

LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penjualan

a. Data Penjualan September

No	Produk	Jenis Produk	Ukuran	Pcs	Harga Jual	Total Penjualan
1	Tempe Kita	GMO	450 gr	78	Rp. 13.300	Rp. 1.014.000
2	Tempe Kita	GMO	450 gr	1812	Rp. 11.500	Rp. 20.833.000
3	Tempe Kita	GMO	450 gr	132	Rp. 11.500	Rp. 1.386.000
4	Tempe Kita	GMO	250 gr	4.950	Rp. 6.800	Rp. 33.660.000
5	Tempe Kita	GMO	250 gr	3.492	Rp. 4.800	Rp. 16.761.600
6	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	70	Rp. 17.000	Rp. 1.190.000
7	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	483	Rp. 17.500	Rp. 8.452.500
8	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	3.305	Rp. 13.500	Rp. 44.617.500
Total Penjualan				14.322		Rp. 127.919.600

b. Data Penjualan Oktober

No	Produk	Jenis Produk	Ukuran	Pcs	Harga Jual	Total Penjualan
1	Tempe Kita	GMO	450 gr	38	Rp. 13.300	Rp. 1.313.000
2	Tempe Kita	GMO	450 gr	3	Rp. 9.000	Rp. 1.170.000
3	Tempe Kita	GMO	450 gr	107	Rp. 10.500	Rp. 409.500
4	Tempe Kita	GMO	450 gr	1637	Rp. 11.500	Rp. 19.021.000
5	Tempe Kita	GMO	250 gr	20	Rp. 9.700	Rp. 194.000
6	Tempe Kita	GMO	250 gr	4.090	Rp. 6.800	Rp. 27.812.000
7	Tempe Kita	GMO	250 gr	1.984	Rp. 4.800	Rp. 9.350.400
8	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	306	Rp. 17.000	Rp. 5.202.000
9	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	240	Rp. 17.500	Rp. 4.200.000
10	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	3.115	Rp. 13.500	Rp. 42.052.500
Total Penjualan				11.504		Rp. 109.292.900

c. Data Penjualan November

No	Produk	Jenis Produk	Ukuran	Pcs	Harga Jual	Total Penjualan
1	Tempe Kita	GMO	450 gr	86	Rp.13.300	Rp. 1.118.000
2	Tempe Kita	GMO	450 gr	110	Rp. 9.000	Rp. 990.000
3	Tempe Kita	GMO	450 gr	100	Rp.10.500	Rp. 1.050.000
4	Tempe Kita	GMO	450 gr	1.618	Rp.11.500	Rp. 18.607.000
5	Tempe Kita	GMO	250 gr	4.162	Rp. 6.800	Rp. 28.301.600
6	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	1.569	Rp.17.500	Rp. 7.531.200
7	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	278	Rp.17.000	Rp. 4.726.000
8	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	280	Rp.17.500	Rp. 4.900.000
9	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	3.084	Rp.13.500	Rp. 41.634.000
Total Penjualan				11.287		Rp. 108.857.800

d. Data Penjualan Desember

No	Produk	Jenis Produk	Ukuran	Pcs	Harga Jual	Total Penjualan
1	Tempe Kita	GMO	450 gr	101	Rp.13.300	Rp. 1.313.000
2	Tempe Kita	GMO	450 gr	130	Rp. 9.000	Rp. 1.700.000
3	Tempe Kita	GMO	450 gr	39	Rp.10.500	Rp. 409.500
4	Tempe Kita	GMO	450 gr	1.650	Rp.11.500	Rp. 19.021.000
5	Tempe Kita	GMO	250 gr	6.139	Rp. 6.800	Rp. 41.745.200
6	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	419	Rp.17.500	Rp. 7.332.500
7	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	3.517	Rp.17.000	Rp. 47.479.500
8	Tempe Kita	NON GMO	450 gr	299	Rp.17.500	Rp. 5.083.000
Total Penjualan				12.298		Rp. 123.553.700

Lampiran 2 Draft Wawancara

Nama Usaha : Rumah Tempe Indonesia
 Narasumber : Bela Putra Perdana
 Jabatan : General Manager
 Tempe Wawancara : Daring Online
 Tanggal Wawancara : -
 Pewawancara : Dhea Windi Mayasari

1. Sejak kapan Rumah Tempe Indonesia mulai beroperasi secara aktif?

Jawaban :

“Rumah Tempe Indonesia mulai beroperasi secara aktif sejak tahun 2011, berfokus pada produksi tempe berkualitas tinggi yang diproses secara higienis dan modern.” (perhitung)

2. Apa motivasi utama atau latar belakang didirikannya usaha ini?

Jawaban :

“Rumah Tempe Indonesia didirikan dengan tujuan utama untuk mengangkat citra tempe sebagai makanan tradisional yang sehat dan bernilai tinggi, sekaligus memberdayakan masyarakat melalui pengolahan pangan berbasis kearifan lokal.”

3. Bagaimana sistem pencatatan keuangan dan produksi dilakukan di Rumah Tempe?

Jawaban :

“Sistem pencatatan keuangan dan produksi di RTI masih dilakukan secara manual dengan menggunakan format laporan sederhana, yang mencakup pembelian bahan baku, jumlah produksi, dan hasil penjualan harian. Dan saat ini sedang dalam pengembangan pencatatan yang lebih baik”

4. Apa saja jenis produk tempe yang diproduksi di Rumah Tempe Indonesia saat ini?

Jawaban :

“Produk Tempe Segar, Produk Tempe Mendoan, Kripik Tempe dan Tahu Pong”

5. Apakah produk tempe dibedakan antara GMO dan Non-GMO? Jika iya, apa alasan dibalik segmentasi tersebut?

Jawaban :

“Ya, Rumah Tempe Indonesia memproduksi tempe dengan bahan baku kedelai GMO dan Non-GMO. Segmentasi ini dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar tertentu, terutama konsumen yang lebih sadar akan aspek kesehatan dan keberlanjutan.”

6. Apakah ada perbedaan biaya produksi antara produk GMO dan Non-GMO?

Jawaban :

“Terdapat perbedaan biaya produksi yang cukup signifikan, karena harga kedelai Non-GMO umumnya lebih mahal dibandingkan kedelai GMO, sehingga memengaruhi harga jual akhir produk.”

7. Apakah ada pembagian antara biaya tetap dan biaya variabel dalam operasional harian?

Jawaban :

“Secara umum, Rumah Tempe Indonesia telah memahami adanya pembagian antara biaya tetap seperti sewa dan gaji tetap, serta biaya variabel seperti bahan baku dan biaya distribusi, meskipun belum didokumentasikan secara terstruktur.”

8. Siapa target pasar utama Rumah Tempe Indonesia (ritel, industri, ekspor, dll)?

Jawaban :

“Target pasar utama Rumah Tempe Indonesia adalah konsumen ritel lokal, restoran, dan toko bahan makanan sehat. Namun, ada juga permintaan dari pasar ekspor terutama untuk produk tempe beku dan organik.”

9. Bagaimana cara Rumah Tempe Indonesia menghitung titik impas (Break Even Point)?

Jawaban :

“Saat ini, Rumah Tempe Indonesia belum menggunakan metode formal dalam menghitung *break even point*. Perhitungan masih dilakukan secara umum berdasarkan perkiraan biaya dan pendapatan, belum dengan pendekatan analisis khusus.”

10. Apa tantangan terbesar dalam menjaga efisiensi operasional agar *Break-even point* tetap rendah?

Jawaban :

“Tantangan terbesar adalah *fluktuasi* harga bahan baku dan keterbatasan alat produksi modern, yang seringkali menyebabkan peningkatan biaya variabel serta menghambat efisiensi produksi.”

11. Apakah Rumah Tempe memiliki target laba khusus setiap bulan, misalnya 10% atau 15% dari penjualan?

Jawaban :

“Saat ini Rumah Tempe Indonesia belum menetapkan target laba secara spesifik dalam persentase tetap setiap bulan, namun berupaya menjaga margin keuntungan yang stabil untuk memastikan kelangsungan usaha.”

12. Strategi apa yang biasa dilakukan oleh Rumah Tempe untuk mencapai target laba tersebut?

Jawaban :

“Rumah Tempe Indonesia biasanya melakukan efisiensi bahan baku, menjaga kualitas produk agar pelanggan tetap loyal, serta melakukan diversifikasi produk olahan tempe untuk meningkatkan nilai tambah dan volume penjualan.”

Lampiran 3 Buku Bimbingan Tugas Akhir Dosen Pembimbing I

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
DOSEN PEMBIMBING I			
Nama	Dheia Windi Maysari		
NIM	22030001		
Program Studi	DIII Akuntansi		
Judul Tugas Akhir	Analisis Break event Point Sebagai alat Perencanaan Laba Pada Rumah Tempat Indonesia		
Pembimbing I	Ibu Knsdiyawati, M.Ak, AK		
No	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf Pembimbing I/II
1.	27/02/2025	See judul TA	✓
2.	11/03/2025	Revisi I : Latar belakang	✓
3.	18/03/2025	Revisi II : Kerangka berpikir	✓
4.	13/09/2025	Revisi III : Latar belakang	✓
5.	16/09/2025	Revisi IV : Penelitian ter dahulu	✓
6.	23/09/2025	ACC PROPOSAL	✓
7.	7/05/2025	Revisi I : Tugas akhir	✓
8.	29/05/2025	Revisi II : TA Perbandingan.	✓
9.	17/06/2025	Revisi III : Perbaikan TA	✓
10.	25/06/2025	Revisi IV : Gambaran UMUM	✓
11.	01/07/2025	REVISI V : Bab V	✓

No	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf Pembimbing I/II
12.	2 / 7 2025	REVISI VI : Pembahasan	↓ ↓
13.	7 / 7 2025	REVISI VII : Pembahasan	↓ ↓
14	11 / 7 2025	Atas TA Langsat Sidang	↓ ↓

Lampiran 4 Buku Bimbingan Tugas Akhir Dosen Pembimbing II

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
DOSEN PEMBIMBING II			
No	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf Pembimbing I/II
1	27/2/2025	Acc Judul	✓
2	26/3/2025	Latar Belakang Masalah	✓
3	Jumat, 10/4/2025	Perbaiki Latar Belakang Masalah, Metode Penelitian	✓
4	Jumat, 17/4/2025	Acc proposal	✓
5	07/06/2025	Revisi TA dalam Google Classroom.	✓
6	Semin, 16/6/2025	Perbaiki hasil & penulisan	✓
7	Selasa, 29/6/2025	Revisi Bab. IV	✓
8	Selasa, 2/7/2025	Acc TA	✓