

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai pendukung untuk melakukan Penelitian terdahulu memiliki acuan guna memperkuat hipotesis yang diajukan peneliti. Ditemukan beberapa peneliti sebelumnya yang mengkaji variabel tentang Break Even Poin dan SWOT. Adapun hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu :

1. Rahayu Tri Retnaning (2020) dengan judul “Analisis Kelayakan Usaha Menggunakan Metode *Break Even Point* (BEP) Dan Swot Pada Study Kasus CV Harmoni Unggas Jaya” Analisis data yang digunakan yaitu berupa perhitungan masih layak atau tidak layak usaha yang telah dijalankan untuk berkelanjutan usaha tersebut dan menentukan perencanaan strategi usaha yang telah dijalankan oleh CV Harmoni Unggas Jaya. Hasil penelitian menyatakan Bahwa Usaha jasa peternakan tersebut layak untuk dilanjutkan berdasarkan analisis BEP yang dilakukan
2. Sofa Marwati (2021) dengan judul “ Analisis Break Even Point Pada Warung Ayam Bakar Bu Wahyuni “ Hasil penelitian menyatakan Usaha Ayam Bakar Bu Wahyuni merupakan usaha produk ayam bakar yang berjualan keliling didesa-desa setiap hari senin-sabtu. Setelah proses analisis perhitungan break even point (BEP) diperoleh hasil analisis untuk warung makan ayam bakar bu wahyuni memperoleh titik impas sebesar Rp. 230.000 per hari dengan 46 unit potong ayam.

3. Varah Iftitah Aulia (2023) dengan judul “ Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Keberlanjutan Usaha Toreko “ Hasil penelitian ini yaitu Strategi keberlanjutan usaha toreko dengan menggunakan analisis SWOT berada pada kuadran I yang merupakan strategi yang mendukung strategi agresif. Pada posisi tersebut Toreko berada pada situasi yang dimana kekuatan yang memanfaatkan peluang. Dengan demikian, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).
4. Radita Noviani (2021) dengan berjudul “ *Analisis Break Event Point (BEP) Dan SWOT Pada Usaha Wedang Warok “* untuk mengetahui perencanaan penjualan pada tingkat suku bunga yang diinginkan oleh usaha Wedang Warok menggunakan Analisis *Break Even Point (BEP)*. Hasil penelitian menyatakan Bahwa Wedang warok memenuhi kelayakan dalam usaha karena harga yang ekonomis dan memenuhi syarat untuk dikembangkan dalam dunia usaha karena usaha Wedang Warok merupakan usaha yang menguntungkan.

B. Uraian Teori

1. Teori *Break Even Point (BEP)*

a. Pengertian *break even point (BEP)*

Break Even Point (Titik Impas) adalah level penjualan di mana total pendapatan sama dengan total biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Ini berarti pada titik ini, perusahaan tidak menghasilkan laba atau mengalami kerugian bersih; laba bersih adalah nol.

Break Even Point (titik impas) adalah suatu konsep dalam analisis biaya-volume-laba yang menunjukkan jumlah produk yang harus dijual agar pendapatan total sama dengan biaya total, sehingga tidak menghasilkan keuntungan atau kerugian. Dalam hal ini, beberapa definisi dari para ahli adalah sebagai berikut :

Menurut Didi Chariadi Chalil (2018) : "Titik Impas atau BEP (*Break Even Point*) adalah titik dimana pendapatan dari usaha/bisnis sama dengan modal yang dikeluarkan sehingga tidak terjadi kerugian atau keuntungan.." Sedangkan **menurut** Heru Maruta (2018) :” Analisa *Break Even Point* (BEP) adalah teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara volume penjualan dan profitabilitas”. Kemudian Priskila Manuho (2021) : *Break Even Point* (BEP) merupakan kondisi yang bisa terjadi pada perusahaan, yaitu dimana suatu kondisi perusahaan dalam operasionalnya tidak mendapat keuntungan dan juga tidak menderita kerugian

Maka dapat disimpulkan diatas bahwa Setiap definisi memberikan sudut pandang yang berbeda terkait dengan konsep *break even point*, yang merupakan alat penting dalam pengambilan keputusan bisnis untuk menentukan titik di mana bisnis mencapai titik impas atau netral secara keuangan.

b. Jenis jenis *break even point* (BEP)

Break even point (BEP) dapat dibagi menjadi beberapa jenis tergantung pada variabel yang digunakan dalam analisisnya. Berikut adalah beberapa jenis *break even point* yang umum menurut para ahli yaitu :

Menurut Priskila Manuho (2021) **dalam Analisis *Break Even Point* Bep dalam Unit** Merupakan titik impas dalam jumlah unit produk yang terjual.

Sedangkan menurut Menurut Sigit Puji Winarko (2018) BEP dalam Multiproduk yaitu Analisis terhadap produk yang dimana perusahaan harus menggunakan bauran penjualan sebagai alat analisisnya.

Dan Menurut Rumanintya Lisaria Putri (2017) menggunakan BEP sebagai alat bantu dalam **pengambilan** keputusan, yaitu bahwa yang dimana sangat berguna dalam aktivitas perusahaan untuk menjalankan produktivitas dalam pengambilan kebijakan yang berdampak langsung bagi kesinambungan perusahaan.

Maka dapat disimpulkan dari jenis jenis BEP tersebut bahwa klasifikasi jenis BEP ini tidak baku dan dapat berbeda beda tergantung pada fokus analisis dan kebutuhan perusahaan.

c. Indikator *break even point* (BEP)

Adapun indikator indikator *break even point* (BEP) menurut beberapa para ahli yaitu:

Indikator *break even point* (BEP) menurut Dian Ratna Rusmala Dewi (2017) tentang *Margin* Kontribusi yang dimana *Margin* kontribusi merupakan alat bantu yang bisa digunakan manajer untuk menganalisis tingkat keuntungan pada suatu produksi.

Sedangkan Indikator *break even point* (BEP) menurut Elis Badriah (2023) tentang Rasio *Margin* Kontribusi yang dimana *Margin* Kontribusi adalah jumlah dari pendapatan penjualan yang tersisa setelah seluruh beban variabel terpenuhi yang dapat digunakan untuk berkontribusi ke beban tetap dan laba operasi.

Dan Indikator *break even point* (BEP) menurut Ulfah Setia Iswara (2018) Analisis CVP (*Cost-Volume-Profit*) : yaitu alat yang menyediakan informasi bagi manajemen mengenai hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba.

Kemudian menurut Muhammad Zaki Al Ayyubi (2021) Margin Keamanan : merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas.

d. Signifikansi dan penggunaan *break even point* (BEP)

Adapun Signifikansi dan penggunaan *break even point* (BEP) menurut beberapa para ahli yaitu :

Menurut Atrill dan McLaney (2019) Signifikansi BEP membantu manajer dalam merencanakan dan mengontrol operasi bisnis. Mengetahui BEP memungkinkan perusahaan untuk mengatur target penjualan dan strategi penetapan harga yang tepat. Sedangkan Penggunaan Digunakan dalam analisis laba-volume-biaya (CVP) untuk merencanakan laba dan mengidentifikasi dampak perubahan volume penjualan dan biaya terhadap laba.

Sedangkan menurut Horngren, Datar, dan Rajan (2020) Signifikansi BEP memberikan wawasan tentang margin keamanan dan risiko bisnis. Mengetahui BEP membantu dalam manajemen risiko dan perencanaan keuangan. Sedangkan Penggunaan Digunakan untuk analisis sensitivitas, membantu perusahaan memahami bagaimana perubahan dalam biaya dan harga jual mempengaruhi laba. Juga digunakan dalam penganggaran dan perencanaan keuangan jangka panjang.

Dan menurut Weygandt, Kimmel, dan Kieso (2021) Signifikansi BEP adalah alat penting dalam manajemen keuangan dan akuntansi. Ini membantu

dalam mengidentifikasi titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, memberikan gambaran tentang kinerja keuangan. Sedangkan Penggunaan Digunakan untuk menentukan target penjualan, menetapkan harga produk, dan mengelola biaya. Juga digunakan dalam perencanaan kapasitas dan evaluasi kinerja operasional.

Dan selanjutnya menurut Mowen, Hansen, dan Heitger (2022) Signifikansi BEP membantu perusahaan dalam membuat keputusan strategis tentang produk, harga, dan operasi. Mengetahui BEP memungkinkan manajer untuk mengidentifikasi kapan perusahaan akan mulai menghasilkan laba. Sedangkan Penggunaan Digunakan dalam perencanaan laba, analisis profitabilitas produk, dan penentuan struktur biaya yang optimal. Juga digunakan untuk mengevaluasi kelayakan proyek baru dan investasi.

e. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi *Break Even Point* (BEP)

Break even point (BEP) dipengaruhi oleh beberapa faktor yang penting dalam analisis keuangan dan manajemen bisnis. Berikut adalah beberapa faktor utama yang mempengaruhi *break even point* menurut para ahli :

Biaya Tetap (*Fixed Costs*) Menurut Sulismai yuni (2021) Yaitu biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun. Masuk dalam kelompok ini adalah biaya penyusutan (bangunan, mesin, kendaraan dan aktiva tetap lainnya) gaji dan upah yang dibayar secara tetap, biaya sewa, biaya asuransi, pajak, dan biaya lainnya yang besarnya tidak terpengaruh oleh volume penjualan.

Sedangkan Biaya variabel **Menurut** Sulismai yuni (2021)) Yaitu biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas.

Kemudian Harga jual per unit Menurut Hansen dan Mowen (2018) Peningkatan harga jual per unit akan menurunkan jumlah unit yang perlu dijual untuk mencapai BEP. Harga di mana produk dijual kepada pelanggan.

Maka dapat disimpulkan dari faktor faktor tersebut ialah membantu manajer dan pemilik bisnis untuk membuat keputusan yang tepat dalam merencanakan operasi bisnis, mengelola biaya, dan menentukan strategi penjualan yang efektif untuk mencapai atau mempertahankan profitabilitas perusahaan

2. Teori Analisis Swot

a) Pengertian Swot

SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah suatu analisis strategis yang digunakan dalam perencanaan bisnis untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi sebuah proyek atau organisasi. Berikut adalah pengertian SWOT menurut beberapa ahli dan tahunnya :

Menurut Fred R. David (2018) dalam bukunya "*Strategic Management : Concepts and Cases,*" SWOT analysis adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan mereka.

Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2019) dalam bukunya "*Marketing Management*" menyatakan bahwa SWOT *analysis* adalah alat yang digunakan untuk memahami situasi pasar dan kondisi perusahaan saat ini. Analisis ini membantu dalam mengidentifikasi area kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal.

Kemudian menurut Charles W. L. Hill dan Gareth R. Jones (2020) dalam bukunya "*Strategic Management : An Integrated Approach*" menjelaskan bahwa SWOT *analysis* adalah alat yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang memungkinkan organisasi untuk merumuskan strategi yang efektif.

Dan Thomas L. Wheelen dan J. David Hunger (2018) dalam bukunya "*Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability*" mendefinisikan SWOT *analysis* sebagai proses yang sistematis untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang penting dalam mencapai tujuan organisasi.

Maka dapat disimpulkan bahwa SWOT merupakan alat yang populer digunakan oleh organisasi untuk mengevaluasi posisi mereka di pasar, merencanakan strategi, dan membuat keputusan yang informasional berdasarkan analisis menyeluruh terhadap faktor-faktor kritis yang ada di lingkungan internal dan eksternal mereka.

b) Jenis jenis Swot

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dapat dibagi menjadi beberapa jenis atau pendekatan yang berbeda tergantung pada

fokus dan konteksnya. Berikut adalah beberapa jenis SWOT yang umum digunakan menurut para ahli :

Menurut David, F. R. (2018) Swot Dasar (*Basic SWOT Analysis*) Menjelaskan bahwa analisis SWOT dasar melibatkan identifikasi *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) tanpa modifikasi atau variasi khusus. Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang kondisi internal dan eksternal organisasi.

Kemudian Menurut **Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018)** SWOT Internal-Eksternal (IE) Matrix yang dimana dijelaskan IE Matrix, yang menggabungkan analisis internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) dengan analisis eksternal (*Opportunities* dan *Threats*). Matrix ini membantu dalam menentukan posisi strategis organisasi dan tindakan yang harus diambil berdasarkan kondisi internal dan eksternal.

Sedangkan Menurut Grant, R. M. (2020) **SWOT Analysis with Competitive Profile Matrix (CPM)** Menjelaskan penggunaan SWOT dalam kombinasi dengan *Competitive Profile Matrix* (CPM). CPM digunakan untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan relatif dari organisasi terhadap pesaing utama, yang kemudian dapat diintegrasikan ke dalam analisis SWOT untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang posisi kompetitif organisasi.

Dan Menurut Kotler, P., & Keller, K. L. (2019) *SWOT Analysis with PEST Analysis* Menjelaskan penggunaan SWOT bersama dengan *PEST Analysis* (*Political, Economic, Social, and Technological*). Kombinasi ini memungkinkan organisasi untuk lebih memahami faktor eksternal makro yang dapat

mempengaruhi SWOT mereka, sehingga strategi yang dihasilkan lebih komprehensif.

Setiap jenis SWOT ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan analisis tertentu dalam konteks perencanaan strategis, pengembangan produk, evaluasi pasar, atau manajemen risiko. Pemilihan jenis SWOT yang tepat sangat tergantung pada tujuan spesifik dari analisis yang dilakukan oleh organisasi atau tim manajemen.

c) **Indikator Swot**

Indikator dalam analisis SWOT mengacu pada kriteria atau faktor-faktor yang digunakan untuk mengevaluasi masing-masing elemen SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Indikator ini membantu dalam mengidentifikasi dan mengukur secara objektif karakteristik atau kondisi yang relevan dengan analisis SWOT. Berikut adalah beberapa indikator umum yang digunakan dalam setiap elemen SWOT menurut para ahli :

Menurut Kotler & Keller (2019) *Strengths* ialah Faktor-faktor internal yang memberikan nilai tambah, termasuk reputasi perusahaan, basis pelanggan yang loyal, dan efisiensi operasional. Dan *Weaknesses* adalah Kekurangan atau keterbatasan dalam kemampuan dan sumber daya yang dapat menghambat pencapaian tujuan. Sedangkan *Opportunities* ialah Kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis, seperti peningkatan permintaan pasar dan kemajuan teknologi. Dan *Threats* yaitu Faktor-faktor eksternal yang dapat membahayakan posisi perusahaan, seperti perubahan preferensi konsumen dan peraturan baru yang ketat.

Sedangkan Menurut Hill & Westbrook (2020) *Strengths* ialah Keunggulan kompetitif yang berasal dari faktor internal, seperti inovasi produk, keunggulan biaya, dan budaya organisasi yang kuat. Sedangkan *Weaknesses* yaitu Kelemahan internal yang perlu diperbaiki, seperti kurangnya sumber daya, kelemahan dalam rantai pasokan, dan keterbatasan teknologi. Kemudian *Opportunities* yaitu Peluang pasar dan tren yang dapat dieksplorasi, seperti ekspansi geografis, diversifikasi produk, dan aliansi strategis. Dan *Threats* yaitu Risiko dan ancaman eksternal, termasuk fluktuasi ekonomi, perubahan lingkungan regulasi, dan tindakan kompetitor.

Kemudian Menurut Wheelen & Hunger (2021) *Strengths* ialah Atribut internal yang memberikan keunggulan dan nilai tambah bagi perusahaan, seperti kapabilitas R&D yang kuat, sumber daya finansial yang solid, dan keahlian manajerial. Sedangkan *Weaknesses* yaitu Keterbatasan atau kekurangan yang melemahkan kemampuan perusahaan untuk bersaing, seperti teknologi usang, kurangnya diversifikasi, dan ketergantungan pada satu pasar. Kemudian *Opportunities* adalah Kesempatan eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan, seperti pasar yang sedang berkembang, kemitraan strategis, dan peningkatan digitalisasi. Dan *Threats* yaitu Faktor eksternal yang dapat menimbulkan risiko bagi perusahaan, seperti perubahan demografi, kebijakan perdagangan internasional, dan perubahan iklim.

Dan Menurut Grant (2022) *Strengths* adalah Sumber daya dan kapabilitas yang memberikan perusahaan keunggulan kompetitif, seperti keunggulan teknologi, jaringan distribusi yang luas, dan loyalitas pelanggan. Sedangkan *Weaknesses* adalah Area di mana perusahaan kurang kompetitif atau

memiliki kekurangan, seperti kurangnya inovasi, biaya produksi tinggi, dan masalah dalam rantai pasokan. Kemudian *Opportunities* yaitu Tren dan perubahan di pasar yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan dan keuntungan, seperti peningkatan permintaan untuk produk ramah lingkungan dan adopsi teknologi baru. Dan *Threats* ialah Tantangan dan risiko eksternal yang dapat mengancam kelangsungan bisnis, seperti regulasi yang ketat, ketidakstabilan politik, dan perubahan teknologi yang cepat.

C. Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2018) kerangka konseptual adalah suatu model yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual ini berfungsi sebagai panduan dalam penelitian untuk menjelaskan bagaimana hubungan antar variabel yang telah diidentifikasi dari tinjauan pustaka. Kerangka ini juga membantu peneliti untuk merumuskan hipotesis penelitian serta mendesain penelitian dengan lebih terarah dan sistematis.

D. Hipotesis Penelitian

Menurut sugiyono (2018) hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis ini didasarkan pada teori-teori yang relevan dan hasil penelitian sebelumnya. Hipotesis berfungsi sebagai panduan bagi peneliti dalam mengarahkan penelitian dan menentukan langkah-langkah yang harus diambil selama proses penelitian.

H₁ = Bagaimanakah penerapan analisis BEP pada UMKM Pondok Bambu di Rantauprapat

H₂ = Bagaimanakah sistem analisis Swot pada umkm pondok bambu di Rantauprapat ?

H₃ = Bagaimanakah UMKM Pondok Bambu menggunakan analisis BEP dan Swot dalam pengelolaan usahanya?