

# Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm Muthia Bakery Di Kabupaten Tanah Datar

Maulia Ayi Agustin<sup>1</sup>, Sri Madona Saleh<sup>2</sup>, Atika Amor<sup>3</sup>

Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Mahmud Yunus Batusangkar<sup>1,2</sup>

[mauliaayi@gmail.com](mailto:mauliaayi@gmail.com), [srivadonasaleh@iainbatusangkar.ac.id](mailto:srivadonasaleh@iainbatusangkar.ac.id), [atikaamor@iainbatusangkar.ac.id](mailto:atikaamor@iainbatusangkar.ac.id)

**Abstract:** The problem discovered in this research is UMKM Muthia Bakery has not planning for profit. The purpose of this research is to conduct a break even point analysis of sales and costs in 2021 to plan the profit for 2022 and to know the minimum limit of sales decrease to not experience loss through of margin of safety. This type of research is research description with a qualitative approach method. Types of data used are primary data and secondary data. Methods of collecting data from observations, interviews and documentation on UMKM Muthia Bakery. Analysis used is break even point analysis. Research results show the sales of bread and cake products in UMKM Muthia Bakery in 2021 has exceeded the break even point level and generated profit. From the results UMKM Muthia Bakery can do profit planning and know the sales volume to achieve the desired profit in the 2022 period which UMKM Muthia Bakery must increase sales from the previous period. The percentage of the margin of safety for the 2022 period is enough high, this shows UMKM Muthia Bakery are able to perform its operational activities well with a low level of losses.

Keywords: *Break Even Point* ; *Profit Planning* ; *Margin of Safety*

**Abstrak:** Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah UMKM Muthia Bakery belum melakukan perencanaan terhadap laba. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis *break even point* terhadap penjualan dan biaya-biaya tahun 2021 untuk merencanakan laba tahun 2022 dan untuk mengetahui batas minimum penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian melalui *margin of safety*. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dari observasi, wawancara dan dokumentasi pada UMKM Muthia Bakery. Analisis yang digunakan adalah analisis *break even point*. Hasil penelitian menunjukkan penjualan produk roti dan kue pada UMKM Muthia Bakery Pada 2021 Telah Melebihi Tingkat *Break Even Point* Dan Menghasilkan Laba. Dari Hasil Tersebut UMKM Muthia Bakery dapat melakukan perencanaan laba dan mengetahui volume penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan pada periode 2022 dimana UMKM Muthia Bakery harus meningkatkan penjualannya dari periode sebelumnya. Persentase *margin of safety* untuk periode 2022 cukup tinggi. Hal ini menunjukkan UMKM Muthia Bakery mampu melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan baik dengan tingkat resiko mengalami kerugian yang rendah.

Kata Kunci: *Break Even Point* ; *Perencanaan Laba* ; *Margin of Safety*

## PENDAHULUAN

Dalam membangun suatu perusahaan tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang dapat di pergunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan kedepannya. Mendapatkan besar atau kecilnya laba sering menjadi ukuran kesuksesan suatu manajemen perusahaan. Hal tersebut didukung oleh kemampuan manajemen di dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang. Mengingat usaha untuk memperoleh laba atau keuntungan bukanlah hal yang mudah, maka semua kegiatan harus menggerakkan dan mengarahkan seluruh unit dalam perusahaan untuk mencapai satu tujuan yaitu memperoleh laba atau keuntungan dengan demikian semua peserta dan unit bisnis bertanggung jawab untuk mencapai tujuan bisnis tersebut. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam melakukan perencanaan laba adalah analisis *break even point* atau analisis titik impas yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Analisis *break even point* (BEP) adalah analisis untuk menentukan titik dimana total pendapatan sama dengan biaya dan titik dimana laba sama dengan nol. (Hansen, 2005:274)

Setiap perusahaan perlu melakukan perencanaan terhadap laba, tidak hanya dalam perusahaan-perusahaan besar, dalam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga

memerlukan perencanaan (*planning*). Dengan adanya perencanaan yang baik, akan memungkinkan UMKM dapat berjalan lebih efektif dan efisien. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. (Lamanseto, 2021). Begitu banyaknya pertumbuhan UMKM di Indonesia, salah satunya adalah UMKM Muthia Bakery yang beralamat di Jalan Enam Mei Nagari Simpuruik Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar. UMKM Muthia Bakery ini sudah berdiri sejak bulan September tahun 2013 lalu. UMKM Muthia Bakery memproduksi aneka macam roti dan kue yang terdiri dari roti panggang, roti goreng, roti rebus dan bolu kukus dan bolu *brownies*.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu Sri Novalina selaku pemilik UMKM Muthia Bakery menjelaskan bahwa UMKM muthia Bakery belum melakukan perencanaan terhadap laba sehingga belum mengetahui tingkat penjualan yang akan dilakukan untuk mencapai target laba. Selama ini UMKM Muthia Bakery menentukan labanya setelah produk roti dan kue terjual dengan cara membandingkan jumlah yang diterima dengan jumlah yang dikeluarkan tanpa adanya suatu perencanaan laba yang terstruktur. Selain itu, dalam menentukan jumlah roti dan kue yang akan diproduksi hanya diperkirakan saja dari penjualan sebelumnya. Jika produk roti dan kue dirasa masih banyak, maka UMKM muthia Bakery menghentikan produksinya terlebih dahulu. Hal yang demikian dirasa belum efektif dalam menentukan jumlah produksi karena penjualan setiap harinya pasti akan berbeda. Oleh karena itu UMKM Muthia Bakery perlu melakukan perencanaan laba yang lebih terstruktur agar produksi tetap berjalan dengan lancar sehingga UMKM Muthia Bakery memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis *break even point* terhadap penjualan dan biaya-biaya tahun 2021 untuk merencanakan laba tahun 2022 dan untuk mengetahui batas minimum penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian melalui *margin of safety*.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Analisis *Break Even Point***

Analisis *break event point* atau analisis titik impas merupakan suatu alat atau metode dalam menentukan pada tingkat unit produksi berapa perusahaan mencapai titik impas atau pulang pokok dimana perusahaan tidak mencapai laba dan tidak mengalami kerugian. Menghitung *Break Even Point* (BEP) atau titik impas secara keseluruhan, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribusi Margin per unit}}$$

$$BEP \text{ (nilai penjualan)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribusi Margin Ratio}}$$

(Garrison, 2012:198-99)

#### a. Manfaat Analisis *Break Even Point*

1. Alat perencanaan untuk menghasilkan laba.
2. Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, dan hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
3. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.
4. Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan harga jual.
5. Sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan

b. Klasifikasi Biaya Dalam analisis *Break Even Point*

1. Biaya Variabel (*Variable Cost*), adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsionalnya dengan perubahan output driver aktivitas, sedangkan biaya per unitnya tetap dalam batas relevan tertentu.
2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*), adalah biaya yang jumlahnya tetap dalam batas relevan tertentu tanpa dipengaruhi oleh perubahan output driver aktivitas, sedangkan biaya per unitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas.
3. Biaya Semivariabel (*Semivariable Cost*), adalah biaya yang totalnya berubah, tetapi tidak proporsional dengan perubahan output driver aktivitas dan perubahan biaya per unit juga berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas. (Riwayadi, 2019:16–20)

Untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya, biaya semivariabel harus dipilah menjadi biaya variabel dan biaya tetap menggunakan salah satu metode yaitu metode kuadrat terkecil (*least square method*) dengan menggunakan rumus berikut:

$$Y = a + bX \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \quad a = Y \text{ rata - rata} - b(X \text{ rata - rata})$$

### Perencanaan laba

Perencanaan laba merupakan rencana perusahaan demi mencapai *profit oriented* karena *profit* atau laba merupakan tujuan utama perusahaan. Pada perencanaan laba terdapat langkah-langkah yang harus ditempuh manajemen untuk mencapai target laba itu sendiri.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perencanaan Laba

1. Laba atau rugi yang dialami dari volume penjualan tertentu.
2. Volume penjualan yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya yang terpakai guna memperoleh laba yang memadai.
3. *Break even point* (titik impas)
4. Volume penjualan yang dapat dihasilkan oleh kapasitas operasi saat ini.
5. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba. (Nursanty, 2022:93)

b. Manfaat Perencanaan Laba

1. Memberikan pendekatan yang terarah atas identifikasi dalam penyelesaian masalah.
2. Menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Meningkatkan koordinasi. Hal tersebut memberikan suatu cara untuk menyesuaikan usaha-usaha dalam mencapai cita-cita.
4. Menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.
5. Menyediakan suatu tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

### Penjualan

Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan secara kredit. Untuk menentukan volume penjualan agar mencapai tingkat laba yang telah direncanakan dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Penjualan (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Contribution Margin}}$$

$$\text{Penjualan (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

(Warren, 2022:269–70)

- a. Tujuan Rencana Penjualan
  1. Sebagai pedoman kerja, alat pengkoordinasian kerja, dan alat pengawasan kerja.
  2. Mengurangi ketidakpastian tentang pendapatan di masa yang akan datang.
  3. Memasukkan kebijakan dan keputusan manajemen dalam proses perencanaan.
  4. Memberikan informasi penting bagi pembentukan elemen lain dari rencana laba menyeluruh.
  5. Memudahkan pengendalian manajemen atas kegiatan penjualan yang dilakukan.
- b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.
  1. Faktor pemasaran
  2. Faktor keuangan
  3. Faktor ekonomis
  4. Faktor Teknis
- c. Faktor lainnya  
(Hutabarat, 2022:13-14)

### **Margin of Safety**

*Margin of safety* merupakan kelebihan dari anggaran penjualan aktual di atas penjualan titik impas. *Margin of safety* dapat digunakan untuk menentukan sejauh mana jumlah penurunan penjualan sampai titik impas atau titik dimana tidak terjadi kerugian maupun laba. Menghitung *Margin of safety* (margin keamanan), dapat digunakan rumus sebagai berikut :

**MoS = Anggaran Penjualan – Penjualan BEP**

$$\text{Persentase Mos} = \frac{\text{MoS}}{\text{Anggaran Penjualan}} \times 100\%$$

(Weygan, 2018:237)

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah bertujuan untuk menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang diteliti. (Sugiyono, 2018:7)

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini penulis lakukan pada UMKM Muthia Bakery yang beralamat di Jalan Enam Mei Nagari Simpuruik Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. Sedangkan waktu penelitian terhitung dari bulan April 2022 sampai dengan bulan Mei 2022.

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen kunci dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, dimana peneliti meakukan pengumpulan data dan menganalisis data.

### **Sumber Data**

1. Data Primer  
Dalam penelitian ini, sumber data primer adalah Ibu Sri Novalina sebagai pemilik UMKM Muthia Bakery. Data primer dalam penelitian ini adalah informasi jumlah penjualan produk dan biaya-biaya yang terjadi dalam produksi pada UMKM Muthia Bakery.
2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, sumber data yang penulis gunakan adalah pencatatan jumlah penjualan produk dan pencatatan biaya-biaya produksi pada UMKM Muthia Bakery. Seta jurnal-jurnal ilmiah yang menjadi landasan teori dan referensi dalam penelitian ini. (Supriyono, 2018:48)

### Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi, dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung di lokasi UMKM Muthia Bakery dan mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti.
1. Wawancara, dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara langsung kepada pemilik UMKM Muthia Bakery.
2. Dokumentasi, dalam penelitian ini dokumen yang penulis gunakan berupa laporan produksi UMKM Muthia Bakery. (Mardawani, 2020:50–52)

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu data yang telah dikumpulkan kemudian di klasifikasikan, di identifikasikan dengan menggunakan metode analisis *break even point*, sehingga hasil analisis dapat memberikan arti dan makna yang berguna untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang terjadi. Langkah-langkah analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data yang diperoleh dari UMKM Muthia Bakery yang terdiri dari data-data mengenai penjualan produk, pendapatan, dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada priode 2021.
2. Mengklasifikasikan biaya dan memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Pemisahaan biaya semivariabel dilakukan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square method*) dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \quad a = Y \text{ rata - rata} - b(X \text{ rata} - \text{rata})$$

3. Mengalokasikan semua biaya ke masing-masing produk menggunakan persentase nilai jual relatif dan mengelompokkan biaya tetap dan biaya variabel.
4. Menentukan *contribution margin* (CM), dengan rumus sebagai berikut :  
 **$CM = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$**   
 **$CM \text{ per Unit} = \text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}$**
5. Menentukan *contribution margin ratio* (CMR), dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$CMR = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

6. Menentukan *break even point* (BEP) atau titik impas secara keseluruhan, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution Margin per unit}}$$

$$BEP \text{ (nilai penjualan)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

7. Menentukan perencanaan laba dan penjualan yang harus dicapai pada periode yang akan datang, dengan menggunakan rumus seabagai berikut :

$$\text{Penjualan (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Contribution Margin}}$$

$$\text{Penjualan (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

8. Menentukan *margin of savety* (batas keamanan), dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$MoS = \text{Anggaran Penjualan} - \text{Penjualan BEP}$$

$$\text{Persentase Mos} = \frac{MoS}{\text{Anggaran Penjualan}} \times 100\%$$

### Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan triangulasi. Triangulasi dalam penelitian ini untuk menguji kredibilitas atau kepercayaan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. (Sugiyono, 2014:274)

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis *break even point* penting bagi sebuah perusahaan dalam merencanakan laba dan penjualan yang akan diperoleh perusahaan. Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Mengumpulkan Data yang diperoleh dari UMKM Muthia Bakery.

- a. Data penjualan produk, harga jual dan persentase penjualan periode januari sampai dengan desember tahun 2021.

**Tabel 4.1**  
**Muthia Bakery**  
**Daftar Penjualan, Harga Jual, dan Persentase Nilai Jual Relatif**  
**Periode 2021**

No.	Nama Produk	Penjualan (Unit)	Harga Jual per Unit (Rp)	Penjualan (Rp)	Persentase Nilai Jual Relatif
1.	Roti Panggang	230.140	700	161.098.000	30,79%
2.	Roti Goreng	225.263	750	168.947.250	32,29%
3.	Roti Rebus	78.252	700	54.776.400	10,47%
4.	Bolu Kukus	64.650	700	45.255.000	8,65%
5.	Bou Brownies	3.725	25.000	93.125.000	17,8%
	Total	602.030	700	523.201.650	100%

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

- b. Data biaya produksi UMKM Muthia Bakery periode januari sampai dengan desember tahun 2021.

**Tabel 4.2**  
**Muthia Bakery**  
**Laporan Biaya Produksi Roti dan Kue**  
**Periode 2021**

No.	Unsur Biaya	Jenis Produk			
		Biaya Bahan Baku (Rp)	Biaya Bahan Penolong (Rp)	Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Biaya Overhead Pabrik (Rp)
1.	Roti Panggang	59.825.040	49.964.970	25.688.760	14.969.500
2.	Roti Goreng	17.156.400	8.628.950	5.778.200	8.948.800
3.	Roti Rebus	16.349.490	17.145.990	5.559.570	4.593.150

4.	Bolu Kukus	18.658.740	24.817.740	6.344.820	6.753.900
Total Biaya Produksi		111.989.670	100.557.650	43.371.350	35.265.350

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

**2. Mengklasifikasikan Biaya, Memisahkan Biaya, Mengalokasikan Biaya dan Mengelompokkan Biaya Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel**

**Tabel 4.8**  
**Muthia Bakery**  
**Biaya Variabel Produk**  
**Periode 2021**

Biaya Variabel	Roti Panggang (Rp)	Roti Goreng (Rp)	Roti Rebus (Rp)	Bolu Kukus (Rp)	Bolu Brownies (Rp)
Biaya Listrik	2.808.280,31	2.945.091,63	954.943	788.945,26	1.623.494,3
Biaya Air	702.533,49	736.758,9	238.893,33	197.366,51	406.141,48
Biaya Telepon	350.339,92	367.407,47	119.131,5	98.422,87	202.534,93
Biaya Bahan Baku	59.825.040	49.964.970	25.688.760	14.969.500	18.558.540
Biaya Bahan Penolong	17.156.400	8.628.950	5.778.200	8.948.800	13.572.900
BTKL	16.349.490	17.145.990	5.559.570	4.593.150	9.451.800
Biaya Perlengkapan	2.512.464	7.884.864	854.352	2.217.840	3.792.480
Biaya Gas LPG	5.098.824	5.347.224	1.733.832	1.432.440	2.947.680
Biaya Angkut	184.740	193.740	62.820	51.900	106.800
Total Biaya Variabel	104.988.111,7	93.214.996	40.990.501,83	33.298.364,64	50.662.370,71
Unit Produksi	230.140	225.263	78.252	64.650	3.725

Biaya Variabel per Unit	456,19	413,81	523,83	515,06	13.600,64
-------------------------	--------	--------	--------	--------	-----------

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

**Tabel 4.9**  
**Muthia Bakery**  
**Biaya Tetap Produk**  
**Periode 2021**

Biaya Tetap	Roti Panggang (Rp)	Roti Goreng (Rp)	Roti Rebus (Rp)	Bolu Kukus (Rp)	Bolu Brownies (Rp)
Biaya Listrik	147.559,49	154.748,16	50.176,93	41.454,68	85.305,58
Biaya Air	36.426,48	38.201,07	12.386,66	10.233,49	21.058,5
Biaya Telepon	19.140,06	20.072,51	6.508,49	5.377,12	11.065,06
Biaya Pemasaran	3.842.592	4.029.792	1.306.656	1.079.520	2.221.440
Biaya Pemeliharaan Mesin	184.740	193.740	62.820	51.900	106.800
Biaya konsumsi karyawan	2.771.100	2.906.100	942.300	778.500	1.602.000
Total	7.001.558,03	7.342.653,74	2.380.848,08	1.966.985,29	4.047.669,14

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

### 3. Menghitung *Contribution Margin* (CM)

#### a. *Contribution margin* dalam rupiah

Untuk menentukan *contribution margin* dapat menggunakan rumus

$$\text{contribution margin} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$



**Tabel 4.10**  
**Muthia Bakery**  
**Contribution Margin Produk**  
**Periode 2021**

No.	Nama Produk	Penjualan (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Contribution Margin (Rp)
1.	Roti Panggang	161.098.000	104.988.111,7	56.109.888,3
2.	Roti Goreng	168.947.250	93.214.996	75.732.254
3.	Roti Rebus	54.776.400	40.990.501,83	13.785.898,17
4.	Bolu Kukus	45.255.000	33.298.364,64	11.956.635,36
5.	Bolu Brownies	93.125.000	50.662.370,71	42.462.629,29

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

b. *Contribution margin* per unit

Untuk menentukan *contribution margin* per unit dapat menggunakan rumus :

$$CM \text{ per Unit} = \text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}$$

**Tabel 4.11**  
**Muthia Bakery**  
**Contribution Margin Produk per Unit**  
**Periode 2021**

No.	Nama Produk	Harga per Unit (Rp)	Biaya Variabel per Unit (Rp)	Contribution Margin per Unit (Rp)
1.	Roti Panggang	700	456,19	243,81
2.	Roti Goreng	750	413,81	336,19
3.	Roti Rebus	700	523,83	176,17
4.	Bolu Kukus	700	515,06	184,94
5.	Bolu Brownies	25.000	13.600,64	11.399,36

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Dengan biaya variabel, jumlah tersebut akan digunakan untuk menutupi biaya tetap, sisanya akan diakui sebagai laba yang diperoleh. Jika *margin contribution* tidak cukup menutupi biaya tetap maka akan mengalami kerugian. diketahui

**4. Menentukan *Contribution Margin Ratio (CMR)***

Untuk menentukan *contribution margin ratio* dapat menggunakan rumus :

$$CMR = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

**Tabel 4.17**  
**Muthia Bakery**  
**Contribution Margin Ratio Produk**  
**Periode 2021**

No.	Nama Produk	Contribution Margin (Rp)	Penjualan (Rp)	Contribution Margin Ratio
1.	Roti Panggang	56.109.888,3	161.098.000	34,83%
2.	Roti Goreng	75.732.254	168.947.250	44,83%
3.	Roti Rebus	13.785.898,17	54.776.400	25,17%
4.	Bolu Kukus	11.956.635,36	45.255.000	26,42%
5.	Bolu Brownies	42.462.629,29	93.125.000	45,60%

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

*Contribution margin ratio* merupakan rasio dari *Contribution margin* terhadap pendapatan atau hasil penjualan. Berdasarkan perhitungan *Contribution margin ratio* pada UMKM Muthia Bakery periode 2021 menunjukkan setiap penjualan Rp. 1 *Contribution margin* akan meningkat sebesar Rp. 0,3483 untuk roti panggang, Rp. 0,4483 untuk roti goreng, Rp. 0,2417 untuk roti rebus, Rp. 0,2642 untuk bolu kukus, dan Rp. 0,4560 untuk bolu brownies. Kenaikan ini dengan asumsi tidak ada perubahan biaya tetap. *Contribution margin* merupakan jumlah yang tersisa dari penjualan dikurangi menentukan

#### 5. Break Even Point (BEP)

##### a. Break even point dalam unit

Untuk menentukan *break even point* atau titik impas dalam unit dengan menggunakan metode *margin contribution ratio* dapat menggunakan rumus :

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution Margin per unit}}$$

**Tabel 4.18**  
**Muthia Bakery**  
**Break Even Poin Produk Dalam Unit**  
**Periode 2021**

No.	Nama Produk	Total Biaya Tetap (Rp)	Contribution Margin Per Unit	BEP Per Unit	Pembulatan
1.	Roti Panggang	7.001.558,03	243,81	28.717,27	28.717
2.	Roti Goreng	7.342.653,74	336,19	21.840,79	21.841
3.	Roti Rebus	2.380.848,08	176,17	13.514,49	13.514
4.	Bolu Kukus	1.966.985,29	184,94	10.635,80	10.636
5.	Bolu Brownies	4.047.669,14	11.399,36	355,09	355

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

b. *Break even point* dalam rupiah

Untuk menentukan tingkat *break even point* atau titik impas dalam rupiah dengan menggunakan metode rasio margin kontribusi dapat menggunakan rumus :

$$BEP (\text{nilai penjualan}) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

**Tabel 4.19**  
**Muthia Bakery**  
**Break Even Poin Ke Produk Dalam Rupiah**  
**Periode 2021**

No.	Nama Produk	Total Biaya Tetap (Rp)	Ratio Contribution Margin (%)	BEP Dalam Rupiah (Rp)
1.	Roti Panggang	7.001.558,03	34,83%	20.102.090,24
2.	Roti Goreng	7.342.653,74	44,83%	16.378.884,1
3.	Roti Rebus	2.380.848,08	25,17%	9.459.070,64
4.	Bolu Kukus	1.966.985,29	26,42%	7.445.061,66
5.	Bolu Brownies	4.047.669,14	45,60%	8.876.467,41

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

#### 6. Menentukan Perencanaan Laba dan Volume Penjualan yang Ingin Dicapai

Berdasarkan data periode 2021 UMKM Muthia Bakery dapat melakukan perencanaan terhadap laba, dan menentukan volume penjualan yang akan dicapai agar mendapatkan target laba yang telah direncanakan. Untuk periode 2022 UMKM Muthia Bakery ingin merencanakan laba meningkat 10% dari laba periode 2021.

**Tabel 4.20**  
**Muthia Bakery**  
**Perencanaan Laba**  
**Periode 2022**

No.	Nama Produk	Laba Tahun 2021 (Rp)	Tingkat laba	Kenaikan laba (Rp)	Target laba Tahun 2022 (Rp)
1.	Roti Panggang	49.108.329,2	10%	4.910.832,92	54.019.162
2.	Roti Goreng	68.389.601,64	10%	6.838.960,16	75.228.562
3.	Roti Rebus	11.405.050	10%	1.140.505	12.545.555
4.	Bolu Kukus	9.989.650,94	10%	998.965,09	10.988.616
5.	Bolu Brownies	38.414.960,94	10%	3.841.496,09	42.256.457

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Untuk mencapai target laba periode 2022 yang telah direncanakan, UMKM Muthia Bakery dapat menentukan tingkat penjualan masing-masing produk roti dan kue dalam unit dan rupiah dapat menggunakan rumus :

$$\text{Penjualan (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Contribution Margin/unit}}$$

$$\text{Penjualan (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

**Tabel 4.21**  
**Muthia Bakery**  
**Perencanaan Penjualan Produk Dalam Unit**  
**Periode 2022**

Nama Produk	Total Biaya Tetap (Rp)	Target Laba (Rp)	Contribution Margin per Unit	Volume Penjualan (Unit)	Pembulatan (Unit)
Roti Panggang	7.001.558,03	54.019.162	243,81	250.279,81	250.280
Roti Goreng	7.342.653,74	75.228.562	336,19	245.608,78	245.609
Roti Rebus	2.380.848,08	12.545.555	176,17	84.727,27	84.727
Bolu Kukus	1.966.985,29	10.988.616	184,94	70.052,99	70.053
Bolu Brownies	4.047.669,14	42.256.457	11.399,36	4.061,99	4.062

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

**Tabel 4.22**  
**Muthia Bakery**  
**Perencanaan Penjualan Produk Dalam Rupiah**  
**Periode 2022**

No.	Nama Produk	Total biaya Tetap (Rp)	Target Laba (Rp)	Ratio Contribution margin (%)	Volume Penjualan (Rp)
1.	Roti Panggang	7.001.558,03	54.019.162	34,83%	175.195.865,7
2.	Roti Goreng	7.342.653,74	75.228.562	44,83%	184.187.409,6
3.	Roti Rebus	2.380.848,08	12.545.555	25,17%	59.302.356,3
4.	Bolu Kukus	1.966.985,29	10.988.616	26,42%	49.037.097,99

5.	Bolu Brownies	4.047.669,14	42.256.457	45,60%	101.544.136,3
----	---------------	--------------	------------	--------	---------------

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

### 7. Menentukan *margin of savety*

Untuk menentukan margin of safety (MoS) dapat dihitung menggunakan rumus :

$$MoS = \text{Anggaran Penjualan} - \text{Penjualan BEP}$$

$$\text{Persentase Mos} = \frac{MoS}{\text{Anggaran Penjualan}} \times 100\%$$

**Tabel 4.23**  
**Muthia Bakery**  
**Margin Of Savety Produk Dalam Rupiah**  
**Periode 2022**

No.	Nama Produk	Volume Penjualan (Rp)	Penjualan BEP (Rp)	MOS (Rp)
1.	Roti Panggang	175.195.232	20.102.090,24	155.093.141,8
2.	Roti Goreng	184.190.854	16.378.884,1	167.811.969,9
3.	Roti Rebus	59.308.174	9.459.070,64	49.849.103,36
4.	Bolu Kukus	49.044.934	7.445.061,66	41.599.872,34
5.	Bolu Brownies	101.553.399	8.876.467,41	92.676.931,59

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

**Tabel 4.24**  
**Muthia Bakery**  
**Persentase Margin Of Savety Produk**  
**Periode 2022**

No.	Nama Produk	MOS (Rp)	Volume Penjualan (Rp)	Persentase MOS (%)
1.	Roti Panggang	155.093.141,8	175.195.232	88,53%
2.	Roti Goreng	167.811.969,9	184.190.854	91,11%
3.	Roti Rebus	49.849.103,36	59.308.174	84,05%
4.	Bolu Kukus	41.599.872,34	49.044.934	84,82%
5.	Bolu Brownies	92.676.931,59	101.553.399	91,26%

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

### Pembahasan

Analisis *break even point* merupakan suatu analisis untuk menentukan titik impas atau keadaan dimana suatu perusahaan tidak menghasilkan laba dan tidak mengalami kerugian. Berdasarkan penerapan analisis *break even point* dapat dilakukan perencanaan laba dan penjualan sehingga perusahaan mengetahui laba yang ingin dicapai dan volume penjualan yang harus dilakukan agar laba yang diinginkan tercapai. Serta perusahaan juga dapat mengetahui informasi *margin of safety*

atau tingkat keamanan seberapa besar penjualan dapat mengalami penurunan agar penurunan penjualan yang terjadi tidak melampaui batas *break even point* atau titik impas, sehingga perusahaan dapat menghindari resiko kerugian yang akan terjadi.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan pada UMKM Muthia Bakery di Kabupaten tanah datar, dimana analisis *break even point* periode 2021 pada UMKM Muthia Bakery untuk masing-masing produk roti dan kue mencapai untuk roti panggang sebesar Rp.17.437.316,8 atau 24.959 unit, untuk roti goreng sebesar Rp.14.866.680,99 atau 19.820 unit, untuk roti rebus sebesar Rp.7.710.000,26 atau 11.012 unit, untuk bolu kukus sebesar Rp.6.127.680,03 atau 8.755 unit, dan untuk bolu brownies sebesar Rp.8.077.567,63 atau 323 unit. Tingkat *break even point* masing-masing produk roti dan kue pada UMKM Muthia Bakery periode 2021, menunjukkan angka yang lebih rendah dari penjualan yang telah diperoleh masing-masing produk roti dan kue periode 2021 yaitu untuk roti panggang sebanyak Rp. 181.098.000 atau 230.140 unit, untuk roti goreng sebesar Rp. 168.947.250 atau 225.140 unit, untuk roti rebus sebesar Rp. 54.776.400 atau 78.252 unit, untuk bolu kukus sebesar Rp. 45.255.000 atau 64.650 unit dan untuk bolu brownies sebesar Rp. 93.125.00 atau 3.725 unit.

Hal ini menjelaskan bahwa penjualan UMKM Muthia Bakery untuk masing-masing produk pada periode 2021 telah mencapai dan berada di atas *break even point* atau titik impas dan UMKM memperoleh laba dari penjualan. Dari hasil analisis *break even point* yang dilakukan pemilik UMKM Muthia Bakery dapat mengetahui pada tingkat penjualan berapa usahanya telah mencapai BEP atau titik impas dimana usaha tidak mendapatkan laba dan juga tidak mengalami kerugian. Sehingga UMKM Muthia Bakery dapat merencanakan tingkat laba yang diinginkan untuk periode 2022. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa analisis *break even point* juga menjelaskan adanya hubungan antara penjualan dan laba, sehingga analisis *break even point* dapat diterapkan sebagai alat perencanaan laba. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irwadi dan Safari (2021) setelah mampu melakukan analisis *break even point* dan melakukan perencanaan laba usaha untuk periode berikutnya.

Dengan melakukan perencanaan laba untuk periode 2022 dimana UMKM Muthia Bakery ingin meningkatkan laba sebesar 10% dari laba priode 2021 dengan target laba masing-masing produk adalah untuk roti panggang sebesar Rp. 54.019.162, untuk roti goreng sebesar 75.228.562, untuk roti rebus sebesar 12.545.555, untuk bolu kukus sebesar 10.988.616 dan untuk bolu brownies sebesar 42.256.457. Untuk mencapai target laba yang telah direncanakan pada periode 2022, UMKM Muthia Bakery harus mencapai volume penjualan masing-masing produk adalah untuk roti panggang sebanyak 250.280 unit atau sebesar Rp. 175.195.865,7, untuk roti goreng sebanyak 245.609 unit atau sebesar Rp. 184.187.409,6, untuk roti rebus sebanyak 84.727 unit atau sebesar Rp. 59.302.356,3, untuk bolu kukus sebanyak 70.053 unit atau sebesar Rp. 49.037.097,99 dan untu bolu brownies sebanyak 4.062 unit atau sebesar Rp. 101.544.136,3.

Untuk mencapai target laba yang telah direncanakan sebelumnya, UMKM Muthia Bakery harus mencapai volume penjualan sebagaimana yang telah ditentukan, untuk mencapai volume penjualan tersebut perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba yang ingin dicapai yaitu harga jual, kuantitas penjualan, serta biaya tetap dan biaya variabel. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ananda dan Hamidi (2019), dimana besar kecilnya biaya tetap maupun biaya variabel yang digunakan setiap perusahaan untuk oprasional kegiatan perusahaan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan tersebut.

Penurunan penjualan minimum pada periode 2022 yang dapat ditoleril agar UMKM dapat menghindari kerugian adalah sebesar tingkat *margin of safety*. Berdasarkan perhitungan *margin of safety* untuk periode 2022 diketahui tingkat *margin of safety* atau tingkat keamanan dari penjualan masing-masing produk roti dan kue pada UMKM Muthia Bakery cukup tinggi dengan hasil persentase untuk roti panggang 88,53%, roti goreng 91,11%, roti rebus 84,05%, bolu kukus

84,82% dan bolu rebus 91,26%. Pada periode 2022 *margin of safety* UMKM Muthia Bakery cukup tinggi, hal ini berarti resiko kerugian UMKM Muthia Bakery cukup kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khanifah dan Septiana (2019), dimana tingkat *margin of safety* yang semakin meningkat itu berarti bahwa usaha tersebut mempunyai tingkat pengaman atau resiko untuk mengalami kerugian semakin sedikit.

Berdasarkan hasil penelitian analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba yang dilakukan pada UMKM Muthia Bakery, pemilik UMKM Muthia Bakery dapat berpedoman dalam mengambil keputusan yang efektif dan efisien untuk menentukan volume penjualan agar mencapai perencanaan laba yang diinginkan untuk periode selanjutnya, dan mengetahui penurunan volume penjualan minimum yang boleh terjadi sehingga hal ini dapat mengantisipasi kerugian yang akan dialami oleh UMKM Muthia Bakery. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jamaludin (2019), dimana analisis *break even point* dilakukan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan dan dapat juga digunakan sebagai acuan atau pedoman dalam mengambil keputusan terkait laba dan volume penjualan yang diinginkan dan yang akan dicapai untuk periode selanjutnya.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada UMKM Muthia Bakery di Kabupaten Tanah Datar diatas, maka dapat penulis simpulkan hasil penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Analisis *break even point*. periode 2021 pada UMKM Muthia Bakery menjelaskan bahwa pada periode 2021 tingkat BEP lebih rendah dari tingkat penjualan, hal ini berarti pada periode 2021 UMKM Muthia Bakery memperoleh laba. Dari perhitungan analisis *break even point* UMKM Muthia Bakery memiliki pedoman dalam melakukan perencanaan laba untuk periode 2022.
2. Dengan melakukan perencanaan laba pada periode 2022, UMKM Muthia Bakery dapat mengetahui volume penjualan yang akan dicapai untuk memperoleh target laba yang telah direncanakan.
3. *Margin of safety* untuk periode 2022 cukup besar dengan persentase cukup tinggi, hal ini berarti UMKM Muthia Bakery mampu melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan baik sehingga tingkat resiko mengalami kerugian rendah.

Berdasarkan simpulan dan fakta yang didapatkan dari penelitian ini, maka saran yang bisa penulis berikan pada UMKM Muthia Bakery sebagai tahap untuk menindak lanjuti dari hasil penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya UMKM Muthia Bakery melakukan analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba, sehingga UMKM Muthia Bakery dapat mengetahui titik impas penjualan, laba dan volume penjualan yang harus dicapai serta batas minimum penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian. Sehingga UMKM Muthia Bakery memiliki pedoman dalam melakukan perencanaan laba dan menentukan volume penjualan yang akan dicapai pada periode selanjutnya.
2. Dalam melakukan perencanaan laba periode 2022, UMKM Muthia Bakery harus melakukan penjualan sesuai dengan volume penjualan yang telah direncanakan agar dapat mencapai target laba yang diinginkan.
3. Dengan tingkat *margin of safety* yang cukup tinggi pada periode 2022, sebaiknya UMKM Muthia Bakery dapat mempertahankan penjualan produk roti dan kue agar tidak mengalami penurunan terhadap penjualan melebihi tingkat *margin of safety* karena batas minimum penjualan yang boleh terjadi adalah sebesar *margin of safety* yang telah ditentukan agar UMKM Muthia Bakery dapat menghindari kerugian.

## Referensi

- Aditama, R. A. 2020. *Pengantar Manajemen Teori Dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Adnyana, I. Made. 2019. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: LPU-UNAS.
- Anwar, Muhammad. 2020. *Pengantar Dasar Ilmu Majemen*. Jakarta: Kencana.
- Ardhianto, Wildana Nur. 2019. *Buku Sakti Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Chalil, Didi Chariadi. 2018. "Titik Impas Dan Perencanaan Laba Dalam Bisnis." *Mitra Manajemen (JMM)* 2, No. 5,.
- Fajrillah, d. 2021. *Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen Sebagai Alat Perencanaan, Pengendalian Dan Pengambilan Keputusan*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Garrison, Ray H. dkk. 2012. *Managerial Accounting*. 14th ed. Amerika Serikat: McGraw-Hill/Irwin.
- Garrison Ra H, dkk. 2006. *Akuntansi Manajerial, Edisi 11 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, Don. R. dan Maryanne M. Mowen. 2005. *Akuntansi Manajemen Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hery. 2017. *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep Dan Analisis*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hutabarat, Galumbang dan Suria Alamsyah Putra. 2022. *Penganggaran Perusahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kasmir. 2019. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Khanifah, Kiki Ekasari dan NaniSeptiana. 2019. "Profit Planning Analysis With Break Even Point Approach (Bep) On Banana Chips Business 'Berkah Jaya' In Metro City." *Ilmiah Keuangan Dan Perbankan* 2, Nomor 2.
- Lamanseto, Haryo. 2021. "UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia." [ekon.go.id](http://ekon.go.id).
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Mulyadi. 2007. *Activity Based Cost System*. Yogyakarta: UPP STM YKPN Yogyakarta.
- Nursanty, Ida Ayu dkk. 2022. *Akuntansi Manajemen*. Mataram: Seval Literindo Kreasi.
- Ramdhani, D. d. 2020. *Akuntansi Biaya (Konsep Dan Implementasi Di Industri Manufaktur)*. Yogyakarta: CV. Markumi.
- Riwayadi. 2019. *Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional Dan Kontemporer Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riyadi, Slamet. 2017. *Akuntansi Manajemen*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Saleh, Rahmat dan Iman Firmansyah. 2020. *Dasar Akuntansi*. Bogor: IPB Press.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supriyono, R. A. 2018. *Akuntansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Suripto, d. 2021. *Akuntansi Manajemen*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Tohardi, Ahmad. 2019. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial*. Pontianak: Tanjungpura University Press.
- Trihantoyo, S. 2020. *Manajemen Keuangan Pendidikan*. Surabaya: Pustaka Aksara.
- Warren, Carl S, Dkk. 2022. *Managerial Accounting Edisi 16*. Amerika Serikat: Cengage Learning.
- Weygan dt, Jerry J, Dkk. 2018. *Managerial Accounting Edisi 5*. Amerika Serikat: Jhon Wiley & Sons.