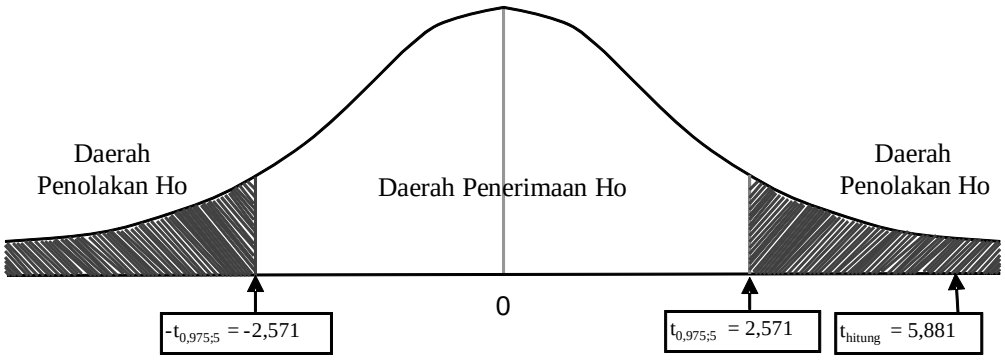
Hipotesis:

Ho: $\rho_{YX3} = 0$ *Break even point* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perencanaan laba jangka pendek

Ha: $\rho_{YX3} \neq 0$: *Break even point* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perencanaan laba jangka pendek

Statistik uji: $t_{hitung} = \dfrac{0,877}{\sqrt{\dfrac{(1\text{-}0,998)\times 66,465}{(9\text{-}3\text{-}1)}}} = 5,881$

Nilai statistik uji t sebesar 5,881 sama dengan nilai t yang terdapat pada tabel 4.7, selanjutnya nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai t dari tabel. Dari tabel t dengan tingkat signifikansi (0.05) dan derajat bebas 5 diperoleh nilai sebesar 2,671. Karena t_{hitung} (5,881) lebih besar dibanding t_{tabel} (2,571) maka pada tingkat kekeliruan 5% ada alasan yang kuat untuk menolak Ho dan menerima hipotesis penelitian (Ha), sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa *break even point* secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perencanaan laba jangka pendek pada PT.Bina Citra Karisma Lestari 2. Secara visual daerah penolakan dan penerimaan Ho pada uji pengaruh *break even point* terhadap perencanaan laba jangka pendek dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 4.11

Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Pada Uji t *Break even point* Terhadap Perencanaan laba

Berdasarkan gambar 4.9 diatas dapat dilihat bahwa Ho ditolak, karena t_{hitung} sebesar 5,881 berada pada daerah penerimaan Ho, yang berarti bahwa *break event point* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perencanaan laba PT.Bina Citra Karisma Lestari 2.