

Analisis Titik Impas (*Break Event Point*) Produk Amplang Pada Usaha Noorahimana Di Samarinda

Siti Hawa¹, Imam Nazarudin Latif², EY. Suharyono³
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : sitihawa272703@gmail.com

Keywords :

Break Event Points, Variable Costs, Fixed Costs, Profit Volume Cost Analysis

ABSTRACT

This study aims to analyze and calculate the break event point that must be produced by Amplang Noorahimana Business in Samarinda so that the company does not suffer losses in 2019.

One form of analysis of the cost, volume and profit relationship is break-even analysis. Break even is a term used to describe the condition of the business, when the company does not earn a profit, but does not suffer a loss. Break event point can be defined as a situation where in company operations, the company does not earn a profit and does not suffer a loss, or income is equal to total costs. The analytical tool used is to use the break event point formula, both the break event point in rupiah and the break event point in units.

The results of the analysis show that the sales of amplang products carried out by the Noorahimana Amplang Business, both small size amplang, responsibility size amplang, and jumbo size amplang in 2019 are above the break even point in Rupiah and in production units. Sales of small amplang, responsibility size amplang, and jumbo size amplang in 2019 are above the break even point both in Rupiah and in production units showing that the company is able to cover all costs incurred, both variable costs and fixed costs, for break even and earn a return on sales made.

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan baik perusahaan yang berskala besar, menengah maupun kecil senantiasa bertujuan untuk mendapatkan laba. Besar kecilnya laba yang akan diperoleh oleh perusahaan sangat tergantung salah satunya kepada bagaimana perusahaan tersebut dapat mengendalikan proses atau jumlah produksinya. Usaha amplang merupakan suatu kegiatan usaha ekonomi, dimana manusia mengusahakan, mengelola dan mengendalikan sumberdaya usaha kecil dan menengah untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya demi meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan pengolah.

Usaha Amplang Noorahimana di Samarinda didirikan oleh Ibu Wilda yang beralamat di Jalan Pangeran Antasari No. 23 Samarinda yang memproduksi amplang dengan cita rasa gurih dan renyah, dan merupakan kiat untuk memperoleh peningkatan penjualan. Saat ini, terjadi kelangkaan ikan pipih, dimana keberadaan ikan pipih atau dikenal juga dengan ikan belida memang sedikit sulit untuk didapatkan di pasaran oleh para produsen produk berbahan baku ikan pipih seperti produsen amplang. Ikan belida sudah termasuk ikan yang terancam punah karena pemanfaatannya melebihi batas kemampuan reproduksinya yang menyebabkan populasinya menurun secara drastis (<https://diskan.kutaibaratkab.go.id/ikan-belida-si-pipih-bahan-baku-kerupuk-ikan/>).

Ketersediaan bahan baku ini dapat mempengaruhi tingkat produksi suatu usaha. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mastaulina (2011), Setiap perusahaan pasti akan menghadapi perubahan jumlah produksi, harga, dan biaya produksi. Kebijakan mengenai produksi, harga, dan biaya, maka perlu analisis mengenai titik impas atau *Break Even Point* (BEP) serta bagaimana sensitivitasnya terhadap adanya perubahan-perubahan dalam harga, produksi, dan biaya yang menjadi pertanyaan adalah pada titik impas penjualan berapa usaha pengolahan ikan salai patin tidak mengalami laba dan rugi, dan apakah pada titik impas tersebut perusahaan dalam kondisi margin aman.

Suyadi (2011:25) menyatakan bahwa “sehubungan dengan usaha untuk menentukan volume produksi yang tepat bagi suatu perusahaan, maka diperlukan berbagai macam alat yang dapat dipergunakan untuk penentuan volume produksi tersebut.” Salah satu alat yang dapat dipergunakan adalah suatu analisis yang sering disebut sebagai analisis pulang pokok, yang dikenal pula dengan nama analisis impas atau *break event point*.

Menurut Munawir (2010:184-185), “Analisis *break event point* mempunyai hubungan yang sangat erat dengan program *budget*, walaupun analisis *break event point* dapat diterapkan dengan data historis, tetapi akan sangat berguna bagi manajemen kalau diterapkan pada data taksiran periode yang akan datang. *Break event point* dapat diartikan suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, *perusahaan* tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi, atau penghasilan sama dengan total biaya. Tetapi analisis *break event point* tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang *break event point* saja, akan tetapi analisis *break event point* mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.”

Menurut Soemarsono (2010:34), “analisis ini akan dipergunakan untuk dapat mengetahui seberapa besar volume produksi yang dilaksanakan di dalam suatu perusahaan tersebut akan dapat mencapai keadaan pulang pokok (tidak untung dan juga tidak rugi). Disamping itu analisis ini akan dapat dipergunakan untuk mengetahui hubungan yang ada antara volume produksi yang dilaksanakan dengan jumlah biaya serta pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan yang bersangkutan.”

METODE

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan atau *Field Work Research*, yaitu pengumpulan data dengan cara langsung kelapangan tempat penelitian. Disini data dapat diperoleh dengan cara :
 - a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap perusahaan yang menjadi obyek penelitian.
 - b. *Interview* atau wawancara, yaitu melakukan komunikasi langsung kepada pihak perusahaan dan pihak lain yang diperlukan.
2. Penelitian Kepustakaan atau *Library Research*, yaitu pengumpulan data dari laporan atau catatan-catatan data yang dimiliki Usaha Amplang Noorahimana di Samarinda. Berupa dokumentasi, yaitu melakukan pencatatan pada dokumen-dokumen perusahaan tersebut.

Jangkauan Penelitian

Penelitian ini dilakukan hanya terbatas mengenai produksi amplang, tingkat penjualan, tingkat harga dan biaya-biaya selama tahun 2019 pada Usaha Amplang Noorahimana di Samarinda yang beralamat di jalan Pangeran Antasari No.23 Samarinda.

Rincian Data Yang Diperlukan

Adapun rincian data yang diperlukan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Gambaran umum Usaha Amplang Noorahimana di Samarinda.
2. Struktur Organisasi Usaha Amplang Noorahimana di Samarinda.
3. Data produksi dan tingkat penjualan amplang selama tahun 2019.
4. Data mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan selama tahun 2019.

Alat Analisis

Menurut Bambang Riyanto (2012:365-368):

$$BEP (Rp) = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Dimana:

BEP (Rp) = Penerimaan dalam satuan Rupiah (Rp) dimana posisi perusahaan berada pada titik impas (*Break Even Point*).

FC = *Fixed Cost* (Biaya tetap)

VC = *Variabel cost* (Biaya Variabel) per unit

S = Penjualan (harga di kali kuantitas)

Atau

$$BEP (Q) = \frac{FC}{P - V}$$

Dimana:

BEP (Q) = jumlah produksi, dimana posisi perusahaan berada pada titik impas (*break even point*)

FC = *Fixed Cost* (Biaya tetap)

P = Harga penjualan per unit

V = *Variabel cost* (Biaya Variabel) per unit

Pengujian Hipotesis

Adapun pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Hipotesis diterima apabila penjualan amplang pada Usaha Noorahimana di Samarinda selama tahun 2019 belum berada di atas titik impas, sebaliknya hipotesis ditolak apabila penjualan amplang pada Usaha Noorahimana di Samarinda selama tahun 2019 sudah berada di atas titik impas.”

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis

1. Analisis Alokasi Biaya Bersama

Salah satu elemen untuk menghitung titik impas (*break even point*) dalam unit adalah biaya variabel per unit yang belum diketahui karena Usaha Amplang Noorahimana melakukan satu proses produksi untuk menghasilkan jenis produk amplang dalam ukuran yang berbeda-beda untuk dijual dengan kuantitas produksi dan harga jual yang berbeda pula, sehingga timbul biaya produk bersama. Mulyadi dalam Putri (2017:16) mendefinisikan “Biaya produk bersama adalah biaya yang dikeluarkan sejak saat mula-mula bahan baku diolah sampai dengan saat berbagai macam produk dapat dipisahkan identitasnya”.

Biaya bersama sulit untuk diperhitungkan kepada masing-masing produk, sehingga diperlukan alokasi biaya bersama untuk masing-masing produk. Bustami dan Nurlela dalam Putri (2017:18) mendefinisikan “Alokasi biaya adalah pembebanan biaya secara proporsional dari biaya tidak langsung atau biaya bersama ke obyek biaya”.

Alokasi biaya bersama pada penelitian ini menggunakan metode nilai jual relatif, dengan rumus sebagai berikut

$$\text{Alokasi Biaya Bersama} = \frac{\text{Jumlah Nilai Jual Masing-Masing Produk}}{\text{Jumlah Nilai Jual Keseluruhan Produk}} \times \text{Biaya Bersama}$$

Sumber: Bustami dan Nurlela dalam Putri (2017:20)

Perhitungan nilai jual produk yang diproduksi Usaha Amplang Noorahimana pada tahun 2019, alokasi biaya variabel, dan alokasi biaya tetap dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 1. Perhitungan Nilai Jual Produk Amplang Pada Usaha Amplang Noorahimana Tahun 2019

No	Jenis Produk	Jumlah Produksi (bungkus)	Harga Jual/Unit (Rp)	Nilai Jual Produk (Rp)
(a)	(b)	(c)	(d)	(e) = (c) x (d)
1	Amplang Ukuran Kecil	7.680	15.000	115.200.000
2	Amplang Ukuran Tanggung	7.200	22.500	162.000.000
3	Amplang Ukuran Jumbo	5.280	35.000	184.800.000
Total		20.160		462.000.000

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai jual produk amplang pada Usaha Amplang Noorahimana pada tahun 2019 diperoleh dengan menghitung jumlah amplang yang diproduksi dikali dengan harga jual per unit yang ditetapkan, sehingga diperoleh nilai jual produk amplang ukuran kecil adalah sebesar Rp.115.200.000,-, kemudian nilai jual produk amplang ukuran tanggung adalah sebesar Rp.162.000.000,-, dan terakhir nilai jual produk amplang ukuran jumbo adalah sebesar Rp.184.800.000,-, dengan total nilai jual produk keseluruhan adalah sebesar Rp.462.000.000,-.

Tabel 2. Alokasi Biaya Variabel Produk Amplang Pada Usaha Amplang Noorahimana Tahun 2019

No	Jenis Produk	Nilai Jual (Rp)	Total Biaya Variabel (Rp)	Alokasi Biaya Variabel (Rp)
(a)	(b)	(c)	(d)	(e) = ((c) : \sum (c)) x (d)
1	Amplang Ukuran Kecil	115.200.000	239.064.800	59.610.963
2	Amplang Ukuran Tanggung	162.000.000	239.064.800	83.827.917
3	Amplang Ukuran Jumbo	184.800.000	239.064.800	95.625.920
Total		462.000.000		239.064.800

Berdasarkan tabel 2, alokasi biaya variabel terhadap produk amplang ukuran kecil adalah sebesar Rp.59.610.963,-, alokasi biaya variabel terhadap produk amplang ukuran tanggung adalah sebesar Rp.83.827.917,-, dan alokasi biaya variabel terhadap produk amplang ukuran jumbo adalah sebesar Rp.95.625.920,-.

Tabel 3. Alokasi Biaya Tetap Produk Amplang Pada Usaha Amplang Noorahimana Tahun 2019

No	Jenis Produk	Nilai Jual (Rp)	Total Biaya Tetap (Rp)	Alokasi Biaya Tetap (Rp)
(a)	(b)	(c)	(d)	(e) = ((c) : \sum (c)) x (d)
1	Amplang Ukuran Kecil	115.200.000	34.203.912	8.528.768
2	Amplang Ukuran Tanggung	162.000.000	34.203.912	11.993.580
3	Amplang Ukuran Jumbo	184.800.000	34.203.912	13.681.565
Total		462.000.000		34.203.912

Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa alokasi biaya tetap terhadap produk amplang ukuran kecil adalah sebesar Rp.8.528.768,-, alokasi biaya tetap terhadap produk amplang ukuran tanggung adalah sebesar Rp.11.993.580,-, dan alokasi biaya tetap terhadap produk amplang ukuran jumbo sebesar Rp.13.681.565,-.

2. Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Perhitungan titik impas (*break even point*) Usaha Amplang Noorahimana pada tahun 2019 baik dalam Rupiah maupun dalam unit produksi adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Perhitungan Titik Impas (*Break Even Point*) Dalam Rupiah Pada Usaha Amplang Noorahimana Tahun 2019

Jenis Produk	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Penjualan (Rp)	BEP (Rp)
(a)	(b)	(c)	(d)	(e) = (b) : (1- ((c) : (d)))
Amplang Ukuran Kecil	8.528.768	59.610.963	97.920.000	21.799.998
Amplang Ukuran Tanggung	11.993.580	83.827.917	108.540.000	52.678.000
Amplang Ukuran Jumbo	13.681.565	95.625.920	145.992.000	39.657.623
Total	34.203.912	239.064.800	352.452.000	114.135.621

Berdasarkan tabel 4, titik impas (*break even point*) dalam rupiah produk amplang ukuran kecil adalah pada penjualan sebesar Rp.21.799.998,-, sedangkan untuk produk amplang ukuran tanggung adalah pada penjualan sebesar Rp.52.678.000,-, dan untuk produk amplang ukuran jumbo adalah pada penjualan sebesar Rp.39.657.623,-.

Berdasarkan tabel 5 dibawah, menunjukkan bahwa titik impas (*break even point*) dalam unit produk amplang ukuran kecil adalah pada penjualan sebanyak 1.453 bungkus, sedangkan untuk produk amplang ukuran tanggung adalah pada penjualan sebanyak 2.341 bungkus, dan untuk produk amplang ukuran jumbo adalah pada penjualan sebanyak 1.133 bungkus.

Tabel 5. Perhitungan Titik Impas (*Break Even Point*) Dalam Unit Pada Usaha Amplang Noorahimana Tahun 2019

Jenis Produk	Biaya Tetap (Rp)	Harga Jual / Unit (Rp)	Biaya Variabel / Unit (Rp)	BEP (Unit)
(a)	(b)	(c)	(d)	(e) = (b) : ((c) - (d))
Amplang Ukuran Kecil	8.528.768	15.000	9.132	1.453
Amplang Ukuran Tanggung	11.993.580	22.500	17.377	2.341
Amplang Ukuran Jumbo	13.681.565	35.000	22.925	1.133
Total	34.203.912			4.928

Tabel 6. Rekapitulasi Perhitungan Titik Impas (*Break Even Point*) Dalam Unit Pada Usaha Amplang Noorahimana Tahun 2019

Jenis Produk	Penjualan (Rp)	BEP (Rp)	Keterangan
Amplang Ukuran Kecil	97.920.000	21.799.998	Diatas BEP
Amplang Ukuran Tanggung	108.540.000	52.678.000	Diatas BEP
Amplang Ukuran Jumbo	145.992.000	39.657.623	Diatas BEP

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa penjualan amplang ukuran kecil, amplang ukuran tanggung, dan amplang ukuran jumbo pada tahun 2019 berada diatas titik impas (*break even point*) dalam Rupiah.

Tabel 7. Rekapitulasi Perhitungan Titik Impas (*Break Even Point*) Dalam Unit Pada Usaha Amplang Noorahimana Tahun 2019

Jenis Produk	Penjualan (Bungkus)	BEP (Unit)	Keterangan
Amplang Ukuran Kecil	6.528	1.453	Diatas BEP
Amplang Ukuran Tanggung	4.824	2.341	Diatas BEP
Amplang Ukuran Jumbo	4.171	1.133	Diatas BEP

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa penjualan amplang ukuran kecil, amplang ukuran tanggung, dan amplang ukuran jumbo pada tahun 2019 berada diatas titik impas (*break even point*) dalam unit produksi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat dipaparkan pembahasan berdasarkan tabel 8 sebagai berikut:

Penjualan produk amplang pada Usaha Amplang Noorahimana pada tahun 2019 adalah sebesar Rp.352.452.000,- yang terdiri dari penjualan amplang ukuran kecil sebesar Rp.97.920.000,-, penjualan amplang ukuran tanggung sebesar Rp.108.540.000,-, dan penjualan amplang ukuran jumbo sebesar Rp.145.992.000,-.

Total biaya variabel yang dikeluarkan oleh Usaha Amplang Noorahimana pada tahun 2019 adalah sebesar Rp.239.064.800,- dengan rincian alokasi biaya variabel terhadap produk amplang ukuran kecil adalah sebesar Rp.59.610.963,-, alokasi biaya variabel terhadap produk amplang ukuran tanggung adalah sebesar Rp.83.827.917,-, dan alokasi biaya variabel terhadap produk amplang ukuran jumbo adalah sebesar Rp.95.625.920,-.

Tabel 8. Hasil Analisis Pada Usaha Amplang Noorahimana Tahun 2019

Keterangan	Jenis Produk			Total
	Kecil	Tanggung	Besar	
Penjualan	Rp 97.920.000	Rp 108.540.000	Rp 145.992.000	Rp 352.452.000
Biaya Variabel	Rp 59.610.963	Rp 83.827.917	Rp 95.625.920	Rp 239.064.800
Margin Kontribusi	Rp 38.309.037	Rp 24.712.083	Rp 50.366.080	Rp 113.387.200
Biaya Tetap	Rp 8.528.768	Rp 11.993.580	Rp 13.681.565	Rp 34.203.912
Laba Bersih	Rp 29.780.269	Rp 12.718.504	Rp 36.684.515	Rp 79.183.288
Rasio Margin Kontribusi	39%	23%	34%	32%
BEP Rp	Rp 21.799.998	Rp 52.678.000	Rp 39.657.623	Rp 114.135.621
BEP Unit	1.453 unit	2.341 unit	1.133 unit	4.928 unit

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh margin kontribusi yang diperoleh dengan menghitung penjualan dikurangi dengan biaya variabel untuk produk amplang ukuran kecil adalah sebesar Rp.38.309.037,-, margin kontribusi untuk produk amplang ukuran tanggung adalah sebesar Rp.24.712.083,-, dan margin kontribusi untuk produk amplang ukuran besar adalah sebesar Rp.50.366.080,-. Total margin kontribusi seluruh produk adalah sebesar Rp.113.387.200,-.

Adapun biaya tetap yang dikeluarkan oleh Usaha Amplang Noorahimana pada tahun 2019 adalah sebesar Rp.34.203.912,-, dengan alokasi biaya tetap terhadap produk amplang ukuran kecil adalah sebesar Rp.8.528.768,-, alokasi biaya tetap terhadap produk amplang ukuran tanggung adalah sebesar Rp.11.993.580,-, dan alokasi biaya tetap terhadap produk amplang ukuran jumbo sebesar Rp.13.681.565,-.

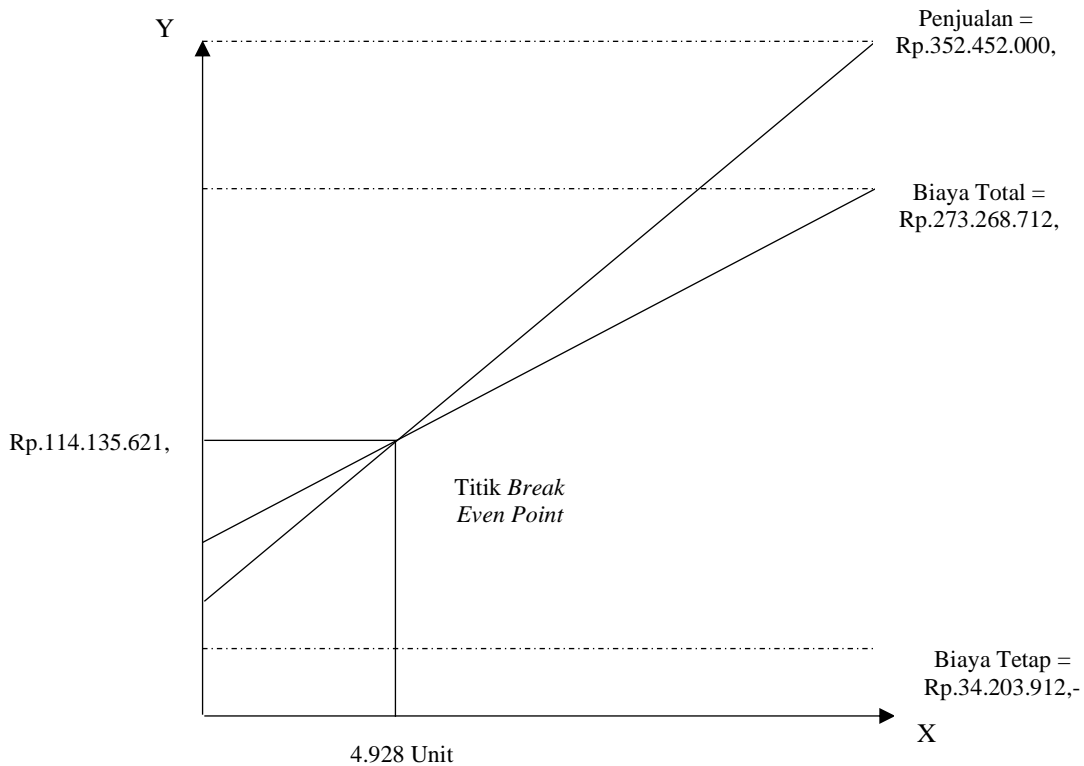
Laba bersih Usaha Amplang Noorahimana pada tahun 2019 adalah sebesar Rp.79.183.288,- yang diperoleh dari margin kontribusi dikurangi dengan biaya tetap, dimana produk amplang ukuran jumbo memberikan kontribusi laba bersih terbesar yaitu Rp.36.684.515,-, kemudian produk amplang ukuran kecil sebesar Rp.29.780.269,- dan produk amplang ukuran tanggung sebesar Rp.12.718.504,-.

Rasio margin kontribusi diperoleh dengan membagi margin kontribusi dengan penjualan, dimana rasio margin kontribusi kemudian produk amplang ukuran kecil adalah 39%, produk amplang ukuran tanggung sebesar 23%, dan produk amplang ukuran jumbo sebesar 34%.

Titik impas (*break even point*) dalam rupiah produk amplang ukuran kecil adalah pada penjualan sebesar Rp.21.799.998,-, sedangkan untuk produk amplang ukuran tanggung adalah pada penjualan sebesar Rp.52.678.000,-, dan untuk produk amplang ukuran jumbo adalah pada penjualan sebesar Rp.39.657.623,-. Titik impas (*break even point*) dalam rupiah produk amplang secara keseluruhan adalah pada penjualan sebesar Rp.114.135.621,-.

Titik impas (*break even point*) dalam unit produk amplang ukuran kecil adalah pada penjualan sebanyak 1.453 bungkus, sedangkan untuk produk amplang ukuran tanggung

adalah pada penjualan sebanyak 2.341 bungkus, dan untuk produk amplang ukuran jumbo adalah pada penjualan sebanyak 1.133 bungkus. Titik impas (*break even point*) dalam unit produk amplang secara keseluruhan adalah pada penjualan sebanyak 4.928 bungkus. Secara grafik, titik impas (*break even point*) pada Usaha Amplang Noorahimana tahun 2019 dapat pada gambar 1.



Gambar 1. Grafik *Break Even Point* Usaha Amplang Noorahimana Tahun 2019

Analisis titik impas (*break even point*) sangat penting bagi manajemen atau pemilik usaha dalam hal pengambilan keputusan untuk menarik produk atau mengembangkan produk tertentu, serta menjadi informasi bagi manajemen mengenai berapa unit atau Rupiah penjualan minimum yang harus dicapai di masa yang akan datang. Lebih jauh, analisis terhadap titik impas (*break even point*) Usaha Amplang Noorahimana kedepan dapat dijadikan sebagai alat untuk melakukan perencanaan laba bagi perusahaan, sehingga kedepan perusahaan dapat menentukan target laba yang ingin dicapai. Titik impas (*break even point*) menunjukkan perusahaan berada pada kondisi tidak mendapatkan laba dan juga tidak mendapatkan rugi. Penjualan amplang ukuran kecil, amplang ukuran tanggung, dan amplang ukuran jumbo pada tahun 2019 berada diatas titik impas (*break even point*) baik dalam Rupiah maupun dalam unit produksi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menutupi seluruh biaya untuk mencapai impas dan memperoleh laba atas penjualan yang dilakukan. Kinerja penjualan yang dilakukan oleh Usaha Amplang Noorahimana harus terus dipertahankan dan ditingkatkan agar perusahaan dapat konsisten memperoleh laba dan dapat terus menjaga kelangsungan usahanya ditengah kompetisi yang semakin ketat saat ini. Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan ditolak. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian Siti Paddilah (2018) berjudul “Analisis *Break Even Point* Sebagai Perencanaan Laba Pada *Home Industry* Kain Kasur Palembang Di Desa Kadu Kabupaten Tangerang” yang menyimpulkan penjualan kain kasur selama periode penelitian berada diatas *break even point* dan hasil penelitian Wahyudi

Prasetyo (2010) berjudul “Analisis *Break Even Point* Pada Industri Pengolahan Tebu Di Pabrik Gula (PG) Mojo Kabupaten Sragen” yang menghasilkan kesimpulan jika rata-rata penerimaan atau penjualan gula lebih besar dari *break even point* baik secara Rupiah maupun dalam unit.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa penjualan produk amplang yang dilakukan Usaha Amplang Noorahimana, baik produk amplang ukuran kecil, amplang ukuran tanggung, dan amplang ukuran jumbo pada tahun 2019 berada diatas titik impas (*break even point*) dalam Rupiah.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa penjualan produk amplang yang dilakukan Usaha Amplang Noorahimana, baik produk amplang ukuran kecil, amplang ukuran tanggung, dan amplang ukuran jumbo pada tahun 2019 berada diatas titik impas (*break even point*) dalam unit produksi.
3. Penjualan amplang ukuran kecil, amplang ukuran tanggung, dan amplang ukuran jumbo pada tahun 2019 berada diatas titik impas (*break even point*) baik dalam Rupiah maupun dalam unit produksi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan, baik biaya variabel maupun biaya tetap, untuk mencapai impas dan memperoleh laba atas penjualan yang dilakukan.

Saran

Berikut ini saran yang dapat disampaikan oleh penulis:

1. Bagi pemilik Usaha Amplang Noorahimana, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan informasi yang menunjukkan titik impas (*break even point*) atas penjualan produk amplang yang dilakukan sehingga menjadi informasi dalam kaitan dengan pengambilan keputusan, khususnya mengenai jumlah produksi yang dapat dilakukan, tingkat penjualan yang dapat direncanakan, serta laba perusahaan yang dapat diharapkan dimasa yang akan datang. Pemilik Usaha Amplang Noorahimana kedepan dapat melakukan penyesuaian jumlah produksi sehingga tidak terjadi *over* produksi dan melakukan inovasi atau pengembangan, baik dalam hal variasi ukuran produk amplang, maupun jenis produknya sehingga timbul bauran produk yang dapat menghasilkan tambahan penjualan dan laba yang diharapkan.
2. Bagi akademik, hasil penelitian ini dapat menjadi sebagai referensi dan wawasan serta pengetahuan untuk penelitian selanjutnya mengenai *break even point*, baik dalam usaha sejenis maupun usaha yang berbeda sehingga dapat diperoleh variasi hasil penelitian.

REFERENCES

- Anonim. 2020. *Ikan Belida, Si Pipih Bahan Baku Kerupuk Ikan*, Online. <https://diskan.kutaibarakab.go.id/ikan-belida-si-pipih-bahan-baku-kerupuk-ikan/>. Diakses pada hari Jum'at, 30 Oktober 2020, jam 13.00.
- Munawir, S. 2010. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Keempat, Cetakan Ke-13. Yogyakarta: Liberty
- Putri, Monica Felicia Mutiarasari. 2017. *Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk (Studi Kasus Pada Kerajinan Agus Ceramics)*. *Repository Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, Online. <https://repository.usd.ac.id/11676/>. Diakses pada hari Kamis, 13 Agustus 2020, jam 22.30.
- Riyanto Bambang. 2012. *Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: Yayasan Badan Penerbit Gadjah Mada.
- Soemarsono, SR. 2010. *Peranan harga Pokok Dalam Penentuan harga Jual*. Jakarta: Erlangga
- Suyadi, Prawirosentono. 2011. *Manajemen Operasi*. Edisi Ketiga. Cetakan I. Jakarta: Bumi Aksara