



**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* (BEP) DALAM PERENCANAAN
LABA PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH
(UMKM) SATE VARIA 2022**

Skripsi

Disusun Oleh :
Nova Chairunnisa
022120091

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
2024**



**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* (BEP) DALAM
PERENCANAAN LABA PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH (UMKM) SATE VARIA 2022**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi
Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pakuan
Bogor



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D)

Ketua Program Studi Akuntansi
(Dr. Arief Tri Hardiyanto., Ak., MBA., CMA.,
CCSA., CA., CSEP., QIA)

**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* (BEP) DALAM
PERENCANAAN LABA PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH (UMKM) SATE VARIA 2022**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari Selasa, 28 Mei 2024

Nova Chairunnisa

022120091

Disetujui,

Ketua Penguji Sidang

(Dr. Siti Maimunah, S.E., M.Si., CPSP., CPMP., CAP.)



Handwritten signature of Dr. Siti Maimunah, dated 2/5/24.

Ketua Komisi Pembimbing

(Dr. Asep Alipudin, SE., M.Ak., CSA.)



Handwritten signature of Dr. Asep Alipudin.

Anggota Komisi Pembimbing

(Abdul Kohar, SE., M.Ak., CSRP., CTCP., CPSP.)



Handwritten signature of Abdul Kohar, dated 19/5/24.

LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nova Chairunnisa

NPM : 022120091

Judul Skripsi : Analisis *Break Even Point* (BEP) Dalam Perencanaan Laba Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sate Varia 2022

Dengan ini menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 31 Mei 2024



Nova Chairunnisa

022120091

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Tahun
2024 Hak Cipta dilindungi Undang-undang**

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

NOVA CHAIRUNNISA. 022120091. Analisis *Break Even Point* (BEP) Dalam Perencanaan Laba Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sate Varia 2022. Dibawah bimbingan ASEP ALIPUDIN dan ABDUL KOHAR. 2024.

Naiknya kasus covid-19, membuat pemerintah Indonesia memberikan himbauan kepada masyarakat untuk beraktivitas di rumah saja dan menerapkan *social distancing*. Dampak dari *social distancing* sangat dirasakan seluruh masyarakat tak terkecuali para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini karena peran UMKM di Indonesia yaitu sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) nasional berperan penting dalam pemulihan ekonomi Indonesia. UMKM Sate Varia mengalami penurunan penjualan pada saat pandemi covid-19. Hal ini karena dampak dari himbauan pemerintah yang mengharuskan segala aktivitas di rumah saja. Selain itu, meningkatnya UMKM karena PHK masal juga menjadi penyebab turunnya laba UMKM Sate Varia. Hingga saat ini, penjualan UMKM Sate Varia tidak sebanyak sebelum pandemi. Penjualan menurun, laba pun menurun, akan tetapi biaya-biaya makin meningkat dan harga jual masih sama. Terlebih, UMKM Sate Varia belum mengklasifikasi biaya tetap dan variabel sehingga belum mengetahui penjualan secara jelas. Ini akan menjadi perhatian khusus untuk manajemen UMKM Sate Varia. Dengan kondisi tersebut, UMKM Sate Varia harus melakukan evaluasi guna meningkatkan laba yang diinginkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan manfaat dari penerapan titik impas atau *Break Even Point* (BEP) untuk perencanaan laba pada UMKM Sate Varia.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data primer adalah sumber data yang digunakan pada penelitian ini, dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Serta analisis data yang digunakan di penelitian ini adalah penelitian *descriptive non statistics*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan pencapaian titik impas dalam rupiah maupun dalam unit di setiap triwulannya. Hal ini karena adanya perbedaan besarnya biaya yang dikeluarkan UMKM Sate Varia setiap bulan. Akan tetapi, penjualan yang dilakukan oleh UMKM Sate Varia sudah baik dan selalu berada di atas titik impas. Artinya, UMKM Sate Varia mampu untuk mencapai keuntungan setiap bulannya. Dengan adanya perhitungan titik impas ini, UMKM Sate Varia dapat merencanakan laba yang diinginkan dengan persiapan yang lebih matang.

Kata Kunci : *Break Even Point*, Perencanaan Laba, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

PRAKATA

Seluruh puja puji syukur penulis panjatkan hanya kepada Allah SWT., Dzat yang Maha Agung dan Maha Kuasa, yang hanya dengan izin-Nya lah penulis dapat mengerjakan tugas akhir ini yang berjudul "*Analisis Break Even Point (BEP) dalam Perencanaan Laba pada Sate Varia*" hingga tuntas dan menyelesaikan apa yang sudah penulis mulai.

Dalam penyelesaian penyusunan tugas akhir ini, tentunya semua tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak. Penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yuyun Wahyuni dan Khurzudin, selaku bapak dan ibu tersayang penulis yang telah mencurahkan seluruhnya, hingga penulis dapat sampai di titik ini, dan juga keluarga yang selalu mendoakan penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc selaku rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Dr. Towaf T. Irawan, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan.
4. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA selaku Kepala Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan.
5. Bapak Dr. Asep Alipudin, SE., M.Ak., CSA selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Abdul Kohar, SE., M.Ak., CSR.P., CPSP selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah mencurahkan kebaikan dengan sangat sabar membimbing, mendorong, dan memberikan arahan untuk mengerjakan lebih giat, serta saran dan masukan yang membantu penulis sehingga dapat mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
6. UMKM Sate Varia yang telah memberikan izin penelitian dan membantu proses penelitian.
7. Para Sahabat yang telah memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Muhammad Naufal Athalla Wardhana, selaku kekasih penulis yang telah memberikan dukungan, perhatian, doa, dan kontribusi lainnya selama perjalanan perkuliahan penulis.
9. Annisa Feri selaku saksi hidup semasa perkuliahan yang telah memberikan semangat hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari pengerjaan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk koreksi, kritik, dan saran yang membangun untuk tugas akhir ini.

Bogor, 31 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	4
1.2.1. Identifikasi Masalah	4
1.2.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.3.1. Maksud Penelitian	4
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
1.4.1. Kegunaan Praktis.....	5
1.4.2. Kegunaan Akademis	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1. Akuntansi Manajemen.....	6
2.1.1. Pengertian Akuntansi Manajemen	6
2.1.2. Fokus Akuntansi Manajemen	6
2.1.3. Peran Akuntansi Manajemen.....	7
2.2. Biaya	8
2.2.1. Pengertian Biaya	8
2.2.2. Klasifikasi Biaya	8
2.3. <i>Break Even Point</i> (BEP).....	10
2.3.1. Pengertian <i>Break Even Point</i>	10
2.3.2. Fungsi dan Manfaat Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP).....	11

2.3.3. Perhitungan Break Even Point (BEP).....	11
2.3.4. Marjin Kontribusi (<i>Contribution Margin</i>) dalam <i>Break Even Point</i>	12
2.3.5. <i>Margin of Safety</i> (MOS) dalam <i>Break Even Point</i>	13
2.4. Perencanaan Laba.....	13
2.5. Hubungan <i>Break Even Point</i> (BEP) dengan Perencanaan Laba	14
2.6. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	15
2.6.1. Pengertian dan Kegunaan UMKM	15
2.6.2. Kriteria UMKM	15
2.7. Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran	16
2.7.1. Penelitian Sebelumnya	16
2.7.2. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian.....	29
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	29
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	29
3.4. Operasional Variabel.....	29
3.5. Metode Pengumpulan Data	30
3.6. Metode Pengolahan/Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	32
4.1. Gambaran Umum UMKM Sate Varia.....	32
4.1.1. Perkembangan dan Kegiatan Usaha	32
4.1.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	32
4.2. Analisis Data.....	33
4.2.1. Penjualan, Harga Jual, dan Volume Penjualan UMKM Sate Varia	33
4.2.2. Klasifikasi Biaya Tetap dan Variabel pada UMKM Sate Varia.....	34
4.3. Analisis <i>Break Even Point</i> untuk Perencanaan Laba	37
4.3.1. Penerapan Analisis Break Even Point pada UMKM Sate Varia 2022	37
4.3.2. Perencanaan Laba pada UMKM Sate Varia	48
4.4. Pembahasan.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Simpulan	65
5.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	72
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan UMKM Sate Varia Tahun 2020 – 2022.....	3
Tabel 1. 2 Data Laba UMKM Sate Varia Tahun 2020 – 2022	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Jumlah Volume, Harga Jual, dan Penjualan Sate Ayam Pada Tahun 2022	33
Tabel 4.2 Jumlah Volume, Harga Jual, dan Penjualan Sate Kambing Pada Tahun 2022	34
Tabel 4.3 Rincian Biaya Tetap UMKM Sate Varia Tahun 2022	35
Tabel 4.4 Biaya Variabel Sate Ayam UMKM Sate Varia pada Tahun 2022.....	35
Tabel 4.5 Biaya Variabel Sate Kambing UMKM Sate Varia pada Tahun 2022.....	36
Tabel 4.6 Marjin Kontribusi Sate Ayam UMKM Sate Varia 2022	39
Tabel 4.7 Marjin Kontribusi Sate Kambing UMKM Sate Varia 2022	41
Tabel 4.8 Break Even Point (BEP) Sate Ayam UMKM Sate Varia	43
Tabel 4.9 Break Even Point (BEP) Sate Kambing UMKM Sate Varia	44
Tabel 4.10 Margin of Safety (MOS) Sate Ayam UMKM Sate Varia.....	46
Tabel 4.11 Margin of Safety (MOS) Sate Kambing UMKM Sate Varia.....	48
Tabel 4.12 Perencanaan Laba Sate Ayam UMKM Sate Varia	52
Tabel 4.13 Perencanaan Laba Sate Kambing UMKM Sate Varia	55
Tabel 4.14 Biaya Tetap UMKM Sate Varia Tahun 2022	56
Tabel 4.15 Proporsi Biaya Tetap UMKM Sate Varia 2022.....	57
Tabel 4.16 Biaya Variabel Sate Ayam pada UMKM Sate Varia 2022.....	57
Tabel 4.17 Biaya Variabel Sate Kambing pada UMKM Sate Varia 2022.....	58
Tabel 4.18 Analisis Break Even Point Sate Ayam pada Triwulan 1 – 4 Tahun 2022.....	60
Tabel 4.19 Analisis Break Even Point Sate Kambing pada Triwulan 1 – 4 Tahun 2022.....	61
Tabel 4.20 Penjualan Sate Ayam Untuk Mencapai Target Laba	63
Tabel 4.21 Penjualan Sate Kambing Untuk Mencapai Target Laba	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan UMKM.....	1
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Perencanaan Laba UMKM Sate Varia	27
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi UMKM Sate Varia.....	32
Gambar 4. 2. Laporan Laba Rugi Sate Ayam.....	52
Gambar 4.3. Laporan Laba Rugi Sate Kambing.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penjualan UMKM Sate Varia	74
Lampiran 2. Laba UMKM Sate Varia.....	74
Lampiran 3. Jumlah Volume, Harga Jual, dan Penjualan Sate Ayam Pada Tahun 2022	74
Lampiran 4. Jumlah Volume, Harga Jual, dan Penjualan Sate Kambing Pada Tahun 2022 ..	75
Lampiran 5. Rincian Biaya Tetap UMKM Sate Varia Tahun 2022.....	75
Lampiran 6. Biaya Variabel Sate Ayam UMKM Sate Varia pada Tahun 2022	75
Lampiran 7. Biaya Variabel Sate Kambing UMKM Sate Varia pada Tahun 2022	76
Lampiran 8. Dokumentasi UMKM Sate Varia.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 sangat menggemparkan dunia. Menurut WHO, Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh virus corona baru yang disebut SARS-CoV-2. WHO pertama kali mengetahui virus baru ini pada 31 Desember 2019, menyusul laporan sekelompok kasus '*virus pneumonia*' di Wuhan, Republik Rakyat Cina.

Virus Covid-19 dapat menyebar melalui partikel-partikel kecil yang melayang di udara sehingga penyebaran begitu cepat. WHO menjelaskan, gejala Covid-19 yang paling umum adalah demam, batuk kering, kelelahan. Gejala lain yang kurang umum dan dapat memengaruhi beberapa pasien termasuk: kehilangan rasa atau bau, hidung tersumbat, *conjungtivitis* (juga dikenal sebagai mata merah), sakit tenggorokan, sakit kepala, nyeri otot atau sendi, berbagai jenis ruam kulit, mual atau muntah, diare, menggigil atau pusing.

Virus corona masuk ke Indonesia pada 2 Maret 2020. Presiden Joko Widodo mengumumkan bahwa virus ini telah menjangkiti dua warga Indonesia di Kota Depok, Jawa Barat, yang merupakan seorang ibu (64) dan putrinya (31). Mereka sempat melakukan kontak dekat dengan warga Jepang yang positif virus covid-19. Warga Jepang ini baru terdeteksi covid-19 di Malaysia, setelah meninggalkan Indonesia.

Angka kasus terkonfirmasi positif virus corona per 30 Maret 2020 di Indonesia mencapai 1.414 pasien dilansir dari Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 (tirta.id). Dengan 1.217 pasien masih menjalani perawatan dan baru 75 pasien yang sudah dinyatakan sembuh. Sementara kasus kematian mencapai 122 orang. Dengan kasus pasien meninggal karena virus corona sebanyak 122 jiwa, *Case Fatality Rate* (CFR) atau rasio kematian akibat virus corona di Indonesia mencapai 8,63 persen.

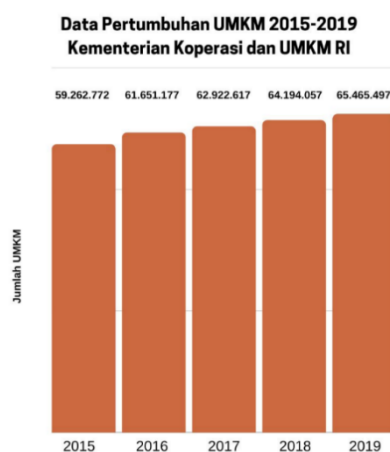
Naiknya kasus covid-19, membuat pemerintah Indonesia memberikan himbuan kepada masyarakat untuk beraktivitas di rumah saja dan menerapkan *social distancing*. Pembatasan sosial (*social distancing*), juga disebut pembatasan fisik (*physical distancing*) adalah serangkaian tindakan intervensi nonfarmasi yang dimaksudkan untuk mencegah penyebaran penyakit menular dengan menjaga jarak fisik antara satu orang dan orang lain serta mengurangi jumlah orang yang melakukan kontak dekat satu sama lain. Tindakan ini biasanya dilakukan dengan menjaga jarak tertentu dari orang lain (jarak yang ditentukan mungkin berbeda dari waktu ke waktu dan dari satu negara dengan negara lain) dan menghindari berkumpul bersama dalam kelompok besar (sumber: id.wikipedia.org). Artinya, dengan adanya himbuan ini, mengharuskan seluruh masyarakat untuk melakukan segala aktivitas yang biasanya dilakukan di luar ruangan, dilakukan di dalam ruangan. Tujuannya adalah menurunkan kemungkinan naiknya kasus covid-19 yang melanda.

Adanya himbuan ini membuat masyarakat terancam kehilangan pekerjaan akibat Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Menurut Feisyah (2020) pandemi bukan berdampak buruk untuk kesehatan saja, akan tetapi berdampak kepada perekonomian dunia. Pandemi telah menyebabkan krisis global karena penurunan tingkat ekonomi. Banyak yang kehilangan pekerjaannya akibat perusahaan tempat mereka bekerja mengalami kebangkrutan karena permintaan yang menurun. Oleh karena itu, pandemi berdampak buruk di semua sektor, tak terkecuali sektor ekonomi. Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) menyebutkan, hampir 48 persen pekerja yang bekerja di sektor kritikal, esensial, dan nonesensial terancam terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan dirumahkan.

Himbauan ini juga berdampak kepada para pelaku usaha yang dibatasi untuk membuka tempat usahanya. Tempat usaha yang dibuka saat kebijakan berlangsung akan ditutup paksa dan segala dagangannya akan disita. Dengan demikian, banyak unit bisnis yang mengalami penurunan pendapatan terus menerus yang berakhir dengan gulung tikar. Tak terkecuali dengan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Walaupun banyak UMKM yang mengalami penurunan pendapatan, jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat. Hal ini dampak dari masyarakat yang terkena PHK dan memutuskan untuk membuka usaha demi keberlangsungan hidup. Mereka melakukan inovasi produk dari bisnis-bisnis yang sudah ada. Mereka melakukan riset kebutuhan pasar dan memikirkan perubahan apa yang bisa dilakukan untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan masyarakat saat pandemi. Keterbatasan akan mobilitas juga membuat pelanggan menyesuaikan diri dengan membeli barang secara online. Oleh karena itu, pelaku UMKM banyak yang beralih ke platform online. Dengan begitu, UMKM dapat tetap bertahan di era pandemi covid-19. Berikut adalah gambar pertumbuhan UMKM di Indonesia:

Gambar 1. 1. Data Pertumbuhan UMKM di Indonesia



Sumber (<https://ukmindonesia.id>)

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, pengertian UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM yang ada di Indonesia, sebagian besar merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan dari data Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019 terdapat 65,4 juta UMKM.

Peran UMKM di Indonesia yaitu sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) nasional berperan penting dalam pemulihan ekonomi Indonesia. PDB adalah jumlah produksi baik itu barang atau jasa yang sudah dihasilkan oleh unit produksi di suatu daerah pada waktu tertentu. Dengan kata lain, PDB dapat dijadikan tolak ukur dari pertumbuhan ekonomi sebuah negara. Selain itu, dapat dikatakan PDB adalah sebagai indikator ekonomi negara dalam mengukur jumlah total nilai produksi, yang mana jumlah total ini dihasilkan oleh seluruh individu atau perusahaan baik itu yang dimiliki dalam negeri maupun negara asing.

Meningkatnya UMKM setiap tahunnya di Indonesia, membuat para pelaku UMKM harus meningkatkan kemampuan dan pengetahuannya. Baik itu dari faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal seperti melakukan penyesuaian terhadap tingkat output

tertentu sehingga dapat tercapai efisiensi. Sedangkan faktor eksternal, misalnya keberadaan harga dan mutu dari faktor-faktor produksi.

UMKM Sate Varia merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan. UMKM Sate Varia menjual dua macam menu sate, yaitu sate kambing dan sate ayam. UMKM Sate Varia berdiri sejak tahun 2013 yang pemiliknya merupakan perantau dari Madura. Nama Varia diambil dari nama perumahan tempat berdirinya rumah makan ini.

UMKM Sate Varia mengalami penurunan penjualan pada saat pandemi covid-19. Hal ini karena meningkatnya jumlah UMKM di sekitar Sate Varia sehingga banyak pesaing berdatangan. Hingga saat ini, penjualan UMKM Sate Varia tidak sebanyak sebelum pandemi. Penjualan menurun, laba pun menurun, akan tetapi biaya-biaya makin meningkat. Terlebih, UMKM Sate Varia belum mengklasifikasi biaya tetap dan variabel sehingga belum mengetahui penjualan secara jelas. Ini akan menjadi perhatian khusus untuk manajemen RM Sate Varia. Adapun data penjualan UMKM Sate Varia dari tahun 2020-2022 :

Tabel 1. 1 Data Penjualan UMKM Sate Varia Tahun 2020 – 2022

Keterangan	2020	2021	2022
Triwulan 1	Rp435.000.000	Rp230.790.000	Rp333.850.000
Triwulan 2	Rp264.250.000	Rp357.775.000	Rp315.450.000
Triwulan 3	Rp198.750.000	Rp377.800.000	Rp314.250.000
Triwulan 4	Rp175.500.000	Rp385.320.000	Rp310.250.000
TOTAL	Rp1.073.500.000	Rp1.351.685.000	Rp1.273.800.000

Adapun data laba UMKM Sate Varia dari tahun 2020-2022 :

Tabel 1. 2 Data Laba Kotor UMKM Sate Varia Tahun 2020 – 2022

Keterangan	2020	2021	2022
Triwulan 1	Rp160.950.000	Rp65.371.300	Rp85.050.000
Triwulan 2	Rp66.062.500	Rp98.960.250	Rp86.217.000
Triwulan 3	Rp48.930.000	Rp113.340.000	Rp87.465.000
Triwulan 4	Rp43.875.000	Rp115.596.000	Rp84.785.000
TOTAL	Rp319.817.500	Rp393.267.550	Rp343.517.000

Perencanaan laba dalam manajemen membantu proses pengambilan keputusan sesuai dengan tujuan unit bisnis. Tujuan perencanaan dilaksanakan di awal kegiatan agar setiap kegiatan yang dilakukan mudah dimonitor dan dievaluasi prosesnya. UMKM Sate Varia harus melakukan perencanaan untuk laba yang diinginkan. UMKM Sate Varia harus menganalisis perihal biaya, volume, dan harga jual. UMKM Sate Varia dapat menganalisis menggunakan metode *break even point* dalam perencanaan laba tersebut.

Menurut Heru Maruta (2018), dalam analisis *break even point* memerlukan informasi mengenai penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Laba bersih akan diperoleh apabila volume

penjualan lebih dari biaya yang dikeluarkan. Namun, perusahaan akan mengalami kerugian jika penjualannya cukup untuk menutup sebagian biaya yang dikeluarkan saja. Analisis *break even point* juga membantu manajemen dalam hal perencanaan dan pengambilan keputusan. Tujuan analisis titik impas adalah untuk mengetahui tingkat aktivitas di mana penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetapnya. Penjualan dapat menutup biaya, sekaligus menunjukkan besarnya keuntungan atau kerugian perusahaan jika penjualan melampaui atau berada di bawah titik tersebut.

Oleh karena itu, untuk menginginkan laba yang dikehendaki, UMKM Sate Varia harus melakukan perencanaan laba dan menganalisis titik impas guna kelangsungan usahanya. Dengan begitu, UMKM Sate Varia dapat mencapai laba yang diinginkan.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, beberapa masalah yang teridentifikasi sebagai berikut:

1. UMKM Sate Varia belum mengklasifikasikan biaya variabel dan biaya tetap sehingga belum dapat mengetahui jumlah penjualan secara jelas.
2. UMKM Sate Varia belum melakukan analisis *Break Even Point* sehingga tidak mengetahui batas aman penjualan.
3. UMKM Sate Varia belum mengetahui teknik dan perhitungan untuk perencanaan laba yang diinginkan.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar biaya tetap dan biaya variabel pada UMKM Sate Varia?
2. Berapa titik impas atau *Break Even Point* (BEP) pada UMKM Sate Varia?
3. Bagaimana perencanaan laba pada UMKM Sate Varia?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menemukan solusi dari permasalahan dan membuat kesimpulan mengenai “Analisis *Break Even Point* (BEP) dalam Perencanaan Laba pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sate Varia 2022”. Selain itu, penelitian ini juga sebagai penerapan ilmu penulis yang telah diperoleh dalam dunia perkuliahan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengidentifikasi besarnya biaya tetap dan biaya variabel pada UMKM Sate Varia.
2. Untuk menghitung, mengetahui, serta menjelaskan penerapan titik impas atau *Break Even Point* (BEP) pada UMKM Sate Varia.
3. Untuk menjelaskan perencanaan laba pada UMKM Sate Varia.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan acuan untuk merencanakan laba pada UMKM Sate Varia serta sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi para pelaku bisnis yang ingin merencanakan la sesuai apa yang diharapkan.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu di bidang akuntansi, khususnya akuntansi manajemen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya untuk dikembangkan dan diterapkan di unit bisnis lainnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Akuntansi Manajemen

2.1.1. Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen berdasarkan *Management Accounting Practices (MAP)* komite yang dibentuk oleh *National Association of Accountants (NAA)* bahwa akuntansi manajemen ialah suatu proses identifikasi, pengukuran, pengumpulan data, analisis, penyiapan, dan komunikasi informasi finansial yang digunakan manajemen untuk sebuah perencanaan, evaluasi, pengendalian dalam suatu organisasi atau perusahaan, serta menjamin ketepatan penggunaan sumber dan pertanggungjawaban atas segala sumber tersebut. Dalam akuntansi manajemen juga terdiri dari penyiapan laporan finansial untuk kelompok-kelompok non manajemen seperti para kreditur, para pemegang saham, penguasa perpajakan, dan lembaga-lembaga lain (RA Supriyono, 1993).

Akuntansi manajemen merupakan rangkaian dari beberapa proses dimulai dari aktivitas identifikasi, pengukuran, akumulasi, interpretasi, hingga analisis seluruh kejadian ekonomi yang terjadi dalam aktivitas bisnis yang kemudian outputnya digunakan manajemen untuk perencanaan, pengendalian, penilaian kinerja, dan pengambilan keputusan. Dalam akuntansi manajemen, terdapat penyedia informasi dan pengguna informasi, di mana penyedia informasi adalah *low* manajemen hingga *top* manajemen (Pamungkas et al, 2023).

Akuntansi manajemen adalah bagian dari akuntansi yang berfokus pada pengukuran, analisis, dan pelaporan data keuangan dan non-keuangan untuk membantu para manajemen dalam membuat keputusan yang akan mengarah pada pencapaian tujuan organisasi. Manajer kemudian dapat menggunakan data ini dalam pemilihan strategi, komunikasi, dan eksekusi. Manajer, eksekutif, dan pekerja semuanya membutuhkan sistem informasi yang dapat mendeteksi masalah seperti potensi kelebihan biaya atau ketidakmampuan manajer sub-unit untuk mengimplementasikan rencana dengan tepat, dan masalah ini dicontohkan oleh kebutuhan akan perencanaan, pengendalian, dan evaluasi. Setelah masalah dikenali, langkah-langkah dapat diambil untuk menemukan dan menerapkan solusi (Yuniawati et al, 2023).

Akuntansi manajemen adalah disiplin yang relatif baru, dan pertumbuhannya sangat dipengaruhi oleh sifat dinamis dunia bisnis modern. Informasi tentang nilai pelanggan, manajemen kualitas total, persaingan berbasis waktu, dan penerapan teknologi informasi adalah semua bidang penting di mana akuntansi manajemen dapat membantu menjelaskan kepada para manajer.

2.1.2. Fokus Akuntansi Manajemen

Menyajikan informasi untuk pengambilan keputusan adalah fokus utama dari akuntansi manajemen. Hal ini memerlukan kemampuan untuk membedakan antara informasi yang relevan maupun tidak relevan. Informasi yang relevan akan membantu pengambilan keputusan untuk mengevaluasi dan memilih di antara berbagai pilihan atau alternatif. Informasi yang relevan mencerminkan atau menggambarkan kondisi yang akan terjadi di masa depan.

Informasi yang tidak relevan adalah informasi yang tidak dapat memengaruhi keputusan karena informasi ini sudah kehilangan makna. Substansi informasi ini sudah usang atau sudah tidak mempunyai nilai sehingga informasi ini diabaikan oleh para pembuat keputusan. Meskipun informasinya mungkin akurat, informasi tersebut tidak membantu pengambil keputusan mengevaluasi alternatif yang ada karena informasi ini sudah kehilangan maknanya (Sanjaya et al, 2023).

Akuntansi, khususnya akuntansi manajemen, menawarkan banyak dukungan untuk bisnis melalui data yang disediakan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan di berbagai tingkatan. Investasi skala besar dalam menghadapi kondisi bisnis yang tidak bersahabat di masa depan membawa bahaya besar. Dalam hal pebisnis, data yang dapat membantu manajemen untuk membuat keputusan yang tepat di masa mendatang sangatlah berharga. Harga dari pengetahuan ini adalah “Biaya Informasi” dan tidak murah (Yuniawati et al, 2023).

2.1.3. Peran Akuntansi Manajemen

Menurut Pamungkas et al (2023) akuntansi manajemen memiliki peran penting membantu organisasi dalam melakukan tindakan pengambilan keputusan. Adapun jika diasumsikan orang dalam organisasi tersebut adalah *top* manajemen. Beberapa peranan akuntansi manajemen di dalam perusahaan sebagai berikut:

1. Penentuan Harga Pokok Produksi
Akuntansi manajemen berperan dalam menghitung besarnya harga pokok produksi dari suatu produk. Dengan dapat diketahuinya harga pokok produksi maka perusahaan dapat menentukan harga jual dan besaran laba yang diharapkan oleh perusahaan.
2. Analisis Biaya Volume Laba
Akuntansi manajemen memiliki peran dalam memberikan informasi mengenai biaya, volume produksi, dan laba. Agar pada saat perusahaan mengalami kenaikan pada volume produksi perusahaan dapat menentukan berapa biaya yang dikeluarkan dan laba yang didapatkan dari kondisi kenaikan volume tersebut.
3. Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan
Akuntansi manajemen memiliki peran untuk menyajikan informasi terkait dengan biaya diferensial. Biaya diferensial merupakan biaya yang dibuat unit bisnis untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan pada unit bisnis tersebut.
4. Penentuan Harga Jual
Akuntansi manajemen memiliki peran dalam menyajikan segala informasi-informasi yang terkait dengan perhitungan harga jual yang berasal dari aktivitas operasi unit bisnis. Sebelum melakukan penentuan harga jual perusahaan harus menghitung terlebih dahulu harga pokok produksi.
5. Penanaman Modal
Akuntansi manajemen memiliki peran dalam memberikan informasi kepada perusahaan untuk melakukan penanaman modal atau investasi, ketika perusahaan memiliki dana lebih dan dana yang dihasilkan dari aktivitas operasi.
6. Pembuatan Keputusan Taktis
Akuntansi manajemen memiliki peran dalam melakukan pembuatan keputusan taktis. Keputusan taktis ini bersifat jangka pendek dan harus segera dilakukan sebagai alternatif. Secara umum, tujuan pengambilan keputusan taktis adalah memilih di antara beberapa keputusan strategis sehingga *competitive advantage* jangka panjang dapat terwujud. Meskipun hanya berorientasi jangka pendek *tactical decision making* harus tetap mengacu pada tujuan tersebut.
7. Harga Transfer
Akuntansi manajemen memiliki peran dalam menyediakan informasi akuntansi dalam bentuk hasil perhitungan yang dibutuhkan antar pusat pertanggungjawaban dalam unit bisnis dengan menggunakan metode yang adil bagi setiap divisi di dalam unit bisnis.

8. *Balanced Scorecard*

Akuntansi manajemen memiliki peran dalam menyediakan informasi dalam bentuk pengukuran kinerja dari hasil kinerja yang telah dilakukan perusahaan. Pengukuran kinerja tersebut diukur melalui beberapa perspektif di antaranya keuangan, kepuasan pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan.

2.2. Biaya

2.2.1. Pengertian Biaya

Pengorbanan yang dilakukan oleh unit bisnis untuk memperoleh laba yang maksimal di masa yang akan datang adalah pengertian dari biaya (Surya dkk, 2023). Biaya merupakan harga yang dibayarkan untuk mendapatkan, menghasilkan, atau memelihara barang atau jasa. Misalnya harga-harga yang dibayarkan untuk bahan, tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.

Konsep biaya telah berkembang sesuai kebutuhan para profesi, seperti profesi akuntan, ekonom, insinyur, maupun profesi-profesi lainnya, yang menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK), secara luas biaya dinyatakan dalam bentuk satuan moneter dan telah atau yang berpotensi akan terjadi dengan target tertentu. Secara sempit, biaya merupakan bentuk pengorbanan sumber daya ekonomi untuk mendapatkan aset (Mulyadi; 2018).

2.2.2. Klasifikasi Biaya

Pada akuntansi biaya, umumnya penggolongan biaya ditentukan atas dasar tujuan yang akan dicapai dengan penggolongan tersebut, karena pada akuntansi biaya dikenal dengan konsep *different costs for different purposes*, yang artinya biaya yang berbeda digunakan untuk kepentingan yang berbeda pula. Pada dasarnya klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan biaya atas keseluruhan elemen biaya secara sistematis ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih rinci yang bertujuan memberikan informasi biaya yang lebih lengkap bagi manajemen dalam mengelola perusahaan (Surya dkk, 2023).

Klasifikasi atau penggolongan biaya dilakukan karena biaya yang timbul saat produksi memiliki beragam jenis dan digunakan untuk tujuan berbeda (Riwayadi, 2014). Klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokan dari seluruh komponen biaya secara lebih ringkas dan sistematis agar penjelasan yang diberikan lebih akurat dan bermanfaat (Purwaji, dkk, 2018).

Melaksanakan kegiatan klasifikasi biaya secara berbeda diperlukan untuk memberikan informasi yang berbeda untuk melayani kebutuhan manajemen yang berbeda meskipun berasal dari transaksi yang sama (Siregar, dkk, 2017).

1. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi Perusahaan

a. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang terkait dengan fungsi produksi yaitu biaya yang muncul dalam proses produksi hingga menjadi produk jadi sampai produk tersebut siap untuk dijual. Biaya produk memiliki tiga elemen, yaitu:

- 1) Biaya bahan langsung yaitu biaya yang penggunaannya dapat ditelusuri dan biaya ini merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku yang kemudian akan diproduksi menjadi barang jadi.
- 2) Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya atas kinerja karyawan yang langsung berkaitan dengan proses produksi dan manfaatnya dapat ditelusuri, serta dapat dibebankan secara layak dalam suatu produk.
- 3) Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya produksi yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk. Terdapat tiga biaya *overhead* pabrik, yaitu:

- (a) Biaya bahan tidak langsung
Biaya ini merupakan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi. Biaya ini merupakan biaya yang digunakan dalam proses produksi dengan jumlah lebih sedikit dibandingkan dengan bahan langsung dan tidak dapat ditelusuri pada produk.
 - (b) Biaya tenaga kerja tidak langsung
Biaya ini terkait dengan kinerja karyawan pada bagian produksi yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi.
 - (c) Biaya tidak langsung lainnya
Biaya ini merupakan biaya lainnya yang kategorinya tidak termasuk ke dalam bahan tidak langsung maupun tenaga kerja tidak langsung.
- b. Biaya Non Produksi
Biaya ini merupakan biaya yang dikeluarkan dan tidak memiliki keterikatan dengan proses produksi.
- 1) Beban pemasaran adalah beban yang terkait dengan pemasaran untuk memasarkan produk jadi.
 - 2) Beban administrasi dan umum adalah beban yang terkait dengan fungsi administrasi dan umum dalam rangka kelancaran perencanaan, koordinasi, pengarahan, dan pengendalian suatu perusahaan.
2. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Aktivitas
- a. Biaya Tetap adalah biaya yang tidak berubah berdasarkan volume produksi tertentu, tetapi dapat berubah jika adanya perubahan besar pada total produksi tertentu. Biaya ini tidak akan pernah berubah terhadap perubahan aktivitas (volume produksi) dalam rentang yang relevan. Biaya tetap tidak berpengaruh langsung terhadap unit produksi. Contohnya gaji manajer atau harga sewa gedung.
 - b. Biaya Variabel adalah biaya yang dibebankan secara langsung pada satu unit barang yang bergerak mengikuti jumlah produksi barang. Biaya ini akan berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan. Semakin banyak unit bisnis memproduksi suatu produk, maka semakin besar biaya variabel. Contoh dari biaya variabel adalah upah tenaga kerja langsung dan penggunaan bahan langsung.
 - c. Biaya Semi Variabel merupakan campuran dari biaya tetap dan variabel. Di mana biaya ini memuat keduanya (biaya tetap dan variabel). Contoh dari biaya semi variabel adalah biaya asuransi kecelakaan kerja karyawan.
3. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Departemen
- a. Departemen Produksi merupakan departemen yang berfungsi untuk melakukan aktivitas proses produksi. Contohnya departemen penjahitan pada perusahaan tekstil.
 - b. Departemen Jasa adalah semua departemen di luar departemen produksi. Contohnya departemen keuangan.
4. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Waktu Pembebanan
- a. Biaya Produk adalah semua biaya yang dikorbankan untuk menghasilkan produk. Contohnya karet pada perusahaan pembuat ban.
 - b. Biaya Periodik adalah semua biaya yang tidak termasuk ke dalam biaya produk, tetapi akan diperhitungkan dengan penjualan dalam laporan laba rugi berdasarkan periode terjadinya. Contohnya gaji karyawan kantor.
5. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Objek Biaya
- a. Biaya Langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung ke dalam objek biaya. Contohnya tepung pada usaha roti.

- b. Biaya Tidak Langsung adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke dalam objek biaya. Contohnya tagihan listrik yang digunakan pabrik.
- 6. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Pengendalian Manajemen
 - a. Biaya Terkendali adalah biaya yang dapat diatur oleh perusahaan pada periode tertentu. Contohnya biaya renovasi gedung kantor.
 - b. Biaya Tidak Terkendali adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh perusahaan pada periode tertentu. Contohnya biaya perbaikan peralatan.
- 7. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Pengambilan Keputusan
 - a. Biaya Relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa depan dan mempunyai perbedaan dengan berbagai alternatif keputusan.
 - b. Biaya Tidak Relevan adalah biaya yang tidak akan memengaruhi aktivitas pengambilan keputusan.

2.3. Break Even Point (BEP)

2.3.1. Pengertian Break Even Point

Break Even Point (BEP) atau disebut dengan titik impas digunakan manajemen untuk menganalisis hubungan antara: penjualan, biaya, volume, dan laba. Manfaat dari *Break Even Point* ini adalah untuk mengetahui tingkat produksi yang aman agar tidak mengalami kerugian. Dengan menganalisis *break even point*, akan memudahkan para manajemen untuk pengambilan keputusan (Hasibuan & Annam, 2021).

Titik impas merupakan tingkat penjualan yang mana kontribusi margin hanya menutup biaya tetap dan konsekuensi pendapatan bersih sama dengan nol. Impas adalah keadaan suatu unit bisnis di mana mereka tidak mendapatkan keuntungan dan tidak juga mengalami kerugian. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja (Nursanty et al, 2022).

Menurut Bustan dan Nurlela dalam (Suwartini & Sumiyati, 2021) *break even point* merupakan suatu keadaan di mana pendapatan atas penjualan suatu unit bisnis sama dengan total jumlah biaya yang dikeluarkan. Artinya, unit bisnis ini tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

Menurut Heru Maruta (2018), dalam analisis *break even point* memerlukan informasi-informasi yang terkait dengan penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Keuntungan bersih didapat jika pendapatan yang diterima dari penjualan melebihi biaya yang dikeluarkan. Akan tetapi, jika biaya yang dikeluarkan lebih besar dari pendapatan, maka perusahaan tersebut mengalami kerugian. Sementara jika perusahaan total penjualan hanya cukup untuk menutupi biaya yang dikeluarkan, dapat dikatakan bahwa perusahaan berada di titik impas. Analisis *break even point* tidak hanya memberikan informasi mengenai posisi perusahaan dalam keadaan impas atau tidak, namun analisis *break even point* juga membantu manajemen dalam perencanaan dan pengambilan keputusan. Tujuan analisis titik impas adalah untuk mengetahui tingkat aktivitas di mana pendapatan hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetapnya. Penjualan dapat menutup biaya, sekaligus menunjukkan besarnya keuntungan atau kerugian perusahaan jika penjualan melampaui atau berada di bawah titik tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa titik impas (*Break Event Point*) adalah suatu cara atau alat teknik yang digunakan untuk mengetahui volume produksi (usaha) di mana dari volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak mengalami rugi. Manajemen memerlukan informasi impas (*break even*) untuk mengetahui tingkat penjualan yang mesti dicapai, sehingga tidak menderita kerugian, batas

minimum volume yang harus diraih perusahaan dan diharapkan dapat mengambil langkah yang tepat untuk masa depan.

2.3.2. Fungsi dan Manfaat Analisis *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point (BEP) digunakan untuk menentukan hal-hal seperti:

1. Jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Jumlah penjualan minimum ini berarti juga jumlah produksi minimum yang harus dibuat.
2. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh laba yang telah direncanakan atau dapat diartikan bahwa tingkat produksi harus ditetapkan untuk memperoleh laba tersebut.
3. Mengukur dan menjaga agar penjualan dan tingkat produksi tidak lebih kecil dari BEP.
4. Menganalisis perubahan harga jual, harga pokok, dan besarnya hasil penjualan atau tingkat produksi. Sehingga analisis terhadap BEP merupakan suatu alat perencanaan penjualan dan sekaligus perencanaan tingkat produksi, agar perusahaan secara minimal tidak mengalami kerugian. Selanjutnya karena harus memperoleh keuntungan berarti perusahaan harus berproduksi di atas BEP-nya (Prawirasentono, 1977).

Adapun menurut (Suwartini & Sumiyati, 2021) Manfaat analisis *Break Even Point* bagi manajemen dan perusahaan antara lain sebagai berikut:

1. Membantu memberikan informasi maupun pedoman kepada manajemen dalam memecahkan masalah-masalah lain yang dihadapinya, misalnya masalah penambahan atau penggantian fasilitas pabrik atau investasi dalam aktiva tetap lainnya.
2. Membantu manajemen dalam mengambil keputusan menutup usaha atau tidak serta memberikan informasi kapan sebaiknya usaha tersebut diberhentikan/ditutup.
3. Menganalisa program otomatisasi di mana suatu perusahaan akan beroperasi secara lebih mekanis dan otomatis dan mengganti biaya variabel dan biaya tetap.
4. Menelaah dampak dari perluasan tingkat operasi secara umum.
5. Untuk membuat keputusan tentang produk baru yang harus dicapai jika perusahaan menginginkan BEP dalam suatu proyek yang diusulkan.

Sedangkan Menurut Bustami dan Nurlela dalam (Suwartini & Sumiyati, 2021) manfaat atau kegunaan dari *break even point* adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan perusahaan agar tidak mengalami kerugian.
2. Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu.
3. Mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
4. Mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan.
5. Menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan.

2.3.3. Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

Perusahaan akan mencapai titik impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya dan kemudian memecahkan persamaan laba operasi untuk jumlah unit. Oleh karena itu, rumus titik impas dalam satuan unit menurut Nursanti, et al. (2022) sebagai berikut:

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

Untuk menghitung titik impas dalam rupiah penjualan, biaya variabel didefinisikan sebagai suatu presentase dari penjualan, bukan sebagai jumlah unit yang terjual. Dengan menggunakan pendekatan titik impas dalam unit yang terjual maka, akan diperoleh persamaan impas dalam penjualan rupiah sebagai berikut:

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

Di mana:

- a. Biaya tetap adalah biaya yang secara total tidak berubah dalam kisaran tertentu meskipun volume produksi perusahaan berubah. Jika produksi tidak melampaui kapasitas, walaupun dengan perusahaan tersebut memproduksi banyak atau sedikit produk, biaya tetap totalnya masih sama (Sujarweni, 2016).
- b. Biaya Variabel adalah biaya yang secara total akan berubah sesuai dengan perubahan volume produksi barang. Artinya semakin besar volume produksi semakin besar pula biaya variabel. Sebaliknya, semakin sedikit perusahaan memproduksi barang maka semakin kecil juga biaya variabel yang dikeluarkan (Sujarweni, 2016).
- c. Penjualan merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk menawarkan produk jadi kepada calon konsumen agar konsumen tersebut mau membeli produk.

2.3.4. Marjin Kontribusi (*Contribution Margin*) dalam *Break Even Point*

Menurut Maryanne M Mowen, dkk (2017:170) Marjin kontribusi (*Contribution Margin*) merupakan selisih antara penjualan dengan biaya variabel. Secara garis besar, marjin kontribusi adalah total pendapatan yang diterima dari penjualan suatu produk yang tersisa setelah total biaya variabel terpenuhi dan berfungsi untuk berkontribusi ke biaya tetap dan laba operasi. Marjin kontribusi adalah penghasilan dari penjualan dikurangi dengan total biaya variabel. Dimana titik impas berada pada besaran marjin kontribusi sama besarnya dengan biaya tetap.

Menurut Handayani, dkk (2023) adanya analisis marjin kontribusi memberikan kemudahan dalam melakukan analisis tentang bagaimana selisih antara pendapatan dari penjualan dan beban. Analisis marjin kontribusi dapat memberikan wawasan tentang berapa titik impas berada pada besaran marjin kontribusi sama besarnya dengan biaya tetap. Adapun peranan marjin kontribusi dalam aktivitas bisnis pada suatu perusahaan:

1. Membantu mengukur manfaat relatif dari setiap produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan;
2. Membantu mengukur tingkat laba yang dapat diharapkan dari setiap item yang dijual;
3. Membantu mengidentifikasi produk atau jasa mana yang lebih menguntungkan untuk dijual;
4. Membantu mengukur tingkat penjualan yang diperlukan untuk mencapai laba yang diharapkan;
5. Memungkinkan pengelola untuk meningkatkan margin laba dengan mengurangi biaya atau meningkatkan harga jual;
6. Membantu menganalisis dampak suatu kebijakan harga tertentu terhadap laba atau volume penjualan;
7. Membantu pengelola untuk menentukan tingkat keuntungan yang diharapkan;
8. Membantu menentukan tingkat biaya yang dapat diterima untuk mencapai margin laba yang diharapkan;
9. Membantu mengukur efisiensi penjualan dan pemasaran;

10. Membantu menentukan berapa banyak produk yang harus dijual untuk mencapai laba yang diharapkan.

2.3.4.1. Rumus Marjin Kontribusi

Adapun rumus marjin kontribusi menurut Ria (2023) :

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya Variabel}$$

Dalam rumus tersebut mempunyai dua komponen inti ketika melakukan perhitungan marjin kontribusi, meliputi pendapatan (*revenue*) dan biaya variabel (*variable cost*).

Rumus rasio marjin kontribusi menurut Ria (2023) :

$$\text{Rasio Kontribusi Marjin} = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel}}{\text{Total Penjualan}}$$

2.3.5. Margin of Safety (MOS) dalam Break Even Point

Margin of Safety (MOS) atau keamanan marjin adalah batas jarak, di mana jika berkurangnya penjualan akan melampaui batas jarak tersebut, maka perusahaan akan menderita kerugian (Suwartini & Sumiyati, 2021).

Ketika penjualan aktual lebih besar daripada penjualan *break even point*, maka surplus tersebut disebut sebagai *margin of safety*. Dengan kata lain, *margin of safety* atau keamanan marjin adalah selisih antara penjualan aktual dan penjualan titik impas. *Margin of safety* sangat penting untuk mendapatkan keuntungan karena pendapatan lebih besar daripada biaya. Jika perbedaan ini rendah, hal ini menunjukkan tingkat bahaya yang meningkat. Oleh karena itu, semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian (Sonar, 2020). Adapun rumus dari *margin of safety*:

$$\text{Margin of Safety (MOS)} = \text{Penjualan Aktual} - \text{Penjualan Break Even Point}$$

$$\text{Presentase Margin of Safety (MOS)} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

2.4. Perencanaan Laba

Perencanaan laba mencakup pemodelan pendapatan dari penjualan suatu produk, identifikasi sumber pendapatan utama, dan alokasi anggaran untuk biaya operasional dan investasi (Horngren et al, 2019).

Para manajemen terutama divisi keuangan dapat menggunakan elemen analisis *cost-volume-profit* atau analisis biaya-volume-laba dalam penyusunan rencana kerja serta untuk melaksanakan evaluasi lebih mendalam. Hal ini karena analisis perencanaan laba dapat menggambarkan tingkat penjualan yang seharusnya dianggarkan perusahaan untuk mencapai sejumlah laba tertentu (Assa, 2013).

Perencanaan pada dasarnya merupakan kegiatan membentuk masa depan pada saat sekarang. Kegiatan penting manajemen dalam perencanaan adalah memutuskan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang. Ukuran yang sering kali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen perusahaan adalah laba yang diperoleh. Perencanaan laba (*profit planning*) adalah

pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Laba adalah sangat penting dalam perencanaan karena tujuan utama perusahaan adalah laba yang memuaskan. Perencanaan laba yang baik adalah sulit karena ada kekuatan-kekuatan eksternal yang memengaruhi bisnis seperti perubahan teknologi, tindakan pesaing, ekonomi, demografi, cuaca, wabah virus corona, selera serta pilihan pelanggan, perilaku sosial, faktor politik. Faktor-faktor eksternal tersebut umumnya berada di luar kendali perusahaan, sehingga sulit untuk diprediksi (Nursanty, et al, 2022).

Dalam menentukan laba yang diinginkan, pihak manajemen sebaiknya mempertimbangkan beberapa faktor berikut ini:

1. Laba atau rugi yang diakibatkan dari volume penjualan tertentu
2. Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup semua biaya plus menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar dividen serta menyediakan kebutuhan bisnis di masa depan
3. Titik Impas
4. Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang
5. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba
6. Pengembalian atas modal yang digunakan.

Adapun keuntungan perencanaan laba sebagai berikut:

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

Menurut Nursanty, et al (2022) perencanaan laba atau target laba diperoleh dari:

$$\text{Rupiah penjualan untuk memperoleh target laba} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

$$\text{Jumlah unit untuk memperoleh target laba} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Harga-Biaya variabel per unit}}$$

2.5. Hubungan *Break Even Point* (BEP) dengan Perencanaan Laba

Analisis titik impas adalah sebuah alat atau metode yang digunakan untuk mengukur tingkat minimum penjualan yang harus dilakukan untuk menutupi biaya. Komponen yang diperhatikan dalam analisis break even point yaitu; volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya variabel, biaya tetap, serta laba dan rugi. Analisis ini tidak hanya memberikan informasi mengenai posisi perusahaan dalam keadaan impas atau tidak, namun analisis *break even point* sangat membantu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan.

Analisis *break even point* sangat penting bagi manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba, khususnya informasi mengenai jumlah penjualan minimum dan

besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Analisis ini membutuhkan asumsi tertentu sebagai dasarnya. Bila asumsi dasar salah satunya mengalami perubahan, maka akan berpengaruh pada posisi titik impas sehingga perubahan tersebut akan berpengaruh juga pada laba perusahaan.

Menganalisis perubahan harga jual, harga pokok, dan besarnya hasil penjualan atau tingkat produksi, sehingga analisis terhadap *break even point* merupakan suatu alat perencanaan penjualan dan sekaligus perencanaan tingkat produksi, agar perusahaan secara minimal tidak mengalami kerugian. Selanjutnya karena harus memperoleh keuntungan berarti perusahaan harus berproduksi di atas BEP-nya (Prawirasentono, 1977).

Jadi dapat dikatakan bahwa analisis titik impas dilandaskan pada pendapat-pendapat di atas. Jika saja salah satu pendapat berubah, maka akan mempengaruhi letak *break even* serta mempengaruhi laba perusahaan.

2.6. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

2.6.1. Pengertian dan Kegunaan UMKM

Menurut Sudartono, et al (2022) UMKM adalah kegiatan usaha yang dijalankan oleh perseorangan atau individu, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil. Biasanya bisnis UMKM digolongkan melalui pendapatan per tahun, jumlah karyawan, dan aset yang dimiliki.

Pemerintah telah mengatur seputar pengelolaan UMKM ini dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM juga tidak hanya memberikan kontribusi yang besar pada PDB tiap tahunnya. Selain itu, bisnis ini juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Bahkan, UMKM juga mampu bertahan saat krisis pangan, seperti yang terjadi di tahun 1998. Di saat itu, banyak sekali bisnis yang tumbang akibat krisis ekonomi, namun aktivitas bisnis UMKM bisa tetap berjalan. Maka dari itu, masyarakat menyebut bahwa UMKM merupakan penyelamat bangsa di tengah kondisi yang kelam.

2.6.2. Kriteria UMKM

Kriteria UMKM dijelaskan lewat Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Penjelasan soal kriteria UMKM tercantum dalam Bab V Pasal 6 Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM.

1. Kriteria Usaha Mikro

Usaha mikro memiliki kriteria yaitu mempunyai kekayaan bersih maksimal Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) namun tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Serta mempunyai nilai penjualan selama setahun maksimal Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil

Usaha kecil memiliki kriteria yaitu mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dengan maksimal Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) namun tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Serta mempunyai nilai penjualan selama setahun lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dengan maksimal Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah

Usaha menengah memiliki kriteria yaitu mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dengan maksimal Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) namun tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Serta mempunyai nilai penjualan selama setahun lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) dengan maksimal Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.7. Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran

2.7.1. Penelitian Sebelumnya

Dalam melakukan penelitian ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Sinta Agustiani Putri (2023) Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada UMKM Cafe Limas Palembang	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> (BEP) Variabel Dependen: Perencanaan laba jangka pendek	Biaya tetap, biaya variabel, harga jual, penjualan, biaya variabel per unit, <i>break even point</i> , <i>margin of safety</i>	Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi.	Hasil dari analisis perhitungan <i>Break Even Point</i> (BEP) ini menunjukkan bahwa UMKM Cafe Limas Palembang telah melakukan penjualan diatas <i>Break Even Point</i> (BEP) walaupun perusahaan belum melakukan perhitungan analisis <i>Break Even Point</i> (BEP). Hasil analisis tersebut dapat membantu perusahaan dalam mengetahui titik impas penjualan perusahaan dalam merencanakan laba yang diinginkan oleh perusahaan.
2.	J. Vonny Litamahupputy, Julie. Th Pelamonia, Telly Nanlohy (2022) Analisis <i>Break-Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Dan Laba Terhadap Usaha Mikro	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> (BEP) Variabel Dependen: Perencanaan penjualan dan laba	Biaya tetap, biaya variabel, harga jual, penjualan, biaya variabel per unit, <i>break even point</i> , <i>margin of safety</i>	Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan studi kasus pada salah satu usaha mikro di Kota Ambon.	Usaha mikro minuman boba Kedai Tosca mencapai titik impas (break-even point) untuk bulan Juni 2022 pada penjualan sebesar Rp2.460.812,662 atau sebanyak 117 unit produk dengan harga jual sebesar Rp21.000. Dalam perhitungan perencanaan penjualan bulan Juli dengan menggunakan

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Di Ambon (Studi Pada Usaha Mikro Minuman Boba Kedai Tosca Osm Kota Ambon)				metode least square, diperoleh penjualan bulan Juli 2022 adalah sebesar Rp11.536.000, atau sebanyak 549 unit produk pada harga jual yang sama yaitu sebesar Rp21.000. Laba operasi yang dicapai sebesar Rp5.966.200 dengan margin of safety sebesar 78,67%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro minuman boba Kedai Tosca OSM dapat melakukan penjualan lebih dari titik impas pada bulan Juli 2022 dan memiliki tingkat keamanan yang tinggi sehingga jauh dari kerugian yang mungkin diderit
3.	Diemas Aji Bimayu (2021) Analisis Break Even Point (BEP) Dalam Menentukan Perencanaan Laba Perusahaan PT Sentra Food Indonesia 2021	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> (BEP) Variabel Dependen: Perencanaan laba	Biaya tetap, biaya variabel, harga jual, penjualan, biaya variabel per unit, <i>break even point</i> .	Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data sekunder.	Perusahaan PT. Sentra Food Indonesia pada tingkat penjualan break even point sebesar Rp 88.394.979.725,- perusahaan tidak mendapatkan keuntungan (laba) dan tidak mengalami kerugian. Penentuan target penjualan menggunakan metode break even point pada tahun 2022 perusahaan PT. Sentra Food Indonesia harus menjual produk sebesar RP

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					97.256.191.970,- untuk mendapat keuntungan sebesar Rp. 3.500.000.000,-.
4.	M. Fahrie Dwintara, Pratiwi Kurniati, Fitri Yani (2023) Analisis Break Even Point (BEP) dalam Perencanaan Laba UMKM (Studi : Ayam Geprek Nur Kecamatan Pontianak Barat, Pontianak)	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> (BEP) Variabel Dependen: Perencanaan laba	Biaya tetap, biaya variabel, harga jual, penjualan, biaya variabel per unit, <i>break even point</i> .	Penelitian ini menggunakan studi kasus. Pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.	Berdasarkan data yang diperoleh dan analisis Break Even Point (BEP) temuan menunjukkan bahwa BEP yang terjadi pada penjualan sebesar Rp79.318 per hari dengan jumlah produk Ayam Geprek sebanyak 6,60935 unit. Dengan adanya analisis <i>Break Even Point</i> ini menandakan bahwa UMKM dapat terhindar dari kerugian mencapai atau melebihi jumlah ini. Interpretasi dari temuan ini menekankan kebutuhan mendesak untuk mencapai dan mempertahankan tingkat penjualan minimal tersebut agar perusahaan dapat menjaga stabilitas keuangan.
5.	Isnaniah Nor , M. Zaini, Umar Hi Salim (2023) Analisis Break Even Point Pada Usaha Dagang Az-Zahra Di Jalan Gerilya Samarinda	Variabel yang digunakan: <i>Break Even Point</i> (BEP)	Biaya tetap, biaya variabel, harga jual, penjualan, biaya variabel per unit, <i>break even point</i> .	Jenis penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan strategi kuantitatif. Penelitian ini menganalisis Break Even Point (BEP) pada usaha tunggal yaitu	Berdasarkan penelitian ini, <i>Break Even Point</i> (BEP) pada usaha dagang Az-Zahra yaitu membedakan biaya tetap, dan biaya variabel serta menjabarkan harga beli, harga jual, dan volume penjualan unit maupun rupiah. Data yang didapat selanjutnya dianalisis

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				<p>usaha dagang Az-Zahra, sehingga populasi sekalian sampel dalam penelitian ini usaha dagang Az-Zahra. Adapun dari hasil data yang diambil adalah data usaha tahun 2020 dan 2021.</p>	<p>dengan pemisahan biaya tetap dan biaya variabel pada enam jenis telur dengan persentase telur ras kecil 19%, telur ras besar 50%, telur ras jumbo 15%, telur bebek 10%, telur asin 5%, dan telur puyuh 1% dari total keseluruhan penjualan telur, melakukan perhitungan biaya variabel per unit, margin kontribusi dan laba, margin kontribusi per unit, dan melakukan perhitungan Break Even Point (BEP) dalam bentuk unit dan rupiah. Dengan ini usaha dagang Az-Zahra telah mencapai titik impas dan telah mendapatkan keuntungan sehingga dapat menganalisis perkembangan penjualan telur dalam bentuk unit mengalami penurunan sebesar 1.3% sedangkan penjualan telur mengalami peningkatan sebesar 1.2%.</p>
6.	Dhea Rahma Putri, Ratih Widyastuti, Nurul Ramadhayanti, Hammam Zaki (2021)	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> (BEP)	Biaya tetap, biaya variabel, harga jual, penjualan, biaya variabel per	Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis	<i>Break Even Point</i> (BEP) akan tercapai pada volume penjualan sebesar 2.158 Unit atau sebesar Rp 4.316.406. Margin Of Safety

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Usaha Rumahan Donat Buk Rum	Variabel Dependen: Perencanaan laba	unit, <i>break even point</i> .	deskriptif. Penggunaan metode analisis deskriptif bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan terperinci mengenai suatu keadaan berdasarkan data/informasi yang telah diperoleh, kemudian dikumpulkan, diklasifikasikan dan diinterpretasikan sehingga didapat informasi yang diperlukan untuk menganalisa masalah yang ada.	sebesar 80,8 % berarti tingkat penjualan dalam posisi tersebut tidak boleh turun dari lebih dari 80,8 % agar usaha tersebut tidak mengalami rugi. Jika perusahaan menginginkan laba sebesar 25% dari BEP maka keuntungan perusahaan sebesar Rp 3.412.500.
7.	Anida, Ade Budi, Setiawan, M. Nur Afif (2023) Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Cidas Supra Metalindo	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> (BEP) Variabel Dependen: Perencanaan laba	Biaya tetap, biaya variabel, harga jual, penjualan, biaya variabel per unit, <i>break even point</i> .	Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif untuk menjelaskan fenomena dengan menganalisis data yang diperoleh dari organisasi. Data yang digunakan	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Break event point PT. Cidas Supra Metalindo tahun 2019 sebagai landasan perencanaan laba pada tahun berikutnya. Perusahaan bercita-cita mencapai margin keuntungan sebesar 15% berdasarkan Break event point keseluruhan pada

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				dalam penelitian ini bersumber dari laporan biaya produksi tahunan PT. Cidas Supra Metalindo yaitu berupa laporan biaya produksi dan catatan penjualan.	tahun 2019. Proyeksi laba ini diperkirakan mencakup biaya-biaya tambahan yang tidak diperhitungkan dalam biaya produksi.
8.	Minasari Nasution, Abdul Gani, Emilia Embun Sari, Ayu Wirda Ningsih (2023) Penerapan Break Even Point Dan Perencanaan Laba Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada Ptpn-III Medan	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> (BEP) & Perencanaan laba Variabel Dependen: Menilai Kinerja Keuangan	Biaya tetap, biaya variabel, harga jual, penjualan, biaya variabel per unit, <i>break even point</i> .	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Pada Penelitian ini, peneliti melakukan analisis deskriptif menggunakan data Laporan Keuangan PTPN III, Medan.	Hasil analisis sebagai berikut: (1) BEP dalam rupiah pada tahun 2018 sebesar Rp. 7.367.408.347.338 dengan penjualan Rp.32.842.657.434.976, tahun 2019 Rp. 9.904.060.475.935 dengan penjualan Rp. 35.501.152.237.420, tahun 2020 Rp.7.781.556.115.953 dengan penjualan Rp. 39.390.436.833.196. (2) agar tahun 2021 mencapai perencanaan laba yang telah ditentukan sebesar 12% dari penjualan maka perusahaan harus dapat menjual dengan jumlah produk yang dijual sebanyak 13.166.206.575 unit atau dengan penjualan sebesar Rp. 39.488.745.072.481.
9.	Wintari Mandala, &	Titik Impas, dan	Biaya tetap, biaya	Berdasarkan tingkat dari	Berdasarkan hasil titik impas dan

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Eny Ivan's (2022) Analisis Titik Impas dan Kelayakan Usaha Ternak Ayam Petelur Mandiri di Kecamatan Way Jepara, Kabupaten Lampung Timur	Kelayakan Usaha	variabel, analisis penerimaan, keuntungan, R/C Rasio, serta BEP	kealamiahan lokasi penelitian, penggunaan metode pada penelitian ini adalah dengan metode survei.	kelayakan usaha, maka didapat hasil sebagai berikut: Pendapatan yang diterima dari hasil penjualan per tahun berada di atas titik impas yaitu sebesar 6.456 unit dan 161.400.000 dalam Rupiah. Kelayakan Usaha Peternakan Ayam Petelur didapat dengan nilai 1,16. Hasil ini menunjukkan usaha ini layak dijalankan.
10.	M. Rafli Ramadhan (2023) Analisis Keuntungan, Nilai Tambah Dan Titik Impas Agroindustri Gula Kelapa Di Desa Bangun Rejo Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus	Keuntungan, Nilai tambah, dan titik impas	Pendapatan, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, harga jual, biaya tetap, biaya variabel, harga jual, jumlah produksi	Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan sampling jenuh.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agroindustri gula kelapa di Desa Bangun Rejo Kecamatan Semaka menguntungkan dengan keuntungan Rp 1.441.066,58 per bulan. Selain itu, nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan nira kelapa menjadi gula kelapa adalah sebesar Rp1.833,48 artinya agroindustri gula kelapa layak untuk dikembangkan. Usaha agroindustri gula kelapa di Desa Bangun Rejo Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus telah melampaui titik impas dengan BEP produksi sebesar 2,36 kg, BEP harga sebesar Rp2.982,04

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					dan BEP penerimaan sebesar Rp47.124,26.
11.	Muhammad Raihan Arkana, Siti Hamidah, Made Suyastiri YP Analisis Nilai Tambah, Profitabilitas Dan Titik Impas Aneka Kue Kering Pada Industri Rumah Tangga Intan Rahmadhani Desa Sorogenen Kecamatan Kalasan Kabupaten Sleman	Nilai tambah, profitabilitas, dan titik impas	ROA, Laba setelah pajak, total aset, biaya tetap, biaya variabel, harga jual	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif menggunakan studi kasus.	Nilai tambah aneka kue kering pada Industri Rumah Tangga Intan Rahmadhani mengalami penurunan saat terjadinya pandemi covid-19 (Tahun 2020 dan 2021). Profitabilitas aneka kue kering pada Industri Rumah Tangga Intan Rahmadhani mengalami penurunan saat terjadinya pandemi covid-19 (Tahun 2020 dan 2021). Sehingga titik impas multiproduk aneka kue kering pada Industri Rumah Tangga Intan Rahmadhani mengalami peningkatan saat terjadinya pandemi covid-19 (Tahun 2020 dan 2021).
12.	Felicia Rascha Avila Farwahnisa (2022) Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Mini Pengolahan High Free	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> (BEP) Variabel Dependen: Perencanaan laba	Biaya tetap, biaya variabel, harga jual, penjualan, biaya variabel per unit, <i>break even point</i> , <i>Operating Leverage</i> , <i>Margin of Safety</i>	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif eksploratif dengan jenis data kuantitatif dan kualitatif dan sumber data primer dan sekunder	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan pencapaian titik impas dalam Rupiah dan dalam kuantitas di setiap bulannya. Ini disebabkan karena adanya perbedaan besarnya biaya yang dikeluarkan pabrik setiap bulan. Namun dapat dilihat bahwa penjualan yang

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Fatty Acid Crude Palm Oil Bangka Belitung Tahun 2022				dilakukan oleh pabrik sudah baik dan selalu berada di atas titik impas, yang berarti perusahaan mampu untuk mencapai keuntungan setiap bulannya.
13.	Hani Nooryani (2022) Penerapan Analisis Cost Volume Profit (Cvp) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm Faroj Store Di Kabupaten Bogor	<i>Cost Volume Profit (CVP), Perencanaan Laba</i>	Margin Kontribusi (<i>Contribution Margin</i>), <i>Break Even Point, Margin Of Safety</i>	Jenis penelitian ini adalah deskriptif eksploratif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian.	Hasil dari penelitian ini adalah CVP dapat digunakan untuk mengetahui peramalan laba dan rugi, serta dapat mewujudkan perencanaan laba yang diinginkan. Juga penelitian ini dapat menjadi referensi untuk UMKM tagar mendapatkan motivasi untuk mencapai laba yang diinginkan.
14.	Cantika Rosianna, Yola Winanda, dan Windy Rezki Kurnia (2021) Analisis Cost Volume Profit Terhadap Perencanaan Laba Umkm Keripik Ibu	<i>Cost Volume Profit (CVP), Perencanaan Laba</i>	Marjin Kontribusi, <i>Break Even Point, Margin of Safety, dan Lverage Operasi</i>	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif dengan pendekatan studi kasus.	UKM Kue Ibu merupakan usaha rumahan yang menjual berbagai jenis kripik seperti kripik bawang, kripik malaysia dan kripik pisang, namun UKM Usaha Kripik Ibu hanya melakukan pencatatan pengeluaran biaya produksi tanpa memisahkan antara biaya variabel dan biaya tetap usaha. Dimana keadaan usaha Kripik Ibu pada periode Mei-Agustus 2020 diperkirakan akan mengalami keadaan yang lebih baik dari pada periode

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					<p>Oktober – April 2020. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pemilik dalam peningkatan labanya, diperlukan analisis Cost Volume Profit (CVP). Analisis Cost Volume Profit (biaya-volume-laba) merupakan suatu alat yang sangat berguna dalam pengambilan keputusan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti mengumpulkan informasi Usaha Kripik Ibu kemudian melakukan analisis data. Dari hasil penelitian, Estimasi penjualan akan meningkat sebesar 27% atau sebesar Rp.71.711.460 setara dengan menjual 896 unit kripik untuk 4 bulan kedepan dan didapatkan bahwa rasio margin kontribusi sebesar 47% dan UKM Kripik Ibu diperkirakan mampu menghasilkan laba maksimal sebesar Rp. 152.878.160 untuk periode berikutnya.</p>
15.	Siska Agustini, Emma Lilianti, dan	<i>Cost Volume Profit (CVP),</i>	<i>break even point, contribution margin,</i>	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif	Berdasarkan hasil analisis CVP penjualan perusahaan selalu berada diatas

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Andri Eko Putra (2024) Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba pada PT Mulia Boga Raya TBK yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<i>Perencanaan Laba</i>	<i>operating leverage, margin of safety</i> dan analisis target laba.	kualitatif, variabel operasional dalam penelitian ini adalah analisis cost volume profit.	nilai titik impas. Kontribusi margin telah mampu menutupi biaya tetap yang terjadi selama periode tersebut. Operating leverage tahun 2018-2021, pada tahun 2018 diatas 2%, namun menurun di 3 tahun berikutnya yakni 1%, penulis menyarankan sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan dan menerapkan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan pada tahun-tahun berikutnya.
16.	Alex Simon, Tian Septiana, dan Rama Gita Suci (2020) Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Perusahaan Yang Diharapkan (Studi Kasus Sultan's Barbershop)	<i>Cost Volume Profit (CVP), Perencanaan Laba</i>	<i>break even point, margin of safety</i> dan analisis target laba.	Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan studi kasus.	Hasil penelitian menunjukkan pada triwulan pertama margin kontribusi sebesar Rp 32.424.125. Penjualan minimum sebesar Rp 19.330.018 dan titik impas Rp 39.838.182. Perusahaan menetapkan laba sebesar 20% dari triwulan pertama. Untuk mencapai laba yang diharapkan, penjualan ditargetkan sebesar Rp 62.775.909 pada triwulan kedua. Manajemen dapat menerapkan analisis CVP untuk membantu dalam merencanakan laba pada triwulan selanjutnya.

Dari tabel penelitian terdahulu, adapun persamaan dari penelitian ini adalah variabel yang digunakan, yaitu berupa variabel independen yaitu *break even point* (X), variabel dependen yaitu perencanaan laba (Y). Selain itu, Penelitian Sinta Agustiani Putri (2023), Isnaniah Nor, M. Zaini, Umar Hi Salim (2023), dan Felicia Rascha Avila Farwahnisa (2022) menggunakan *margin of safety*.

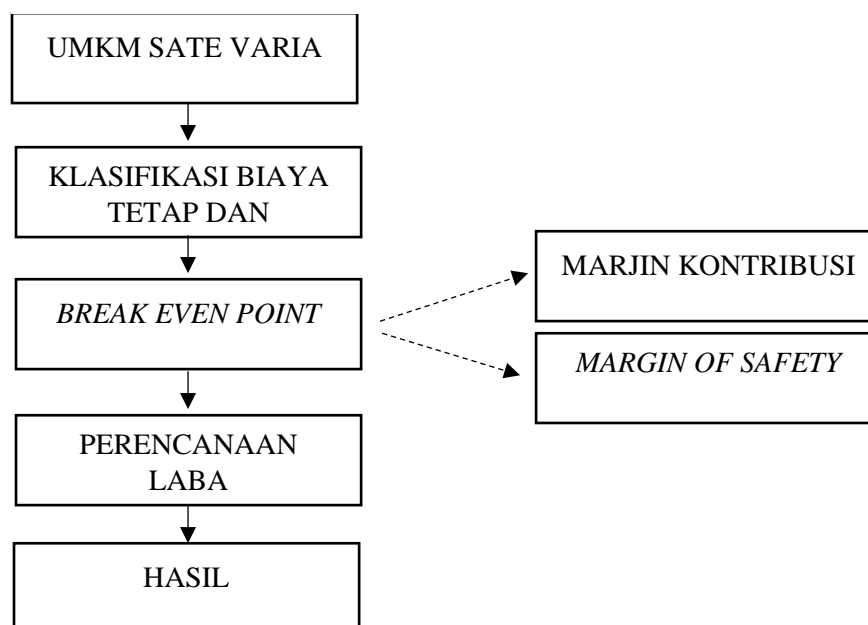
Pada penelitian Siska Agustini (2024), penelitian tersebut menggunakan objek perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian ini menggunakan objek UMKM. Serta pada penelitian Wintari Mandala, & Eny Ivan's (2022) menganalisis kelayakan usaha, sedangkan penelitian ini tidak mengukur kelayakan usaha.

2.7.2. Kerangka Pemikiran

Perencanaan laba sangat membantu manajemen pada setiap unit bisnis dalam merencanakan aktivitas operasionalnya. Perencanaan laba dapat dilakukan salah satunya dengan menggunakan analisis *break even point* (BEP) atau titik impas.. Menurut Lestari dan Permana (2017:136) Titik impas (*Break Even Point*) adalah titik ketika jumlah pendapatan dari penjualan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, titik ini adalah di mana keuntungan mempunyai nilai nol.

Berdasarkan teori – teori yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa analisis *break even point* berguna sebagai alat perencanaan laba serta dapat menyajikan informasi-informasi terkait dengan harga jual, volume penjualan, biaya tetap, dan biaya variabel yang dikeluarkan. Oleh karena itu, berikut ini adalah kerangka pemikiran dari UMKM Sate Varia dalam menganalisis *break even point* untuk perencanaan laba:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Perencanaan Laba UMKM Sate Varia



Dari kerangka pemikiran di atas dapat disimpulkan bahwa untuk merencanakan laba, UMKM Sate Varia harus mengklasifikasi biaya variabel dan tetap terlebih dahulu sebelum menghitung titik impas. Dengan titik impas, UMKM Sate Varia dapat mengetahui berapa penjualan yang harus dilakukan agar tidak menderita kerugian. Analisis *break even point* memudahkan dalam menganalisis faktor yang memengaruhi pencapaian laba perusahaan di masa yang akan datang. Laba didapatkan dari pendapatan dikurangi total pengeluaran, sedangkan total pengeluaran didapatkan dari jumlah dari total biaya tetap dan total biaya variabel. Dengan adanya margin kontribusi dan *margin of safety* yang berhubungan dengan *break even point* akan membantu menentukan berapa banyak produk yang harus dijual untuk mencapai laba yang diharapkan. Analisis *break even point* dapat berperan sebagai alat perencanaan laba karena analisis ini memperlihatkan besar titik impas dan melakukan pemisahan biaya tetap dan variabel, sehingga mampu menjadi tolak ukur dalam menentukan berapa laba yang diinginkan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006).

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subjek yang diteliti serta interaksinya dengan lingkungan.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah indikator yang meliputi variabel *break even point* diantaranya adalah data volume produksi, penjualan, biaya produksi, serta harga jual. Dalam memperoleh data tersebut, penulis melakukan wawancara kepada narasumber (pemilik).

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah unit bisnis yaitu UMKM Sate Varia yang berlokasi di Jalan Rivaria Dalam Kelurahan Bedahan, Kecamatan Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Menurut (Jaya, 2020) Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan beberapa temuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari pengukuran. Data kualitatif yang tersedia pada penelitian ini adalah profil UMKM Sate Varia. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan beberapa temuan dan didapatkan dengan menggunakan prosedur statistik atau cara-cara pengukuran. Data kuantitatif yang tersedia pada penelitian ini adalah data produksi, biaya variabel, biaya tetap, harga jual, laba, dan penjualan UMKM.

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dan tanpa perantara. Informasi yang diperoleh dari penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik UMKM Sate Varia. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah data yang diperoleh dari internet atau dengan perantara. Pada penelitian ini data sekunder yang telah dikumpulkan adalah data yang diperoleh dari Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 dan Undang-Undang UMKM.

3.4. Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dari “Analisis Break Even Point (BEP) dalam Perencanaan Laba pada UMKM Sate Varia.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel/Sub Variabel (Dimensi)	Indikator	Pengukuran	Skala
<i>Break Even Point</i>	<i>Break Even Point</i>	$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$ $\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}}$	Rasio
	<i>Contribution Margin</i>	$\text{CM} = \text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya Variabel}$ $\text{CM Ratio} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}$	Rasio
	<i>Margin of Safety</i>	$\text{MOS} = \text{Penjualan Aktual} - \text{Penjualan Break Even Point}$ $\text{MOS (\%)} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$	Rasio
Perencanaan Laba	Target Laba	$\text{Target Laba (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$ $\text{Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Harga-Biaya variabel per unit}}$	Rasio

3.5. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, agar memperoleh data yang relevan, penelitian ini menggunakan metode primer. Metode primer adalah metode pengumpulan data secara langsung yang bersangkutan dengan keperluan penelitian atau untuk tujuan penelitian (Utama dkk, 2023). Pengumpulan data yang dilakukan melalui survei yaitu mengamati secara langsung pada objek penelitian dengan wawancara dan dokumentasi secara langsung.

a. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antara dua pihak atau lebih yang bisa dilakukan dengan tatap muka di mana salah satu pihak berperan sebagai *interviewer* dan pihak lain berperan sebagai *interviewee* dengan tujuan tertentu, misalnya mendapatkan informasi atau mengumpulkan data. *Interviewer* menanyakan sejumlah pertanyaan kepada *interviewee*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait berjalannya suatu kegiatan dengan maksud tertentu (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain).

3.6. Metode Pengolahan/Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu analisis data yang dilakukan dengan mengevaluasi hasil perhitungan penentuan harga jual dan volume

penjualan oleh UMKM Sate Varia. Hasil perhitungan yang dilakukan oleh penulis dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Menghitung Biaya

- 1) Mengklasifikasikan biaya tetap dan variabel
- 2) Menghitung masing-masing biaya

b. Menghitung *Contribution Margin* (CM)

$$\text{CM} = \text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{CM Ratio} = \frac{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}$$

c. Menghitung *Margin of Safety* (MOS)

$$\text{MOS} = \text{Penjualan Aktual} - \text{Penjualan Break Even Point}$$

$$\text{MOS (\%)} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

d. Menghitung *Break Even Point* (BEP)

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

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

e. Menghitung target laba atau perencanaan laba

$$\text{Rupiah penjualan untuk memperoleh target laba} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

$$\text{Jumlah unit untuk memperoleh target laba} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Harga-Biaya variabel per unit}}$$

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum UMKM Sate Varia

4.1.1. Perkembangan dan Kegiatan Usaha

UMKM Sate Varia merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner. UMKM ini terletak di Jalan Rivaria Dalam, Kelurahan Bedahan, Kecamatan Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat. Didirikan oleh sepasang suami istri yaitu Bapak Ibnu dan Ibu Ani pada tahun 2013. Nama Varia diambil dari kata perumahan lokasi berjualan, yaitu Perumahan Bukit Rivaria. UMKM ini menjual dua menu makanan yaitu sate ayam dan sate kambing.

Bapak Ibnu merupakan perantau dari Madura. Ibnu memiliki 3 saudara yang mana semua saudaranya membuka usaha di bidang makanan, yaitu sate. Awalnya usaha sate Bapak Ibnu buka di daerah Bojongsari, Kota Depok. Namun, sejak tahun 2017, UMKM ini pindah ke Sawangan, Kota Depok.

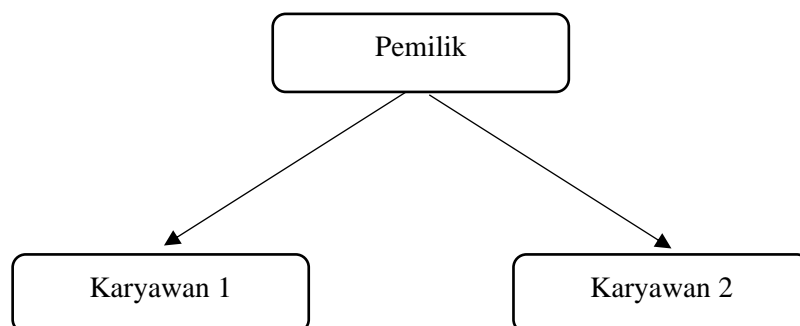
Sate Varia menyewa tempat kecil yang berada di pinggir jalan yang strategis. Tempat ini ramai karena merupakan penghubung jalan antara jalan perumahan dan rumah warga. Sate Varia mempunyai pelanggan setia yang cukup banyak. Hal ini karena satenya yang lezat dan mempunyai rasa yang enak. Banyak orang lalu lalang yang tidak sengaja mampir karena ramai. Sate Varia mulai beroperasi dari pukul 17:00 WIB sampai dengan pukul 22:00 WIB. Akan tetapi, bisa saja tutup lebih awal karena sate sudah habis. Tak jarang juga ada pelanggan yang memesan untuk acara tertentu.

Walaupun pada tahun 2020 Sate Varia mengalami penurunan penjualan, tidak mengubah semangat Bapak Ibnu dan Ibu Arsanih untuk berjualan. Mereka percaya bahwa hal seperti ini wajar dalam berdagang. Justru dalam keadaan ini, mereka makin semangat untuk berdagang.

4.1.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur organisasi pada UMKM Sate Varia sangat sederhana karena hanya memiliki 2 karyawan. Setiap karyawannya telah diberi tanggung jawab masing-masing. Berikut adalah struktur organisasi dari UMKM Sate Varia:

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi UMKM Sate Varia



Perincian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemilik Usaha

Pemilik usaha dari UMKM Sate Varia adalah sepasang suami istri yaitu Bapak Ibnu dan Ibu Arsanih. Mereka memiliki wewenang penuh atas karyawannya seperti: memantau stok bahan baku, mengawasi kinerja karyawan, dan mengawasi seluruh kegiatan operasional. Walaupun Bapak Ibnu dan Ibu Ani mempunyai karyawan, mereka juga ikut serta dalam membantu kegiatan usaha.

2. Karyawan 1

Pada UMKM Sate Varia, karyawan 1 bertugas untuk membeli bahan baku dan keperluan jualan lainnya, seperti daging ayam, daging kambing, tusuk sate, arang, pembungkus makanan, dan sebagainya. Selain itu karyawan 1 juga bertugas untuk menyiapkan segala keperluan jualan seperti menusukkan sate, membuat bumbu, menyiapkan bakaran, serta melayani pelanggan.

3. Karyawan 2

Pada UMKM Sate Varia, karyawan 2 bertugas membantu menyiapkan segala keperluan jualan, merapikan tempat jualan, memastikan bahwa tempat jualan sudah bersih dan rapi, membakar sate, melayani pelanggan, dan membungkus sate.

4.2. Analisis Data

4.2.1. Penjualan, Harga Jual, dan Volume Penjualan UMKM Sate Varia

Penjualan adalah kegiatan jual beli antara penjual dan pembeli untuk keberlangsungan usaha. Volume penjualan adalah banyaknya jumlah barang dagangan yang terjual. Sedangkan harga jual adalah harga yang ditetapkan oleh penjual untuk menutupi biaya produksi dengan ditambah laba. Pada UMKM Sate Varia, tahun 2022 penjualan menurun setiap triwulannya.

Adapun data volume, harga jual, dan penjualan dari UMKM Sate Varia dan biaya yang dikeluarkan oleh UMKM Sate Varia sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jumlah Volume, Harga Jual, dan Penjualan Sate Ayam Pada Tahun 2022

Keterangan	Volume	Harga	Penjualan
Triwulan 1	75.820	Rp 2.500	Rp189.550.000
Triwulan 2	72.180	Rp 2.500	Rp180.450.000
Triwulan 3	71.700	Rp 2.500	Rp179.250.000
Triwulan 4	69.500	Rp 2.500	Rp173.750.000
Jumlah	289.200	-	Rp723.000.000

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah penjualan sate ayam UMKM Sate Varia tahun 2022 tiap triwulannya berbeda dan selalu mengalami penurunan. Pada triwulan 1, UMKM Sate Varia mampu menjual sebanyak 75.820 tusuk sate ayam dengan harga jual Rp2.500/tusuk dengan total penjualan Rp189.550.000. Pada triwulan 2, UMKM Sate Varia mampu menjual sebanyak 72.180 tusuk sate ayam dengan harga jual Rp2.500/tusuk dengan total penjualan Rp180.450.000. Sementara pada triwulan 3, UMKM Sate Varia mampu menjual sebanyak 71.700 tusuk sate ayam dengan harga jual Rp2.500/tusuk dengan

keuntungan Rp179.250.000. Sedangkan pada triwulan 4, UMKM Sate Varia mampu menjual sebanyak 69.500 tusuk sate ayam dengan harga jual Rp2.500/tusuk dengan total penjualan Rp173.750.000. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap triwulannya, penjualan UMKM Sate Varia mengalami penurunan. Oleh karena itu, UMKM Sate Varia perlu melakukan analisis laba untuk perbaikan usahanya.

Tabel 4.2 Jumlah Volume, Harga Jual, dan Penjualan Sate Kambing Pada Tahun 2022

Keterangan	Volume	Harga	Penjualan
Triwulan 1	48.100	Rp 3.000	Rp144.300.000
Triwulan 2	45.000	Rp 3.000	Rp135.000.000
Triwulan 3	45.000	Rp 3.000	Rp135.000.000
Triwulan 4	45.500	Rp 3.000	Rp136.500.000
Jumlah	183.600	-	Rp550.800.000

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah penjualan sate kambing UMKM Sate Varia tahun 2022 tiap triwulannya berbeda. Pada triwulan 1, UMKM Sate Varia mampu menjual sebanyak 48.100 tusuk sate kambing dengan harga jual Rp3.000/tusuk dengan total penjualan Rp144.300.000. Pada triwulan 2, UMKM Sate Varia mampu menjual sebanyak 45.000 tusuk sate kambing dengan harga jual Rp3.000/tusuk dengan total penjualan Rp135.000.000. Sementara pada triwulan 3, UMKM Sate Varia mampu menjual sebanyak 45.000 tusuk sate kambing dengan harga jual Rp3.000/tusuk dengan keuntungan Rp135.000.000. Sedangkan pada triwulan 4, UMKM Sate Varia mampu menjual sebanyak 45.500 tusuk sate kambing dengan harga jual Rp3.000/tusuk dengan total penjualan Rp136.500.000. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap triwulannya, penjualan UMKM Sate Varia mengalami penjualan yang fluktuatif. Oleh karena itu, UMKM Sate Varia perlu melakukan analisis laba untuk perbaikan usahanya.

4.2.2. Klasifikasi Biaya Tetap dan Variabel pada UMKM Sate Varia

Klasifikasi biaya tetap dan variabel akan membantu UMKM Sate Varia dalam mengidentifikasi, mengukur, dan mengendalikan biaya-biaya yang terkait dengan operasi bisnis. Klasifikasi ini dapat mengambil keputusan yang lebih efektif dalam perencanaan, pengendalian, dan evaluasi biaya. Dengan mengidentifikasi dan mengelompokkan biaya-biaya secara tepat, UMKM Sate Varia dapat menghitung harga pokok produksi yang akurat, mengendalikan biaya, dan membuat keputusan strategis yang berhubungan dengan biaya secara efisien.

Adapun rincian biaya tetap UMKM Sate Varia pada tahun 2022 yaitu:

1. Biaya tenaga kerja langsung

Gaji seorang karyawan selama sebulan = Rp1.920.000

Gaji dua orang karyawan selama sebulan = Rp3.840.000

Gaji dua orang karyawan selama tiga bulan = Rp11.520.000

Gaji dua orang karyawan selama satu tahun = Rp46.080.000

2. Biaya Sewa
 - Biaya sewa selama satu bulan = Rp600.000
 - Biaya sewa selama tiga bulan = Rp1.800.000
 - Biaya sewa selama satu tahun = Rp7.200.000
3. Biaya Keamanan
 - Biaya keamanan selama satu bulan = Rp170.000
 - Biaya keamanan selama tiga bulan = Rp510.000
 - Biaya keamanan selama satu tahun = Rp2.040.000

Jadi, total biaya tetap yang dikeluarkan selama tahun 2022 adalah Rp55.320.000. Di mana setiap triwulannya UMKM Sate Varia mengeluarkan sebesar Rp13.830.000. Jumlah ini diproporsikan berdasarkan volume yang diproduksi masing-masing produk sate.

$$\text{Biaya Tetap Sate Ayam} = \frac{\text{Volume Produksi Sate Ayam}}{\text{Total Produksi}} \times \text{Total Biaya Tetap}$$

$$\text{Biaya Tetap Sate Kambing} = \frac{\text{Volume Produksi Sate Kambing}}{\text{Total Produksi}} \times \text{Total Biaya Tetap}$$

Adapun rincian dari proporsi biaya tetap sate ayam dan kambing selama tahun 2022:

Tabel 4.3 Rincian Biaya Tetap UMKM Sate Varia Tahun 2022

Triwulan	Volume Ayam	Volume Kambing	Sate Ayam (Rp)	Sate Kambing (Rp)
1	75.820	48.100	8.461.835	5.368.165
2	72.180	45.000	8.518.940	5.311.060
3	71.700	45.000	8.497.095	5.332.905
4	69.500	45.500	8.358.130	5.471.870
Total	289.200	183.600	33.836.001	21.483.999

Berdasarkan tabel di atas, UMKM Sate Varia memiliki jumlah biaya tetap yang berbeda setiap triwulannya. Hal ini karena biaya dipakai secara bersama dengan volume produksi yang berbeda. Pada sate ayam, biaya tetap pada triwulan 1 sebesar Rp8.461.835, triwulan 2 Rp8.518.940, triwulan 3 Rp8.497.095, dan pada triwulan 4 sebesar 8.358.130. Sedangkan untuk produk sate kambing, pada triwulan 1 biaya tetap sebesar Rp5.368.165, triwulan 2 Rp5.311.060, triwulan 3 5.332.905, dan pada triwulan 4 sebesar Rp.5.471.870.

Biaya variabel yang dikeluarkan UMKM Sate Varia untuk memproduksi sate ayam dan kambing berbeda. Namun, ada beberapa biaya yang dibagi berdasarkan proporsi. Hal ini karena aktivitas dari biaya-biaya tersebut dilakukan untuk memproduksi keduanya. Biaya tersebut adalah bumbu kacang, barra, biaya lain-lain, plastik, bungkus, dan listrik. Berikut adalah biaya variabel UMKM Sate Varia selama tahun 2022:

1. Biaya Variabel Sate Ayam pada UMKM Sate Varia Tahun 2022

Tabel 4.4 Biaya Variabel Sate Ayam UMKM Sate Varia pada Tahun 2022

Biaya Variabel	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
Daging Ayam (Rp)	67.550.000	61.830.000	63.634.000	61.140.000

Biaya Variabel	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
Lemak Ayam (Rp)	29.795.000	26.085.000	26.492.000	25.160.000
Bumbu Kacang (Rp)	10.476.861	10.089.860	10.512.747	10.439.793
Barra (Rp)	1.377.524	1.438.292	1.419.302	1.424.764
Biaya lain-lain (Rp)	2.101.087	1.891.068	1.858.557	1.871.884
Tusuk Sate Ayam (Rp)	3.115.000	3.245.000	3.195.000	3.215.000
Plastik (Rp)	1.249.138	1.037.913	952.355	914.189
Bungkus (Rp)	1.068.091	967.073	976.911	929.138
Listrik (Rp)	385.145	421.310	461.397	459.363
Total (Rp)	117.117.847	107.005.516	109.502.270	105.554.131

Pada tabel 4.4 terdapat biaya variabel untuk membuat sate ayam pada tahun 2022. Adapun biaya variabel tersebut adalah daging ayam, lemak ayam, bumbu kacang, bara, biaya lain-lain, tusuk sate ayam, plastik, bungkus, dan listrik. Biaya variabel yang dikeluarkan untuk membuat sate ayam bersifat fluktuatif. Hal ini karena naik turunnya volume penjualan serta harga bahan baku yang tidak stabil. Pada triwulan 1 total biaya variabel yang dikeluarkan untuk membuat sate ayam adalah Rp117.117.847. Sementara itu pada triwulan 2 biaya variabel yang dikeluarkan adalah sebesar Rp107.005.516. Kemudian pada triwulan 3 biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp109.502.270. Dan pada triwulan 4 sebesar Rp105.554.131.

2. Biaya Variabel Sate Kambing pada UMKM Sate Varia Tahun 2022

Tabel 4.5 Biaya Variabel Sate Kambing UMKM Sate Varia pada Tahun 2022

Biaya Variabel	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
Daging Kambing (Rp)	88.830.000	85.700.000	84.600.000	86.465.000
Lamur (Rp)	7.600.000	8.252.000	7.947.000	7.670.000
bumbu kacang (Rp)	6.653.139	6.290.140	6.598.253	6.857.207
Barra (Rp)	872.476	896.708	890.698	936.236
Biaya lain-lain (Rp)	1.328.913	1.178.932	1.166.443	1.228.116
Tusuk Sate Kambing (Rp)	2.430.000	2.458.000	2.325.000	2.439.000
Plastik (Rp)	790.862	647.087	597.645	595.811
Bungkus (Rp)	673.909	602.927	613.089	605.862
Listrik (Rp)	244.855	262.690	289.603	301.137
Total (Rp)	109.424.153	106.288.484	105.027.730	107.098.369

Pada tabel 4.5 terdapat biaya variabel untuk membuat sate kambing pada tahun 2022. Adapun biaya variabel tersebut adalah daging kambing, lamur, bumbu kacang, bara, biaya lain-lain, tusuk sate kambing, plastik, bungkus, dan listrik. Biaya variabel yang dikeluarkan untuk membuat sate kambing bersifat fluktuatif. Hal ini karena naik turunnya volume penjualan serta harga bahan baku yang tidak stabil. Pada triwulan 1 total biaya variabel yang dikeluarkan untuk membuat sate kambing adalah Rp109.424.153. Sementara itu pada triwulan 2 biaya variabel yang dikeluarkan adalah sebesar Rp106.228.484. Kemudian pada triwulan 3 biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp105.027.730. Dan pada triwulan 4 sebesar Rp107.098.369.

4.3. Analisis *Break Even Point* untuk Perencanaan Laba

4.3.1. Penerapan Analisis *Break Even Point* pada UMKM Sate Varia 2022

Break Event Point atau titik impas adalah kondisi di mana pendapatan yang didapat sama dengan biaya yang dikeluarkan. Artinya, unit bisnis tersebut tidak mengalami untung atau rugi. Teknik ini melibatkan antara biaya, volume produksi, harga jual, dan penjualan. Teknik ini digunakan untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Manajemen memerlukan informasi impas (*break even*) untuk mengetahui tingkat penjualan yang mesti dicapai, sehingga tidak menderita kerugian.

Titik impas muncul apabila suatu unit bisnis mempunyai biaya tetap dan variabel. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan mengalami perubahan sesuai dengan perubahan volume produksi. Sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Dalam analisis *break even point* terdapat beberapa metode analisis untuk perencanaan laba. Pada analisis penelitian ini menggunakan data dari UMKM Sate Varia untuk mengetahui *contribution margin*, dan *break even point* pada UMKM Sate Varia tahun 2022.

4.3.1.1. Marjin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Marjin kontribusi merupakan kekuatan dari suatu produk dalam menghasilkan laba. Semakin besar marjin kontribusi suatu produk, maka semakin kuat produk tersebut untuk menghasilkan laba.

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Total Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Margin Kontribusi Perunit} = \frac{\text{Marjin Kontribusi}}{\text{Volume Penjualan}}$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Total Marjin Kontribusi}}{\text{Total Penjualan}}$$

Analisis marjin kontribusi memberikan kemudahan dalam melakukan analisis tentang bagaimana selisih antara pendapatan dari penjualan dan beban. Analisis marjin kontribusi dapat memberikan wawasan tentang berapa titik impas berada pada besaran marjin kontribusi sama besarnya dengan biaya tetap.

Adapun perhitungan margin kontribusi produk sate ayam dan kambing pada UMKM Sate Varia tahun 2022:

1. Marjin Kontribusi Sate Ayam

Triwulan 1

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Rp}189.550.000 - \text{Rp}117.117.784 = \text{Rp}72.432.153$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Rp}72.432.153}{\text{Rp}189.550.000}$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = 38,2\%$$

$$\text{Marjin Kontribusi Perunit} = \frac{\text{Rp}72.432.153}{75.820}$$

$$\text{Margin Kontribusi Perunit} = \text{Rp}955,317$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui marjin kontribusi sate ayam UMKM Sate Varia pada triwulan 1 sebesar 38,2% atau sebesar Rp72.432.153 atau Rp955,317 per unit. Artinya biaya variabel untuk menutupi biaya tetap sebesar Rp72.432.153 atau Rp955,317. Sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Triwulan 2

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Rp}180.450.000 - \text{Rp}107.005.516 = \text{Rp}73.444.484$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Rp}73.444.484}{\text{Rp}180.450.000}$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = 41\%$$

$$\text{Marjin Kontribusi Perunit} = \frac{\text{Rp}73.444.484}{72.180}$$

$$\text{Marjin Kontribusi Perunit} = \text{Rp}1.017,52$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui marjin kontribusi sate ayam UMKM Sate Varia pada triwulan 2 memiliki presentase sebesar 41% atau sebesar Rp73.444.484 atau Rp1.017,52 per unit. Artinya biaya variabel yang dikeluarkan untuk menutupi biaya tetap sebesar Rp73.444.484 atau Rp1.017,52 per unit. Sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Triwulan 3

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Rp}179.250.000 - \text{Rp}109.502.270 = \text{Rp}69.747.730$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Rp}69.747.730}{\text{Rp}179.250.000}$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = 39\%$$

$$\text{Marjin Kontribusi Perunit} = \frac{\text{Rp}69.747.730}{71.700}$$

$$\text{Marjin Kontribusi Perunit} = \text{Rp}972,772$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui marjin kontribusi sate ayam UMKM Sate Varia pada triwulan 3 memiliki presentase sebesar 39% atau sebesar Rp69.747.730 atau Rp972,772 per unit. Artinya biaya variabel yang dikeluarkan untuk menutupi biaya tetap sebesar Rp69.747.730 atau Rp972,772 per unit. Sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Triwulan 4

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Rp}173.750.000 - \text{Rp}105.554.131 = \text{Rp}68.195.869$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Rp}68.195.869}{\text{Rp}173.750.000}$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = 39,2\%$$

$$\text{Marjin Kontribusi Perunit} = \frac{\text{Rp}68.195.869}{69.500}$$

$$\text{Marjin Kontribusi Perunit} = \text{Rp}981,236$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui marjin kontribusi sate ayam UMKM Sate Varia pada triwulan 3 memiliki presentase sebesar 39,2% atau sebesar Rp68.195.869 atau Rp981,236 per unit. Artinya biaya variabel yang dikeluarkan untuk menutupi biaya tetap sebesar Rp68.195.869 atau Rp981,236 per unit. Sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Berikut adalah rekapitan perhitungan marjin kontribusi UMKM Sate Varia Tahun 2022:

Tabel 4.6 Marjin Kontribusi Sate Ayam UMKM Sate Varia 2022

Keterangan	Penjualan	Biaya Variabel	Volume	CM	CM (%)	CM (Unit)
Triwulan 1	189.550.000	117.117.847	75.820	72.432.153	38%	955,3172
Triwulan 2	180.450.000	107.005.516	72.180	73.444.484	41%	1017,518
Triwulan 3	179.250.000	109.502.270	71.700	69.747.730	39%	972,7717
Triwulan 4	173.750.000	105.554.131	69.500	68.195.869	39%	981,2355
TOTAL	723.000.000	439.179.763	289.200	283.820.237	39%	981,3978

Dari perhitungan marjin kontribusi sate ayam UMKM Sate Varia, tahun 2022 mencapai 39% atau sebesar Rp283.820.237 atau sebanyak 981,39 tusuk sate ayam. Artinya, UMKM Sate Varia berhasil menutup biaya tetap sebesar angka tersebut. Semakin besar marjin kontribusi yang diperoleh, maka semakin cepat unit bisnis mencapai laba yang diinginkan.

2. Marjin Kontribusi Sate Kambing

Triwulan 1

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Rp}144.300.000 - \text{Rp}19.424.153 = \text{Rp}34.875.847$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Rp}34.875.847}{\text{Rp}144.300.000}$$

Rasio Marjin Kontribusi = 24%

$$\text{Margin Kontribusi Perunit} = \frac{\text{Rp}34.875.847}{48.100}$$

Margin Kontribusi Perunit = Rp725,1

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui marjin kontribusi sate kambing UMKM Sate Varia pada triwulan 1 sebesar 24% atau Rp34.875.847 atau Rp725,1 per unit. Artinya biaya variabel untuk menutupi biaya tetap sebesar Rp34.875.847 atau Rp725,1 per unit. Sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Triwulan 2

Margin Kontribusi = Rp135.000.000 – Rp106.288.484 = Rp28.711.516

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Rp}28.711.516}{\text{Rp}135.000.000}$$

Rasio Marjin Kontribusi = 21%

$$\text{Margin Kontribusi Perunit} = \frac{\text{Rp}28.711.516}{45.000}$$

Margin Kontribusi Perunit = Rp638

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui marjin kontribusi sate kambing UMKM Sate Varia pada triwulan 2 sebesar 21% atau Rp28.711.516 atau Rp638 per unit. Artinya biaya variabel untuk menutupi biaya tetap sebesar Rp28.711.516 atau Rp638 per unit. Sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Triwulan 3

Margin Kontribusi = Rp135.000.000 – Rp105.027.730 = Rp29.972.270

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Rp}29.972.270}{\text{Rp}135.000.000}$$

Rasio Marjin Kontribusi = 22%

$$\text{Margin Kontribusi Perunit} = \frac{\text{Rp}29.972.270}{45.000}$$

Margin Kontribusi Perunit = Rp666,1

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui marjin kontribusi sate kambing UMKM Sate Varia pada triwulan 3 sebesar 22% atau Rp29.972.270 atau Rp666,1 per unit. Artinya biaya variabel untuk menutupi biaya tetap sebesar Rp29.972.270 atau Rp666,1 per unit. Sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Triwulan 4

$$\text{Marjin Kontribusi} = \text{Rp}136.500.000 - \text{Rp}107.098.369 = \text{Rp}29.401.631$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = \frac{\text{Rp}29.401.631}{\text{Rp}136.500.000}$$

$$\text{Rasio Marjin Kontribusi} = 22\%$$

$$\text{Marjin Kontribusi Perunit} = \frac{\text{Rp}29.401.631}{45.500}$$

$$\text{Marjin Kontribusi Perunit} = \text{Rp}646,2$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui marjin kontribusi sate kambing UMKM Sate Varia pada triwulan 4 sebesar 22% atau Rp29.401.631 atau Rp646,2 per unit. Artinya biaya variabel untuk menutupi biaya tetap sebesar Rp29.401.631 atau Rp646,2 per unit. Sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Berikut adalah rekapitan perhitungan marjin kontribusi UMKM Sate Varia Tahun 2022:

Tabel 4.7 Marjin Kontribusi Sate Kambing UMKM Sate Varia 2022

Keterangan	Penjualan (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Volume	CM (Rp)	CM (%)	CM (Unit)
Triwulan 1	144.300.000	109.424.153	48.100	34.875.847	24%	725,1
Triwulan 2	135.000.000	106.288.484	45.000	28.711.516	21%	638,0
Triwulan 3	135.000.000	105.027.730	45.000	29.972.270	22%	666,1
Triwulan 4	136.500.000	107.098.369	45.500	29.401.631	22%	646,2
TOTAL	550.800.000	427.838.737	183.600	122.961.263	22%	669,7

Dari perhitungan marjin kontribusi sate kambing UMKM Sate Varia, tahun 2022 mencapai 22% atau sebesar Rp122.961.263 atau sebanyak 669,7 tusuk sate kambing. Artinya, UMKM Sate Varia berhasil menutup biaya tetap sebesar angka tersebut. Semakin besar marjin kontribusi yang diperoleh, maka semakin cepat unit bisnis mencapai laba yang diinginkan.

4.3.1.2. Break Even Point (Titik Impas)

Break Even Point atau titik impas adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya atau titik di mana laba sama dengan nol. Teknik ini digunakan oleh manajemen untuk mengambil suatu keputusan agar perusahaan atau unit bisnis tidak mengalami kerugian.

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Total Penjualan}}}$$

Atau

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Kontribusi Marjin}}$$

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

Atau

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Total Kontribusi Marjin Perunit}}$$

1. *Break Even Point* (BEP) Sate Ayam

Triwulan 1

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp}8.461.835}{38,2\%} = \text{Rp}22.144.045$$

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Rp}8.461.835}{955} = 8.858 \text{ tusuk}$$

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa titik impas penjualan sate ayam pada triwulan 1 sebesar Rp22.144.045 atau sebanyak 8.858 tusuk sate ayam terjual agar UMKM Sate Varia dapat mencapai titik impas.

Triwulan 2

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp}8.518.940}{41\%} = \text{Rp}20.930.677$$

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Rp}8.518.940}{1.018} = 8.372 \text{ tusuk}$$

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa titik impas penjualan sate ayam pada triwulan 2 sebesar Rp20.930.677 atau sebanyak 8.372 tusuk sate ayam terjual agar UMKM Sate Varia dapat mencapai titik impas.

Triwulan 3

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp}8.497.095}{39\%} = \text{Rp}21.837.331$$

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Rp}8.497.095}{973} = 8.735 \text{ tusuk}$$

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa titik impas penjualan sate ayam pada triwulan 3 sebesar Rp21.837.331 atau sebanyak 8.735 tusuk sate ayam terjual agar UMKM Sate Varia dapat mencapai titik impas.

Triwulan 4

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp}8.358.130}{39\%} = \text{Rp}21.294.914$$

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Rp}8.358.130}{981} = 8.518 \text{ tusuk}$$

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa titik impas penjualan sate ayam pada triwulan 4 sebesar Rp21.294.914 atau sebanyak 8.518 tusuk sate ayam terjual agar UMKM Sate Varia dapat mencapai titik impas.

Berikut adalah rekapitan perhitungan Break Even Point (BEP) sate ayam UMKM Sate Varia 2022 :

Tabel 4.8 *Break Even Point* (BEP) Sate Ayam UMKM Sate Varia

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Harga Jual (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Penjualan (Rp)	BEP (Unit)	BEP (Rp)
Triwulan 1	8.461.835	2.500	117.117.847	189.550.000	8.858	22.144.045
Triwulan 2	8.518.940	2.500	107.005.516	180.450.000	8.372	20.930.677
Triwulan 3	8.497.095	2.500	109.502.270	179.250.000	8.735	21.837.331
Triwulan 4	8.358.130	2.500	105.554.131	173.750.000	8.518	21.294.914
Total	33.836.001	2.500	439.179.763	723.000.000	34.483	86.193.390

Dari perhitungan *Break Even Point* (BEP) sate ayam UMKM Sate Varia tahun 2022, dapat disimpulkan, untuk mencapai titik impas, UMKM Sate Varia harus menjual sate ayam sebanyak 34.483 tusuk per tahun atau sebesar Rp86.193.390 agar tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Tahun 2022 UMKM Sate Varia melakukan penjualan di atas titik impas yaitu Rp723.000.000. Dengan demikian, UMKM Sate Varia mengalami laba.

2. *Break Even Point* (BEP) Sate Kambing

Triwulan 1

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp}5.368.165}{24\%} = \text{Rp}22.210.965$$

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Rp}5.368.165}{725,1} = 7.404 \text{ tusuk}$$

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa titik impas penjualan sate kambing pada triwulan 1 sebesar Rp22.210.965 atau sebanyak 7.404 tusuk sate kambing terjual agar UMKM Sate Varia dapat mencapai titik impas.

Triwulan 2

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp}5.311.060}{21\%} = \text{Rp}24.972.317$$

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Rp}5.311.060}{638} = 8.324 \text{ tusuk}$$

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa titik impas penjualan sate kambing pada triwulan 2 sebesar Rp24.972.317 atau sebanyak 8.324 tusuk sate kambing terjual agar UMKM Sate Varia dapat mencapai titik impas.

Triwulan 3

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp}5.332.905}{22\%} = \text{Rp}24.020.275$$

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Rp}5.332.905}{666} = 8.007 \text{ tusuk}$$

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa titik impas penjualan sate kambing pada triwulan 3 sebesar Rp24.020.275 atau sebanyak 8.007 tusuk sate kambing terjual agar UMKM Sate Varia dapat mencapai titik impas.

Triwulan 4

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Rp}5.471.870}{22\%} = \text{Rp}25.403.700$$

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Rp}5.471.870}{646,2} = 8.468 \text{ tusuk}$$

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa titik impas penjualan sate kambing pada triwulan 4 sebesar Rp25.403.700 atau sebanyak 8.468 tusuk sate kambing terjual agar UMKM Sate Varia dapat mencapai titik impas.

Berikut adalah rekapitan perhitungan *Break Even Point* (BEP) sate kambing UMKM Sate Varia 2022 :

Tabel 4.9 *Break Even Point* (BEP) Sate Kambing UMKM Sate Varia

Keterangan	Biaya Tetap	Harga Jual	Biaya Variabel	Penjualan	BEP (Unit)	BEP (RP)
Triwulan 1	5.368.165	3.000	109.424.153	144.300.000	7.404	22.210.965
Triwulan 2	5.311.060	3.000	106.288.484	135.000.000	8.324	24.972.317
Triwulan 3	5.332.905	3.000	105.027.730	135.000.000	8.007	24.020.275
Triwulan 4	5.471.870	3.000	107.098.369	136.500.000	8.468	25.403.700
Total	21.483.999	3.000	427.838.737	550.800.000	32.202	96.236.705

Dari perhitungan *Break Even Point* (BEP) sate kambing UMKM Sate Varia tahun 2022, dapat disimpulkan, untuk mencapai titik impas, UMKM Sate Varia harus menjual sate kambing sebanyak 32.202 tusuk per tahun atau sebesar Rp96.236.705 agar tidak mengalami

keuntungan maupun kerugian. Tahun 2022 UMKM Sate Varia melakukan penjualan di atas titik impas yaitu Rp550.800.000. Dengan demikian, UMKM Sate Varia mengalami laba.

4.3.1.3. Margin of Safety (MOS) dalam Break Even Point (BEP)

Margin of safety atau keamanan marjin adalah selisih antara penjualan aktual dan penjualan titik impas. *Margin of safety* sangat penting untuk mendapatkan keuntungan karena pendapatan lebih besar daripada biaya. Jika perbedaan ini rendah, hal ini menunjukkan tingkat bahaya yang meningkat. Oleh karena itu, semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian (Sonar, 2020).

Margin of Safety (MOS) = Penjualan Aktual – Penjualan *Break Even Point*

$$\text{Persentase } \textit{Margin of Safety} \text{ (MOS)} = \frac{\textit{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

1. *Margin of Safety* (MOS) Sate Ayam

Triwulan 1

$$\textit{Margin of Safety} \text{ (MOS)} = \text{Rp}189.550.000 - \text{Rp}22.144.045 = \text{Rp}167.405.955$$

$$\text{Persentase } \textit{Margin of Safety} \text{ (MOS)} = \frac{\text{Rp}167.045.955}{\text{Rp}189.550.000} \times 100 = 88,3\%$$

Dari perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 1 untuk produk sate ayam UMKM Sate Varia, didapat angka MOS sebesar Rp167.405.955 dengan persentasi 88,3%. Artinya, besarnya nilai MOS ini menunjukkan tingkat penjualan yang baik. Hal ini karena semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dengan penjualan BEP maka semakin baik.

Triwulan 2

$$\textit{Margin of Safety} \text{ (MOS)} = \text{Rp}180.450.000 - \text{Rp}20.930.677 = \text{Rp}159.519.323$$

$$\text{Persentase } \textit{Margin of Safety} \text{ (MOS)} = \frac{\text{Rp}159.519.323}{\text{Rp}180.450.000} \times 100 = 88,4\%$$

Dari perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 2 untuk produk sate ayam UMKM Sate Varia, didapat angka MOS sebesar Rp159.519.323 dengan persentasi 88,4%. Artinya, besarnya nilai MOS ini menunjukkan tingkat penjualan yang baik. Hal ini karena semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dengan penjualan BEP maka semakin baik.

Triwulan 3

$$\textit{Margin of Safety} \text{ (MOS)} = \text{Rp}179.250.000 - \text{Rp}21.837.930 = \text{Rp}157.412.669$$

$$\text{Persentase Margin of Safety (MOS)} = \frac{\text{Rp}157.412.669}{\text{Rp}179.250.000} \times 100 = 87,8\%$$

Dari perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 3 untuk produk sate ayam UMKM Sate Varia, didapat angka MOS sebesar Rp157.412.669 dengan persentasi 87,8%. Artinya, besarnya nilai MOS ini menunjukkan tingkat penjualan yang baik. Hal ini karena semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dengan penjualan BEP maka semakin baik.

Triwulan 4

$$\text{Margin of Safety (MOS)} = \text{Rp}173.750.000 - \text{Rp}21.294.914 = \text{Rp}152.455.086$$

$$\text{Persentase Margin of Safety (MOS)} = \frac{\text{Rp}152.455.086}{\text{Rp}173.750.000} \times 100 = 88\%$$

Dari perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 4 untuk produk sate ayam UMKM Sate Varia, didapat angka MOS sebesar Rp152.455.086 dengan persentasi 88%. Artinya, besarnya nilai MOS ini menunjukkan tingkat penjualan yang baik. Hal ini karena semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dengan penjualan BEP maka semakin baik.

Berikut adalah rekapitulasi perhitungan *Margin of Safety* (MOS) sate ayam UMKM Sate Varia 2022 :

Tabel 4.10 *Margin of Safety* (MOS) Sate Ayam UMKM Sate Varia

Keterangan	Penjualan	BEP	MOS	MOS (%)
Triwulan 1	189.550.000	22.144.045	167.405.955	88%
Triwulan 2	180.450.000	20.930.677	159.519.323	88%
Triwulan 3	179.250.000	21.837.331	157.412.669	88%
Triwulan 4	173.750.000	21.294.914	152.455.086	88%
Total	723.000.000	86.206.966	636.793.034	88%

Berdasarkan perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada produk sate ayam, pada tahun 2022 UMKM Sate Varia memiliki nilai MOS sebesar 88% atau Rp636.793.034. Ini menunjukkan bahwa tingkat MOS cukup tinggi yang artinya tingkat penjualan yang baik. Semakin besar selisih antara penjualan dengan BEP maka semakin baik.

2. *Margin of Safety* (MOS) Sate Kambing

Triwulan 1

$$\text{Margin of Safety (MOS)} = \text{Rp}144.300.000 - \text{Rp}22.210.965 = \text{Rp}122.089.035$$

$$\text{Persentase Margin of Safety (MOS)} = \frac{\text{Rp}122.089.035}{\text{Rp}144.300.000} \times 100 = 84,6\%$$

Dari perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 1 untuk produk sate kambing UMKM Sate Varia, didapat angka MOS sebesar Rp122.089.035 dengan persentasi 84,6%. Artinya, besarnya nilai MOS ini menunjukkan tingkat penjualan yang baik. Hal ini karena semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dengan penjualan BEP maka semakin baik.

Triwulan 2

$$\text{Margin of Safety (MOS)} = \text{Rp}135.000.000 - \text{Rp}24.972.317 = \text{Rp}110.027.683$$

$$\text{Persentase Margin of Safety (MOS)} = \frac{\text{Rp}110.027.683}{\text{Rp}135.000.000} \times 100 = 81,5\%$$

Dari perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 2 untuk produk sate kambing UMKM Sate Varia, didapat angka MOS sebesar Rp110.027.683 dengan persentasi 81,5%. Artinya, besarnya nilai MOS ini menunjukkan tingkat penjualan yang baik. Hal ini karena semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dengan penjualan BEP maka semakin baik.

Triwulan 3

$$\text{Margin of Safety (MOS)} = \text{Rp}135.000.000 - \text{Rp}24.020.275 = \text{Rp}110.979.725$$

$$\text{Persentase Margin of Safety (MOS)} = \frac{\text{Rp}110.979.725}{\text{Rp}135.000.000} \times 100 = 82,2\%$$

Dari perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 3 untuk produk sate kambing UMKM Sate Varia, didapat angka MOS sebesar Rp110.979.725 dengan persentasi 82,2%. Artinya, besarnya nilai MOS ini menunjukkan tingkat penjualan yang baik. Hal ini karena semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dengan penjualan BEP maka semakin baik.

Triwulan 4

$$\text{Margin of Safety (MOS)} = \text{Rp}136.500.000 - \text{Rp}25.403.700 = \text{Rp}111.096.300$$

$$\text{Persentase Margin of Safety (MOS)} = \frac{\text{Rp}111.096.300}{\text{Rp}136.500.000} \times 100 = 81,3\%$$

Dari perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 4 untuk produk sate kambing UMKM Sate Varia, didapat angka MOS sebesar Rp111.096.300 dengan persentasi 81,3%. Artinya, besarnya nilai MOS ini menunjukkan tingkat penjualan yang baik. Hal ini karena semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dengan penjualan BEP maka semakin baik.

Berikut adalah rekapan perhitungan *Margin of Safety* (MOS) sate kambing UMKM Sate Varia 2022 :

Tabel 4.11 Margin of Safety (MOS) Sate Kambing UMKM Sate Varia

Keterangan	Penjualan	BEP	MOS	MOS (%)
Triwulan 1	144.300.000	22.210.965	122.089.035	85%
Triwulan 2	135.000.000	24.972.317	110.027.683	82%
Triwulan 3	135.000.000	24.020.275	110.979.725	82%
Triwulan 4	136.500.000	25.403.700	111.096.300	81%
Total	550.800.000	96.607.257	454.192.743	82%

Berdasarkan perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada produk sate kambing, pada tahun 2022 UMKM Sate Varia memiliki nilai MOS sebesar 82% atau Rp454.192.743. Ini menunjukkan bahwa tingkat MOS cukup tinggi yang artinya tingkat penjualan yang baik. Semakin besar selisih antara penjualan dengan BEP maka semakin baik.

4.3.2. Perencanaan Laba pada UMKM Sate Varia

Perencanaan laba adalah rencana kerja unit bisnis yang telah dipertimbangkan dalam kurun waktu jangka panjang maupun jangka pendek. Perencanaan laba penting adanya bagi setiap unit bisnis agar tidak mengalami kerugian. Dengan perencanaan laba, unit bisnis dapat bekerja sesuai target yang dikehendakinya. Pada UMKM Sate Varia, target laba yang diinginkan oleh pemilik adalah sebesar Rp 30.000.000 per bulannya atau sebesar Rp90.000.000 per triwulan untuk sate ayam. Sedangkan untuk sate kambing, pemilik menginginkan laba sebesar Rp15.000.000 per bulan atau sebesar Rp45.000.000 per triwulan.

Dalam upaya mendukung pertumbuhan ekonomi dan memberikan dorongan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pemerintah Indonesia telah menerapkan berbagai insentif perpajakan. Salah satu langkah yang diambil adalah memberlakukan batasan tidak dikenakannya Pajak Penghasilan (PPh) UMKM untuk usaha dengan omzet di bawah Rp. 500 juta setiap tahunnya. Selain itu, terdapat dukungan tambahan melalui tarif PPh Final UMKM yang memberikan keringanan beban pajak dengan menerapkan tarif pengenaan sebesar 0,5% dari omzet bulanan. Hal ini diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu (PP 23/2018). Belakangan PP 23/2018 ini diperbarui dengan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan (PP 55/2022). Manfaat dari membayar PPh UMKM ini adalah pelaku UMKM dapat meningkatkan kredibilitas usaha karena menunjukkan usaha tersebut dapat dipercaya di mata lembaga keuangan, perbankan, pelanggan, dan partner usaha.

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

Atau

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Marjin Kontribusi Perunit}}$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Unit)} = \frac{\text{Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah)}}{\text{Harga Jual Per unit}}$$

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}}$$

Atau

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Marjin Kontribusi}}$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah)} = \text{Penjualan Untuk Target Laba (Rupiah)} + (\text{Penjualan Untuk Target Laba (Rupiah)} \times 0,5\%)$$

1. Perencanaan Laba Sate Ayam

Triwulan 1

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Rp}8.461.835 + \text{Rp}90.000.000}{38\%} = \text{Rp } 257.667.900$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Rp}8.461.835 + \text{Rp}90.000.000}{955} = 103.067 \text{ tusuk}$$

Dalam penjualannya, produk sate ayam UMKM Sate Varia selalu lebih unggul daripada sate kambing. Pemilik menginginkan laba dari produk sate ayam sebesar Rp30.000.000 per bulannya. Sehingga untuk per triwulannya, pemilik menginginkan laba sebesar Rp90.000.000. Dari perhitungan di atas, untuk mencapai laba sebesar Rp90.000.000 pada triwulan 1, maka UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp257.667.900 atau terjual sebanyak 103.067 tusuk sate ayam. Adapun perhitungan perencanaan laba jika dengan perhitungan pajak UMKM:

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah) =

$$= \text{Rp}257.667.900 + (\text{Rp}257.667.900 \times 0,5\%)$$

$$= \text{Rp}257.667.900 + \text{Rp}1.288.339 = \text{Rp}258.956.239$$

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Unit) =

$$\frac{\text{Rp}257.667.900}{\text{Rp}2.500} = 103.582 \text{ tusuk sate ayam}$$

Berdasarkan perhitungan pajak dalam perencanaan laba di atas, untuk mencapai target laba sebesar Rp90.000.000 per triwulannya, pada triwulan 1 UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp258.956.239 atau harus menjual sebanyak 103.582 tusuk sate ayam. Pajak yang dikenakan pada triwulan 1 yaitu 0,5% dari omset yaitu sebesar Rp1.288.339.

Triwulan 2

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Rp}8.518.940 + \text{Rp}90.000.000}{41\%} = \text{Rp}242.056.881$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Rp}8.518.940 + \text{Rp}90.000.000}{1.018} = 96.823 \text{ tusuk}$$

Dalam penjualannya, produk sate ayam UMKM Sate Varia selalu lebih unggul daripada sate kambing. Pemilik menginginkan laba dari produk sate ayam sebesar Rp30.000.000 per bulannya. Sehingga untuk per triwulannya, pemilik menginginkan laba sebesar Rp90.000.000. Dari perhitungan di atas, untuk mencapai laba sebesar Rp90.000.000 pada triwulan 2, maka UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp242.056.881 atau terjual sebanyak 96.823 tusuk sate ayam. Adapun perhitungan perencanaan laba jika dengan perhitungan pajak UMKM:

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah) =

$$= \text{Rp}242.056.881 + (\text{Rp}242.056.881 \times 0,5\%)$$

$$= \text{Rp}242.056.881 + \text{Rp}1.210.284 = \text{Rp}243.267.166$$

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Unit) =

$$\frac{\text{Rp}243.267.166}{\text{Rp}2.500} = 97.307 \text{ tusuk sate ayam}$$

Berdasarkan perhitungan pajak dalam perencanaan laba di atas, untuk mencapai target laba sebesar Rp90.000.000 per triwulannya, pada triwulan 2 UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp243.267.166 atau harus menjual sebanyak 97.307 tusuk sate ayam. Pajak yang dikenakan pada triwulan 2 yaitu 0,5% dari omset yaitu sebesar Rp1.210.284.

Triwulan 3

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Rp}8.497.095 + \text{Rp}90.000.000}{39\%} = \text{Rp}253.135.180$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Rp}8.497.095 + \text{Rp}90.000.000}{973} = 101.254 \text{ tusuk}$$

Dalam penjualannya, produk sate ayam UMKM Sate Varia selalu lebih unggul daripada sate kambing. Pemilik menginginkan laba dari produk sate ayam sebesar Rp30.000.000 per bulannya. Sehingga untuk per triwulannya, pemilik menginginkan laba sebesar Rp90.000.000. Dari perhitungan di atas, untuk mencapai laba sebesar Rp90.000.000 pada triwulan 3, maka UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp253.135.180 atau terjual sebanyak 101.254 tusuk sate ayam. Adapun perhitungan perencanaan laba jika dengan perhitungan pajak UMKM:

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah) =

$$= \text{Rp}253.135.180 + (\text{Rp}253.135.180 \times 0,5\%)$$

$$= \text{Rp}253.135.180 + \text{Rp}1.265.676 = \text{Rp}254.400.856$$

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Unit) =

$$\frac{\text{Rp}254.400.856}{\text{Rp}2.500} = 101.760 \text{ tusuk sate ayam}$$

Berdasarkan perhitungan pajak dalam perencanaan laba di atas, untuk mencapai target laba sebesar Rp90.000.000 per triwulannya, pada triwulan 3 UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp254.400.856 atau harus menjual sebanyak 101.760 tusuk sate ayam. Pajak yang dikenakan pada triwulan 3 yaitu 0,5% dari omset yaitu sebesar Rp1.265.676.

Triwulan 4

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Rp}8.358.130 + \text{Rp}90.000.000}{39\%} = \text{Rp}250.597.658$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Rp}8.358.130 + \text{Rp}90.000.000}{981} = 100.239 \text{ tusuk}$$

Dalam penjualannya, produk sate ayam UMKM Sate Varia selalu lebih unggul daripada sate kambing. Pemilik menginginkan laba dari produk sate ayam sebesar Rp30.000.000 per bulannya. Sehingga untuk per triwulannya, pemilik menginginkan laba sebesar Rp90.000.000. Dari perhitungan di atas, untuk mencapai laba sebesar Rp90.000.000 pada triwulan 4, maka UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp250.597.658 atau terjual sebanyak 100.239 tusuk sate ayam. Adapun perhitungan perencanaan laba jika dengan perhitungan pajak UMKM:

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah) =

$$= \text{Rp}250.597.658 + (\text{Rp}250.597.658 \times 0,5\%)$$

$$= \text{Rp}250.597.658 + \text{Rp}1.252.988 = \text{Rp}251.850.646$$

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Unit) =

$$\frac{\text{Rp}251.850.646}{\text{Rp}2.500} = 100.740 \text{ tusuk sate ayam}$$

Berdasarkan perhitungan pajak dalam perencanaan laba di atas, untuk mencapai target laba sebesar Rp90.000.000 per triwulannya, pada triwulan 4 UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp251.850.646 atau harus menjual sebanyak 100.740 tusuk sate ayam. Pajak yang dikenakan pada triwulan 4 yaitu 0,5% dari omset yaitu sebesar Rp1.252.988.

Berikut adalah rekapitan perhitungan perencanaan laba sate ayam UMKM Sate Varia 2022 : Tabel 4.12 Perencanaan Laba Sate Ayam UMKM Sate Varia

Triwulan	Target Laba (Rp)	Penjualan Untuk Target laba (Rp)	Penjualan Untuk Target laba (Unit)	Pajak Pph 0,5% (Rp)	Penjualan dengan Pajak (Rp)	Penjualan (Unit)
1	90.000.000	257.667.900	103.067	1.288.339	258.956.239	103.582
2	90.000.000	242.056.881	96.823	1.210.284	243.267.166	97.307
3	90.000.000	253.135.180	101.254	1.265.676	254.400.856	101.760
4	90.000.000	250.597.658	100.239	1.252.988	251.850.646	100.740
Total	360.000.000	1.003.252.733	401.301	5.016.264	1.008.268.996	403.308

Berdasarkan perhitungan perencanaan laba untuk produk sate ayam UMKM Sate Varia, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp1.008.268.996 atau menjual sebanyak 403.308 tusuk sate ayam untuk mencapai laba yang diinginkan yaitu Rp30.000.000 per bulannya atau sebesar Rp90.000.000 per triwulannya. Perhitungan ini sudah termasuk Pph UMKM sebesar 0,5%. Artinya, dengan jumlah penjualan tersebut, UMKM Sate Varia harus membayar pajak sebesar Rp5.016.264. Dengan demikian, UMKM Sate Varia dapat mencapai keuntungan yang diinginkan yaitu sebesar Rp360.000.000 per tahun. Adapun gambaran laporan laba dan rugi pada produk sate ayam:

Gambar 4. 2. Laporan Laba Rugi Sate Ayam

Penjualan	Rp 1.008.268.996
Biaya Produksi	Rp 643.252.733
Labanya Kotor	Rp 365.016.264
Beban Pajak (0,5%)	Rp 5.016.264
Labanya Setelah Pajak	Rp 360.000.000

Gambar 4.2. menjelaskan bahwa untuk mendapatkan laba sebesar Rp 360.000.000 selama satu tahun, penjualan sate ayam UMKM Sate Varia harus mencapai Rp1.008.268.996.

Dengan estimasi biaya produksi sebesar Rp643.252.733. Sehingga mendapatkan laba kotor sebesar Rp5.016.264. Kemudian, pajak yang dibebankan sebesar 0,5% dari penjualan yaitu Rp5.016.264. Dengan begitu, UMKM Sate Varia dapat memperoleh laba yang diinginkan.

2. Perencanaan Laba Sate Kambing

Triwulan 1

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Rp}5.368.165 + \text{Rp}45.000.000}{24\%} = \text{Rp}208.399.993$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Rp}5.368.165 + \text{Rp}45.000.000}{725} = 69.467 \text{ tusuk}$$

Pemilik UMKM Sate Varia menginginkan laba dari produk sate kambing sebesar Rp15.000.000 per bulannya. Sehingga untuk per triwulannya, pemilik menginginkan laba sebesar Rp45.000.000. Dari perhitungan di atas, untuk mencapai laba sebesar Rp45.000.000 pada triwulan 1, maka UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp208.399.993 atau terjual sebanyak 69.467 tusuk sate kambing. Adapun perhitungan perencanaan laba jika dengan perhitungan pajak UMKM:

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah)} =$$

$$= \text{Rp}208.399.993 + (\text{Rp}208.399.993 \times 0,5\%)$$

$$= \text{Rp}208.399.993 + \text{Rp}1.042.000 = \text{Rp}209.441.993$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Unit)} =$$

$$\frac{\text{Rp}209.441.993}{\text{Rp}3.000} = 69.814 \text{ tusuk sate kambing}$$

Berdasarkan perhitungan pajak dalam perencanaan laba di atas, untuk mencapai target laba sebesar Rp45.000.000 per triwulannya, pada triwulan 1 UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp209.441.993 atau harus menjual sebanyak 69.814 tusuk sate kambing. Pajak yang dikenakan pada triwulan 1 yaitu 0,5% dari omset yaitu sebesar Rp1.042.000.

Triwulan 2

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Rp}5.311.060 + \text{Rp}45.000.000}{21\%} = \text{Rp}236.559.890$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Rp}5.311.060 + \text{Rp}45.000.000}{638} = 78.853 \text{ tusuk}$$

Pemilik UMKM Sate Varia menginginkan laba dari produk sate kambing sebesar Rp15.000.000 per bulannya. Sehingga untuk per triwulannya, pemilik menginginkan laba sebesar Rp45.000.000. Dari perhitungan di atas, untuk mencapai laba sebesar Rp45.000.000 pada triwulan 2, maka UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp236.559.890 atau terjual sebanyak 78.853 tusuk sate kambing. Adapun perhitungan perencanaan laba jika dengan perhitungan pajak UMKM:

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah) =

$$= \text{Rp}236.559.890 + (\text{Rp}236.559.890 \times 0,5\%)$$

$$= \text{Rp}236.559.890 + \text{Rp}1.182.799 = \text{Rp}237.742.690$$

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Unit) =

$$\frac{\text{Rp}237.742.690}{\text{Rp}3.000} = 79.248 \text{ tusuk sate kambing}$$

Berdasarkan perhitungan pajak dalam perencanaan laba di atas, untuk mencapai target laba sebesar Rp45.000.000 per triwulannya, pada triwulan 2 UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp237.742.690 atau harus menjual sebanyak 79.248 tusuk sate kambing. Pajak yang dikenakan pada triwulan 2 yaitu 0,5% dari omset yaitu sebesar Rp1.182.799.

Triwulan 3

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Rp}5.332.905 + \text{Rp}45.000.000}{22\%} = \text{Rp}226.707.629$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Rp}5.332.905 + \text{Rp}45.000.000}{666} = 75.569 \text{ tusuk}$$

Pemilik UMKM Sate Varia menginginkan laba dari produk sate kambing sebesar Rp15.000.000 per bulannya. Sehingga untuk per triwulannya, pemilik menginginkan laba sebesar Rp45.000.000. Dari perhitungan di atas, untuk mencapai laba sebesar Rp45.000.000 pada triwulan 3, maka UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp226.707.629 atau terjual sebanyak 75.569 tusuk sate kambing. Adapun perhitungan perencanaan laba jika dengan perhitungan pajak UMKM:

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah) =

$$= \text{Rp}226.707.629 + (\text{Rp}226.707.629 \times 0,5\%)$$

$$= \text{Rp}226.707.629 + \text{Rp}1.133.538 = \text{Rp}227.841.167$$

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Unit) =

$$\frac{\text{Rp}227.841.167}{\text{Rp}3.000} = 75.947 \text{ tusuk sate kambing}$$

Berdasarkan perhitungan pajak dalam perencanaan laba di atas, untuk mencapai target laba sebesar Rp45.000.000 per triwulannya, pada triwulan 3 UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp227.841.167 atau harus menjual sebanyak 75.947 tusuk sate kambing. Pajak yang dikenakan pada triwulan 2 yaitu 0,5% dari omset yaitu sebesar Rp1.133.538.

Triwulan 4

$$\text{Penjualan Untuk Target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Rp}5.471.870 + \text{Rp}45.000.000}{22\%} = \text{Rp}234.320.684$$

$$\text{Penjualan Untuk Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Rp}5.471.870 + \text{Rp}45.000.000}{646} = 78.107 \text{ tusuk}$$

Pemilik UMKM Sate Varia menginginkan laba dari produk sate kambing sebesar Rp15.000.000 per bulannya. Sehingga untuk per triwulannya, pemilik menginginkan laba sebesar Rp45.000.000. Dari perhitungan di atas, untuk mencapai laba sebesar Rp45.000.000 pada triwulan 4, maka UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp234.320.684 atau terjual sebanyak 78.107 tusuk sate kambing. Adapun perhitungan perencanaan laba jika dengan perhitungan pajak UMKM:

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Rupiah) =

$$= \text{Rp}234.320.684 + (\text{Rp}234.320.684 \times 0,5\%)$$

$$= \text{Rp}234.320.684 + \text{Rp}1.171.603 = \text{Rp}235.492.288$$

Penjualan Untuk Target Laba dengan Pajak (Unit) =

$$\frac{\text{Rp}235.492.288}{\text{Rp}3.000} = 78.497 \text{ tusuk sate kambing}$$

Berdasarkan perhitungan pajak dalam perencanaan laba di atas, untuk mencapai target laba sebesar Rp45.000.000 per triwulannya, pada triwulan 4 UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp235.492.288 atau harus menjual sebanyak 78.497 tusuk sate kambing. Pajak yang dikenakan pada triwulan 4 yaitu 0,5% dari omset yaitu sebesar Rp1.171.603.

Berikut adalah rekapan perhitungan perencanaan laba sate kambing UMKM Sate Varia 2022:

Tabel 4.13 Perencanaan Laba Sate Kambing UMKM Sate Varia

Triwulan	Target Laba	Penjualan Untuk Target laba (Rp)	Penjualan Untuk Target laba (Unit)	Pajak (Rp)	Penjualan dengan Pajak (Rp)	Penjualan (Unit)
1	45.000.000	208.399.993	69.467	1.042.000	209.441.993	69.814
2	45.000.000	236.559.890	78.853	1.182.799	237.742.690	79.248
3	45.000.000	226.707.629	75.569	1.133.538	227.841.167	75.947
4	45.000.000	234.320.684	78.107	1.171.603	235.492.288	78.497
Total	180.000.000	902.539.419	300.846	4.529.941	910.518.137	303.506

Berdasarkan perhitungan perencanaan laba untuk produk sate kambing UMKM Sate Varia, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp902.539.419 atau menjual sebanyak 300.846 tusuk sate kambing untuk mencapai laba yang diinginkan yaitu Rp15.000.000 per bulannya atau sebesar Rp45.000.000 per triwulannya. Dengan demikian, UMKM Sate Varia dapat mencapai keuntungan yang diinginkan yaitu sebesar Rp180.000.000 per tahun.

Berikut adalah gambaran laporan laba rugi untuk penjualan sate kambing :

Gambar 4.3. Laporan Laba Rugi Sate Kambing

Penjualan	Rp 910.518.137
Biaya Produksi	<u>Rp 725.965.546</u>
Laba Kotor	<u>Rp 184.552.591</u>
Beban Pajak (0,5%)	<u>Rp 4.552.591</u>
Laba Setelah Pajak	<u>Rp 180.000.000</u>

Gambar 4.3. menjelaskan bahwa untuk mendapatkan laba sebesar Rp180.000.000 selama satu tahun, penjualan sate kambing UMKM Sate Varia harus mencapai Rp910.518.137. Dengan estimasi biaya produksi sebesar Rp725.965.546. Sehingga mendapatkan laba kotor sebesar Rp184.552.591. Kemudian, pajak yang dibebankan sebesar 0,5% dari penjualan yaitu Rp4.552.591. Dengan begitu, UMKM Sate Varia dapat memperoleh laba yang diinginkan.

4.4. Pembahasan

Dari perhitungan analisis *Break Even Point* untuk perencanaan laba pada UMKM Sate Varia menunjukkan hasil yang dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

1. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi akan biaya tetap dan variabel dilakukan berdasarkan karakteristik biaya. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah dalam waktu tertentu walaupun volume produksi berubah. Walaupun tidak mencapai kapasitas, total biaya tetap akan tetap sama. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya selalu berubah sesuai dengan perubahan volume produksi. Dengan demikian, semakin banyak suatu unit bisnis memproduksi barang, maka semakin besar biaya variabelnya.

Pada penelitian ini, yang termasuk biaya tetap untuk memproduksi sate pada UMKM Sate Varia adalah biaya tenaga kerja langsung, biaya sewa, dan biaya keamanan. Adapun rincian biaya tetap sebagai berikut:

Tabel 4.14 Biaya Tetap UMKM Sate Varia Tahun 2022

Biaya	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4	Jumlah
Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)	11.520.000	11.520.000	11.520.000	11.520.000	46.080.000
Biaya Sewa (Rp)	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	7.200.000
Biaya Keamanan (Rp)	510.000	510.000	510.000	510.000	2.040.000
TOTAL	13.830.000	13.830.000	13.830.000	13.830.000	55.320.000

Dari tabel 4.14 Dapat dilihat bahwa untuk memproduksi sate, UMKM Sate Varia harus mengeluarkan biaya sebesar Rp13.830.000 per triwulan, artinya dalam satu tahun UMKM Sate Varia harus mengeluarkan biaya sebesar Rp55.320.000. Biaya tetap ini dikeluarkan untuk memproduksi dua produk, yaitu sate ayam dan sate kambing, oleh karena itu, biaya tetap harus diproporsi berdasarkan dengan volume produksi. Adapun proporsi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Proporsi Biaya Tetap UMKM Sate Varia 2022

Keterangan	Biaya Tetap (Rp)	Volume Ayam (Unit)	Volume Kambing (Unit)	FC ayam (Rp)	FC Kambing (Rp)
Triwulan 1	13.830.000	75.820	48.100	8.461.835	5.368.165
Triwulan 2	13.830.000	72.180	45.000	8.518.940	5.311.060
Triwulan 3	13.830.000	71.700	45.000	8.497.095	5.332.905
Triwulan 4	13.830.000	69.500	45.500	8.358.130	5.471.870
Total	55.320.000	289.200	183.600	33.836.001	21.483.999

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat proporsi biaya tetap untuk sate ayam dan kambing. Perhitungan ini didapat dari volume produksi sate (ayam atau kambing) per total volume produksi dikalikan dengan total biaya tetap. Untuk produk sate ayam, pada triwulan 1, biaya tetap yang dikeluarkan sebesar Rp8.461.835, pada triwulan 2 Rp8.518.940, pada triwulan 3 Rp8.358.130, dan pada triwulan 4 Rp8.358.130. Dalam satu tahun, biaya tetap yang dikeluarkan untuk memproduksi sate ayam adalah Rp33.836.001. Artinya, jika produksi sate ayam tidak melebihi kapasitas volume, maka biaya tetap akan tetap sama atau tidak berubah.

Sedangkan untuk produk sate kambing, pada triwulan 1 biaya tetap yang dikeluarkan sebesar Rp5.368.165, pada triwulan 2 Rp5.311.060, pada triwulan 3 Rp5.332.905, dan pada triwulan 4 sebesar Rp5.471.870. Dalam satu tahun, biaya tetap yang dikeluarkan untuk memproduksi sate kambing adalah Rp21.483.999. Artinya, jika produksi sate ayam tidak melebihi kapasitas volume, maka biaya tetap akan tetap sama atau tidak berubah.

Sementara itu, untuk biaya variabel sate ayam dan sate kambing dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Biaya Variabel Sate Ayam pada UMKM Sate Varia 2022

Biaya Variabel	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4	Total
Daging Ayam (Rp)	67.550.000	61.830.000	63.634.000	61.140.000	254.154.000
Lemak Ayam (Rp)	29.795.000	26.085.000	26.492.000	25.160.000	107.532.000

Biaya Variabel	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4	Total
Bumbu Kacang (Rp)	10.476.861	10.089.860	10.512.747	10.439.793	41.519.261
Barra (Rp)	1.377.524	1.438.292	1.419.302	1.424.764	5.659.883
Biaya lain-lain (Rp)	2.101.087	1.891.068	1.858.557	1.871.884	7.722.597
Tusuk Sate Ayam (Rp)	3.115.000	3.245.000	3.195.000	3.215.000	12.770.000
Plastik (Rp)	1.249.138	1.037.913	952.355	914.189	4.153.595
Bungkus (Rp)	1.068.091	967.073	976.911	929.138	3.941.212
Listrik (Rp)	385.145	421.310	461.397	459.363	1.727.215
Total (Rp)	117.117.847	107.005.516	109.502.270	105.554.131	439.179.763

Berdasarkan tabel 4.16 Biaya variabel yang terjadi untuk memproduksi sate ayam diantaranya: daging ayam, lemak ayam, bumbu kacang, barra, biaya lain-lain, tusuk sate ayam, plastik, bungkus, dan listrik. Biaya variabel yang dikeluarkan UMKM Sate Varia setiap triwulannya bervariasi. Hal ini karena volume produksi pada setiap triwulan berbeda. Pada triwulan 1, biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp117.117.847, pada triwulan 2 Rp107.005.516, pada triwulan 3 Rp109.502.270, dan pada triwulan 4 Rp105.554.131. Total biaya variabel yang dikeluarkan selama 2022 adalah Rp439.179.763.

Kemudian, untuk biaya variabel yang dikeluarkan UMKM Sate Varia tahun 2022 pada produk sate kambing adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17 Biaya Variabel Sate Kambing pada UMKM Sate Varia 2022

Biaya Variabel	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4	Total
Daging Kambing (Rp)	88.830.000	85.700.000	84.600.000	86.465.000	345.595.000
Lamur (Rp)	7.600.000	8.252.000	7.947.000	7.670.000	31.469.000

Biaya Variabel	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4	Total
Bumbu kacang (Rp)	6.653.139	6.290.140	6.598.253	6.857.207	26.398.739
Barra (Rp)	872.476	896.708	890.698	936.236	3.596.117
Biaya lain-lain (Rp)	1.328.913	1.178.932	1.166.443	1.228.116	4.902.403
Tusuk Sate Kambing (Rp)	2.430.000	2.458.000	2.325.000	2.439.000	9.652.000
Plastik (Rp)	790.862	647.087	597.645	595.811	2.631.405
Bungkus (Rp)	673.909	602.927	613.089	605.862	2.495.788
Listrik (Rp)	244.855	262.690	289.603	301.137	1.098.285
Total (Rp)	109.424.153	106.288.484	105.027.730	107.098.369	427.838.737

Berdasarkan tabel 4.17 Biaya variabel yang terjadi untuk memproduksi sate kambing diantaranya: daging kambing, lamur, bumbu kacang, barra, biaya lain-lain, tusuk sate kambing, plastik, bungkus, dan listrik. Biaya variabel yang dikeluarkan UMKM Sate Varia setiap triwulannya bervariasi. Hal ini karena volume produksi pada setiap triwulan berbeda. Pada triwulan 1, biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp109.424.153, pada triwulan 2 Rp106.288.484, pada triwulan 3 Rp105.027.730, dan pada triwulan 4 Rp107.098.369. Total biaya variabel yang dikeluarkan selama 2022 adalah Rp427.838.737.

Dengan adanya klasifikasi biaya ini, akan memudahkan UMKM Sate Varia dalam pengambilan keputusan, terutama untuk merencanakan laba. Perencanaan laba dapat dilakukan dengan perhitungan *Break Even Point* (BEP). Oleh karena itu, UMKM Sate Varia akan lebih matang dalam melakukan kegiatan usahanya.

2. *Break Even Point* (BEP)

Setelah mengklasifikasi biaya tetap dan variabel, untuk tahapan selanjutnya adalah menghitung *Break Even Point* (BEP) disertai dengan *Contribution Margin* (CM) dan *Margin of Safety* (MOS). Berikut adalah rekapan perhitungan *Break Even Point* (BEP) :

a. Sate Ayam

Tabel 4.18 Analisis Break Even Point Sate Ayam pada Triwulan 1 – 4 Tahun 2022

Keterangan	CM (Rp)	CMR (%)	BEP (Rp)	BEP Unit	MOS	MOS (%)
Triwulan 1	72.432.153	38%	22.144.045	8.858	167.405.955	88%
Triwulan 2	73.444.484	41%	20.930.677	8.372	159.519.323	88%
Triwulan 3	69.747.730	39%	21.837.331	8.735	157.412.669	88%
Triwulan 4	68.195.869	39%	21.294.914	8.518	152.455.086	88%

Dari tabel 4.18 Dapat disimpulkan bahwa UMKM Sate Varia mengalami laba yang fluktuatif. Artinya penjualan sate ayam tidak tetap. Hal ini dikarenakan naik turunnya volume penjualan serta harga beli bahan baku yang selalu berubah-ubah. Dapat dilihat bahwa kontribusi margin dalam rupiah pada triwulan 1 sebesar Rp72.432.153 atau 955 tusuk sate ayam dengan rasio kontribusi margin sebesar 38% dari penjualan sate ayam. Jumlah margin kontribusi ini untuk menutupi biaya tetap sate ayam dan sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Pada triwulan 1, untuk mencapai *Break Even Point* (BEP) pada sate ayam UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp22.144.045 dengan penjualan 8.858 tusuk sate ayam. Dengan mencapai penjualan tersebut, UMKM Sate Varia tidak mengalami rugi maupun laba. Selain itu, tingkat keamanan margin pada triwulan 1 cukup tinggi yaitu sebesar 88% atau Rp167.405.955. Semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian.

Pada triwulan 2, kontribusi margin dalam rupiah sebesar Rp73.444.484 atau 1.018 tusuk sate ayam dengan rasio kontribusi margin sebesar 41%. Jumlah margin kontribusi ini untuk menutupi biaya tetap sate ayam dan sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Analisis *Break Even Point* pada triwulan 2, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp20.930.677 dengan penjualan 8.372 tusuk sate ayam. Dengan mencapai penjualan tersebut, UMKM Sate Varia tidak mengalami rugi maupun laba. Selain itu, tingkat keamanan margin pada triwulan 2 cukup tinggi yaitu sebesar 88% atau Rp159.519.323. Semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian.

Kontribusi Margin pada triwulan 3 sebesar Rp69.747.730 atau 973 tusuk sate ayam dengan rasio kontribusi margin sebesar 39%. Jumlah margin kontribusi ini untuk menutupi biaya tetap sate ayam dan sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Analisis *Break Even Point* pada triwulan 3, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp21.837.331 dengan penjualan 8.735 tusuk sate ayam. Dengan mencapai penjualan tersebut, UMKM Sate Varia tidak mengalami rugi maupun laba. Selain itu, tingkat keamanan margin pada triwulan 3 cukup tinggi yaitu sebesar 88% atau Rp157.412.669. Semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian.

Pada triwulan 4, kontribusi margin yang didapat sebesar Rp68.195.869 atau 981 tusuk sate ayam dengan rasio kontribusi margin sebesar 39%. Jumlah margin kontribusi ini untuk menutupi biaya tetap sate ayam dan sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Untuk mencapai titik impas pada triwulan 4, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp21.294.914 dengan penjualan 8.518 tusuk sate ayam. Dengan mencapai penjualan tersebut, UMKM Sate Varia tidak mengalami rugi maupun laba. Selain itu, tingkat keamanan marjin pada triwulan 4 cukup tinggi yaitu sebesar 88% atau Rp152.455.086. Semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian.

b. Sate Kambing

Tabel 4.19 Analisis Break Even Point Sate Kambing pada Triwulan 1 – 4 Tahun 2022

Keterangan	CM (Rp)	CMR (%)	BEP (Rp)	BEP Unit	MOS	MOS (%)
Triwulan 1	34.875.847	24%	22.210.965	7.404	122.089.035	85%
Triwulan 2	28.711.516	21%	24.972.317	8.324	110.027.683	82%
Triwulan 3	29.972.270	22%	24.020.275	8.007	110.979.725	82%
Triwulan 4	29.401.631	22%	25.403.700	8.468	111.096.300	81%

Dari tabel 4.19 Dapat disimpulkan bahwa UMKM Sate Varia mengalami laba yang fluktuatif. Artinya penjualan sate kambing tidak tetap. Hal ini dikarenakan naik turunnya volume penjualan serta harga beli bahan baku. Dapat dilihat bahwa kontribusi marjin dalam rupiah pada triwulan 1 sebesar Rp34.875.847 atau 725 tusuk sate kambing dengan rasio kontribusi marjin sebesar 24% dari penjualan sate kambing. Jumlah marjin kontribusi ini untuk menutupi biaya tetap sate kambing dan sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Pada triwulan 1, untuk mencapai *Break Even Point* (BEP) pada sate kambing UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp22.210.965 dengan penjualan 7.404 tusuk sate kambing. Dengan mencapai penjualan tersebut, UMKM Sate Varia tidak mengalami rugi maupun laba. Selain itu, perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 1 cukup tinggi yaitu sebesar 85% atau Rp122.089.035. Semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian. Sementara itu, untuk mencapai target laba sebesar Rp15.000.000 per bulan atau Rp45.000.000 pada triwulan 1 untuk sate kambing, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp208.399.993 atau terjual sebesar 69.467 tusuk sate kambing.

Pada triwulan 2, kontribusi marjin dalam rupiah sebesar Rp28.711.516 atau 638 tusuk sate kambing dengan rasio kontribusi marjin sebesar 21%. Jumlah marjin kontribusi ini untuk menutupi biaya tetap sate kambing dan sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Analisis *Break Even Point* pada triwulan 2, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp24.972.317 dengan penjualan 8.324 tusuk sate kambing. Dengan mencapai penjualan tersebut, UMKM Sate Varia tidak mengalami rugi maupun laba. Selain itu, perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 2 cukup tinggi yaitu sebesar 82% atau Rp110.027.683. Semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian. Sementara itu, untuk mencapai target laba

sebesar Rp15.000.000 per bulan atau Rp45.000.000 pada triwulan 2 untuk sate kambing, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp236.559.890 atau terjual sebesar 78.853 tusuk sate kambing.

Kontribusi Marjin pada triwulan 3 sebesar Rp29.972.270 atau 666 tusuk sate ayam dengan rasio kontribusi marjin sebesar 22%. Jumlah marjin kontribusi ini untuk menutupi biaya tetap sate kambing dan sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Analisis *Break Even Point* pada triwulan 3, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp24.020.275 dengan penjualan 8.007 tusuk sate kambing. Dengan mencapai penjualan tersebut, UMKM Sate Varia tidak mengalami rugi maupun laba. Selain itu, perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 3 cukup tinggi yaitu sebesar 82% atau Rp 110.979.725. Semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian. Sementara itu, untuk mencapai target laba sebesar Rp15.000.000 per bulan atau Rp45.000.000 pada triwulan 3 untuk sate kambing, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp226.707.629 atau terjual sebesar 75.569 tusuk sate kambing.

Pada triwulan 4, kontribusi marjin yang didapat sebesar Rp29.401.631 atau 646 tusuk sate kambing dengan rasio kontribusi marjin sebesar 22%. Jumlah marjin kontribusi ini untuk menutupi biaya tetap sate kambing dan sisanya untuk laba UMKM Sate Varia.

Untuk mencapai titik impas pada triwulan 4, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp25.403.700 dengan penjualan 8.468 tusuk sate kambing. Dengan mencapai penjualan tersebut, UMKM Sate Varia tidak mengalami rugi maupun laba. Selain itu, perhitungan *Margin of Safety* (MOS) pada triwulan 4 cukup tinggi yaitu sebesar 81% atau Rp111.096.300. Semakin besar selisih atau perbedaan antara penjualan aktual dan penjualan BEP maka semakin baik. Hal ini akan membantu untuk memutuskan sejauh mana produksi dapat dilanjutkan sehingga tidak terjadi kerugian. Sementara itu, untuk mencapai target laba sebesar Rp15.000.000 per bulan atau Rp45.000.000 pada triwulan 4 untuk sate kambing, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp234.320.684 atau terjual sebesar 78.107 tusuk sate kambing.

3. Perencanaan Laba

Perencanaan laba sangat penting bagi setiap unit bisnis. Hal ini karena ketika suatu bisnis mempunyai rencana kerja yang rapi dan matang, maka aktivitas yang dilakukan akan terarah dengan baik. UMKM Sate Varia menginginkan laba sebesar Rp135.000.000 per triwulannya. Di mana Rp90.000.000 per triwulan atau Rp30.000.000 per bulan untuk sate ayam, dan Rp45.000.000 per triwulan atau Rp15.000.000 per bulan untuk sate kambing.

a. Sate Ayam

Tabel 4.20 Penjualan Sate Ayam Untuk Mencapai Target Laba

Triwulan	Penjualan Untuk Target laba (Rp)	Penjualan Untuk Target laba (Unit)	Penjualan dengan Pajak (Rp)	Penjualan (Unit)
1	257.667.900	103.067	258.956.239	103.582
2	242.056.881	96.823	243.267.166	97.307
3	253.135.180	101.254	254.400.856	101.760
4	250.597.658	100.239	251.850.646	100.740
Total	1.003.252.733	401.301	1.008.268.996	403.308

Berdasarkan Tabel 4.20 Dapat dilihat bahwa untuk mencapai target laba sebesar Rp30.000.000 per bulan atau Rp90.000.000, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp257.667.900 atau terjual sebesar 103.067 tusuk sate ayam. Pada triwulan 2, untuk mencapai target laba sebesar Rp30.000.000 per bulan atau Rp90.000.000, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp242.056.881 atau terjual sebesar 96.823 tusuk sate ayam. Sedangkan untuk triwulan 3, untuk mencapai target laba sebesar Rp30.000.000 per bulan atau Rp90.000.000, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp253.135.180 atau terjual sebesar 101.254 tusuk sate ayam. Serta pada triwulan 4, untuk mencapai target laba sebesar Rp30.000.000 per bulan atau Rp90.000.000, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp250.597.658 atau terjual sebesar 100.239 tusuk sate ayam.

Perencanaan laba dengan memperhitungkan pajak UMKM dikenakan tarif 0,5% dari omset penjualan. Pada triwulan 1, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 103.582 tusuk sate ayam atau sebesar Rp258.956.239 untuk memperoleh laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp90.000.000 per triwulannya dan untuk membayar pajak. Pada triwulan 2, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 97.307 tusuk sate ayam atau sebesar Rp243.267.166 untuk memperoleh laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp90.000.000 per triwulannya dan untuk membayar pajak. Pada triwulan 3, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 101.760 tusuk sate ayam atau sebesar Rp254.400.856 untuk memperoleh laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp90.000.000 per triwulannya dan untuk membayar pajak. Sedangkan pada triwulan 4, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 100.740 tusuk sate ayam atau sebesar Rp251.850.646 untuk memperoleh laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp90.000.000 per triwulannya dan untuk membayar pajak. Dengan melakukan penjualan tersebut, artinya UMKM Sate Varia telah mencapai laba yang diinginkan. Selain itu, dengan melakukan perencanaan laba dengan perhitungan pajak, UMKM lebih siap dalam perkembangan usahanya. Dengan perencanaan yang baik, aktivitas usaha akan berjalan dengan baik dan terpercaya.

Sate Kambing

Tabel 4.21 Penjualan Sate Kambing Untuk Mencapai Target Laba

Triwulan	Penjualan Untuk Target laba (Rp)	Penjualan Untuk Target laba (Unit)	Penjualan dengan Pajak (Rp)	Penjualan (Unit)
1	208.399.993	69.467	209.441.993	69.814

Triwulan	Penjualan Untuk Target laba (Rp)	Penjualan Untuk Target laba (Unit)	Penjualan dengan Pajak (Rp)	Penjualan (Unit)
2	236.559.890	78.853	237.742.690	79.248
3	226.707.629	75.569	227.841.167	75.947
4	234.320.684	78.107	235.492.288	78.497
Total	902.539.419	300.846	910.518.137	303.506

Berdasarkan Tabel 4.21 Dapat dilihat bahwa untuk mencapai target laba sebesar Rp15.000.000 per bulan atau Rp45.000.000, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp208.399.993 atau terjual sebesar 69.467 tusuk sate kambing. Pada triwulan 2, untuk mencapai target laba sebesar Rp15.000.000 per bulan atau Rp45.000.000, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp236.559.890 atau terjual sebesar 78.853 tusuk sate kambing. Sedangkan untuk triwulan 3, untuk mencapai target laba sebesar Rp15.000.000 per bulan atau Rp45.000.000, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp226.707.629 atau terjual sebesar 75.569 tusuk sate kambing. Serta pada triwulan 4, untuk mencapai target laba sebesar Rp15.000.000 per bulan atau Rp45.000.000, UMKM Sate Varia harus mencapai penjualan sebesar Rp234.320.684 atau terjual sebesar 78.107 tusuk sate kambing.

Perencanaan laba dengan memperhitungkan pajak UMKM dikenakan tarif 0,5% dari omset penjualan. Pada triwulan 1, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 69.814 tusuk sate kambing atau sebesar Rp209.441.993 untuk memperoleh laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp45.000.000 per triwulannya dan untuk membayar pajak. Pada triwulan 2, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 79.284 tusuk sate kambing atau sebesar Rp237.742.690 untuk memperoleh laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp45.000.000 per triwulannya dan untuk membayar pajak. Pada triwulan 3, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 75.947 tusuk sate kambing atau sebesar Rp227.841.167 untuk memperoleh laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp45.000.000 per triwulannya dan untuk membayar pajak. Pada triwulan 4, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 78.497 tusuk sate kambing atau sebesar Rp235.492.288 untuk memperoleh laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp45.000.000 per triwulannya dan untuk membayar pajak. Dengan melakukan penjualan tersebut, artinya UMKM Sate Varia telah mencapai laba yang diinginkan. Selain itu, dengan melakukan perencanaan laba dengan perhitungan pajak, UMKM lebih siap dalam perkembangan usahanya. Dengan perencanaan yang baik, aktivitas usaha akan berjalan dengan baik dan terpercaya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Klasifikasi biaya tetap dan variabel pada UMKM Sate Varia selama tahun 2022 adalah sebagai berikut:
 - a. Biaya tetap sebesar Rp55.320.000 yang telah diproporsi terhadap volume penjualan menghasilkan nilai sebesar Rp33.836.001 untuk sate ayam dan sebesar Rp21.483.999 untuk sate kambing.
 - b. Biaya Variabel pada UMKM Sate Varia pada tahun adalah Rp867.018.500 yang mana dari beberapa biaya telah diproporsi sehingga menghasilkan biaya variabel sebesar Rp439.179.763 untuk sate ayam dan Rp427.838.737 untuk sate kambing.
2. Analisis *Break Even Point* (BEP) pada penelitian ini melibatkan perhitungan *Contribution Margin* (CM) dan *Margin of Safety* (MOS). Adapun perhitungan *Break Even Point* pada masing-masing produk UMKM Sate Varia menghasilkan:
 - a. Marjin kontribusi pada produk sate ayam UMKM Sate Varia pada triwulan 1 sebesar 38% atau Rp72.432.153 dengan nilai BEP sebesar Rp22.144.045 atau terjual sebanyak 8.858 tusuk sate ayam, dan nilai MOS sebesar 88% atau Rp167.405.955. Pada triwulan 2, marjin kontribusi sebesar 41% atau Rp73.444.484 dengan nilai BEP sebesar Rp20.930.677 atau terjual sebanyak 8.372 tusuk sate ayam, dan nilai MOS sebesar 88% atau Rp159.519.323. Sementara itu, pada triwulan 3 marjin kontribusi sebesar 39% atau Rp69.747.730, dengan nilai BEP sebesar Rp21.837.331 atau terjual sebanyak 8.735 tusuk sate ayam, dan nilai MOS sebesar 88% atau Rp157.412.669. Sedangkan pada triwulan 4, marjin kontribusi sebesar 39% atau Rp68.195.869, dengan nilai BEP Rp21.294.914 atau terjual sebanyak 8.518 tusuk sate ayam, dan nilai MOS sebesar 88% atau Rp152.455.086.
 - b. Marjin kontribusi produk sate kambing UMKM Sate Varia pada triwulan 1 tahun 2022 sebesar 24% atau Rp34.875.847, dengan nilai BEP sebesar Rp22.210.965 atau terjual sebanyak 7.404 sate kambing, dan nilai MOS sebesar 85% atau Rp122.089.035. Pada triwulan 2, marjin kontribusi sebesar 21% atau Rp28.711.516, dengan nilai BEP sebesar Rp24.972.317 atau terjual sebanyak 8.324 tusuk sate kambing, dan nilai MOS sebesar 82% atau Rp110.027.683. Sementara itu, pada triwulan 3 marjin kontribusi sebesar 22% atau Rp29.972.270, dengan nilai BEP sebesar Rp24.020.275 atau terjual sebanyak 8.007 tusuk sate kambing, dan nilai MOS sebesar 82% atau Rp110.979.725. Sedangkan pada triwulan 4, marjin kontribusi sebesar 22% atau Rp29.401.631, dengan nilai BEP sebesar Rp25.403.700 atau terjual sebanyak 8.468 tusuk sate kambing, dan nilai MOS sebesar 81% atau Rp111.096.300.Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa nilai BEP pada setiap triwulan memiliki angka yang bervariasi. Hal ini dipengaruhi oleh biaya tetap, biaya variabel, harga jual, volume penjualan, dan penjualan UMKM Sate Varia yang mana pada setiap triwulannya berbeda. Berdasarkan analisis tersebut, tahun 2022 UMKM Sate Varia telah mencapai penjualan di atas titik impas. Artinya, UMKM Sate Varia mengalami laba. Selain itu, dari perhitungan MOS, UMKM Sate Varia mempunyai tingkat MOS yang sangat tinggi, yakni di atas 80%. Semakin besar tingkat keamanan marjin UMKM Sate Varia, maka semakin baik karena ada dibatas keamanan.

3. UMKM Sate Varia menginginkan laba sebesar Rp30.000.000 per bulan atau sebesar Rp90.0000.000 per triwulannya untuk sate ayam. Sedangkan untuk sate kambing, pemilik menginginkan laba sebesar Rp15.000.000 per bulan atau Rp45.000.000 setiap triwulannya.
 - a. Pada produk sate ayam, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 103.067 tusuk atau sebesar Rp257.667.900 pada triwulan 1. Pada triwulan 2, pemilik harus menjual sebanyak 96.823 tusuk sate ayam atau sebesar Rp242.056.881. Untuk triwulan 3, pemilik harus menjual sebanyak 101.254 tusuk sate ayam atau sebesar Rp253.135.180. Sedangkan pada triwulan 4, pemilik harus menjual sebanyak 100.239 tusuk sate ayam atau sebesar Rp250.597.658.
 - b. Pada produk sate kambing, UMKM Sate Varia harus menjual sebanyak 69.467 tusuk atau sebesar Rp208.399.993 pada triwulan 1. Pada triwulan 2, pemilik harus menjual sebanyak 78.853 tusuk sate kambing atau sebesar Rp236.559.890. Untuk triwulan 3, pemilik harus menjual sebanyak 75.569 tusuk sate kambing atau sebesar Rp226.707.629. Sedangkan pada triwulan 4, pemilik harus menjual sebanyak 78.107 tusuk sate kambing atau sebesar Rp234.320.684.
 - c. UMKM Sate Varia belum menerapkan pembayaran pajak UMKM sebesar 0,5%, maka dari itu dilakukan perencanaan laba dengan memperhitungkan pajak. Dalam perhitungan tersebut, UMKM Sate Varia harus membayar 0,5% dari omset keseluruhan atau sebesar Rp9.546.205.

Dengan melakukan penjualan tersebut, UMKM Sate Varia akan mencapai target laba yang diinginkan. Adanya perhitungan perencanaan laba dengan menggunakan analisis *Break Even Point* (BEP) akan memudahkan UMKM Sate Varia dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan pengambilan keputusan.

5.2. Saran

Berdasarkan dari analisis data yang dilakukan, adapun saran yang diajukan pada penelitian ini:

1. Bagi UMKM Sate Varia
 - a. Sebaiknya UMKM Sate Varia melakukan klasifikasi biaya agar dapat menerapkan perhitungan *Break Even Point* (BEP) sebagai alat untuk perencanaan laba. Hal ini karena perencanaan laba sangat penting untuk aktivitas kelangsungan usaha, seperti untuk mengetahui berapa jumlah volume penjualan yang harus terjual atau mengetahui berapa penjualan yang harus didapatkan agar mencapai target yang diinginkan. Selain itu, dengan menerapkan perhitungan *break even point* sedari sekarang, akan memudahkan UMKM Sate Varia jika nantinya akan membuka cabang atau ingin berbadan hukum. Tentunya setiap pebisnis ingin usahanya berkembang. Untuk itu, diperlukan pemahaman-pemahaman tentang perencanaan laba. Dengan menerapkan analisis ini, diharapkan UMKM Sate Varia dapat lebih berkembang.
 - b. UMKM Sate Varia disarankan untuk mengelola bisnis nya lebih terstruktur lagi. Seperti menyiapkan bill penjualan, agar memudahkan dalam penyusunan laporan keuangannya dan pengambilan keputusan-keputusan manajemen.
 - c. UMKM Sate Varia sebaiknya menerapkan perencanaan laba dengan memperhitungkan pajak. Manfaat pajak bagi UMKM adalah untuk meningkatkan kredibilitas usaha karena menunjukkan usaha tersebut dapat dipercaya di lembaga keuangan, perbankan, pelanggan, dan *partner* usaha.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih mendalami metode analisis *Break Even Point* (BEP) serta mengembangkannya.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan analisis perencanaan laba dengan metode-metode yang berbeda pada unit bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arkana, M. R., Hamidah, S., & YP, M. S. (2023). Analisis Nilai Tambah, Profitabilitas Dan Titik Impas Aneka Kue Kering Pada Industri Rumah Tangga Intan Rahmadhani Desa Sorogenen Kecamatan Kalasan Kabupaten Sleman. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(1), 444-450. “diakses dalam ([Analisis Nilai Tambah, Profitabilitas Dan Titik Impas Aneka Kue Kering Pada Industri Rumah Tangga Intan Rahmadhani Desa Sorogenen Kecamatan Kalasan Kabupaten Sleman | Arkana | Jurnal Pertanian Agros \(Janabadra.Ac.Id\)](#)) pada 10 Januari 2023”.
- Agustini, S., Lilianti, E., & Putra, A. E. (2024). Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba pada PT Mulia Boga Raya TBK yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 10583-10590. “diakses dalam ([Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba pada PT Mulia Boga Raya TBK yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia | Jurnal Pendidikan Tambusai \(jptam.org\)](#)) pada 19 April 2024”.
- Amiros, M. F., & Herawati, Y. (2022). Break Event Point Calculation Analysis and Margin of Safety as a Planning of Income Instrument: Analisis Pehitungan Break Even Point dan Margin of Safety Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 53-63. “diakses dalam ([+intitle:"Break Event Point Calculation Analysis... - Google Scholar](#)) pada 14 November 2023”.
- Anida, A., Setiawan, A. B., & Afif, M. N. (2023). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Cidas Supra Metalindo. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 25041-25054. “diakses dalam ([Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Cidas Supra Metalindo | Jurnal Pendidikan Tambusai \(jptam.org\)](#)) pada 31 Desember 2023”.
- Bimayu, D. A. (2023). Analisis Break Even Point (BEP) Dalam Menentukan Perencanaan Laba Perusahaan PT Sentra Food Indonesia 2021. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(5), 1093-1104. “diakses dalam ([Analisis Break Even Point \(BEP\) Dalam Menentukan Perencanaan Laba Perusahaan PT Sentra Food Indonesia 2021 | SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi \(ojs-indonesia.com\)](#)) pada 31 Desember 2023”.
- Buku Ajar Akuntansi Biaya. (2023). (n.p.): PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Dwintara, M. F., Kurniati, P., & Yani, F. (2023). Analisis Break Even Point (BEP) dalam Perencanaan Laba UMKM (Studi: Ayam Geprek Nur Kecamatan Pontianak Barat, Pontianak). *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 2(03), 298-303. “diakses dalam ([Dwintara: Analisis Break Even Point \(BEP\) dalam Perencana... - Google Scholar](#)) pada 11 Desember 2023”.
- Fadhallah. (2021). Wawancara (Cetakan Pertama). Jakarta. UNJ PRESS.
- Farwahnisa, Felicia R.A. (2022). *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Mini Pengolahan High Free Fatty Acid Crude Palm Oil Bangka Belitung Tahun 2022*. Skripsi. Universitas Pakuan.

- Financial Statement Analysis by Dr. Jitendra Sonar - (English): SBPD Publications. (2020). (n.p.): SBPD Publications. “diakses dalam ([Financial Statement Analysis by Dr. Jitendra Sonar - \(English\) - Google Books](#)) pada 28 April 2024”.
- Handayani, S, et al. (2023). Akuntansi Biaya. Padang. Global Eksekutif Teknologi.
- Harahap, M.G., et al. (2023). Akuntansi Manajemen. Banten. PT Sada Kurnia Pustaka.
- Hari, Kurnia Krisna, et al. (2023). Akuntansi (Cetakan Pertama). Padang. CV. Gita Lentera.
- Hasibuan, A.N., Annam, R. (2021). Akuntansi Manajemen Teori dan Praktik (Edisi I). Medan. CV. Merdeka Kreasi Group.
- Hayati, S. (2023). Menyusun Return Point Dan Target Profit Untuk Business Plan (Kajian Jajanan Stik Bu Minarti). *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 2(1), 14-25. “diakses dalam ([Menyusun Return Point Dan Target Profit Untuk Business Plan \(Kajian Jajanan Stik Bu Minarti\) | Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi \(Erapublikasi.Id\)](#)) pada 3 Januari 2024”.
- Hendiana, Mona. (2021). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Yang Diharapkan Pada CV Mithlabs. Skripsi. Universitas Pakuan.
- Idhom, Addi M. (2020). Update Corona 30 Maret 2020: Data Indonesia, 31 Provinsi & Dunia. *Tirto.id*. Tersedia di: ([Update Corona 30 Maret 2020: Data di Indonesia, 31 Provinsi & Dunia \(tirto.id\)](#)) [Diakses 11 Januari 2024].
- Mandala, W., & Ivan's, E. (2022). Analisis Titik Impas dan Kelayakan Usaha Ternak Ayam Petelur Mandiri di Kecamatan Way Jepara, Kabupaten Lampung Timur: Break Even Point Analysis and Feasibility Business of Independent Layer Chicken in Way Jepara, East Lampung Regency. *Open Science and Technology*, 2(1), 62-73. “diakses dalam ([Analisis titik impas dan kelayakan usaha ternak ayam petelur mandiri di Kecamatan Way Jepara, Kabupaten Lampung Timur | Open Science and Technology \(opscitech.com\)](#)) pada 10 Januari 2024”.
- M Rafli, R. (2023). Analisis Keuntungan, Nilai Tambah Dan Titik Impas Agroindustri Gula Kelapa Di Desa Bangun Rejo Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus. “diakses dalam ([Selamat Datang - Digital Library \(unila.ac.id\)](#)) pada 10 Januari 2024”.
- Nasution, M., Gani, A., Sari, E. E., & Ningsih, A. W. (2023). Penerapan Break Even Point Dan Perencanaan Laba Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada Ptpn-III Medan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 9827-9838. “diakses dalam ([Penerapan Break Even Point Dan Perencanaan Laba Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada Ptpn-III Medan | Innovative: Journal Of Social Science Research \(j-innovative.org\)](#)) pada 9 Januari 2024”.
- Nursanty, I. A., et al. (2022). *Akuntansi Manajemen*. Seval Literindo Kreasi. “diakses dalam ([Akuntansi Manajemen - Ida Ayu Nursanty, Jusmarni, Minarni, Agus Khazin Fauzi, Achmad Maqsudi, Anwar, Titi Rachmawati, Maria, Febrianty - Google Books](#)) pada 29 Desember 2023”.

- Nooryani, Hani. (2022). Penerapan Analisis Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Faroj Store Di Kabupaten Bogor. Skripsi. Universitas Pakuan.
- Nor, I., Zaini, M., & Salim, U. H. (2023). Analisis Break Even Point Pada Usaha Dagang Az-Zahra Di Jalan Gerilya Samarinda. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(1), 562-569. “diakses dalam ([Analisis Break Even Point Pada Usaha Dagang Az-Zahra Di Jalan Gerilya Samarinda | Jurnal Cahaya Mandalika Issn 2721-4796 \(Online\)](#)) pada 31 Desember 2023”.
- Pamungkas, E.W., et al. (2023). Akuntansi Manajemen Teori & Konsep-konsep Dasar Akuntansi Manajemen Terkini (Edisi I). Jambi. PT. Sonpedia Indonesia.
- Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XII. (2021). (n.p.): Gramedia Widiasarana indonesia. “diakses dalam ([Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kel... - Google Books](#)) pada 28 April 2024”.
- Putri, D. R., Widyastuti, R., Ramadhayanti, N., & Zaki, H. (2021). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Usaha Rumahan Donat Buk Rum). *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 1(2), 215-226. “diakses dalam ([ANALISIS BREAK EVEN POINT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA \(Studi Kasus Usaha Rumahan Donat Buk Rum\) | Research in Accounting Journal \(RAJ\) \(yrpipku.com\)](#)) pada 31 Desember 2023”.
- Putri, S. A., & Fithri, E. J. (2023). Analisis Break Event Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada UMKM Cafe Limas Palembang. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 252-265. “diakses dalam ([Analisis Break Event Point \(BEP\) Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada UMKM Cafe Limas Palembang | Jurnal Rimba : Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi \(arimbi.or.id\)](#)) pada 30 Desember 2023”.
- Rosianna, C., Winanda, Y., & Kurnia, W. R. (2021). Analisis Cost Volume Profit Terhadap Perencanaan Laba UMKM Keripik Ibu. *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 1(2), 291-297. “diakses dalam ([Analisis Cost Volume Profit Terhadap Perencanaan Laba Umkm Keripik Ibu | Research In Accounting Journal \(Raj\) \(Yrpipku.Com\)](#)) pada 31 Desember 2023”.
- Rusmiati, R., Syam, M. Y., & Amalia, A. N. (2022). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Rumah Makan Berkah Cahaya di Desa Kerang Kecamatan Batu Engau. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(1), 83-89. “diakses dalam ([Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Rumah Makan Berkah Cahaya di Desa Kerang Kecamatan Batu Engau | ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting \(djournals.com\)](#)) pada 30 Desember 2023”.
- Sanjaya, P.S., et al. (2023). Akuntansi Manajemen. Bali. CV. Intelektual Manifes Media.

- Simon, A., Septiana, T., & Suci, R. G. (2020). Analisis cost volume profit sebagai dasar perencanaan laba perusahaan yang diharapkan (studi kasus Sultan'S Barbershop). *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 1(1), 123-131. “diakses dalam ([Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Perusahaan Yang Diharapkan \(Studi Kasus Sultan's Barbershop\) | Research In Accounting Journal \(Raj\) \(Yrpiiku.Com\)](#)) pada 19 April 2023”.
- Sudrartono, T., et al. (2022). Kewirausahaan UMKM Di Era Digital. “diakses dalam ([Kewirausahaan Umkm Di Era Digital \(Penerbitwidina.Com\)](#)) Pada 31 Januari 2023”.
- Surya, T.L., et al. (2023). Buku Ajar Akuntansi Biaya. Jambi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wikipedia. (2020). Daftar Pustaka. “Diakses dalam ([Pembatasan sosial - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas](#))” pada 9 Januari 2024”.
- Wibowo, A., & Kurniawati, E. P. (2014). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Ukm: Studi Kasus Pada Sentra Konveksi Di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga. “diakses dalam ([Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana: Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Ukm : Studi Kasus Pada Sentra Konveksi Di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga \(uksw.edu\)](#)) pada 29 Desember 2023”.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nova Chairunnisa

Tempat dan Tanggal Lahir : Depok, 2 April 2001

Alamat : Jl. Raya Muchtar RT 03/01 No 34 Sawangan, Depok

Agama : Islam

Pendidikan :

- SD : SD Negeri 02 Sawangan
- SMP : SMP Negeri 10 Depok
- SMA : SMA Negeri 6 Depok
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

LAMPIRAN

Lampiran 1. Penjualan UMKM Sate Varia

Keterangan	2020	2021	2022
Triwulan 1	Rp435.000.000	Rp230.790.000	Rp333.850.000
Triwulan 2	Rp264.250.000	Rp357.775.000	Rp315.450.000
Triwulan 3	Rp198.750.000	Rp377.800.000	Rp314.250.000
Triwulan 4	Rp175.500.000	Rp385.320.000	Rp310.250.000
TOTAL	Rp1.073.500.000	Rp1.351.685.000	Rp1.273.800.000

Sumber : UMKM Sate Varia

Lampiran 2. Laba UMKM Sate Varia

Keterangan	2020	2021	2022
Triwulan 1	Rp160.950.000	Rp65.371.300	Rp85.050.000
Triwulan 2	Rp66.062.500	Rp98.960.250	Rp86.217.000
Triwulan 3	Rp48.930.000	Rp113.340.000	Rp87.465.000
Triwulan 4	Rp43.875.000	Rp115.596.000	Rp84.785.000
TOTAL	Rp319.817.500	Rp393.267.550	Rp343.517.000

Sumber : UMKM Sate Varia

Lampiran 3. Jumlah Volume, Harga Jual, dan Penjualan Sate Ayam Pada Tahun 2022

Keterangan	Volume	Harga	Penjualan
Triwulan 1	75.820	Rp 2.500	Rp189.550.000
Triwulan 2	72.180	Rp 2.500	Rp180.450.000
Triwulan 3	71.700	Rp 2.500	Rp179.250.000
Triwulan 4	69.500	Rp 2.500	Rp173.750.000
Jumlah	289.200	-	Rp723.000.000

Sumber : UMKM Sate Varia

Lampiran 4. Jumlah Volume, Harga Jual, dan Penjualan Sate Kambing Pada Tahun 2022

Keterangan	Volume	Harga	Penjualan
Triwulan 1	48.100	Rp 3.000	Rp144.300.000
Triwulan 2	45.000	Rp 3.000	Rp135.000.000
Triwulan 3	45.000	Rp 3.000	Rp135.000.000
Triwulan 4	45.500	Rp 3.000	Rp136.500.000
Jumlah	183.600	-	Rp550.800.000

Sumber : UMKM Sate Varia

Lampiran 5. Rincian Biaya Tetap UMKM Sate Varia Tahun 2022

Triwulan	Sate Ayam	Sate Kambing
1	Rp8.461.835	Rp5.368.165
2	Rp8.518.940	Rp5.311.060
3	Rp8.497.095	Rp5.332.905
4	Rp8.358.130	Rp5.471.870
Total	Rp33.836.001	Rp21.483.999

Sumber : UMKM Sate Varia

Lampiran 6. Biaya Variabel Sate Ayam UMKM Sate Varia pada Tahun 2022

Biaya Variabel	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
Daging Ayam(Rp)	67.550.000	61.830.000	63.634.000	61.140.000
Lemak Ayam(Rp)	29.795.000	26.085.000	26.492.000	25.160.000
Bumbu Kacang(Rp)	10.476.861	10.089.860	10.512.747	10.439.793
Barra(Rp)	1.377.524	1.438.292	1.419.302	1.424.764
Biaya lain-lain (Rp)	2.101.087	1.891.068	1.858.557	1.871.884
Tusuk Sate Ayam(Rp)	3.115.000	3.245.000	3.195.000	3.215.000
Plastik(Rp)	1.249.138	1.037.913	952.355	914.189
Bungkus(Rp)	1.068.091	967.073	976.911	929.138
Listrik(Rp)	385.145	421.310	461.397	459.363
Total (Rp)	117.117.847	107.005.516	109.502.270	105.554.131

Sumber : UMKM Sate Varia

Lampiran 7. Biaya Variabel Sate Kambing UMKM Sate Varia pada Tahun 2022

Biaya Variabel	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
Daging Kambing (Rp)	88.830.000	85.700.000	84.600.000	86.465.000
Lamur (Rp)	7.600.000	8.252.000	7.947.000	7.670.000
bumbu kacang (Rp)	6.653.139	6.290.140	6.598.253	6.857.207
Barra (Rp)	872.476	896.708	890.698	936.236
Biaya lain-lain (Rp)	1.328.913	1.178.932	1.166.443	1.228.116
Tusuk Sate Kambing (Rp)	2.430.000	2.458.000	2.325.000	2.439.000
Plastik (Rp)	790.862	647.087	597.645	595.811
Bungkus (Rp)	673.909	602.927	613.089	605.862
Listrik (Rp)	244.855	262.690	289.603	301.137
Total	109.424.153	106.288.484	105.027.730	107.098.369

Sumber : UMKM Sate Varia

Lampiran 8. Dokumentasi UMKM Sate Varia



