

**ANALISIS TINGKAT PRODUKSI PENJUALAN
DENGAN METODE (*BREAK EVEN POINT*)**

**(Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Kue Kering Ibu Asna Di Desa
Pasalae Kecamatan Gentuma Raya)**

Oleh

RIZAL LISTANTO M. LAWANI

E1117118

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana**



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
GORONTALO**

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah hasil penelitian dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini adalah murni gagsan, rumusan, dari penelitian saya sendiri tanpa ada bantuan dari pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan kedalam daftar pustaka.
4. Pernyataan saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Gorontalo, Juni 2021

Yang membuat pernyataan



Rizal Listanto M. Lawani

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS TINGKAT PRODUKSI PENJUALAN DENGAN METODE (*BREAK EVEN POINT*)

(Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Kue Kering Ibu Asna Di Desa
Pasalae Kecamatan Gentuma Raya)

Oleh

RIZAL LISTANTO M. LAWANI

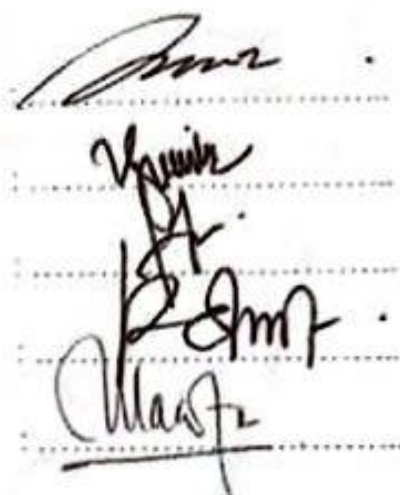
E11.17.118

Telah Memenuhi Syarat Dan Dipertahankan Pada Komisi Ujian Akhir

Hari/Tanggal : Sabtu, 05 Juni 2021

Komisi Penguji :

1. Dr Bala Bakri, SE., M.M
2. Riska Yunika Ramly, SE., M.Ak
3. Fitrianti, SE., M.Ak
4. Rahma Rizal, SE., Ak., M.Si
5. Nurbaiti Mokoginta, SE., M.Ak



Mengetahui

Dewan Fakultas Ekonomi



Dr. A. Lawani, S.Psi., SE., MM
NIDN. 0922057502

Ketua Program Studi Akuntansi



Rahma Rizal, SE., AK., M.Si
NIDN. 0914027902

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT PRODUKSI PENJUALAN

DENGAN METODE (*BREAK EVEN POINT*)

**(Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Kue Kering Ibu Asna Di Desa
Pasalae Kecamatan Gentuma gentuma raya)**

Oleh

RIZAL LISTANTO M. LAWANI

E1117118

SKRIPSI

**untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana
dan telah disetujui oleh tim pembimbing pada tanggal**

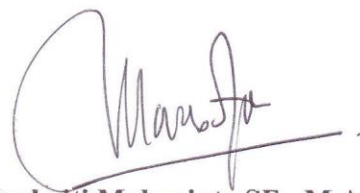
29 Mei 2021

Pembimbing I



Rahma Rizal, SE,Ak.,M.Si
NIDN 0914027902

Pembimbing II



Nurbaiti Mokoginta,SE., M.Ak
NIDN 9918078701

ABSTRACT

RIZAL LISTANTO M. LAWANI. E1117118. THE ANALYSIS OF SALES PRODUCTION RATE WITH BREAK-EVEN POINT OF THE SMALL – MEDIUM SCALED ENTERPRISE OF IBU ASNA COOKIES AT THE PASALAE VILLAGE, GENTUMA RAYA SUBDISTRICT

The research aims at finding at analyzing the Sales Production Rate with Break Even Point on the Small –Medium Scaled Business Enterprise of Ibu Asna Cookies at the Pasalae Village, Gentuma Raya sub-district. The type of research employs a case study that describes the actual condition of the research object. The result of the research demonstrates that from the analysis of Break-Even Point for three months in 2019 it is found that the Small Medium Enterprise of Ibu Asna Cookies has reached the Break-Even Point or in other words, the business has gained a profit of as much as IDR 249.575.000. This shows that the business enterprise is able to cover its' variable and fixed cost during the year 2019.

Keywords: Sales Production Rate, Break-Even Point

ABSTRAK

RIZAL LISTANTO M. LAWANI. E1117118. ANALISIS TINGKAT PRODUKSI PENJUALAN DENGAN BIAYA TITIK IMPAS (*BREAK EVEN POINT*) PADA UMKM KUE KERING IBU ASNA DI DESA PASALAE KECAMATAN GENTUMA RAYA.

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Tingkat Produksi Penjualan Dengan Metode (*Break Even Point*) (Studi Pada UMKM Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya. Jenis penelitian ini adalah Penelitian ini menggunakan studi kasus yang menggambarkan keadaan sebenarnya dari objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dari hasil analisis *Break Even Point* (titik impas) selama 3 bulan pada tahun 2019 UMKM Kue Kering ibu Asna sudah berada diatas titik impas dengan kata lain usaha ini mampu memperoleh keuntungan, keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.249.575.000 menunjukkan bahwa usaha ini mampu menutupi biaya variabel dan biaya tetapnya selama tahun 2019.

Kata Kunci : Tingkat Produksi Penjualan, Biaya Titik Impas (*Break Even Poin*)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bahwa tiada yang orang dapatkan, kecuali yang ia usahakan, Dan bahwa usahanya akan kelihatan nantinya.

(Q.S. An Najm ayat 39-40)

Jangan terlalu memikirkan masa lalu karena telah pergi dan selesai, dan jangan terlalu memikirkan masa depan hingga dia datang sendiri. Karena jika melakukan yang terbaik dihari ini maka hari esok akan lebih baik.

Persembahan Setiap goresan tinta ini adalah wujud dari keagungan dan kasih sayang yang diberikan Allah SWT kepada umatnya. Setiap detik waktu menyelesaikan karya tulis ini merupakan hasil getaran doa kedua orang tua, saudara, dan orang-orang terkasih yang mengalir tiada henti. Setiap pancaran semangat dalam penulisan ini merupakan dorongan dan dukungan dari sahabat-sahabatku tercinta. Setiap makna pokok

bahasan pada bab-bab dalam skripsi ini merupakan hampasan
kritik dan saran dari teman-teman almamaterku

KATA PENGANTAR

Segala puja, puji dan syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan seru sekalian alam yang telah melengkapkan karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Tingkat Produksi Penjualan Dengan Metode (*Break Even Point*) Pada Umkm Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademik guna menempuh ujian pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Akuntansi Universitas Ichsan Gorontalo.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Yang telah memperjuangkan agama islam dan ajarannya didunia ini yang akan dikenang dan diamalkan sampai akhir zaman nanti. Dengan selesainya Skripsi ini, penulis sepenuhnya mengakui dan menyadari tidak terlepas dari bimbingan, arahan dan dukungan dari Pembimbing dan Anggota serta berbagai pihak lainnya, meskipun tanggung jawab akhir penulisan ini berada pada penulis sendiri. Dalam kesempatan ini dengan sepenuh hati yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tuaku tercinta yang telah membesarkan, mendidik, memberi dukungan baik moral dan material, nasehat, doa, pengorbanan serta kasih sayang yang takkan terganti oleh siapapun.

Bapak Muhammad Ichsan Gaffar, SE., M.Si., C.Sr, Selaku ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Ichsan Gorontalo, Bapak Dr. Abdul Gaffar La Tjokke, M.Si. selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo, Ibu Rahma Rizal, SE., Ak., M.Si selaku ketua program studi sekaligus

pembimbing I dan Ibu Nurbaiti Mokoginta, SE., M.Ak, selaku Pembimbing II, yang telah membimbing penulis selama mengerjakan hasil penelitian ini. Bapak Ibu dosen dan seluruh staf administrasi pada Lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo, atas segala bimbingan arahan ilmu serta bantuannya kepada penulis.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan, namun berkat limpahan Rahmat dan Petunjuk dari Allah SWT serta bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing serta dorongan dari semua pihak, maka semua kesulitan dan hambatan tersebut dapat teratasi. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu diharapkan saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan semoga segala bantuan serta petunjuk yang telah diberikan akan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

Gorontalo, Juni 2021



Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| ABSTRACT..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian..... | 6 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian | 6 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN..... | 8 |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 8 |
| 2.1.1 Pendapatan | 8 |
| 2.1.2 Break Even Point..... | 13 |
| 2.1.3 Penjualan..... | 18 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.4 Teori Biaya..... | 24 |
| 2.1.5 Konsep Produksi..... | 27 |
| 2.1.6. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) | 30 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu..... | 33 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 35 |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN..... | 38 |
| 3.1 Objek Penelitian | 38 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 38 |
| 3.3 Operasional Variabel..... | 39 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data | 40 |
| 3.4.1 Jenis Data | 40 |
| 3.4.2 Sumber Data..... | 41 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| 4.1 Gambaran Lokasi Penelitian | 43 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 45 |
| 4.2.1 Break Even Point Bulan Maret..... | 46 |
| 4.2.2 Break Event Point Bulan April..... | 49 |
| 4.2.3 Break Event Point Bulan Oktober | 51 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian | 53 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 57 |
| 5.1 Kesimpulan | 57 |
| 5.2 Saran..... | 58 |
| JADWAL PENELITIAN..... | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA | 61 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 64 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu..... | 33 |
| 3.1 Tabel Operasional Variabel..... | 40 |
| 4.1 Tabel Data Biaya dan Penjualan Bulan Maret Tahun 2019 | 47 |
| 4.2 Tabel Pembuktian BEP Bulan Maret | 48 |
| 4.3 Tabel Data Biaya dan Penjualan Bulan April Tahun 2019 | 49 |
| 4.4 Tabel Pembuktian BEP Bulan April | 50 |
| 4.5 Tabel Data Biaya dan Penjualan Bulan Oktober Tahun 2019..... | 51 |
| 4.6 Tabel Pembuktian BEP Bulan Oktober..... | 52 |
| 4.7 Laporan BEP Dan Laba Rugi selama 3 bulan pada Tahun 2019..... | 53 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------|----|
| 2.1.Kerangka Pemikiran..... | 37 |
|-----------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 : Dokumentasi | 64 |
| Lampiran 2 : Dokumentasi Keuangan Selama 3 Bulan Tahun 2019 | 65 |
| Lampiran 3 : Surat penelitian | 66 |
| Lampiran 4 : Surat Dari Tempat Penelitian | 67 |
| Lampiran 5 : Rekomendasi Bebas Plagiasi | 68 |
| Lampiran 6 : Abstrak | 69 |
| Lampiran 7 : Hasil Turnitin | 71 |
| Lampiran 8 : Riwayat Hidup | 73 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan salah satu Negara yang mempunyai penduduk yang sangat banyak maka perlu peningkatan pembangunan untuk menopang kesejahteraan penduduknya. Pembangunan nasional adalah usaha peningkatan kualitas manusia dan masyarakat Indonesia secara berkelanjutan dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta memperhatikan tantangan perkembangan global. Selain itu, tujuan pembangunan nasional untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual, serta menjalankan roda perekonomian guna mewujudkan kesejahteraan sosial. Sesuai dengan pasal 33 UUD 1945 ialah sebagai dasar untuk mewujudkan keadilan, kesejahteraan dan kemakmuran rakyat melalui peranan dan keberpihakan Negara dalam meningkatkan taraf hidup rakyat.

Berdasarkan UUD 1945 pasal 34, “anak terlantar dan fakir miskin dipelihara oleh Negara”. Artinya pemerintah mempunyai tanggung jawab terhadap permasalahan fakir miskin atau kemiskinan di negeri ini. Bicara masalah kemiskinan bukan masalah isu baru, melainkan merupakan isu yang seolah abadi sepanjang jaman. Walaupun saat ini kita sudah memasuki era IT (Informasi Teknologi), namun persoalan kemiskinan tetap menjadi hal yang dominan. Amerika serikat yang tergolong Negara maju dan salah satu Negara

kaya di dunia, masih mempunyai jutaan orang yang tergolong miskin. Beban kemiskinan serupa juga dijumpai di Indonesia. Berdasarkan pengalaman yang terjadi bahwa selama ini Indonesia belum pernah terbebas dari kemiskinan. Upaya pemerintah dalam melakukan pembangunan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat misalnya dengan memberikan bantuan beras kepada masyarakat miskin melalui program bantuan beras miskin, namun hal ini belum mampu menyelesaikan permasalahan kemiskinan. Langkah itu hanya bentuk operasional yang ditempuh guna mewujudkan pemenuhan sebagian dari kebutuhan pokok masyarakat miskin dan sifatnya sesaat. Ristinura (2013).

Seiring waktu berjalan pengusaha kecil memilih untuk melakukan salah satu usaha rumahan. Usaha rumahan adalah salah satu usaha yang dapat membantu pengusaha kecil yang hanya dengan bermodalkan tempat tinggal sendiri untuk dijadikan tempat usaha atau dapat dijadikan menjadi pengusaha karena seperti yang banyak kita ketahui bahwa diluar sana terdapat banyak pengusaha yang melakukan sebuah usaha rumahan yang memiliki banyak manfaat salah satunya dapat mengurangi jumlah uang atau modal yang dikeluarkan dalam mencari tempat usaha dikarenakan tempat usaha bisa dilakukan di rumah penduduk atau pada pengusaha rumahan itu sendiri, hal tersebut agar supaya tidak perlu menyewa atau membeli tempat untuk dijadikan tempat usaha.

Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk

membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pula pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi. Tanpa pendapatan perusahaan tidak akan mendapatkan laba. Hal ini tentu saja tidak mungkin terlepas dari pengaruh pendapatan dari hasil operasi perusahaan. Tito (2013).

Peningkatan pendapatan dalam suatu kegiatan usaha yang telah dilakukan dalam periode tertentu sangat penting bagi setiap pengusaha atau perusahaan. Salah satu tujuan didirikannya suatu usaha atau perusahaan antara lain untuk meningkatkan pendapatan. Dengan meningkatnya pendapatan maka perusahaan atau usaha tersebut dapat dikatakan mengalami perkembangan yang positif. Tingkat pendapatan merupakan salah satu tujuan didirikannya sebuah usaha. Dengan adanya pendapatan itu berarti sebagai sebuah usaha masih berjalan dan layak untuk dipertahankan walaupun sebenarnya masih ada beberapa hal yang lain selain pendapatan yang bisa menjadi bahan pertimbangan untuk meneruskan sebuah usaha. Dengan memerhatikan jumlah pendapatan, akan diketahui apakah suatu usaha mendapatkan untung atau rugi. Tito (2013).

Analisis Break Even Point atau titik impas adalah suatu alat atau teknik yang digunakan oleh manajemen untuk mengetahui tingkat penjualan tertentu dalam suatu usaha sehingga tidak mengalami laba dan tidak pula mengalami kerugian. Impas adalah suatu keadaan dimana suatu usaha dimana total penghasilan sama dengan total biaya. Keadaan impas terjadi apabila hasil penjualan suatu usaha hanya cukup untuk menutupi biaya-biaya yang telah

dikeluarkan oleh usaha tersebut ketika memproduksi suatu produk. Biaya dalam analisis Break Even Point terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tersebut merupakan biaya yang digunakan sebagai dasar untuk mengetahui titik impas.

Kasmir (2011:332) analisis titik impas adalah suatu keadaan dimana kegiatan usaha beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian. Artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah yang dikeluarkan. Analisis Break Even Point (BEP) diperlukan agar usaha tidak mengalami kerugian hingga usaha tersebut dapat terus melanjutkan kegiatannya.

Usaha kecil dan Menengah (UMKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan para pengusaha kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga atau rumahan. Dengan demikian konsumennya pun berasal dari kalangan menengah ke bawah. Selain itu, peranan UMKM terutama sejak krisis moneter tahun 1998 dapat dipandang sebagai katup penyelamatan dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja. Ilham (2013).

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) sering dikaitkan dengan masalah ekonomi dan sosial seperti tingginya tingkat kemiskinan, pengangguran, serta rendahnya pendidikan di masyarakat khususnya pada negara-negara berkembang. “Berdasarkan hasil Sensus Ekonomi (SE) tahun 2016 dari Badan

Pusat Statistik, Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang ada di Indonesia sebanyak 26.263.649 usaha dan menyerap tenaga kerja sebanyak 53.641.524 orang, sedangkan Usaha Menengah dan Besar (UMB) sebanyak 447.352 usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 16.678.942 orang, oleh karena itu UMKM dianggap berperan dalam mengurangi pengangguran”.

Di balik kekuatan UMKM (Usaha Kecil dan Menengah) dalam menahan gejolak krisis ekonomi, terdapat permasalahan yang sering dihadapi oleh para pengusaha kecil dan menengah dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan yang terjadi muncul karena UMKM sulit untuk mengakses sumber-sumber ekonomi yang ada, seperti kegiatan yang menyangkut manajemen, produksi dan pemasaran, hukum, serta keuangan. Tanjung (2017).

Kondisi perekonomian masyarakat dalam menjalankan UMKM di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma menghadapi resiko yaitu tidak adanya jaminan ketersediaan bahan baku setiap waktu, harga bahan baku yang selalu fluktuatif, serta kondisi dalam menjaga kestabilan keuangan yang tidak menentu. Hal ini berpengaruh pada pendapatan UMKM. Dengan adanya resiko tersebut maka UMKM harus membuat keputusan-keputusan dalam menjalankan usahanya. Agar supaya tidak mengalami kerugian yang pada akhirnya akan mempengaruhi keberlangsungan usaha.

UMKM usaha kue kering Ibu Asna adalah salah satu UMKM yang sampai saat ini menghadapi permasalahan terkait kondisi terhambatnya pelaksanaan kegiatan usaha. Keadaan tersebut membuat Toko Kue ini perlu

menganalisis usahanya untuk mengetahui sampai dimana keberhasilan yang telah dicapai selama usaha berlangsung.

Pentingnya meneliti di UMKM ini salah satunya untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan terkait fenomena diatas, khususnya mengenai kondisi pelaksanaan usahanya. Kegiatan usaha yang baik akan menghasilkan pendapatan yang baik juga.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Tingkat Produksi Penjualan Dengan Biaya Metode (Break Even Point) (Studi Pada UMKM Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya)*”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Analisis Tingkat Produksi Penjualan Dengan Metode (*Break Even Point*) (Studi Pada UMKM Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya).

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bermaksud untuk memperoleh gambaran tingkat produksi penjualan dengan metode (*Break Even Point*) (Studi Pada Umkm Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya).

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Tingkat Produksi Penjualan Dengan Metode (*Break Even Point*) (Studi Pada UMKM Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan ilmu akuntansi sebagai sumber bacaan dan referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang melakukan penelitian yang lebih lanjut mengenai permasalahan ini menambah sumber pustaka yang sudah ada.

2. Manfaat Praktis.

Analisis *Break Even Point* digunakan sebagai informasi bagi pihak lain dalam menyusun perencanaan laba yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan laba.

3. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya dalam meneliti Analisis *Break Even Point* Pada Usaha UMKM lainnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pendapatan

2.1.1.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Sebagai suatu organisasi yang berorientasi profit maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar. Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Pengertian pendapatan menurut Kartikahadi, dkk (2012:186) adalah: *Penghasilan (income) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.*

Greuning, et al. (2013:289-290) mengemukakan pengertian pendapatan sebagai berikut:

IAS 8 mendefinisikan pendapatan sebagai aliran masuk dari manfaat ekonomi yang berasal dari kegiatan normal bisnis. Pendapatan didefinisikan sebagai aliran masuk bruto dari manfaat ekonomis selama periode, muncul dari aktivitas bisnis normal, dan menghasilkan kenaikan ekuitas yang jelas bukan dari kontribusi pemilik ekuitas.

Menurut Sodikin dan Riyono (2014:37), “Penghasilan (income) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan dalam bentuk arus masuk atau peningkatan aset, atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Penghasilan meliputi pendapatan (revenue) dan keuntungan (gain). Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa”.

Ikatan Akuntan Indonesia (2015:23.1) mendefinisikan: Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.

Pendapatan juga merupakan jumlah penghasilan baik dari keluarga maupun perorangan dalam bentuk uang yang didapatkan dari jasa setiap bulan atau dapat diartikan sebagai suatu hasil dari keberhasilan usaha dan jumlah tersebut akan menjadi besar dan meningkat. Dewi (2012). Pendapatan akan menjadi laba apabila pendapatan yang sudah dihasilkan dapat menutupi pengeluaran-pengeluaran atau lebih besar dari biaya yang sudah dikeluarkan. Pendapatan atau income yang diperoleh dari warga masyarakat dalam transaksi jual-beli antar pedagang dan pembeli dalam satu kesepakatan bersama. Pendapatan dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai hasil yang berupa uang atau hal materi yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa manusia. Indrati (2016).

Usaha yang berkembang dapat dilihat dari jumlah pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha. Pendapatan bisa bertambah jika faktor-faktor yang dibutuhkan dalam menunjang kegiatan usaha telah ada. Sedangkan menurut Sherraden (2016) pendapatan usaha merupakan dari total penerimaan (uang dan bukan uang) yang masuk dalam sebuah rumah tangga atau unit terkecil lainnya dalam periode waktu tertentu.

Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (salaries), upah (wages), sewa (rent), bunga (interest), laba (profit), dan sebagainya, bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan lain sebagainya. Dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periodewaktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga, maupun laba, secara berurutan (Ardiansyah dalam Usman, 2016;34). Sedangkan menurut Haris (2013) pendapatan seseorang terdiri dari penghasilan dalam bentuk upah atau gaji, bunga sewa, dividen, keuntungan, dan merupakan suatu arus uang yang diukur selama jangka waktu yang tertentu, misalnya seminggu, sebulan atau setahun.

Berdasarkan semua definisi pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh pengusaha dari aktivitasnya, yang merupakan unsur penting di dalam sebuah usaha karena pendapatan yang diterima oleh pengusaha akan menentukan maju atau

mundurnya usaha tersebut. Dapat juga diartikan pendapatan merupakan sejumlah uang yang dihasilkan dari penjualan seseorang atau pengusaha dalam waktu tertentu. Agar pendapatan pengusaha yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka pengusaha harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperolehnya.

2.1.1.2 Unsur-unsur Pendapatan

Didalam unsur-unsur pendapatan yang dimaksudkan adalah dari pada asal pendapatan yang diperoleh, dimana unsur-unsur tersebut meliputi:

- a. Pendapatan hasil produksi barang atau jasa.
- b. Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain.
- c. Penjualan aktiva yang terjadi diluar barang dagangan merupakan unsur-unsur pendapatan lain-lain suatu perusahaan.

2.1.1.3 Jenis Pendapatan

Menurut Jaya (2011), jenis pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Gaji dan upah imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan.
2. Pendapatan dari usaha sendiri Nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

3. Pendapatan dari usaha lain pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan, antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun, dan lain-lain.

Menurut Raharja (2012) jenis-jenis dari pendapatan dibagi dalam dua bentuk, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pendapatan ekonomi pendapatan ekonomi adalah sejumlah uang yang dapat digunakan oleh keluarga dalam suatu periode tertentu untuk membelanjakan diri tanpa mengurangi atau menambah *asset netto* (net asset), termasuk dalam pendapatan ekonomi termasuk upah gaji, pendapatan bunga deposito, penghasilan transfer dari pemerintah, dan lain-lain.
- 2) Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diterima keluarga pada periode tertentu sebagai balas jasa atau faktor produksi yang diberikan karena tidak memperhitungkan pendapatan bahkan kas (non kas), terutama penghasilan transfer cakupannya lebih sempit dari pendapatan ekonomi.

Macam-macam pendapatan menurut perolehannya sebagai berikut:

- 1) Pendapatan kotor, yang dimaksud penjualan kotor adalah penjualan sebagaimana tercantum dalam faktur atau jumlah awal pembebanan sebelum dikurangi penjualan return dan potongan penjualan.
- 2) Pendapatan bersih, merupakan penjualan yang diperoleh dari penjualan kotor dikurangi return penjualan ditambah dengan potongan penjualan lain-lain.

2.1.2 Break Even Point

2.1.2.1 Pengertian Break Even Point

Menurut Hansen dan Mowen (2011) Titik Impas (*Break Even Point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol. Impas merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan suatu kondisi usaha, pada saat perusahaan tidak memperoleh laba tetapi tidak menderita rugi. Halim,dkk. (2011). Pengertian tersebut seperti dikatakan Henry Simamora (2012) Titik impas adalah volume penjualan dimana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak ada laba maupun rugi bersih. Dapat disimpulkan bahwa Break Even Point merupakan suatu titik impas, dimana jumlah biaya sama dengan jumlah pendapatan. Analisis impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol).

Dalam analisis *Break Even Point* memerlukan informasi mengenai penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Laba bersih akan diperoleh bila volume penjualan melebihi biaya yang harus dikeluarkan, sedangkan perusahaan akan menderita kerugian bila penjualan hanya cukup untuk menutup sebagian biaya yang dikeluarkan, dapat dikatakan dibawah titik impas. Analisis *Break Even Point* tidak hanya memberikan informasi mengenai posisi perusahaan dalam keadaan impas atau tidak, namun analisis *Break Even Point* sangat membantu manajemen dalam perencanaan dan pengambilan keputusan. Tujuan analisis

titik impas adalah untuk mengetahui tingkat aktivitas dimana pendapatan hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetapnya.

2.1.2.2 Manfaat BEP (*Break Event Point*)

Analisis *Break Even Point* digunakan manajer dalam pengambilan keputusan. Menurut Kasmir (2011) manfaat lain dari *Break Even Point* adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui jumlah penjualan minimum (dalam unit produk maupun satuan uang) agar perusahaan tidak menderita rugi.
- 2) Untuk mengetahui hubungan volume penjualan yang diproduksi, harga jual dan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga laba rugi perusahaan akan diketahui.
- 3) Sebagai alat perencanaan jumlah penjualan produk agar memperoleh keuntungan tertentu.
- 4) Untuk mengetahui informasi penjualan minimum serta seberapa jauh berkurangnya volume penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian
- 5) Untuk mengetahui akibat perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap laba yang dihasilkan.
- 6) Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan untuk berhenti atau melanjutkan usaha memproduksi produk tertentu untuk kemajuan perusahaan.

2.1.2.3 Asumsi Dasar Analisis BEP (*Break Even Point*)

Dalam asumsi yang mendasari analisis *Break Even Point* menurut Horngren (2016:447) adalah sebagai berikut:

1. Satu-satunya faktor yang mempengaruhi biaya adalah perubahan volume.
2. Manajer menggolongkan setiap biaya (atau komponen biaya gabungan) baik sebagai biaya variabel maupun biaya tetap.
3. Beban dan pendapatan adalah linier diseluruh cakupan volume relevannya.
4. Tingkat persediaan tidak akan berubah.
5. Penjualan atas gabungan produk tidak akan berubah. Penjualan gabungan merupakan kombinasi produk yang membentuk total penjualan.

Analisis *Break Even Point* penting bagi manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba, khususnya informasi mengenai jumlah penjualan minimum dan besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Bila asumsi dasar salah satunya mengalami perubahan, maka akan berpengaruh pada posisi titik impas, sehingga perubahan tersebut akan berpengaruh juga terhadap laba perusahaan. Analisis *Break Even Point* digunakan oleh manajer sebagai sebuah perkiraan bukan kepastian, karena banyak perusahaan yang tidak memnuhi asumsi-asumsi dasar secara tepat.

2.1.2.4 Metode Perhitungan BEP (*Break Even Point*)

Break Even Point dapat dihitung dengan tiga metode yaitu metode persamaan, metode margin kontribusi, dan metode grafis. Ketiga metode tersebut pada dasarnya adalah pendekatan yang mempunyai hasil akhir sama, akan tetapi ketiga metode tersebut memiliki perbedaan pada bentuk dan variasi dari persamaan laporan laba rugi kontribusi. Dibawah ini akan diuraikan tiga metode, sehingga akan jelas perbedaannya :

1. Metode Persamaan.

Metode persamaan (*equation metode*) adalah metode yang berdasarkan pada pendekatan laporan laba rugi. Dengan persamaan dasar

$$\text{Penghasilan total} = \text{Biaya total}$$

$$\text{Penghasilan total} = \text{Biaya variabel} + \text{Biaya tetap}$$

$$\text{Persamaan tersebut dapat diuraikan dalam rumus berikut : } pX = a + bX$$

Keterangan : p = Harga jual per unit produk

X = Unit produk yang dijual atau yang diproduksi

a = Total biaya tetap

b = Biaya variabel setiap unit produk

Dari persamaan diatas, dapat diuraikan menjadi rumus Break Even Point sebagai berikut :

a. *Break Even Point* dalam satuan uang penjualan

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Biaya Variabel}}$$

b. *Break Even Point* dalam unit produk

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

Pada keadaan titik impas laba operasinya sama dengan nol, sehingga akan menghasilkan jumlah produk (dalam satuan unit maupun satuan uang penjualan) yang dijual mencapai titik impas ditambah biaya tetap.

2. Metode Kontribusi.

Unit Menurut Simamora (2012) metode kontribusi unit merupakan variasi metode persamaan. Setiap unit atau satuan produk yang terjual akan menghasilkan jumlah margin kontribusi tertentu yang akan menutup biaya tetap. Metode kontribusi unit adalah metode jalan pintas dimana harus diketahui nilai margin kontribusi. Margin kontribusi adalah hasil pengurangan pendapatan dari penjualan dengan biaya variabel. Untuk mencari titik impas rumusnya adalah sebagai berikut :

| |
|---|
| $\begin{aligned} & \textit{Titik impas (unit)} \\ & = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin Kontribusi per unit}} \end{aligned}$ |
| $\begin{aligned} & \textit{Titik impas (rupiah)} \\ & = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \end{aligned}$ |

3. Metode Grafis.

Manajer dapat menggambarkan titik impas melalui grafis, grafis titik impas akan menunjukkan volume penjualan pada sumbu x atau garis horizontal dan biaya akan terletak pada sumbu y atau garis vertikal. Sedangkan titik impas akan terletak pada perpotongan antara garis pendapatan dan garis biaya. Garis sebelah kiri garis impas menunjukkan sisi kerugian, sebaliknya sisi kanan menunjukkan sisi laba usaha. Dengan menggunakan metode garis manajer dapat menghindari metode matematis pada waktu tingkat penjualan yang berbeda tengah dipertimbangkan. Metode garis akan membantu manajer dan mengevaluasi akibat perubahan

volume tahun lalu dan dapat memproyeksikan volume penjualan pada tahun yang akan datang.

Menurut Simamora (2012) grafis titik impas mempunyai beberapa hal penting yaitu selama harga jual melebihi biaya variabel (margin kontribusinya positif), maka penjualan yang lebih banyak akan menguntungkan perusahaan, baik dengan meningkatkan laba ataupun mengurangi kerugian. Oleh karena itu, perusahaan lebih baik tetap beroperasi karena kerugian mereka akan lebih besar lagi jika perusahaan menghentikan atau menutup kegiatan usahanya. Hal ini pada umumnya sering terjadi pada bisnis musiman.

2.1.3 Penjualan

2.1.3.1 Teori Penjualan

Basu Swastha DH (2014:9) penjualan merupakan satu bagian dari promosi dan promosi adalah satu bagian dari program pemasaran secara keseluruhan. Sedangkan menurut Winardi (2011:2) dikutip dalam blog purwasuka, penjualan adalah “Proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak.”

Menurut Francis Tantri dan Thamrin (2016:3) “penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran”.

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan. Assauri (2011:23).

Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah kongkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang atau jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya, penjualan sendiri tak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya seperti agen, pedagang, dan tenaga pemasaran. Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi pembeli agar pembelian dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksinya yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan kedua belah pihak.

Dari pengertian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi

pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan, berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam kegiatan tersebut.

2.1.3.2 Volume Penjualan

Menurut Kotler (2014) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Sedangkan pengertian volume penjualan menurut Philip Kotler (Jurnal Abdul Rosyid, 2010:8), “Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik”.

Besar kecilnya volume penjualan dipengaruhi oleh jumlah produk yang terjual. Volume Penjualan merupakan total penjualan yang di dapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu. Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa volume penjualan adalah sejumlah komoditas yang terjual dalam periode waktu tertentu yang merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan., maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan.

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan

meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun. Menurut Kotler (2014) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah:

- a) Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- b) Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- c) Mengadakan analisa pasar.
- d) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- e) Mengadakan pameran.
- f) Mengadakan discount atau potongan harga.

2.1.3.3 Tujuan Penjualan

Menurut Basu Swastha (2014:404) tujuan umum penjualan dalam perusahaan adalah untuk mencapai volume penjualan tertentu, memperoleh laba dan untuk menunjang pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Ketiga tujuan tersebut untuk mencapainya tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para penjual. Pimpinan perusahaan dalam hal ini juga harus mampu mengkoordinir semua fungsi yang ada dalam perusahaan, antara lain bagian produksi, personalia, keuangan, dan pemasaran.

Agar tercapai volume penjualan yang ditargetkan, maka perusahaan harus melakukan kegiatan penjualan.

Penjualan merupakan fungsi yang memegang peranan penting dalam bidang pemasaran, karena betapapun lancarnya suatu proses jika fungsi penjualan gagal, maka kelangsungan hidup perusahaan tidak akan terjamin. Oleh karena itu fungsi penjualan merupakan standar maju mundurnya suatu perusahaan.

Pada umumnya para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang atau jasa yang terjual selalu akan menghasilkan laba.

Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

- a) Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
- b) Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- c) Menunjang pertumbuhan perusahaan Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya.

2.1.3.4 Jenis-Jenis Penjualan

Penjualan memiliki beberapa jenis penjualan, diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Penjualan Tunai

Pengertian Penjualan Tunai menurut Mulyadi (2013:455) mengatakan bahwa: Penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. Sedangkan pengertian Penjualan Tunai menurut Lilis Pusitawati dan Sri Dewi Anggadini (2011:167) menyatakan penjualan tunai merupakan penjualan yang dilakukan dengan cara menerima uang tunai/cash pada saat barang diserahkan kepada pembeli. Dari beberapa pengertian diatas mengenai Penjualan Tunai, maka dapat penulis simpulkan bahwa penjualan tunai adalah suatu transaksi yang dilakukan secara langsung dengan menerima uang saat barang diberikan kepada pihak pembeli.

b) Penjualan Kredit

Pengertian Penjualan Kredit menurut Mulyadi (2013:201) menyatakan bahwa: Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Sedangkan pengertian Penjualan Kredit menurut L.M. Samryn (2014:250) adalah penjualan yang direalisasikan dengan timbulnya tagihan atau piutang kepada pihak pembeli.

Dari beberapa pengertian diatas mengenai Penjualan Kredit, maka dapat penulis simpulkan bahwa penjualan kredit adalah suatu transaksi yang dilakukan perusahaan dengan cara pihak perusahaan mengirimkan barang yang telah di pesan oleh pelanggan dan pembayarannya dilakukan secara berangsur, sesuai ketentuan yang dimiliki perusahaan tersebut.

2.1.4 Teori Biaya

2.1.4.1 Pengertian Biaya

Menurut Firdaus dan Wasilah (2012: 22) mendefinisikan biaya sebagai berikut Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang. Sedangkan pengertian biaya menurut Supriyono (2011:12) adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (revenue) yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Menurut Mulyadi (2014: 8), dalam arti luas biaya adalah “pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu” (Baldric, et.al (2013: 23), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang

Biaya yang kadaluarsa disebut beban. Definisi diatas memberikan pemahaman yang jelas bahwa cost merupakan sejumlah nilai yang dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa, dimana pengorbanan tersebut diukur dengan berkurangnya harta atau bertambahnya kewajiban pada saat

perolehan dalam satuan moneter (rupiah). *Expense* didefinisikan sebagai biaya yang telah memberikan manfaat dan ketika manfaat tersebut digunakan.

Cost yang akan memberikan manfaat dimasa yang akan datang dicatat sebagai aktiva (*asset*) dan dicantumkan dalam neraca, sedangkan *cost* yang telah memberikan manfaat dicatat sebagai *expense* dan dicantumkan dalam laporan laba rugi. Sehingga dapat disimpulkan, biaya dapat dianggap sebagai aktiva atau beban. Biaya dianggap sebagai aktiva saat biaya tersebut belum digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa atau belum habis digunakan. Biaya dianggap sebagai beban jika biaya tersebut telah habis digunakan untuk memproduksi suatu barang atau jasa yang akan menghasilkan pendapatan dimasa mendatang.

2.1.4.2 Perilaku Biaya

Menurut Simamora (2012:136) perilaku biaya (*cost behavior*) berarti bagaimana suatu biaya akan bereaksi atau merespon perubahan tingkat aktivitas usaha. Perilaku biaya ialah istilah umum untuk menggambarkan apakah biaya berubah seiring dengan perubahan output. Perilaku biaya adalah bagaimana biaya akan bereaksi atau berubah dengan adanya beberapa tingkat aktivitas bisnis. Perilaku biaya dapat diartikan perubahan biaya sebagai akibat dari perubahan volume tertentu. Biaya-biaya bereaksi pada perubahan *output* dengan berbagai macam cara.

Beberapa biaya jumlah totalnya bervariasi secara langsung terhadap perubahan dalam aktivitas, sedangkan biaya lain relatif tidak berpengaruh.

Berdasarkan perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap didefinisikan sebagai suatu biaya yang jumlahnya tetap sama ketika output berubah. Pada umumnya, jika biaya tetap mempunyai proporsi yang tinggi bila dibandingkan dengan biaya 26variable, kemampuan manajemen dalam menghadapi perubahan-perubahan kondisi ekonomi jangka pendek akan berkurang. Seringkali keengganan manajemen untuk mengeluarkan biaya tetap mencerminkan ketidakberanian manajemen dalam mengambil resiko, sehingga menyebabkan perusahaan tidak dapat memperoleh laba. Total biaya tetap akan berubah pada tingkat aktivitas dan rentang yang berbeda. Yang termasuk dalam biaya ini adalah biaya penyusutan (bangunan, mesin, kendaraan, dan aktiva lainnya), gaji dan upah yang dibayar secara tetap, biaya sewa, biaya asuransi, pajak dan biaya lainnya yang besarnya tidak berpengaruh oleh volume penjualan.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, beberapa perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, beberapa tenaga kerja tidak langsung, alat-alat kecil, pengerjaan ulang, dan unit-unit yang rusak. Biaya variabel biasanya dapat diidentifikasi langsung dengan aktivitas yang menimbulkan biaya tersebut. Hubungan antara biaya variabel dengan aktivitas bisnis yang terkait biasanya dianggap linier,

yaitu total biaya variabel diasumsikan meningkat dalam jumlah yang konstan untuk setiap satu unit peningkatan dalam aktivitas.

3. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel disebut juga biaya campuran merupakan biaya yang mengandung unsur-unsur biaya variabel dan biaya tetap biaya variabel bisa diperlakukan menjadi sebagian biaya tetap dan sebagian biaya variabel atau biaya tetap dan juga seluruhnya biaya variabel. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh tingkat variabilitas dan aktivitas suatu biaya. Contoh biaya semivariabel adalah biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, perlengkapan, pemeliharaan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, asuransi jiwa kelompok untuk karyawan, biaya pension, pajak penghasilan, biaya perjalanan dinas, dan biaya hiburan.

2.1.5 Konsep Produksi

2.1.5.1 Pengertian Produksi

Dalam teori ekonomi produksi disebutkan bahwa produksi suatu komoditas dapat didorong oleh kekuatan-kekuatan tertentu. Ada empat kekuatan yang berinteraksi dalam menentukan tindakan-tindakan memaksimalkan keuntungan, yaitu pengetahuan teknis, permintaan produk, suplai faktor (input), dan suplai modal (*capital*). Pengertian produksi menurut Sudarsono (2012). Produksi adalah faktor-faktor produksi yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu satuan produksi. Diantara dua pengertian yang di paparkan diatas mengenai pengertian produksi dapat disimpulkan bahwa produksi adalah suatu proses dimana mengubah suatu barang (input) sehingga

memiliki nilai tambah dan nilai jual yang lebih tinggi, atau mengubah daribarang setengah jadi menjadi barang jadi.

Pengertian lain produksi, yang dikemukakan oleh Mubyarto (2012) adalah sebagai berikut: produksi pertanian adalah hasil yang diperoleh sebagian akibat dari bekerjanya beberapa faktor produksi sekaligus yaitu luas lahan/tanah, modal dan tenaga kerja.

2.1.5.2 Faktor-faktor Produksi

Dalam aktivitas produksinya produsen (perusahaan) mengubah berbagai faktor produksi menjadi barang dan jasa. Berdasarkan hubungannya dengan tingkat produksi, faktor produksi dibedakan menjadi faktor produksi tetap (*fixet input*) dan faktor produksi variabel (*variable input*).

Dalam jangka panjang (*long Run*) dan sangat panjang (*very long run*) semua faktor produksi sifatnya variabel. Perusahaan dapat menambah atau mengurangi kapasitas produksi dengan menambah atau mengurangi mesin produksi. Dalam konteks manajemen, dalam jangka panjang dan jangka sangat panjang berkaitan dengan ukuran waktu kronologis. Misalnya ada kualifikasi yang menyatakan bahwa jangka panjang berkisar antara 5-25 tahun. Jangka sangat panjang bila waktunya lebih dari 25 tahun.

Faktor produksi tetap adalah faktor produksi yang jumlah penggunaannya tidak tergantung pada jumlah produksi. Ada atau tidak adanya kegiatan produksi, faktor produksi itu tetap harus tersedia. Mesin-mesin pabrik adalah salah satu contoh. Sampai tingkat interval produksi tertentu jumlah

mesin tidak perlu ditambah. Tetapi jika tingkat produksi menurun bahkan sampai nol unit (tidak produksi), jumlah mesin tidak bisa dikurangi.

Jumlah penggunaan faktor produksi variabel tergantung pada tingkat produksi-nya. Makin besar tingkat produksi, makin banyak faktor produksi variabel yang digunakan. Begitu juga sebaliknya. Buruh harian lepas di pabrik rokok adalah contoh-nya. Jika perusahaan ingin meningkatkan produksi, maka jumlah buruan hariannya ditambah. Sebaliknya jika ingin mengurangi produksi, buruh harian dapat dikurangi.

Adapun faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan produksi sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya bahwa produksi adalah merupakan kombinasi dari berbagai faktor produksi. Dalam hal ini faktor-faktor yang mempengaruhi dalam peningkatan produksi UMKM adalah:

- a. Modal
- b. Tenaga Kerja
- c. Produk
- d. Biaya

Keempat faktor produksi tersebut merupakan kesatuan yang sulit dipisahkan dalam melakukan usaha. Apabila dari salah satu keempat dari faktor produksi tersebut tidak ada, maka tidak akan memberikan hasil yang diinginkan atau optimal karena keempat faktor produksi yang utama tersebut dapat menentukan produksi yang akan dicapai.

Dari keempat faktor inilah, manusia merupakan faktor penentu utama, karena yang mengendalikan faktor lain adalah unsur manusia. Pada

hakekatnya. Manusia adalah yang produktif. Namun demikian, sekalipun ada tenaga kerja atau manusia, tanpa didukung oleh faktor lain seperti modal, bahan atau peralatan, maka kegiatan produksi pun tidak terwujud.

2.1.6. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

2.1.6.1 Definisi

Pengertian menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

“Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.”

Berdasarkan definisi UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008, usaha yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha akan diklasifikasikan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu untuk mengetahui peningkatan perkembangan usaha dan terkait dengan UMKM lebih berfokus untuk menghasilkan produk berdasarkan jenis usahanya.

Definisi UMKM (Usaha Kecil dan Menengah) menurut UU RI No. 20 Tahun 2008 “tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada bab I pasal 1, definisi UMKM sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

b. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang terdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

c. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini”.

2.1.6.2 Kriteria dan Ciri-Ciri UMKM

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Bab IV Pasal 6 mengenai kriteria UMKM yaitu:

- a. Usaha Mikro yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) atau hasil penjualan tahunan yang didapatkan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha Kecil yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) atau hasil penjualan tahunan yang didapatkan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) atau hasil penjualan tahunan yang didapatkan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.1.6.3 Indikator Persepsi Pelaku UMKM Tentang Akuntansi

Indikator adalah suatu pengukuran yang memberikan petunjuk atau keterangan terhadap suatu objek. Indikator persepsi pelaku UMKM (Usaha Kecil dan Menengah) tentang akuntansi adalah pengukuran yang digunakan untuk memberikan petunjuk tentang persepsi pelaku UMKM tentang akuntansi. Indikator persepsi adalah:

- a. Seleksi (*selection*), adalah tindakan memperhatikan sesuatu melalui panca indera.

- b. Organisasi dan pemberian makna (*organisation*), adalah mengorganisasikan informasi yang diperhatikan sehingga menjadi sesuatu yang bermakna.
- c. Interpretasi dan penilaian (*interpretation*), adalah kemampuan menjelaskan sesuatu yang telah diberi makna dengan menggunakan bahasa dan cara yang dimengerti untuk tujuan penilaian.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--------------------------|---|--|
| 1 | Aulia Puspita, (2012) | Analisis Break Event Point Terhadap Perencanaan Laba PR. Kreatifa Hasta Mandiri, Yogyakarta | Hasil analisis sebagai berikut: 1. Break even point total tahun 2009 yaitu Rp.14.517.416.341,00, untuk rokok Rush Rp.9.920.234.500,00, untuk rokok Exo Rp.4.960.117.250,00. Break even point total tahun 2010 yaitu Rp.21.618.352.500,00, untuk rokok Rush RP.12.917.011.500,00, untuk rokok Exo Rp.8.385.300.364,00. Break even pointtotal tahun 2011 yaitu Rp. 8.706,410.182,00, untuk rokok Rush RP.5.130.563.143,00, untuk rokok Exo Rp.3.482.564.073,00. 2. Margin of safetytotal tahun 2009 yaitu 34%, untuk rokok Rush 22%, untuk |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | | <p>rokok Exo 46%. Margin of safety total tahun 2010 yaitu 31%, untuk rokok Rush 28%, untuk rokok exo 35%. Margin of safety total tahun 2011 yaitu 53%, untuk rokok Rush 51%, untuk rokok Exo 56%.</p> <p>3. Perubahan elemen penentu break even berpengaruh terhadap perencanaan laba yaitu bila harga jual naik mengakibatkan break even point naik dan laba turun. Perubahan biaya variabel dan biaya tetap apabila naik mengakibatkan break even point naik dan laba turun sedangkan bila biaya turun break even point akan turun dan laba naik. Perusahaan menetapkan profit margintahun 2009 sebesar 25% tingkat penjualan minimal yang harus dicapai sebesar Rp.37.200.879.375,00. Profit margin tahun 2010 sebesar 20% tingkat penjualan minimal yang harus dicapai sebesar Rp.57.648.940.000,00. Profit margin tahun 2011 sebesar 35% tingkat penjualan minimal yang harus dicapai sebesar Rp.23.942.628,00.</p> |
| 2. | Astrin Kusumawardani dan Muhammad I, Alamsyah, (2020) | Analisis Perhitungan BEP (Break Event Point) dan Margin Of Safety Dalam Penentuan Harga Jual pada Usaha Kecil Menengah | <p>Penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis Break-evenPoint (BEP) dan Margin Of Savety(MOS) penentuan harga jual untuk mendapatkan laba yang diharapkan oleh UMKM tersebut. Sedangkan data yang digunakan ialah data</p> |

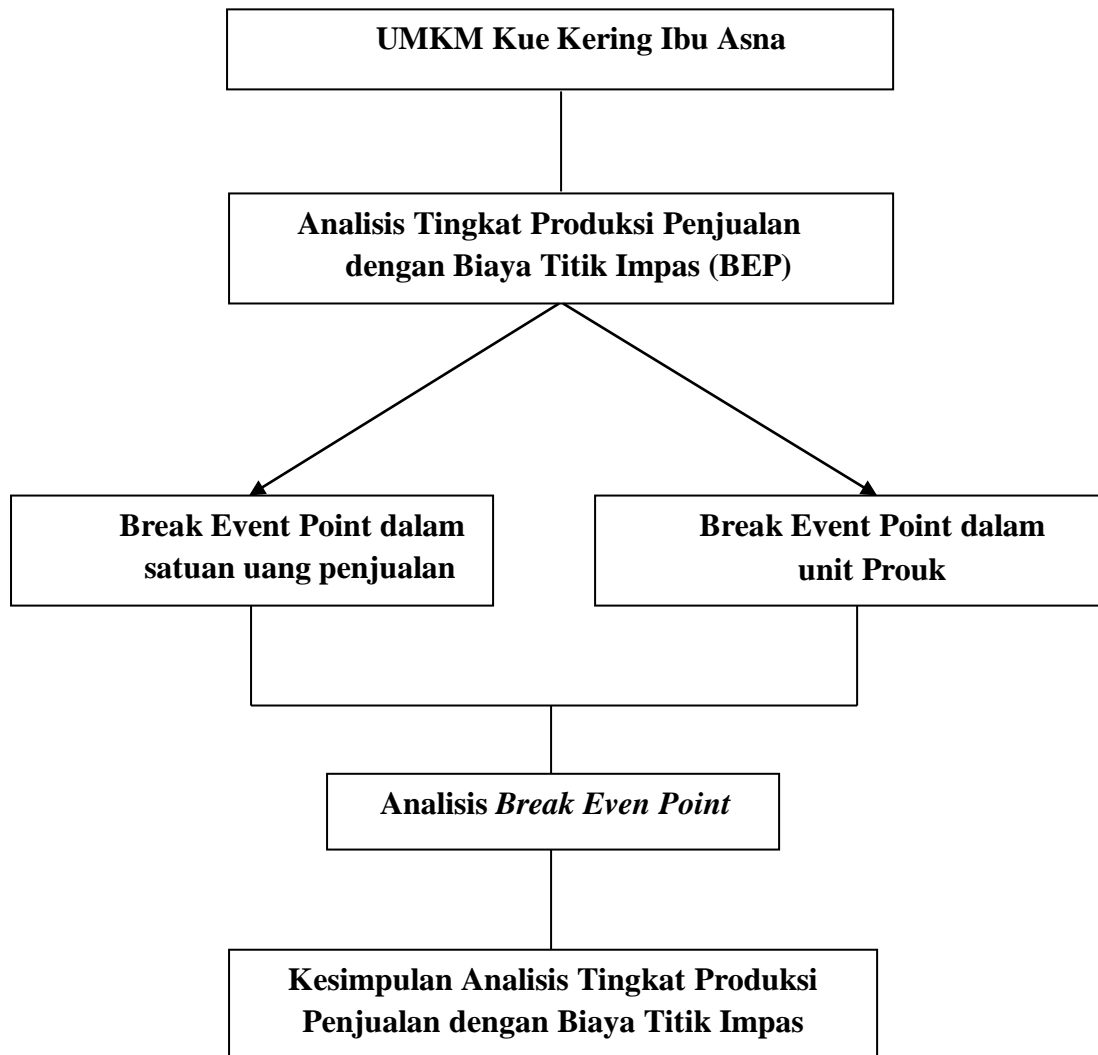
| | | | |
|----|----------------------|---|---|
| | | | primer melalui observasi dan wawancara, dan data sekunder yang berupa laporan keuangan Boeds Cofee. Serta menghitung dan memberi tanggapan tentang kelayakan harga jual yang akan dilakukan oleh UMKM tersebut. Berdasarkan hasil perhitungan melalui metode BEP dan MOS maka penentuan harga jual layak untuk digunakan. Dengan MOS sebesar 46%. |
| 3. | Muhammad Ali, (2018) | Analisis <i>Break Event Point</i> (BEP) Pada Pabrik Gula Di Kabupaten Takalar | Hasil penelitian yang diperoleh adalah: Secara keseluruhan penerimaan dan produksi gula Pabrik Gula Takalar pada tahun 2012 – 2016 telah mencapai BEP, hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata penerimaan dan produksi gula dari Rp. 17.251.829.104,71 dan 47.704,54 Kw |

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2011) mengemukakan bahwa Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting, dengan demikian dapat dikatakan bahwa kerangka berpikir ialah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis coba mengembangkan suatu pemikiran tentang Analisis *Break Even Point* Pada UMKM Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya. *Break Even Point* merupakan suatu titik impas, dimana jumlah biaya sama dengan jumlah pendapatan. Analisis impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol).

Dalam analisis Break Even Point memerlukan informasi penjualan, harga jual, biaya tetap, biaya variabel. Untuk menganalisis penjualan, harga jual, biaya tetap, biaya variabel menggunakan rumus Break Even Point. Sehingga hasil dari analisis Break Even Point digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk berhenti atau melanjutkan usaha UMKM Kue Keringg Ibu Asna.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian seperti yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka yang menjadi objek penelitian adalah Analisis Tingkat Produksi Penjualan Dengan Biaya Titik Impas (*Break Even Point*) Pada UMKM Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya. Adapun waktu penelitian akan dilakukan pada bulan Januari sampai Maret 2021.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Nazir dalam Andi Prastowo (2011:186), metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Menurut Nana Syaodih Sumkadinata (2011:60), penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap kepercayaan, persepsi, pemikiran secara individual maupun kelompok. Sedangkan metode kualitatif menurut Bogdan dan Taylor dalam LexyL. Moleong (2011:4) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-

kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Data yang dihasilkan berupa kata-kata, gambar serta perilaku manusia.

Nana Syaodih Sumkmadinata (2011:73) mengemukakan penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau pengubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan pengertian tersebut maka penelitian ini merupakan penelitian yang menggambarkan analisis *break even point* pada UMKM Kue Kering Ibu Asna.

3.3 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi konsep, dimensi, indikator dan ukuran yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel lainnya. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

| Variabel | Indikator | Rumus |
|--|--|--|
| Analisis <i>Break Even Point</i> Sumber: Garrison, dkk(2013) | 1. Break Event Point dalam satuan uang penjualan 2. Break Event Point dalam unit Produk | $BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Penjualan}}}$ $BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$ |

3.4 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan studi kasus yang menggambarkan keadaan sebenarnya dari objek penelitian. Agar penelitian ini berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan (Mujahidin, 2014:205).

3.4.1 Jenis Data

Menurut Sugiyono (2015), jenis data dibedakan menjadi 2, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data yang berupa kualitatif dan kuantitatif

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data Kualitatif adalah jenis data yang tidak berbentuk angka-angka, yang umumnya diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait pada lokasi penelitian.
- 2) Data Kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka, baik itu laporan keuangan dan dokumen-dokumen pendukung lainnya.

3.4.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Sumber data penelitian dibedakan menjadi 2, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2015).

- 1) Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari wawancara secara langsung dengan pihak yang terkait.
- 2) Data Sekunder adalah data yang berupa informasi yang diperoleh peneliti dengan cara membaca, melihat, dan mendengarkan. Data sekunder terdiri dari hasil laporan atau profil, internet, dan buku referensi.

1.3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) metode deskriptif adalah metode mengumpulkan, mengolah dan menginterpretasikan data yang diperoleh sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan yang diteliti.

Metode analisis kuantitatif yaitu analisis data yang dilakukan dengan mengevaluasi hasil perhitungan penentuan harga jual dan volume penjualan oleh perusahaan dan hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti. Hasil perhitungan yang dilakukan peneliti diuraikan sebagai berikut:

1) Menghitung Laba.

- a. Menentukan data biaya berupa biaya tetap dan biaya variable.
- b. Menghitung masing-masing biaya.

Garrison, dkk (2013) menyatakan formula yang dapat digunakan untuk menghitung Break Even Point sebagai berikut:

1) Break Even Point dalam satuan uang penjualan

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

2) Break Even Point dalam unit produk

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

2) Menghitung *Break Even Point* Untuk menghitung Break Even Point unsur-unsur yang diperlukan adalah sebagai berikut :

- a) Penggolongan biaya mana yang termasuk biaya variabel dan biaya tetap.
- b) Menghitung volume penjualan.
- c) Menghitung harga jual.

BAB IV

GAMBARAN LOKASI PENELITIAN, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Lokasi Penelitian

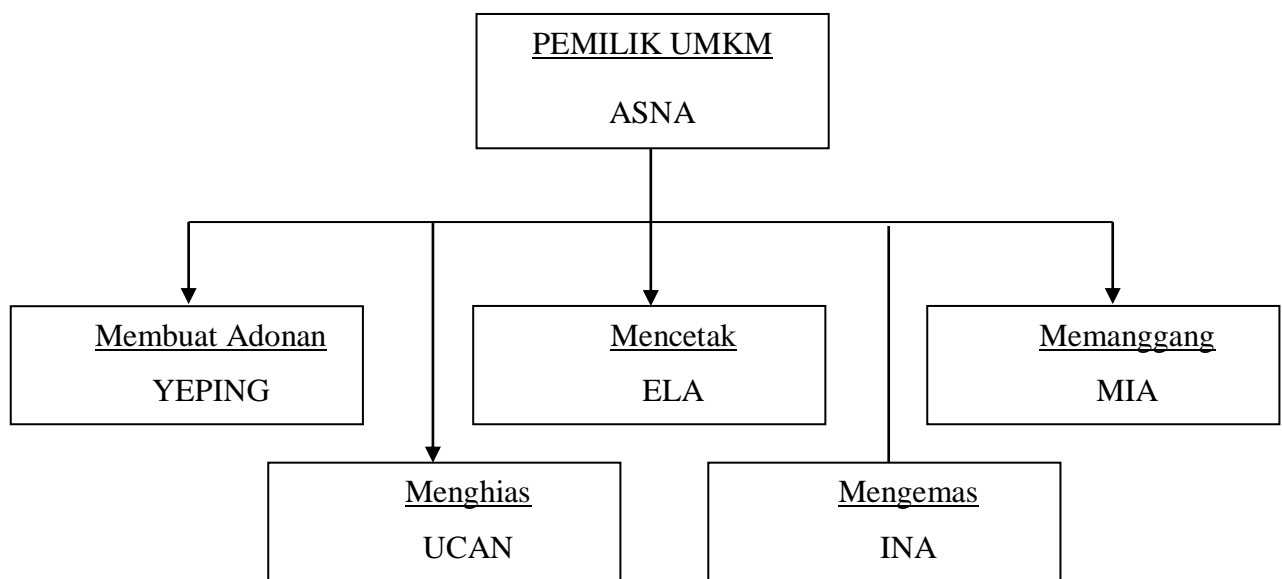
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kue Kering Ibu Asna merupakan salah satu usaha rumahan yang memproduksi makanan berbahan dasar mentega dan beralamat di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya Kabupaten Gorontalo Utara. Usaha Kue Kering ini sudah berlangsung sejak tahun 2009 yang dikelola sendiri oleh Ibu Asna Suleman dan mempekerjakan 5 (lima) orang untuk membantu proses pembuatan kue kering tersebut. Proses pembuatan kue kering ini diawali dengan membuat adonan kue, selanjutnya dicetak, kemudian dipanggang dan dikemas, terakhir produk siap untuk di pasarkan.

Awalnya pada tahun 2007 pemilik UMKM Kue Kering (Asna Suleman) bekerja disalah satu perusahaanUMKM Kue Kering (Ami Rahman) yang ada di kecamatan Gentuma Raya. Beliau menjadi salah satu karyawan yang membantu pembuatan kue kering. Tahun 2009 berkat kerja keras beliau berhasil mendirikan UMKM Kue Kering Sendiri yang sampai sekarang masih beroperasi.

STRUKTUR ORGANISASI UMKM

UMKM Kue Kering Ibu Asna mempunyai struktur organisasi yang masih sederhana. Pemilik UMKM menjabat sebagai pemimpin sekaligus memegang peranan dibagian keuangan dan secara langsung membawahi bagian karyawan lainnya. Sementara semua karyawan UMKM mempunyai tugas dan tanggung jawab yang sama yaitu berhubungan langsung dengan proses pembuatan kue kering.

Berikut kerangka struktur organisasi UMKM Kue Kering Ibu Asna.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi UMKM

Uraian Tugas Dan Tanggung Jawab

Adapun tugas dan tanggung jawab para pelaksana atau karyawan UMKM Kue Kering Ibu Asna.

1. Pemilik UMKM bertugas :
 - a. Sebagai petugas keuangan
 - b. Pemantau jalannya usaha UMKM
 - c. Penanggung jawab gaji karyawan
 - d. Sebagai tempat transaksi penjualan produk
 - e. Membeli bahan baku,
 - f. Memasarkan produk.
2. Karyawan bertugas :
 - a. Membuat adonan
 - b. Mencetak adonan
 - c. Memanggang kue
 - d. Menghias kue
 - e. Mengemas kue

4.2 Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian, maka diperoleh laporan keuangan Kue Kering Ibu Asna pada Bulan Maret dan Bulan Oktober tahun 2019. Untuk menganalisis Break Even Point memerlukan data yang berkaitan dengan unsur-unsur seperti penjualan, harga jual, biaya tetap, dan biaya variabel. Dari keempat unsur tersebut diukur menggunakan rumus Break Even Point sebagai berikut :

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Biaya Variabel}}$$

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

4.2.1 Break Even Point Bulan Maret

Analisis Break Even Point merupakan suatu alat atau teknik yang digunakan untuk mengetahui tingkat penjualan tertentu dalam suatu usaha sehingga tidak mengalami laba dan tidak mengalami kerugian (Kasmir, 2011). Biaya operasional merupakan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi. Biaya operasional dapat dipisahkan menjadi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel. Biaya tetap merupakan biaya yang besarnya tidak terpengaruh oleh aktivitas produksi. Biaya ini akan tetap dikeluarkan meskipun perusahaan tidak melakukan kegiatan produksi. Biaya variabel adalah biaya yang besarnya berubah secara proporsional dengan aktivitas produksi. Sedangkan biaya semivariabel adalah biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.

Menurut Kotler (2000) Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Margin Kontribusi adalah pendapatan penjualan dikurangi semua biaya variabel (Supriyono, 2009). Kontribusi margin merupakan analisi biaya volume laba bagian dari manajemen akuntansi terhadap margin keuntungan dalam penjualan per unit dan berguna dalam melaksanakan berbagai perhitungan atau digunakan sebagai ukuran kepengaruhan operasional.

Tabel 4.1
Data Biaya dan Penjualan Bulan Maret Tahun 2019

| KETERANGAN | JUMLAH |
|------------------------------|--------------------|
| Harga Jual Per Toples | 90.000 |
| Penjualan 1500 Toples | 135.000.000 |
| Biaya Tetap | |
| Gaji Karyawan 5 Orang | 7.700.000 |
| Biaya PDAM | 650.000 |
| Biaya Listrik | 1.275.000 |
| Biaya Telepon | 425.000 |
| Total Biaya Tetap | 10.050.000 |
| Biaya Variabel | |
| Toples | 350.000 |
| Amanda | 210.000 |
| Terigu | 210.000 |
| Gula | 850.000 |
| Blue Band | 410.000 |
| Omela | 500.000 |
| Sparrow | 500.000 |
| Messes Nuri | 350.000 |
| Penyedap | 500.000 |
| Biaya Reparasi | 575.000 |
| Total Biaya Variabel | 4.455.000 |
| Total Biaya | 14.505.000 |
| Laba Operasi | 120.495.000 |

Sumber: Olah Data

$$BEP (unit) = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

$$BEP (unit) = \frac{10.050.000}{90.000 - 2.970}$$

$$BEP (unit) = \frac{10.050.000}{87.030}$$

$$BEP (unit) = 115.47$$

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{10.050.000}{1 - \frac{4.455.0000}{135.000.000}}$$

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{10.050.000}{1 - 0.033}$$

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{10.050.000}{0.967}$$

$$BEP \text{ (rupiah)} = 10.392.967$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas pada bulan Januari *Break Even Point* (titik impas) UMKM ini tercapai pada saat unit yang dijual mencapai 115.47 unit dengan total penjualan sebesar Rp. 10.392.967 Pada saat penjualan UMKM Kue Kering ini tidak mengalami laba ataupun rugi.

Tabel 4.2
Pembuktian BEP Bulan Maret

| KETERANGAN | JUMLAH |
|-----------------------------------|------------|
| Penjualan 115.47 unit @90.000 | 10.392.967 |
| Biaya Variabel 115.47 unit @2.970 | 342.967 |
| Margin Kontribusi | 10.050.000 |
| Biaya tetap | 10.050.000 |
| Laba Operasi | 0 |

Sumber: Olahan Data

4.2.2 Break Event Point Bulan April

Tabel 4.3
Data Biaya dan Penjualan Bulan April Tahun 2019

| KETERANGAN | JUMLAH |
|------------------------------|-------------------|
| Harga Jual Per Toples | 90.000 |
| Penjualan 300 Toples | 27.000.000 |
| Biaya Tetap | |
| Gaji Karyawan 5 Orang | 7.700.000 |
| Biaya PDAM | 650.000 |
| Biaya Listrik | 1.275.000 |
| Biaya Telepon | 425.000 |
| Total Biaya Tetap | 10.050.000 |
| Biaya Variabel | |
| Toples | 350.000 |
| Amanda | 210.000 |
| Terigu | 200.000 |
| Gula | 850.000 |
| Blue Band | 450.000 |
| Omela | 500.000 |
| Sparrow | 500.000 |
| Seley | 300.000 |
| Penyedap | 550.000 |
| Biaya Reparasi | 575.000 |
| Total Biaya Variabel | 4.485.000 |
| Total Biaya | 14.535.000 |
| Laba Operasi | 12.465.000 |

Sumber: Olah Data

$$BEP (unit) = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

$$BEP (unit) = \frac{10.050.000}{90.000 - 14.950}$$

$$BEP (unit) = \frac{10.050.000}{75.050}$$

$$BEP (unit) = 133.91$$

$$BEP (rupiah) = \frac{Total\ Biaya\ Tetap}{1 - \frac{Biaya\ Variabel}{Penjualan}}$$

$$BEP (rupiah) = \frac{10.050.000}{1 - \frac{4.485.0000}{27.000.000}}$$

$$BEP (rupiah) = \frac{10.050.000}{1 - 0.166}$$

$$BEP (rupiah) = \frac{10.050.000}{0.834}$$

$$BEP (rupiah) = 12.050.359$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas pada bulan Januari *Break Even Point* (titik impas) UMKM ini tercapai pada saat unit yang dijual mencapai 133.91 unit dengan total penjualan sebesar Rp. 12.050.359 Pada saat penjualan UMKM Kue Kering ini tidak mengalami laba ataupun rugi.

Tabel 4.4
Pembuktian BEP Bulan April

| KETERANGAN | JUMLAH |
|------------------------------------|------------|
| Penjualan 133.91 unit @90.000 | 12.050.395 |
| Biaya Variabel 133.91 unit @14.950 | 2.000.395 |
| Margin Kontribusi | 10.050.000 |
| Biaya tetap | 10.050.000 |
| Laba Operasi | 0 |

Sumber: Olahan Data

4.2.3 Break Event Point Bulan Oktober

Tabel 4.5
Data Biaya dan Penjualan Bulan Oktober Tahun 2019

| KETERANGAN | JUMLAH |
|------------------------------|--------------------|
| Harga Jual Per Toples | 90.000 |
| Penjualan 1450 Toples | 130.500.000 |
| Biaya Tetap | |
| Gaji Karyawan 5 Orang | 7.700.000 |
| Biaya PDAM | 650.000 |
| Biaya Listrik | 1.275.000 |
| Biaya Telepon | 425.000 |
| Total Biaya Tetap | 10.050.000 |
| Biaya Variabel | |
| Toples | 350.000 |
| Amanda | 210.000 |
| Terigu | 200.000 |
| Gula | 850.000 |
| Blue Band | 450.000 |
| Omela | 300.000 |
| Sparrow | 500.000 |
| Messes | 300.000 |
| Penyedap | 100.000 |
| Biaya Reparasi | 575.000 |
| Total Biaya Variabel | 3.835.000 |
| Total Biaya | 13.885.000 |
| Laba Operasi | 116.615.000 |

Sumber: Olah Data

$$BEP (unit) = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

$$BEP (unit) = \frac{10.050.000}{90.000 - 2.644}$$

$$BEP (unit) = \frac{10.050.000}{87.356}$$

$$BEP (unit) = 115.04$$

$$BEP (rupiah) = \frac{Total\ Biaya\ Tetap}{1 - \frac{Biaya\ Variabel}{Penjualan}}$$

$$BEP (rupiah) = \frac{10.050.000}{1 - \frac{3.835.0000}{130.500.000}}$$

$$BEP (rupiah) = \frac{10.050.000}{1 - 0.0293}$$

$$BEP (rupiah) = \frac{10.050.000}{0.9707}$$

$$BEP (rupiah) = 10.353.353$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas pada bulan Januari *Break Even Point* (titik impas) UMKM ini tercapai pada saat unit yang dijual mencapai 115.04 unit dengan total penjualan sebesar Rp. 10.353.353 Pada saat penjualan UMKM Kue Kering ini tidak mengalami laba ataupun rugi.

Tabel 4.6
Pembuktian BEP Bulan Oktober

| KETERANGAN | JUMLAH |
|-----------------------------------|------------|
| Penjualan 115.04 unit @90.000 | 10.353.353 |
| Biaya Variabel 115.04 unit @2.644 | 303.353 |
| Margin Kontribusi | 10.050.000 |
| Biaya tetap | 10.050.000 |
| Laba Operasi | 0 |

Sumber: Olahan Data

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel 4.7
Laporan BEP Dan Laba Rugi selama 3 bulan pada Tahun 2019

| BULAN | BEP | LABA RUGI |
|--------------|-------------------|--------------------|
| Maret | 10.392.967 | 120.495.000 |
| April | 12.050.395 | 12.465.000 |
| Oktober | 10.353.353 | 116.615.000 |
| Total | 32.796.715 | 249.575.000 |

Sumber: Olahan Data

Analisis *Break Even Point* merupakan suatu alat atau teknik yang digunakan untuk mengetahui tingkat penjualan tertentu dalam suatu usaha sehingga tidak mengalami laba dan tidak mengalami kerugian. Menurut Hansen dan Mowen (2011) Titik Impas (*Break Even Point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol.

Berdasarkan hasil perhitungan pada bulan Maret *Break Even Point* UMKM Kue Kering Ibu Asna adalah sebesar Rp.10.392.967 dengan unit yang dijual mencapai 115.47 unit. Angka tersebut menjelaskan pada saat penjualan UMKM Kue Kering Ibu Asna tidak mengalami untung ataupun rugi. Apabila penjualan lebih besar dari nilai *Break Even Point* maka usaha ini mengalami keuntungan tetapi sebaliknya bila penjualan berada dibawah nilai *Break Even Point* maka usaha mengalami kerugian. Diketahui penjualan aktual UMKM Kue Kering Ibu Asna pada bulan Maret adalah sebesar Rp.135.000.000 dengan penjualan mencapai 1500 toples. Keadaan tersebut menjelaskan bahwa analisis

Break Even Point pada bulan Maret sudah berada pada posisi diatas titik impas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada bulan Maret usaha ini mengalami keuntungan. Keuntungan yang diperoleh UMKM Kue Kering Ibu Asna sebesar Rp.120.495.000 sehingga mampu menutupi biaya variabel dan biaya tetapnya.

Berdasarkan hasil perhitungan pada bulan April *Break Even Point* UMKM Kue Kering Ibu Asna mengalami kenaikan dibanding bulan sebelumnya. Diketahui Break Event Point sebesar adalah sebesar Rp.12.050.395 dengan unit yang dijual mencapai 133.91 unit. Angka tersebut menjelaskan pada saat penjualan UMKM Kue Kering Ibu Asna tidak mengalami untung ataupun rugi. Apabila penjualan lebih besar dari nilai *Break Even Point* maka usaha ini mengalami keuntungan tetapi sebaliknya bila penjualan berada dibawah nilai *Break Even Point* maka usaha mengalami kerugian. Diketahui penjualan aktual UMKM Kue Kering Ibu Asna pada bulan April adalah sebesar Rp. 27.000.000 dengan penjualan mencapai 300 toples. Keadaan tersebut menjelaskan bahwa analisis *Break Even Point* pada bulan April sudah berada pada posisi diatas titik impas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada bulan April usaha ini mengalami keuntungan. Keuntungan yang diperoleh UMKM Kue Kering Ibu Asna sebesar Rp.12.465.000 sehingga mampu menutupi biaya variabel dan biaya tetapnya.

Berdasarkan hasil perhitungan pada bulan Oktober *Break Even Point* UMKM Kue Kering Ibu Asna mengalami penurunan dibanding bulan sebelumnya. Diketahui Break Event Point sebesar adalah sebesar Rp.10.353.353 dengan unit yang dijual mencapai 115.04 unit. Angka tersebut menjelaskan pada saat penjualan UMKM Kue Kering Ibu Asna tidak mengalami untung ataupun

rugi. Apabila penjualan lebih besar dari nilai *Break Even Point* maka usaha ini mengalami keuntungan tetapi sebaliknya bila penjualan berada dibawah nilai *Break Even Point* maka usaha mengalami kerugian. Diketahui penjualan aktual UMKM Kue Kering Ibu Asna pada bulan Oktober adalah sebesar Rp.135.000.000 dengan penjualan mencapai 1.450 toples. Keadaan tersebut menjelaskan bahwa analisis *Break Even Point* pada bulan Oktober sudah berada pada posisi diatas titik impas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada bulan April usaha ini mengalami keuntungan. Keuntungan yang diperoleh UMKM Kue Kering Ibu Asna sebesar Rp.116.615.000 sehingga mampu menutupi biaya variabel dan biaya tetapnya.

Dari hasil analisis *Break Even Point* (titik impas) selama 3 bulan pada tahun 2019 UMKM Kue Kering Ibu Asna sudah berada diatas titik impas dengan kata lain usaha ini mampu memperoleh keuntungan, keuntungan yang diperoleh usaha ini sebesar Rp.249.575.000 menunjukkan bahwa usaha ini mampu menutupi biaya variabel dan biaya tetapnya selama tahun 2019. Namun pada umumnya usaha ini mengalami kenaikan dan penurunan, hal ini disebabkan usaha ini menggunakan biaya tetap dan biaya variabel yang semakin besar yang diikuti dengan meningkatnya penjualan. *Break Even Point* akan berubah-ubah seiring dengan terjadinya berbagai perubahan kondisi lingkungan atau kebijakan usaha dan naik turunnya *Break Even Point* artinya usaha ini harus mengantisipasi apabila terjadi perubahan-perubahan yang akan menyebabkan perubahan perolehan titik impas. Turunnya *Break Even Point* akan lebih menarik usaha ini jika dibandingkan dengan mengakibatkan kenaikan *Break Even Point*, karena

semakin rendah *Break Even Point* berarti semakin besar kemungkinan usaha ini memperoleh kesempatan untuk mendapatkan laba dan sebaliknya naiknya *Break Even Point* maka akan menderita kerugian. Hal ini diungkapkan pula oleh S. Munawir (2007) yaitu “Manajemen perusahaan dalam usahanya untuk meningkatkan penghasilan (pendapatan) yang akhirnya diharapkan untuk menaikkan keuntungan dapat dilakukan dengan menaikkan harga jual. Tetapi harus diperhatikan dan perlu diadakan penelitian pasar akibat adanya kenaikan harga jual tersebut, sebab dengan adanya kenaikan harga jual dapat mengakibatkan perubahan besarnya *Break Even Point*”.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mastaulina Siagian (2013) yang menyatakan bahwa usaha akan mencapai titik impas apabila tingkat produksinya sebanyak 838.68 Kg dengan harga jual Rp. 58.000/Kg/. jika dihitung dalam rupiah menjadi Rp. 48.668.988 dengan margin aman (MoS) sebesar 95%. Artinya pada titik impas penjualan sebesar Rp.. 48.668.98, pengolah ikan salai patin desa Koto Mesjid sudah menerima pulang pokok dan bila penjualan mampu diatas titik impas dipastikan perusahaan akan berlababa. Dengan asumsi-asumi yang digunakan antara lain biaya tetap tidak mengalami perubahan, harga jual per unit tidak berubah selama periode melakukan analisa.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis *Break Even Point* (titik impas) pada UMKM Kue Kering Ibu Asna di Kecamatan Gentuma Raya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Menentukan *Break Even Point* bagi setiap perusahaan, termasuk UMKM Kue Kering ini merupakan salah satu perencanaan yang perlu dilakukan manajemen atau pemilik usaha. Karena dengan adanya perhitungan dan analisis *Break Even Point*, biaya tetap dan biaya variabel dapat diidentifikasi dengan baik, selain itu batasan minimal yang harus diproduksi atau dijual dapat dijadikan acuan bagi usaha ini untuk mampu mencapai bahkan melebihi nilai *Break Even Point* yang ada agar tujuan usaha untuk memperoleh keuntungan guna menjaga kelangsungan usahanya dapat terpenuhi.
2. Dari hasil analisis *Break Even Point* (titik impas) selama 3 bulan pada tahun 2019 UMKM Kue Kering ibu Asna sudah berada diatas titik impas dengan kata lain usaha ini mampu memperoleh keuntungan, keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.249.575.000 menunjukkan bahwa usaha ini mampu menutupi biaya variabel dan biaya tetapnya selama tahun 2019.
3. Elemen yang menentukan besarnya *Break Even Point* yaitu biaya tetap, biaya variabel, harga jual, serta jumlah volume penjualan. Apabila volume

produksi atau penjualan berubah serta harga jual per unit berubah sedangkan biaya variabel dan biaya tetap tidak berubah maka akan mempengaruhi jumlah *Break Even Point*. Apabila biaya tetap naik dan anggaran lain tidak berubah maka *Break Even Point* akan naik dan laba akan turun. Apabila Koperasi menaikkan harga jual, maka *Break Even Point* akan turun dan laba naik. Sebaliknya jika terjadi penurunan harga jual, akan menyebabkan *Break Even Point* naik, laba turun dan dapat menyebabkan terjadinya kerugian.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat dikemukakan saran yang direkomendasikan pada UMKM Kue Kering Ibu Asna di Kecamatan Gentuma Raya, sebagai berikut :

1. UMKM Kue Kering Ibu Asna di Kecamatan Gentuma Raya

Hasil analisis *Break Even Point* yang ada dapat dijadikan masukan dan pertimbangan dalam melakukan kegiatan produksi, sehingga nilai *Break Even Point* yang diperoleh sebaiknya menjadi standar volume yang harus diproduksi atau dijual setiap bulannya, karena mencerminkan keadaan impas, dimana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga UMKM Kue Kering ini tidak mengalami kerugian maupun laba serta dapat menyisihkan keuntungan yang diperoleh ketika dalam keadaan pasang atau jumlah produksi yang melebihi jumlah normal sebagai tabungan guna mengantisipasi agar tidak mengalami kerugian ketika

berada didalam keadaan surut atau jumlah produksi yang berada dibawah normal

2. Peneliti selanjutnya.

Peneliti sadar akan kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini maka dari itu untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk melanjutkan penelitian ini dengan menganalisis *Break Even Point*.

JADWAL PENELITIAN

| No | Kegiatan | Bulan | | | | | | | |
|----|---------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|
| | | Sep | Okt | Nov | Des | Jan | Feb | Mart | Aprl |
| 1 | Pegusulan Judul | | | | | | | | |
| 2 | Penyusunan Proposal | | | | | | | | |
| 3 | Seminar Proposal | | | | | | | | |
| 4 | Penelitian Lapangan | | | | | | | | |
| 5 | Penyusunan Skripsi | | | | | | | | |
| 6 | Ujian Akhir | | | | | | | | |

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hafiz Tanjung. 2014. *Akuntansi, Transparansi, dan Akuntabilitas Keuangan Publik*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Adnan Mahdi, Mujahidin. 2014. *Panduan Penelitian Praktis untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung : Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2011. “*Strategic Management, Sustainable Competitive Advantage*”.Indonesia, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). Diambil pada 04 Oktober 2020, dari BPS: <http://www.se2016.bps.go.id>
- Bastian, Tito. 2013. *Pengaruh Pendapatan Nelayan Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Tihu Kecamatan Bonepantai*. Stia Bina Taruna Gorontalo.
- Basu Swasta. 2001. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit BPF
- Basu Swasta. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Garrison. Ray H dan Eric W. Noreen. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Garrison. Ray H. Noreen. Brewer. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Halim. Abdul. 2011. *Manajemen Keuangan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hansen dan Mowen. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.

- Henry Simamora. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat. Jakarta.
- Horngren. Harrison. Bamber. 2006. *Accounting*. 6 th Ed. America: Pearson Education Inc.
- Jaya, A. H. M. (2011). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang KakiLima di Sekitar Pantai Losari Kota Makassar*. Skripsi. Makassar: Jurusan Ilmu Ekonomi Feb Unhas.
- Kasmir. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler. Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Laksmi Dewi, A. A. Istri Agung Vera; Djinar Setiawina N, I G. B. Indrajaya.2012. *Analisis Pendapatan Pedagang Canang di Kabupaten Badung*. Magister Ilmu Ekonomi Universitas Udayana, Bali, asmieIndonesia & Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Lilis, Puspitawati dan Sri Dewi Anggadini. 2011. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Moekijat. 2000. *Kamus Manajemen*. CV Manda Maju.Bandung.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi kelima. Yogyakarta: UPPAMP YKPN Universitas Gajah Mada.
- Mulyadi. 2013. *Akuntansi Biaya*. Aditya Media. Yogyakarta.
- Mursyidi. 2008. *Akuntansi Biaya*. Bandung: Refika Aditama.
- Puspita, Aulia. 2012. *“Analisis Break Even Terhadap Perencanaan Laba Pr.Kreatifa Hasta Mandiri Yogyakarta”*.Skripsi. Yogyakarta: UNY.

- Ristinura, Indrika. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Tanjung Dalam Meningkatkan Kualitas Hidup*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sadono Sukrino. 2006. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. Jakarta: Rajagrafindo.
- Samuelson, Paul A dan Nordhaus, William D, 2004, *Ilmi Makro Ekonomi*. Jakarta PT. Media Edukasi.
- Sudarsono. 2012. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Penerbit LP3ES Edisi Revisi.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 17. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 17. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM)*.
- Winardi, 2002. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT.Grafindo Persada

DOKUMENTASI



DOKUMENTASI KEUANGAN SELAMA 3 BULAN PADA TAHUN 2019

22/03/19.
Date

| | | |
|----|-------------|-----|
| 50 | AMANDA | 210 |
| 50 | TERIGU | 210 |
| 10 | KARUNG GULA | 850 |
| 10 | BLUE BAND | 410 |
| 6 | OMELA | 500 |
| 6 | SPARROW | 500 |
| 3 | MESES ITUKI | 350 |
| 2 | PENYERAP | 500 |

24/03/19.

55 LUSIN poples 300

6/4/2019.

210 LUSIN poples 300

Date

~~22/03/19~~

~~10 KARUNG GULA~~

| | | | |
|----|------------|-------|------------|
| 40 | Cam poples | x 300 | 12.000.000 |
| 30 | Amanda | 210 | 6.300.000 |
| 10 | TERIGU | 200 | 2.000.000 |
| 9 | Gula | 850 | 7.650.000 |
| 4 | OMELA | 500 | 2.000.000 |
| 7 | SPARROW | 500 | 3.500.000 |
| 3 | SELEY | 300 | 1.500.000 |
| 1 | PENYERAP | 550 | 550.000 |
| 7 | Blue Band | 450 | 2.925.000 |

Rp. 59.650.000

9/10/2019.

| | | |
|----|-------------|-----|
| 20 | LSN poples | 300 |
| 10 | AMANDA | 210 |
| 2 | BLUE BAND | 410 |
| 1 | KARUNG GULA | 850 |
| 20 | TERIGU | 200 |
| 1 | PENYERAP | 500 |
| 2 | OMELA | 500 |
| 3 | MESES | 300 |
| 4 | SPARROW | 500 |
| 5 | SELEY | 300 |

| | | |
|----|------------|-----|
| 10 | LSN poples | 300 |
| 20 | TERIGU | 200 |
| 5 | GULA | 850 |
| 5 | BLUE BAND | 450 |
| 20 | AMANDA | 210 |
| 3 | SPARROW | 500 |
| 2 | OMELA | 500 |

1 KARUNG GULA



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Jl. Raden Saleh No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975; Fax: (0435) 82997;
E-mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 3262/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/II/2021

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Owner UMKM Kue Kering Ibu Asna

di,-

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D
NIDN : 0911108104
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Rizal Listanto M. Lawani
NIM : E1117118
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Lokasi Penelitian : UMKM KUE KERING IBU ASNA DI DESA PASALAE KEC. GENTUMA RAYA
Judul Penelitian : ANALISIS TINGKAT PRODUKSI PENJUALAN DENGAN METODE BREAK EVEN POINT STUDI PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH KUE KERING IBU ASNA DI DESA PASALAE KECAMATAN GENTUMA RAYA

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 27 Februari 2021



Zulham, Ph.D
NIDN 0911108104

UMKM KUE KERING EGIGA STAR
DESA PASALAE KECAMATAN GENTUMA RAYA

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asna Suleman
Jabatan : Pemilik UMKM Kue Kering Egiga Star
Alamat : Desa Pasalae, Kecamatan Gentuma Raya

Menerangkan bahwa :

Nama : Rizal Listanto M. Lawani
Nim : E1117118
Jurusan : Akuntansi
Jenjang : S1

Benar telah mengadakan penelitian di UMKM Kue Kering Ibu Asna pada tanggal 28 Februari 2021 s/d selesai guna melengkapi data pada penyusunan skripsi dengan judul: **“Analisis Tingkat Produksi Penjualan Dengan Metode Break Even Point (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil Menengah Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya”**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Gentuma Raya, 11 Maret 2021



Asna Suleman



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS ICHSAN
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 0934/UNISAN-G/S-BP/VI/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN : 0906058301
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasisw : RIZAL LISTANTO M. LAWANI
NIM : E1117118
Program Studi : Akuntansi (S1)
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Produksi Penjualan Dengan Metode (Break Even Point) (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya)

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 30%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 26 Juni 2021
Tim Verifikasi,



Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip

ABSTRACT

RIZAL LISTANTO M. LAWANI. E1117118. THE ANALYSIS OF SALES PRODUCTION RATE WITH BREAK-EVEN POINT OF THE SMALL – MEDIUM SCALED ENTERPRISE OF IBU ASNA COOKIES AT THE PASALAE VILLAGE, GENTUMA RAYA SUBDISTRICT

The research aims at finding at analyzing the Sales Production Rate with Break Even Point on the Small –Medium Scaled Business Enterprise of Ibu Asna Cookies at the Pasalae Village, Gentuma Raya sub-district. The type of research employs a case study that describes the actual condition of the research object. The result of the research demonstrates that from the analysis of Break-Even Point for three months in 2019 it is found that the Small Medium Enterprise of Ibu Asna Cookies has reached the Break-Even Point or in other words, the business has gained a profit of as much as IDR 249.575.000. This shows that the business enterprise is able to cover its' variable and fixed cost during the year 2019.

Keywords: Sales Production Rate, Break-Even Point



ABSTRAK

RIZAL LISTANTO M. LAWANI. E1117118. ANALISIS TINGKAT PRODUKSI PENJUALAN DENGAN BIAYA TITIK IMPAS (*BREAK EVEN POINT*) PADA UKM KUE KERING IBU ASNA DI DESA PASALAE KECAMATAN GENTUMA RAYA.

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Tingkat Produksi Penjualan Dengan Metode (*Break Even Point*) (Studi Pada UKM Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya. Jenis penelitian ini adalah Penelitian ini menggunakan studi kasus yang menggambarkan keadaan sebenarnya dari objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dari hasil analisis *Break Even Point* (titik impas) selama 3 bulan pada tahun 2019 UKM Kue Kering ibu Asna sudah berada diatas titik impas dengan kata lain usaha ini mampu memperoleh keuntungan, keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.249.575.000 menunjukkan bahwa usaha ini mampu menutupi biaya variabel dan biaya tetapnya selama tahun 2019.

Kata Kunci : Tingkat Produksi Penjualan, Biaya Titik Impas (*Break Even Point*)





E1117118 Rizal Listanto M. lawani.doc

Jun 4, 2021

5657 words / 35779 characters

E1117118

Rizal Listanto M. lawani.doc

Sources Overview

30%

OVERALL SIMILARITY

| | | |
|----|-------------------------------|-----|
| 1 | eprints.unisnu.ac.id | 5% |
| 2 | docobook.com | 4% |
| 3 | repositori.uin-alauddin.ac.id | 4% |
| 4 | repository.unigoro.ac.id | 2% |
| 5 | www.coursehero.com | 2% |
| 6 | core.ac.uk | 2% |
| 7 | media.neliti.com | 2% |
| 8 | digilib.uinsby.ac.id | 2% |
| 9 | eprints.perbanas.ac.id | 1% |
| 10 | repository.unpas.ac.id | 1% |
| 11 | ojs.unikom.ac.id | 1% |
| 12 | repo.apmd.ac.id | <1% |
| 13 | eprints.uny.ac.id | <1% |
| 14 | es.scribd.com | <1% |
| 15 | www.scribd.com | <1% |
| 16 | digilibadmin.unismuh.ac.id | <1% |

| | | | |
|----|----------------------|----------|-----|
| 17 | jurnal.pnk.ac.id | INTERNET | <1% |
| 18 | repository.uma.ac.id | INTERNET | <1% |
| 19 | docplayer.info | INTERNET | <1% |
| 20 | ojs.umsida.ac.id | INTERNET | <1% |

Excluded search repositories:

- None

Excluded from Similarity Report:

- Bibliography
- Quotes
- Small Matches (less than 20 words).

Excluded sources:

- None

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Rizal Listanto M Lawani dilahirkan Pada Tanggal 16 Februari 1999 di Kwandang Anak dari pasangan suami istri Bapak Mansur Lawani dan Ibu Erna Moko. Pada tahun 2011 Lulus dari SDN 3 Leboto, Tahun 2014 Lulus dari SMP 7 Kwandang, Lulus dari SMA Negeri 1 Tilamuta pada tahun 2017, Pada tahun 2017 Penulis masuk di Universitas Ichsan Gorontalo yg Insya Allah tahun ini mengantarkan penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu dengan judul Skripsi **“ANALISIS TINGKAT PRODUKSI PENJUALAN DENGAN METODE *BREAK EVEN POINT* (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Kue Kering Ibu Asna Di Desa Pasalae Kecamatan Gentuma Raya)**

Demikian riwayat hidup penulis untuk sekedar diketahui

Terima Kasih