

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak lama kehadiran UMKM dianggap penting dalam perekonomian suatu negara. Diciptakannya lowongan pekerjaan untuk dapat mengentaskan kemiskinan yang dikontribusikan dari kehadiran UMKM.(Aribawa, 2016).

Di ASEAN, hingga saat ini ada 96% perusahaan adalah UMKM, dengan kombinasi antara 50% - 95% karyawan lokal, berkontribusi terhadap 35% – 53% PDB, berkontribusi 19% - 31% dari omset ekspor. Di Indonesia, sebesar 99,98% pelaku usaha adalah UMKM, yang berkontribusi 57% dari PDB dan menyerap lebih dari 97% pekerja lokal. (Wahyuningsih, 2017).



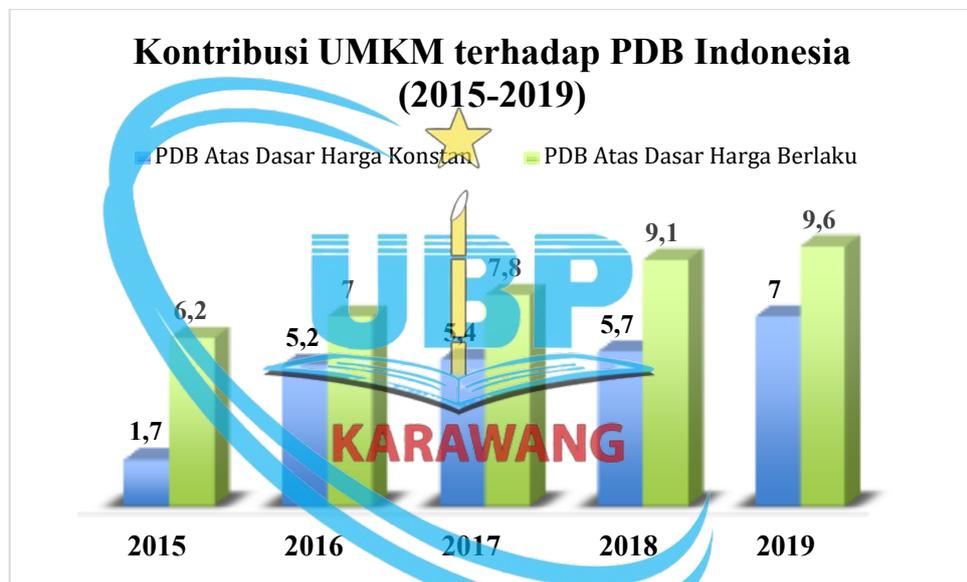
Gambar 1.1 Jumlah Unit UMKM Tahun 2015-2019
Sumber: Kemenkopukm.go.id 2021

Dapat dilihat dari **Gambar 1.1** tersebut bahwa bisnis UMKM yang tersebar diseluruh Indonesia dan jumlahnya terus meningkat dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019. Pada tahun 2015 sebanyak 59.26 juta umkm, pada tahun 2016 sebanyak 61.65 juta umkm, pada tahun 2017 sebanyak 62.9 juta umkm, pada tahun 2018 sebanyak 62.92 juta umkm, dan pada tahun 2019 sebanyak 65.47 juta umkm.

Ini terbukti bahwa umkm di Indonesia selalu mengalami peningkatan pelaku UMKM Jumlah tersebut mencapai 99,99% dari seluruh usaha di indonesia.

Sementara itu, usaha berskala tinggi hanya sebanyak 5.637 unit atau setara 0,01%. Secara rinci, sebanyak 64,6 juta unit merupakan usaha mikro. Jumlahnya setara dengan 98,67% dari total UMKM di seluruh Indonesia. Sebanyak 798.679 unit merupakan usaha kecil. Proporsinya sebesar 1,22% dari total UMKM di dalam negeri. Sementara, usaha menengah hanya sebanyak 65.465 unit. Jumlah itu memberi andil sebesar 0,1% dari total UMKM di Indonesia. (Kemenkopukm.go.id, 2022).

“Secara spesifik, keberadaan UMKM dipercaya akan mampu berkontribusi terhadap upaya pengentasan kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja” (Aribawa, 2016).



Gambar 1.2 Kontribusi UMKM pada PDB Indonesia (2015-2019)
Sumber: Kemenkopukm.go.id 2021

Dapat dilihat pada **Gambar 1.2** bahwa setiap tahun kontribusi UMKM mengalami peningkatan, tahun 2019 PDB dengan harga konstan sebesar Rp. 7.034,1 miliar, meningkat 22,9% dari tahun sebelumnya, yaitu Rp. 5.721,1 miliar. Selanjutnya terlihat pada kontribusi UMKM terhadap PDB berdasarkan harga berlaku tahun 2019 sebesar Rp. 9.580,8 miliar, meningkat signifikan sebesar 5,7% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu Rp. 9.062,6 miliar. Kontribusi ini meningkat signifikan karena sebagian besar unit usaha di Indonesia adalah UMKM. (Kemenkopukm.go.id, 2021).

Peranan sektor UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi menuntut peningkatan kapasitas UMKM. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan

kapasitas pengelolaan keuangan UMKM dan memperluas akses pembiayaan bagi UMKM. Melalui edukasi dan inklusi keuangan dari otoritas jasa keuangan (OJK) menyatakan perekonomian nasional di sumbangkan dari sektor UMKM di Indonesia sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 miliar dalam kontribusi yang diberikan pada produk domestik bruto (PDB) dan tenaga kerja yang digunakan sebanyak 97% . (Manajemen et al., 2021).

Jenis bidang usaha UMKM beragam mulai dari perdagangan, jasa dan industri. (Trisnawati & Situmorang, 2015). UKM salah satu bagian dari UMKM yang jenis usahanya kecil menengah, dengan mempekerjakan 5 – 19 karyawan. Masyarakat indonesia banyak meminati jenis usaha tersebut.

Tujuan memulai bisnis tidak lebih dari menghasilkan keuntungan untuk keberlangsungan hidup dan perkembangan usaha. Bagi pengusaha yang ingin berkembang dan berhasil mereka harus berusaha untuk meningkatkan volume penjualan yang dicapai usahanya, karena hal ini berpengaruh terhadap pencapaian keuntungan usaha yang maksimal. Perkembangan dan kemajuan usaha menjadi persaingan yang sangat ketat dalam kalangan pengusaha, sedangkan mengejar keuntungan tidak lepas dari masalah penjualan, penjualan yang kuat tidak selalu membawa keuntungan yang lebih tinggi.

Jika ingin meningkatkan perolehan laba yang lebih besar dan mengefesiensikan biaya produksi, maka dengan meningkatkan volume penjualan yang maksimal, usaha dapat mendapatkan laba yang besar.

Dalam jurnal (Pangemanan, 2016) Dalam tinjauannya (Pangemanan, 2016) “Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam pengelolaan suatu manajemen perusahaan, yaitu bahwa berhasil tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan pemimpin dalam pengelolaan usaha yang dijalankannya. Ukuran keberhasilan seorang manajer dalam menjalankan usahanya dapat dilihat dari keuntungan yang dihasilkan dalam periode tertentu. Manajer juga harus mampu melihat kemungkinan-kemungkinan yang akan terwujud serta peluang yang ada di masa yang akan datang dalam jangka pendek maupun jangka panjang”.

Keberhasilan atau kegagalan menjadi tolak ukur suatu bisnis dalam keuntungan yang dihasilkan oleh bisnis tersebut. Tiga faktor yaitu biaya, harga jual produk, dan volume penjualan sangat mempengaruhi tingkat keuntungan. Besaran penjualan

dipengaruhi oleh harga jual yang ditentukan, sedangkan penjualan mempengaruhi jumlah produksi. dari ketiga faktor ini saling berkaitan. Oleh sebab itu, peranan antara penjualan, volume dan biaya menjadi sangat penting dalam perencanaan keuntungan. (Baris & Sondakh, 2014)

Untuk dapat merencanakan laba diperlukan perhitungan biaya, tingkat penjualan, keuntungan, dan batas keamanan. Teknik yang digunakan untuk menganalisis biaya, tingkat penjualan, dan keuntungan yaitu analisis titik impas atau *break even point*. Kondisi sebuah perusahaan berada dititik impas saat pendapatan dan kerugian sama dengan nol. Hasil penjualan impas bila dikaitkan dengan perkiraan penjualan atau pada tingkat penjualan tertentu, memberikan gambaran sejauh mana penurunan penjualan dapat dikurangi sehingga UKM tidak mengalami kerugian. Rencana rasio penjualan pada tingkat impas adalah tingkat keamanan atau "*Margin of Safety*" dalam mengurangi penjualan bagi perusahaan. batas keamanan yang tinggi lebih disukai dari pada yang rendah, sebab itu kerugian yang tinggi berarti menjauh dari kerugian yang mungkin dialami UKM. (Ponomban, 2012).

Dari banyaknya pelaku UMKM dsampai saat ini banyak terdapat UMKM yang belum mengerti akan manajemen keuangan dengan baik.



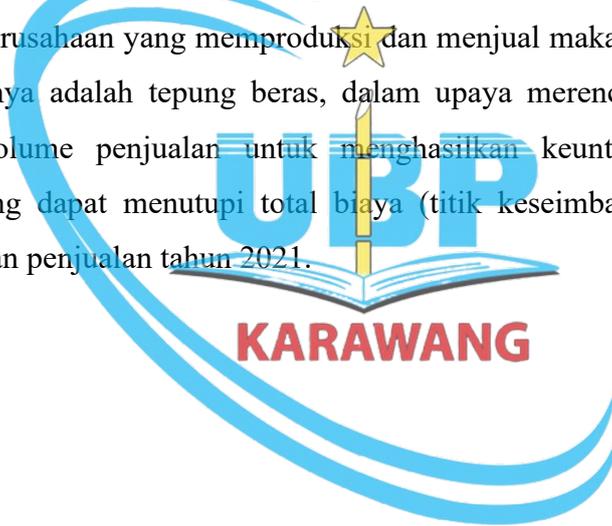
Gambar 1.3 Pengetahuan Pelaku UMKM terhadap Laporan Keuangan
Sumber: tribunews.com 2017

Dapat dilihat dari **Gambar 1.3** bahwa terdapat banyak sekali pelaku umkm yang belum bisa membuat laporan keuangan, dari 65,7 juta pelaku UKM hanya 20%

yang bisa membuat laporan keuangan itupun laporan keuangan standar, yang hanya mencatat penggunaan bahan baku dan data penjualan (Victor, 2017) .

Hal ini tentunya menjadi permasalahan bagi UKM yang bisa membuat laporan keuangan tetapi tidak bisa untuk mengelolanya dengan baik, dimana mengatasi kerugian dan dapat memprediksi keuntungan pada masa mendatang, hal tersebut menjadi sangat penting pada dunia bisnis. Salah satu UKM yang belum bisa mengatasi kerugian dan memprediksi laba dimasa yang akan datang adalah UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang.

Selama ini pelaku UKM dalam pengelolaan keuangan tidak mengetahui berapa penjualan bisa turun dan batas aman agar tidak menderita kerugian serta bagaimana merencanakan keuntungan di masa depan. Salah satunya UKM Raja Sorabi Hijau merupakan perusahaan yang memproduksi dan menjual makanan tradisional yang bahan utamanya adalah tepung beras, dalam upaya merencanakan usaha perlu ditentukan volume penjualan untuk menghasilkan keuntungan tertentu dan penjualan yang dapat menutupi total biaya (titik keseimbangan). Berikut data pendapatan dan penjualan tahun 2021.

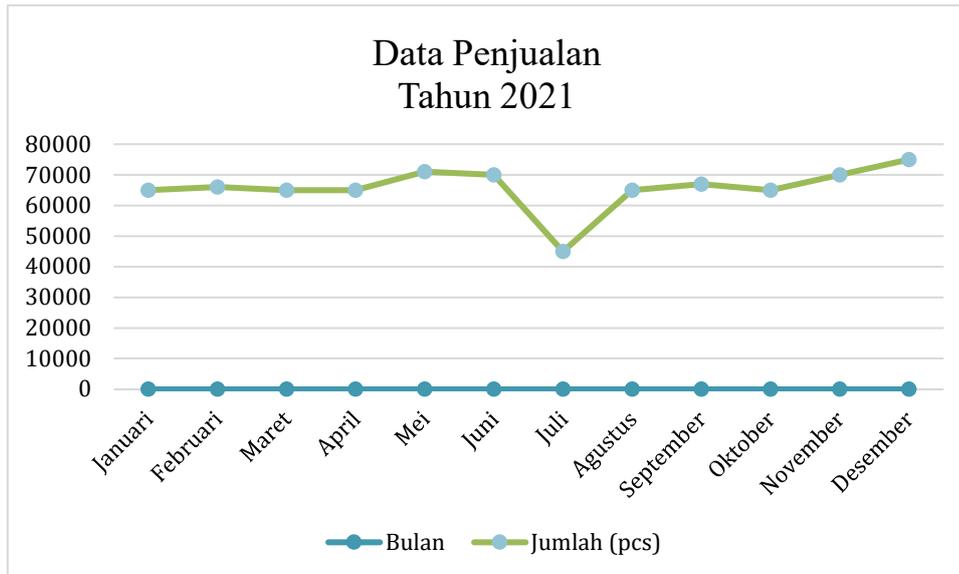


Tabel 1.1 Data Pendapatan dan penjualan
Tahun 2021

Bulan	Produk	Harga /pcs	Terjual (Pcs)	Pendapatan (Rp)	Total Pendapatan (Rp)
Januari	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.500	30.500	Rp. 91.500.000	Rp. 212.250.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	34.500	Rp. 120.750.000	
Februari	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	35.000	Rp. 105.000.000	Rp. 213.500.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	31.000	Rp. 108.500.000	
Maret	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	33.500	Rp. 100.500.000	Rp. 210.750.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	31.500	Rp. 110.250.000	
April	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	38.700	Rp. 116.100.000	Rp. 208.150.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	26.300	Rp. 92.050.000	
Mei	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	30.799	Rp. 92.397.000	Rp. 233.100.500
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	40.201	Rp. 140.703.500	
Juni	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	32.500	Rp. 97.500.000	Rp. 228.750.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	37.500	Rp. 131.250.000	
Juli	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	22.500	Rp. 67.500.000	Rp. 146.250.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	22.500	Rp. 78.750.000	
Agustus	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	31.500	Rp. 94.500.000	Rp. 211.750.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	33.500	Rp. 117.250.000	
September	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	35.520	Rp. 106.560.000	Rp. 216.740.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	31.480	Rp. 110.180.000	
Oktober	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	31.000	Rp. 93.000.000	Rp. 215.500.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	35.000	Rp. 122.500.000	
November	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	30.050	Rp. 90.150.000	Rp. 229.975.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	39.950	Rp. 139.825.000	
Desember	Serabi Hijau Gula Merah	Rp. 3.000	31.000	Rp. 93.000.000	Rp. 247.000.000
	Serabi Hijau Durian	Rp. 3.500	44.000	Rp.154.000.000	
JUMLAH			790.000		Rp. 2.573.715.500

Sumber: Pelaku UKM (2022)

Dari **Tabel 1.1** data penjualan pada tahun 2021 diatas dengan data penjualan perbulan yang diakumulasikan menjadi satu tahun produk terjual sebanyak 790.000 pcs Sorabi dan total pendapatan sebanyak selama satu tahu sebesar Rp. 2.573.715.500.



Gambar 1.4 Data Penjualan tahun 2021

Sumber: Pelaku UKM (2022)

Berdasarkan **Gambar 1.3** data penjualan diatas menyatakan bahwa UKM raja sorabi hijau desa kalijaya kecamatan rengasdengklok kabupaten karawang pada bulan juli UKM mengalami penurunan secara signifikan jika dibandingkan dengan bulan lainnya yang menyatakan kestabilan penjualan meskipun terdapat beberapa bulan yang mengalami sedikit penurunan penjualan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan pelaku UMKM untuk memprediksi penjualan dan perencanaan laba dimasa yang akan datang.

Menurut Liestiana dan Novianty (2021) berdasarkan hasil penelitiannya “BEP yang dihasilkan (456 Unit) (Rp 5.466.406.) dan Perhitungan MOS (Rp 90.869.594) dengan persentase (94,33%). Artinya, perusahaan diperkenankan untuk melakukan penurunan penjualan sebanyak 94,33%. Jika melebihi jumlah tersebut maka perusahaan akan menderita kerugian”.

Menurut Pelawiten dan Ilat (2014) menyatakan bahwa “*Break even point* adalah sebesar Rp. 348,853,860 dan *margin kontribusi* per unit adalah Rp. 1.264,16. Dengan total laba bersih tahun 2013 Rp. 249,149,855.9”.

Menurut Arrizqi dan Mulyati (2018) berdasarkan hasil penelitiannya “Nilai titik impas untuk tahun 2020 adalah sebesar Rp168.410.338 dan untuk tahun 2021 Rp.172.961.248. *Margin* keamanan untuk tahun 2020 adalah 52,75%, dan untuk tahun 2021 adalah 53,23%, artinya jika realisasi penjualan Kerupuk Terasi dari UD.

Budi Jaya Makmur kurang dari 52,75% pada tahun 2020 dan 53,23% pada tahun 2021 dari penjualan yang direncanakan, perusahaan akan menderita kerugian”.

Menurut Mangundap et al., (2014) dalam penelitiannya “Tingkat *Break Even Point* dicapai *home industry Shmily Cupcakes* pada penjualan mencapai keuntungan diatas rata-rata, dan *margin of safety* yang dicapai *Shmily cupcakes* mengalami peningkatan keuntunngan”.

Menurut Dewi Indah Sari ari (2021) berdasarkan hasil penelitiannya “Dalam memperoleh tingkat keuntungan yang optimal masing-masing depot air minum isi ulang harus mencapai penjualan sebanyak 2.204 unit perbulan sehingga mencapai titik *break even point* yaitu 1.229 unit atau dalam rupiah sebesar Rp. 6.492.832. dengan *margin of safety* sebesar 56%”.

Dari ke lima hasil penelitian terdahulu yang diuraikan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa “*break even point*” dan “*margin of safety*” digunakan untuk melihat keadaan disaat usaha tidak mengalami keuntungan dan tidak menderita kerugian serta dapat mengetahui batas penjualan agar dapat meminimalisir kerugian serta dapat memprediksi keuntungan dimasa depan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* (BEP) DAN *MARGIN OF SAFETY* (MOS) SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA UKM RAJA SORABI HIJAU DESA KALIJAYA KECAMATAN RENGASDENGKLOK KABUPATEN KARAWANG**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Laporan keuangan UKM Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang sederhana
2. Perhitungan biaya belum dibagi kedalam biaya variabel dan biaya tetap, serta pendapatan masi dalam keadaan laba kotor.
3. Pelaku UKM Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang sulit memprediksi penjualan jika mengalami kerugian

4. Pelaku UKM Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang belum bisa merencanakan laba untuk masa yang akan datang

1.3 Pembatasan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah diuraikan sebelumnya maka penelitian membuat pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Dalam kajian bidang ilmu manajemen penelitian ini dilakukan
2. Analisis yang di gunakan adalah analisis perhitungan dari *break even point* dan *margin of safety* sebagai alat perencanaan laba
3. Penelitian ini sifatnya meninjau dan menjelaskan untuk dapat merencanakan laba menggunakan *break even point* dan *margin of safety* pada UKM raja sorabi hijau desa kalijaya kecamatan rengasdengklok kabupaten karawang.
4. Responden yang diambil yaitu pelaku UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah sebagaimana yang sudah di uraikan di atas maka dibuat masalah penelitian sebagai berikut:

1. Berapakah total biaya dan volume penjualan pada UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang.
2. Berapakah titik impas (*break even point*) yang akan di dapat dari analisis yang akan dilakukan pada UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang
3. Berapakah batas keamanan (*margin of safety*) penjualan agar UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang tidak mengalami kerugian
4. Berapakah besaran perencanaan laba yang digunakan untuk masa yang akan datang pada UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang

1.5 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang diuraikan diatas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan biaya variabel dan biaya tetap serta volume penjualan pada UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan besaran jumlah yang didapat dari perhitungan *break even point* pada UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang
3. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan *Margin of safety* (MOS) pada tingkat penjualan agar tidak mengalami kerugian pada UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang
4. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan perencanaan laba yang diinginkan pada UKM Raja Sorabi Hijau Desa Kalijaya Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Pada manfaat teoritis harapan peneliti dalam penelitian mengenai perencanaan laba dengan menggunakan metode *break even point* dan *margin of safety* dapat meningkatkan pengalaman, pengetahuan, dan penelitian dibidang manajemen keuangan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi UKM

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pertimbangan bagi UKM karena melalui titik impas dan batas keamanan UKM dapat mengetahui besaran penjualan dibutuhkan dalam mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan dapat dengan mudah ditentukan.

2. Bagi Universitas Buana Perjuangan Karawang

Untuk digunakan sebagai informasi atau referensi bagi pembaca, dan sebagai acuan serta bahan pembelajaran masa depan untuk mahasiswa. Terutama mahasiswa dan mahasiswi program studi manajemen.

