

## ANALYSIS OF LOCATION SELECTION FOR ABC CELL UMKM BUSINESS USING THE BREAK EVEN POINT METHOD

Achmad Syarifudin 1), Sri Mukti Wirawati2)  
,Achmad.buker69@gmail.com 1 , [Sri.mukti@yahoo.co.id](mailto:Sri.mukti@yahoo.co.id) 2  
Program Studi Teknik Industri,Fakultas Teknik,  
Universitas Banten Jaya  
Jl. Ciwaru Raya II No.73, Kel.Cipare, Kec. Serang,, Kota Serang 42117

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan lokasi usaha yang optimal, yaitu Kios Ramayana dan Kios JL Banten, dengan menggunakan metode evaluasi utama: Break-Even Point (BEP). Evaluasi BEP mengukur waktu yang diperlukan untuk mencapai titik impas, dengan hasil Kios Ramayana mencapai BEP pada 0,92 unit dan Kios Banten pada 0,83 unit, menunjukkan Kios Banten lebih cepat dalam aspek ini. Analisis lebih lanjut mengindikasikan bahwa meskipun Kios Banten memiliki keunggulan finansial jangka pendek melalui BEP yang lebih rendah, Kios Ramayana menawarkan kombinasi terbaik antara profitabilitas jangka panjang dan faktor strategis lainnya. Oleh karena itu, Kios Ramayana dipilih sebagai lokasi usaha yang lebih unggul. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam memilih lokasi usaha, penting untuk mempertimbangkan tidak hanya aspek finansial tetapi juga faktor-faktor strategis dan non-keuangan untuk keputusan yang lebih seimbang dan berkelanjutan

Kata Kunci: ; Metode Break Even Point, Lokasi Usaha, Keputusan Pemilihan Lokasi

### Abstract

*This research aims to determine optimal business locations, namely Kiosk Ramayana and Kiosk JL Banten, using the main evaluation method: Break-Even Point (BEP). The BEP evaluation measures the time required to reach breakeven, with the results of Kios Ramayana achieving BEP at 0.92 units and Kios Banten at 0.83 units, indicating Kios Banten is faster in this aspect. Further analysis indicates that while Kios Banten has a short-term financial advantage through lower BEP, Kios Ramayana offers the best combination of long-term profitability and other strategic factors. Therefore, Kios Ramayana was chosen as a superior business location. This research concludes that in choosing a business location, it is important to consider not only financial aspects but also strategic and non-financial factors for a more balanced and sustainable decision.*

*Keywords: ; Break Even Point Method, Business Location, Location Selection Decisions*

## 1. Pendahuluan

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, namun keberhasilannya sering kali bergantung pada pemilihan lokasi usaha yang strategis. Lokasi yang tepat dapat meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, dan potensi pendapatan usaha. UMKM ABC Cell menghadapi tantangan untuk menentukan lokasi usaha terbaik di antara beberapa alternatif. Dalam penelitian ini, digunakan metode pendekatan analisis, yaitu Break Even Point, untuk memberikan rekomendasi yang mendukung pengambilan keputusan.

Dalam dunia bisnis, pemahaman yang mendalam tentang struktur biaya dan pendapatan merupakan aspek krusial untuk memastikan kelangsungan dan kesuksesan sebuah usaha. Salah satu alat analisis yang penting dalam konteks ini adalah perhitungan Break-Even Point (BEP), yang membantu UMKM memahami pada titik mana total pendapatan usaha mulai menutupi total biayanya. BEP tidak hanya berfungsi sebagai indikator kinerja awal suatu bisnis, tetapi juga sebagai panduan strategis untuk pengambilan keputusan di masa depan

Lokasi merupakan letak atau penempatan suatu benda yang berada pada permukaan bumi. Orang-orang biasanya mengunjungi suatu tempat yang berada di lokasi tertentu. Lokasi dalam pemasaran yaitu tempat khusus dan unik di mana lahan tersebut digunakan untuk aktivitas jual beli. Dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan suatu letak atau tempat yang menetap untuk orang-orang dapat berkunjung untuk berbelanja,

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk membuat keputusan yang tepat dalam pemilihan usaha antara Kios Ramayana dan Kios JL Banten. Perbandingan antara biaya tetap, biaya variabel per unit, dan harga jual per unit menjadi fokus utama, dengan tujuan akhir untuk mengidentifikasi kios yang lebih efisien dan menguntungkan.

### Macam –Macam Metode Pemilihan Lokasi

1. Metode Kualitatif (*Ranking Procedure/ pemeringkatan*)
2. Metode Kuantitatif :
  - a. Analisis Titik Impas
  - b. Metode Analisa Pusat Gravitasi (*Centre of Gravity Approach*)
  - c. Metode Analisa Transportasi
3. Metode Kuantitatif dan Kualitatif

## 2. Metode

### 2.1 Metode Analisis Break Even Point (BEP)

Metode Analisis Break Even Point (BEP) merupakan alat analisis finansial yang penting dalam mengevaluasi kelayakan bisnis dari segi pendapatan dan biaya. Dalam konteks pemilihan lokasi usaha UMKM, BEP digunakan untuk menghitung jumlah unit produk atau layanan yang harus dijual agar bisnis mencapai titik impas, di mana pendapatan yang diperoleh cukup untuk menutupi semua biaya tetap dan variabel.

## 2.2. Tahapan

Tentukan biaya tetap dan biaya variabel untuk setiap lokasi, Plot biaya untuk setiap lokasi, dengan biaya pada garis vertikal dan volume produksi pada garis horisontal, Pilih lokasi yang biaya totalnya paling rendah, untuk setiap volume yang diinginkan

BEP adalah salah satu titik dimana  $TC=TR$

$TC = \text{FIXED COST} + \text{VARIABEL COST}$

$\text{TOTAL REVENUE} = P \times$

## 2.3. Sumber Data

Dalam penelitian ada 2 sumber pengumpulan data yaitu, data primer, dan data sekunder.

1. Data Primer Adalah sumber data langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019:194). Sumber data yang di hasilkan maupun di dapat oleh peneliti bersumber langsung dari pemilik Kios
2. Sumber Sekunder Adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.(Sugiyono, 2019)

## 2.4.. Data Asumsi

Kios Ramayana Serang:

Biaya Tetap: Pajak: Rp 500.000/tahun, Listrik: Rp 1.800.000/tahun, Total Biaya Tetap: Rp 2.300.000/tahun.  
Biaya Variabel: Ongkos Buruh/Unit: Rp 1.000.000, Ongkos Operasi/Unit: Rp 850, Total Biaya Variabel per Unit: Rp 1.000.000 + Rp 850 = Rp 1.000.850 Kapasitas Produksi: 1.000 unit/tahun, Harga Jual per Unit: Rp 3.500.000

Kios Banten:

Biaya Tetap: Pajak: Rp500,000/tahun, Listrik: Rp2,400,000/tahun, Total Biaya Tetap: Rp2,900,000/tahun, Biaya Variabel per Unit: Ongkos Buruh/Unit: Rp2,100, Ongkos Operasi/Unit: Rp850 Total Biaya Variabel per Unit: Rp2,950, Harga Jual per Unit: Rp3,500,000

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Deskripsi Data Untuk perhitungan metode *Break Even Point* (Titik Impas )

Kios Ramayana Serang: Biaya Tetap: Pajak: Rp 500.000/tahun, Listrik: Rp1.800.000/tahun Total Biaya Tetap: Rp 2.300.000/tahun Biaya Variabel: Ongkos Buruh/Unit: Rp 1.000.000, Ongkos Operasi/Unit: Rp 850, Total Biaya Variabel per Unit: Rp 1.000.000 + Rp 850 = Rp 1.000.850, Kapasitas Produksi: 1.000 unit/tahun, Harga Jual per Unit: Rp 3.500.000

### 3.2. Analisa Perhitungan Metode Break Even Point

Total Biaya Variabel untuk Kapasitas Produksi: Total Biaya Variabel per Tahun: Rp 1.000.850 x 1.000 unit = Rp 1.000.850.000. Total Biaya Keseluruhan: Total Biaya Keseluruhan per Tahun: Biaya Tetap + Total Biaya Variabel per Tahun Rp 2.300.000 + Rp 1.000.850.000 = Rp 1.003.150.000. Total Pendapatan: Total Pendapatan per Tahun: Harga Jual per Unit x Kapasitas Produksi Rp 3.500.000 1.000 unit = Rp 3.500.000.000. Keuntungan: Keuntungan per Tahun: Total Pendapatan - Total Biaya Keseluruhan Rp 3.500.000.000 - Rp 1.003.150.000 = Rp 2.496.850.000 Dengan demikian, keuntungan per tahun yang dihasilkan oleh Kios Ramayana Serang adalah Rp 2.496.850.000.

Perhitungan metode Break Even Point (Titik Impas)

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

Maka perhitungan sebagai berikut;

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp}2.300.000}{\text{Rp}3.500.000 - \text{Rp}1.000.850}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp} 2.300.000}{\text{Rp} 2.449.150}$$

$$\text{BEP (unit)} = 0.920 \text{ Unit}$$

Dalam kaitannya dengan bisnis, maka BEP biasanya dihitung dalam angka bulat, jadi UMKM perlu menjual minimal 1 unit untuk mencapai titik impas.

#### Data Kios Banten:

Biaya Tetap: Pajak: Rp500,000/tahun, Listrik: Rp2,400,000/tahun, Total Biaya Tetap: Rp2,900,000/tahun. Biaya Variabel per Unit: Ongkos Buruh/Unit: Rp2,100, Ongkos Operasi/Unit: Rp850, Total Biaya Variabel per Unit: Rp2,950, Kapasitas Produksi: 1.000 unit/tahun

Menghitung BEP:

Harga Jual per Unit: Asumsi harga jual per unit sama seperti Kios Ramayana, yaitu Rp3,500,000.

Total Biaya Variabel per Unit: Rp2,950

Margin Kontribusi per Unit: Harga Jual per Unit - Biaya Variabel per Unit, Rp3,500,000 - Rp2,950 = Rp3,497,050

$$\text{BEP (unit): BEP (unit)} = \text{Total Biaya Tetap} / \text{Margin Kontribusi per Unit}$$

$$\text{BEP (unit)} = \text{Rp}2,900,000 / \text{Rp}3,497,050$$

BEP (unit)  $\approx$  0.83 unit

Karena BEP kurang dari 1 unit, ini menunjukkan bahwa Kios Banten sudah mencapai titik impas bahkan dengan satu unit terjual, mengingat harga jual per unit jauh melebihi biaya variabel dan

Hasil dan Anlisa Perbandingan dengan metode Break Even Point dari kedua Kios Tersebut maka dapat diambil keputsan bahwa, Kios Ramayana tampaknya lebih menguntungkan berdasarkan perhitungan BEP dan biaya. Biaya tetap dan variabel yang lebih rendah memungkinkan pencapaian titik impas dengan lebih cepat dan lebih efisien adalah kios Ramayana serang.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

**4.1.** Berdasarkan analisis perbandingan antara Kios Ramayana dan Kios Banten menggunakan metode Break-Even Point (BEP), dapat disimpulkan bahwa Kios Ramayana merupakan pilihan lokasi usaha yang lebih baik secara keseluruhan. **Rekomendasi Implementasi Strategi Pemasaran:** Kembangkan dan terapkan strategi pemasaran yang efektif untuk memanfaatkan keunggulan lokasi Kios Ramayana, seperti promosi yang menekankan ketenaran lokasi dan aksesibilitas yang baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono.DR.Prof.(2008).Buku Statistika untuk Penelitian Edisi Ketiga Belas Juni 2008, Penerbit CV. Alfabetha 2008 Bandung.
- Heiz, J., & Render, B. (2014). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (11th Edition). Pearson.
- Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2012). *Operations Management: Processes and Supply Chains* (10th Edition). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principles of Managerial Finance* (13th Edition). Pearson.
- Meredith, J. R., & Shafer, S. M. (2013). *Operations Management for MBAs* (5th Edition). Wiley.
- Chase, R. B., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage* (11th Edition). McGraw-Hill.