



**ANALISIS *BREAK EVEN POINT* SEBAGAI ALAT
PERENCANAAN LABA PADA UMKM MUTHIA BAKERY DI
KABUPATEN TANAH DATAR**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (SI)
Pada Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

Oleh :

Maulia Ayi Agustin
NIM. 1830403056

**JURUSAN AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
1444 H/2022 M**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maulia Ayi Agustin
NIM : 1830403056
Tempat/Tanggal Lahir : Koto Alam/12 Agustus 1999
Jurusan : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Muthia Bakery Di Kabupaten Tanah Datar**" adalah benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, kecuali yang dicantumkan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi saya ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 23 Juni 2022
Yang membuat pernyataan



Maulia Ayi Agustin
NIM. 1830403056

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas Nama Maulia Ayi Agustin, Nim 1830403056 dengan Judul: "**Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Muthia Bakery Di Kabupaten Tanah Datar**", memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 23 Juni 2022

Ketua Jurusan Akuntansi Syariah

Pembimbing



Yeni Melia, SE., MM
NIP. 19850505 201503 2 005



Sri Madona Saleh, S.E., M.Si
NIP. -

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar

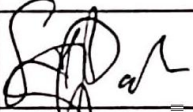




Dr. H. Rizal. M. Ag. CRP
NIP. 19731007 200212 1 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh **Maulia Ayi Agustin**, NIM : 1830403056, judul : **“Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Muthia Bakery Di Kabupaten Tanah Datar”** telah diuji dalam sidang *Munaqasyah* skripsi Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan pada tanggal 1 Agustus 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun) Strata Satu (S-1) dalam bidang ilmu Akuntansi Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No.	Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Sri Madona Saleh, SE., M.Si -	Ketua Sidang		11/8-22
2.	Drs. Hafulyon, MM -	Anggota I		10/8-22
3.	Mirawati, MA.Ek NIP. 19860101 201503 2 004	Anggota II		9/8-22

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar



Dr. H. Rizal M. Ag. CRP
NIP. 19731007 200212 1 001

ABSTRAK

Maulia Ayi Agustin. NIM : 1830403056, Judul Skripsi : “Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Muthia Bakery di Kabupaten Tanah Datar”. Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar Tahun 2022.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah UMKM Muthia Bakery belum melakukan perencanaan terhadap laba. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis *break even point* terhadap penjualan dan biaya-biaya tahun 2021 untuk merencanakan laba tahun 2022 dan untuk mengetahui batas minimum penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian melalui *margin of safety*. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dari observasi, wawancara dan dokumentasi pada UMKM Muthia Bakery. Analisis yang digunakan adalah Analisis *Break Even Point*.

Hasil penelitian menunjukkan penjualan produk roti dan kue pada UMKM Muthia Bakery pada 2021 telah melebihi tingkat *break even point* dan menghasilkan laba. Dari hasil tersebut UMKM Muthia Bakery dapat melakukan perencanaan laba dan mengetahui volume penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan pada periode 2022 dimana UMKM Muthia Bakery harus meningkatkan penjualannya dari periode sebelumnya. Persentase *margin of safety* untuk periode 2022 cukup tinggi, hal ini menunjukkan UMKM Muthia Bakery mampu melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan baik dengan tingkat resiko mengalami kerugian yang rendah.

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

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR ISI..... ii

DAFTAR TABEL..... vii

DAFTAR GAMBAR viii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang 1

B. Fokus Penelitian..... 5

C. Rumusan Masalah 5

D. Tujuan Penelitian..... 6

E. Manfaat dan Luaran Penelitian 6

F. Definisi Operasional..... 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA 9

A. Landasan Teori..... 9

B. Penelitian Yang Relevan 20

C. Kerangka Berfikir..... 24

BAB III METODE PENELITIAN 25

A. Jenis Penelitian..... 25

B. Tempat dan Waktu Penelitian 25

E. Teknik Pengumpulan Data..... 26

F. Teknik Analisis Data..... 27

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data 29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 30

A. Gambaran Umum UMKM Muthia Bakery 30

B. Analisis Data 33

C. Pembahasan..... 67

BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rancangan Waktu Penelitian	25
Tabel 4.1 Daftar Penjualan dan Harga Jual Tahun 2021	34
Tabel 4.2 Laporan Biaya Produksi Roti dan Kue Tahun 2021	36
Tabel 4.3 Klasifikasi Biaya Operasional.....	38
Tabel 4.4 Pemisahan Biaya Listrik	39
Tabel 4.5 Pemisahan Biaya Air.....	41
Tabel 4.6 Pemisahan Biaya Telepon.....	43
Tabel 4.7 Alokasi Biaya Ke Masing-Masing Produk	45
Tabel 4.8 Biaya Variabel Produk.....	48
Tabel 4.9 Biaya Tetap Produk.....	49
Tabel 4.10 <i>Contribution Margin</i> Produk Periode 2021	50
Tabel 4.11 <i>Contribution Margin</i> Produk per Unit Periode 2021	51
Tabel 4.12 Laporan Laba Rugi Kontribusi Roti Panggang.....	52
Tabel 4.13 Laporan Laba Rugi Kontribusi Roti Goreng.....	52
Tabel 4.14 Laporan Laba Rugi Kontribusi Roti Rebus.....	53
Tabel 4.15 Laporan Laba Rugi Kontribusi Bolu Kukus	53
Tabel 4.16 Laporan Laba Rugi Kontribusi Bolu Brownies	54
Tabel 4.17 <i>Contribution Margin Ratio</i> Produk Periode 2021.....	55
Tabel 4.18 <i>Break Even Point</i> Produk Dalam Unit Periode 2021	57
Tabel 4.19 <i>Break Even Point</i> Produk Dalam Rupiah Periode 2021	58
Tabel 4.20 Perencanaan Laba Tahun 2022	61
Tabel 4.21 Perencanaan Penjualan Produk Dalam Unit Periode 2022	63
Tabel 4.22 Perencanaan Penjualan Produk dalam Rupiah Periode 2022.....	64
Tabel 4.23 <i>Margin of Safety</i> Dalam Rupiah Periode 2022	66
Tabel 4.24 Persentase <i>Margin of Safety</i> Priode 2022	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Struktur UMKM Muthia Bakery	30

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam membangun suatu perusahaan tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang dapat di pergunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan kedepannya. Mendapatkan besar atau kecilnya laba sering menjadi ukuran kesuksesan suatu manajemen perusahaan. Hal tersebut didukung oleh kemampuan manajemen di dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang.

Pada era digital saat ini, semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia usaha. Hal ini memaksa manajemen agar lebih peka dalam mengantisipasi situasi pasar dengan melakukan berbagai inovasi agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Manajemen memiliki peran yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena pihak manajemen dituntut harus mempunyai suatu kemaampuan untuk dapat mengantisipasi segala situasi dan melakukan fungsinya dengan baik agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka dalam memanfaatkan sumber daya ekonomi perusahaan harus menggunakan secara efektif dan efisien, dimana sumber daya ekonomi benar-benar digunakan agar tercapainya tujuan perusahaan, yaitu untuk dapat mencapai laba semaksimal mungkin. Dalam memanfaatkan sumber ekonomi tersebut perlu dilakukan sebuah perencanaan. Perencanaan (*planning*) merupakan fungsi manajemen yang sangat penting. Perencanaan merupakan proses yang mendefinisikan tujuan dari organisasi atau perusahaan, membuat strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan dari perusahaan serta mengembangkan rencana aktivitas kerja perusahaan. (Aditama, 2020:11)

Keberhasilan perencanaan perusahaan pada umumnya diwarnai oleh kemampuan manajemen di dalam melihat kemungkinan dan kesempurnaan di masa yang akan datang, baik jangka pendek atau jangka panjang. Tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal agar kelangsungan hidup perusahaan terus berjalan dari waktu ke waktu. Besar kecilnya laba perusahaan akan menjadi ukuran sukses tidaknya manajemen dalam mengelola perusahaan. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat laba adalah harga jual, biaya dan volume penjualan. (Riyadi, 2017:93)

Mengingat usaha untuk memperoleh laba atau keuntungan bukanlah hal yang mudah, maka semua kegiatan harus menggerakkan dan mengarahkan seluruh unit dalam perusahaan untuk mencapai satu tujuan yaitu memperoleh laba atau keuntungan dengan demikian semua peserta dan unit bisnis bertanggung jawab untuk mencapai tujuan bisnis tersebut. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam melakukan perencanaan laba adalah analisis *break even point* atau analisis titik impas yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Analisis *break even point* (BEP) adalah analisis untuk menentukan titik dimana total pendapatan sama dengan biaya dan titik dimana laba sama dengan nol. (Hansen, 2005:274)

Analisis *break even point* (BEP) atau analisis titik impas merupakan suatu cara atau teknik yang digunakan oleh manajemen untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) dimana dari volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi atau perusahaan mencapai titik impas dimana pengeluaran dan pendapatan adalah seimbang. (Ramdhani, 2020:45)

Analisis *break even point* dapat ditentukan jika perusahaan memiliki biaya tetap dan biaya variabel. Karena dengan adanya unsur biaya tetap dan biaya variabel, maka dapat terjadi bahwa suatu perusahaan dengan volume produksi tertentu menderita kerugian jika hanya sebagian biaya yang tertutup oleh pendapatan penjualan produksi perusahaan atau

mendapat keuntungan jika semua biaya dapat tertutupi oleh pendapatan penjualan produk perusahaan. (Chalil, 2018:439)

Secara umum analisis *break even point* juga dapat memberikan informasi mengenai *margin of safety* yang mempunyai kegunaan sebagai indikasi dan gambaran kepada manajemen berapakah penurunan penjualan dapat ditaksir sehingga usaha yang dijalankan tidak menderita kerugian. Selain itu apabila penjualan pada *break even point* dihubungkan dengan penjualan yang dianggarkan maka akan dapat diperoleh informasi tentang berapa jauh penjualan bisa turun, sehingga perusahaan tidak menderita rugi atau tingkat keamanan bagi perusahaan dalam melakukan penurunan penjualan. (Khanifah, 2019:53)

Setelah mengetahui *break even point* atau titik impas dari suatu perusahaan, selanjutnya perusahaan bisa menentukan *margin of safety* perusahaan tersebut. *Margin of safety* merupakan unit yang diharapkan akan dijual di atas titik impas atau menunjukkan informasi berupa jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan boleh terjadi, namun penurunan tersebut tidak mengakibatkan perusahaan menderita kerugian. (Suripto, 2021:83)

Setiap perusahaan perlu melakukan perencanaan terhadap laba, tidak hanya dalam perusahaan-perusahaan besar, dalam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga memerlukan perencanaan (*planning*). Dengan adanya perencanaan yang baik, akan memungkinkan UMKM dapat berjalan lebih efektif dan efisien. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. (Lamanseto, 2021).

Mengingat UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia, untuk itu dalam mendirikan atau menjalankan suatu UMKM

juga perlu melakukan perencanaan terhadap laba. Hal ini memudahkan UMKM karena semua kegiatannya dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan perencanaan itu sendiri dapat digunakan sebagai alat pengawasan kegiatan usaha sehingga usaha tersebut mampu bersaing dan terus berkembang.

Begitu banyaknya pertumbuhan UMKM di Indonesia, salah satunya adalah UMKM Muthia Bakery yang beralamat di Jalan Enam Mei Nagari Simpuruik Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar. UMKM Muthia Bakery ini sudah berdiri sejak bulan September tahun 2013 lalu. UMKM Muthia Bakery memproduksi aneka macam roti dan kue yang terdiri dari roti panggang, roti goreng, roti rebus dan bolu kukus dan bolu *brownies*. Untuk pemasaran hasil produksinya, UMKM Muthia Bakery menjual langsung di tempat produksi dan menjual ke pasar-pasar yang ada di Kabupaten Tanah Datar dan Padang Panjang.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu Sri Novalina selaku pemilik UMKM Muthia Bakery menjelaskan bahwa UMKM muthia Bakery belum melakukan perencanaan terhadap laba sehingga belum mengetahui tingkat penjualan yang akan dilakukan untuk mencapai target laba. Selama ini UMKM Muthia Bakery menentukan labanya setelah produk roti dan kue terjual dengan cara membandingkan jumlah yang diterima dengan jumlah yang dikeluarkan tanpa adanya suatu perencanaan laba yang terstruktur.

Selain itu, dalam menentukan jumlah roti dan kue yang akan diproduksi hanya diperkirakan saja dari penjualan sebelumnya. Jika produk roti dan kue dirasa masih banyak, maka UMKM muthia Bakery menghentikan produksinya terlebih dahulu. Hal yang demikian dirasa belum efektif dalam menentukan jumlah produksi karena penjualan setiap harinya pasti akan berbeda. Oleh karena itu UMKM Muthia Bakery perlu melakukan perencanaan laba yang lebih terstruktur agar produksi tetap berjalan dengan lancar sehingga UMKM Muthia Bakery memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan.

Perencanaan laba yang optimal diperlukan rencana yang matang untuk mencapai laba yang diharapkan. Analisis *break even point* sebagai solusi alternatif yang dapat digunakan dalam merencanakan laba dan menentukan penjualan minimal. Sehingga hasil yang diperoleh dapat dijadikan pedoman bagi UMKM Muthia Bakery untuk mengambil keputusan yang tepat dalam menentukan jumlah penjualan roti dan kue untuk mencapai laba yang telah direncanakan. Serta UMKM Muthia Bakery juga dapat melihat batas minimum penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian melalui tingkat *margin of safety* agar dapat mengantisipasi sebelum mengalami kerugian.

Berdasarkan uraian dan pemaparan masalah yang telah penulis kemukakan diatas maka penulis tertarik untuk malakukan penelitian dengan judul “**Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Muthia Bakery Di Kabupaten Tanah Datar**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi fokus masalah dalam penelitian ini yaitu melakukan analisis *break even point* pada periode 2021 sebagai alat perencanaan laba dan menentukan penurunan penjualan minimum melalui *margin of safety* untuk periode 2022 pada UMKM Muthia Bakery.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menentukan analisis *break even point* pada produk roti dan kue di UMKM Muthia Bakery periode 2021?
2. Bagaimana menentukan perencanaan laba dan penjualan roti dan kue yang harus dicapai oleh UMKM Muthia Bakery untuk periode 2022 ?
3. Bagaimana menentukan *margin of safety* pada UMKM Muthia Bakery untuk periode 2022?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diketahui bahwa, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan analisis *break even point* pada produk roti dan kue di UMKM Muthia Bakery periode 2021.
2. Untuk menjelaskan perencanaan laba dan penjualan roti dan kue yang harus dicapai oleh UMKM Muthia Bakery untuk periode 2022.
3. Untuk menjelaskan *margin of safety* pada UMKM Muthia Bakery untuk periode 2022.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Akuntansi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat sebagai wadah bagi penulis untuk mengaplikasikan secara langsung teori-teori yang telah diperoleh di bangku perkuliahan dan dijadikan sebagai bahan pembahasan untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam bidang akuntansi khususnya pada perencanaan laba dengan analisis *break even point*.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini sebagai bahan rujukan agar dapat melakukan perencanaan laba pada UMKM Muthia Bakery dengan menggunakan analisis *break even point* dan sebagai tambahan informasi bagi pemilik UMKM Muthia Bakery untuk pengambilan keputusan dimasa sekarang maupun masa yang akan datang dalam

menentukan penjualan untuk mencapai tingkat laba yang telah direncanakan.

c. Bagi Pembaca

Bagi pembaca dapat bermanfaat untuk bahan rujukan penulisan skripsi berikutnya serta agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembacanya.

2. Luaran Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, diharapkan agar dapat menjadi referensi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar dan dapat diterbitkan ke dalam bentuk jurnal ilmiah, serta dapat dimanfaatkan atau digunakan sebagaimana mestinya dalam menambah wawasan atau perbandingan ilmu pengetahuan yang terus berkembang, terutama di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

F. Definisi Operasional

1. Analisis *Break Even Point*

Analisis *break event point* atau analisis titik impas merupakan suatu alat atau metode dalam menentukan pada tingkat unit produksi berapa perusahaan mencapai titik impas atau pulang pokok dimana perusahaan tidak mencapai laba dan tidak mengalami kerugian.

Menghitung Break Even Point (BEP) atau titik impas secara keseluruhan, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

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

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

(Garisson, 2012:198–99)

2. Perencanaan laba

Perencanaan laba merupakan rencana perusahaan demi mencapai *profit oriented* karena *profit* atau laba merupakan tujuan utama perusahaan. Pada perencanaan laba terdapat langkah-langkah

yang harus ditempuh manajemen untuk mencapai target laba itu sendiri. Perolehan laba adalah selisih dari pendapatan dengan biaya, sehingga dipengaruhi oleh penjualan. Perencanaan laba mempunyai hubungan tiga hal yaitu biaya, volume dan harga jual. Biaya menjadi tolok ukur harga jual untuk mencapai laba yang diharapkan, *sales price* berdampak pada *sales volume*, *sales volume* berdampak pada *production volume*. (Fajrillah, 2021:33–34)

3. Penjualan

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

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

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

(Warren, 2022:269–70)

4. Margin of Safety

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

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

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

(Weygan, 2018:237)

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Analisis *Break Even Point* (analisis titik impas)

a. Definisi Analisis *Break Even Point*

Analisis titik impas atau analisis pulang pokok atau dikenal dengan nama analisis *break even point* (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis *break even point* sering juga disebut dengan analisis perencanaan laba (*profit planning*). Salah satu kegunaan analisis *break even point* adalah untuk mengetahui pada jumlah berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya. Atau perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak pula rugi, atau laba sama dengan nol. Melalui analisis titik impas ini kita akan dapat mengetahui bagaimana hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, tingkat keuntungan yang diinginkan, dan volume kegiatan (penjualan atau produksi). (Kasmir, 2019:166)

b. Tujuan Analisis *Break Event Point*

Adapun tujuan analisis *break even point* adalah sebagai berikut:

1. Mendesain spesifikasi produk, hal tersebut berkaitan dengan pengeluaran biaya dan harga yang akan dibebankan.
2. Menentukan harga jual persatuan yang realistis.
3. Menentukan produksi atau penjualan minimal agar tidak perusahaan tidak merugi.
4. Memaksimalkan jumlah produksi.
5. Merencanakan target laba sesuai dengan kapasitas produksi yang dimiliki. (Adnyana, 2019:124)

c. Manfaat Analisis *Break Even Point*

Analisis *break even point* atau analisis titik impas merupakan analisis yang sangat penting dalam membuat sebuah usaha agar kita tidak mengalami kerugian. Adapun manfaat dari analisis *break event point* atau titik impas ini adalah sebagai berikut :

1. Alat perencanaan untuk menghasilkan laba.
2. Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, dan hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
3. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.
4. Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan harga jual.
5. Sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal berikut :
 - 1) Jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
 - 2) Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
 - 3) Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
 - 4) Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh. (Ramdhani, 2020:46)

d. Keterbatasan Atau Kelemahan Analisis *Break Even Point*

Selain adanya manfaat, analisis *break even point* juga memiliki keterbatasan atau kelemahan, diantaranya sebagai berikut:

1. Analisis *break even point* memerlukan suatu analisis lanjutan jika digunakan landasan dalam mengambil suatu keputusan karena sifatnya yang sangat sederhana.
2. Analisis *break even point* bersifat statis dan menggunakan beberapa pendapat.

3. Jenis barang yang dijual tidak selalu satu jenis.
4. Biaya tetap tidak selalu tetap pada kondisi tertentu.
5. Biaya variabel juga tidak selalu berubah sejajar dengan perubahan volume penjualan.

Namun, meskipun analisis *break even point* ini memiliki banyak kekurangan, manajemen masih bisa menggunakannya sebagai salah satu alat perencanaan keuangan, terutama perencanaan laba, produksi, maupun perencanaan penjualan ke depan. Hanya saja bagaimana perusahaan dapat melihat kelemahan tersebut sebagai bahan koreksi atau pertimbangan lain dalam menentukan kebijakannya. (Trihantoyo, 2020:88)

e. Klasifikasi Biaya Dalam analisis *Break Even Point*

1. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsionalnya dengan perubahan output driver aktivitas, sedangkan biaya per unitnya tetap dalam batas relevan tertentu. Batas relevan adalah batas dimana biaya per unit tersebut tidak berubah.

2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya tetap dalam batas relevan tertentu tanpa dipengaruhi oleh perubahan output driver aktivitas, sedangkan biaya per unitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas. Semakin besar output driver aktivitas, semakin kecil biaya perunitnya. Sebaliknya, semakin kecil output driver aktivitas, semakin besar biaya perunitnya. Biaya tetap juga sering disebut dengan biaya kapasitas karena biaya ini timbul dalam rangka penyediaan kapasitas pabrik, seperti fasilitas, peralatan, dan sebagainya, untuk kelangsungan operasional perusahaan.

3. Biaya Semivariabel (*Semivariable Cost*)

Biaya semivariabel (*semivariable cost*) adalah biaya yang totalnya berubah, tetapi tidak proporsional dengan perubahan output driver aktivitas dan perubahan biaya per unit juga berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian ciri-cirinya mirip dengan biaya variabel, yaitu totalnya berubah sehubungan dengan perubahan output driver aktivitas dan sebagian ciri-cirinya lagi mirip dengan biaya tetap, yaitu perubahan biaya perunitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan output driver aktivitas. Hal ini dikarenakan biaya semivariabel mengandung dua unsur biaya, yaitu biaya variabel dan biaya tetap. (Riwayadi, 2019:16–20)

Untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya, biaya semivariabel harus dipilah menjadi biaya variabel dan biaya tetap. Untuk memisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel pada biaya semivariabel dapat menggunakan salah satu metode yaitu metode kuadrat terkecil (*least square method*).

Metode ini memberikan hasil yang akurat. Metode kuadrat terkecil menarik garis biaya dengan menggunakan statistik. Untuk memilah biaya semivariabel menjadi biaya variabel dan biaya tetap digunakan rumus berikut :

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$a = Y \text{ rata - rata} - b(X \text{ rata - rata})$$

Keterangan : Y= total biaya semi variabel

b = biaya variabel per unit

a = biaya tetap

y = biaya semi variabel

x = volume kegiatan

n = jumlah data

(Riwayadi, 2019:106–7)

Jika perusahaan memproduksi lebih dari satu produk maka harus dipisahkan biaya produk bersama, karena setiap produk memiliki masalah pemasaran dan harga jual yang berbeda. Biaya bersama dapat dialokasikan menggunakan suatu metode, salah satunya metode nilai jual relatif. Metode nilai jual relatif merupakan metode alokasi biaya bersama berdasarkan perbandingan nilai jual relatif produk bersama. Cara mengalokasikan biaya bersama menggunakan metode nilai jual relatif adalah sebagai berikut :

Persentase nilai jual relatif

$$= \frac{\text{Nilai jual setiap produk}}{\text{Total penjualan}} \times 100\%$$

Nilai jual relatif

$$= \frac{\text{Persentase nilai jual setiap produk} \times \text{Biaya bersama}}{\text{Total penjualan}}$$

(Mulyadi, 2007:462–63)

f. Pendekatan Dalam Perhitungan *break even point* (Titik Impas)

1. Metode Persamaan, yaitu metode yang memusatkan pada pendekatan kontribusi hingga laporan keuangan laba rugi. Bentuk dari laporan laba rugi digambarkan dalam persamaan ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Laba} = (\text{Penjualan} - \text{Beban Variabel}) - \text{Beban Tetap}$$

Mengubah sedikit persamaan ini menghasilkan persamaan berikut, yang banyak dipakai dalam analisis biaya volume laba:

$$\text{Penjualan} = \text{Beban Variabel} + \text{Beban Tetap} + \text{Laba}$$

(Garrison, 2006: 334)

2. Metode Margin Kontribusi

Menghitung *contribusi margin* (CM), dengan rumus sebagai berikut :

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

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

Menghitung *contribusi margin ratio* (CMR), dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

(Warren, 2022:262)

Menghitung *Break Even Point* (BEP) atau titik impas, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

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

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

(Garrison, 2012:198–99)

2. Laba

a. Definisi Laba

Definisi laba menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) adalah jumlah residual yang tertinggal setelah semua beban (termasuk penyesuaian pemeliharaan modal, jika ada) dikurangkan pada penghasilan. Jadi, laba merupakan kelebihan total pendapatan diselisikan dengan total bebannya, disebut juga dengan pendapatan bersih atau *net earning*. (Ardhianto, 2019:100)

Laba bersih merupakan selisih lebih dari pendapatan operasional ditambah pendapatan lain-lain dikurangi biaya-biaya

yang terjadi sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut. Operasi yang menuguntungkan adalah suatu keharusan bagi suatu usaha untuk dapat maju atau bahkan untuk tetap bertahan didalam usaha tersebut. Dengan demikian dapat diketahui pentingnya arti laba bagi suatu perusahaan. Untuk itu perlu ditentukan perencanaan laba dalam sebuah perusahaan yang akan dijalankan. (Saleh, 2020:90)

b. Perencanaan Laba

Perencanaan (*planning*) merupakan salah satu fungsi dari manajemen untuk menentukan sasaran yang ingin dicapai, tindakan yang seharusnya dilaksanakan, bentuk organisasi yang tepat untuk mencapainya dan orang-orang yang bertanggung jawab terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan. Jadi, perencanaan menyangkut pembuatan keputusan yang akan dibuat atau diambil. Fungsi perencanaan mempunyai empat tujuan penting yaitu :

1. Mengurangi/mengimbangi ketidakpastian dari perubahan-perubahan di waktu yang akan datang.
2. Memusatkan perhatian kepada sasaran.
3. Mendapatkan/menjamin proses pencapaian tujuan terlaksana secara ekonomis.
4. Memudahkan pengawasan. (Anwar, 2020:16)

Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk pendekatan jangka pendek dan jangka panjang. Perencanaan laba juga diartikan sebagai rencana perusahaan demi mencapai *profit oriented* karena *profit* atau laba merupakan tujuan utama perusahaan. Pada perencanaan laba terdapat langkah-langkah yang harus ditempuh manajemen untuk mencapai target laba itu sendiri. Perolehan laba adalah selisih dari pendapatan dengan biaya, sehingga dipengaruhi oleh penjualan. Perencanaan laba mempunyai hubungan tiga hal yaitu biaya, volume dan harga

jual. Biaya menjadi tolok ukur harga jual untuk mencapai laba yang diharapkan, *sales price* berdampak pada *sales volume*, *sales volume* berdampak pada *production volume*. (Fajrillah, 2021:33–34)

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perencanaan Laba

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba, adalah sebagai berikut :

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

d. Manfaat Perencanaan Laba

Adapun manfaat dari perencanaan laba adalah sebagai berikut :

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

e. Keterbatasan Perencanaan Laba

Adapun keterbatasan perencanaan laba adalah sebagai berikut :

1. Peramalan atau perencanaan bukanlah ilmu pasti. Jadi, dalam setiap perencanaan akan terdapat sejumlah pertimbangan. Apabila ada penyimpangan dari estimasi, harus dilakukan perbaikan atau modifikasi.

2. Perencanaan laba memerlukan kerja sama dan peran serta dari seluruh anggota manajemen.
3. Penggunaan anggaran yang berlebihan sebagai alat evaluasi dapat mengakibatkan terjadinya penyimpangan fungsi.
4. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peranan administrasi. Rencana laba didesain untuk menyediakan informasi yang terinci yang memungkinkan eksekutif mengarahkan perusahaan ke tujuan organisasi.
5. Perencanaan laba memerlukan waktu. (Nursanty, 2022:94)

3. Penjualan

a. Definisi Penjualan

Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan secara kredit. Penjualan dikurangi dengan retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan akan diperoleh penjualan bersih (*net sales*). (Hery, 2017:134)

b. Perencanaan Penjualan

Perencanaan penjualan pada dasarnya mencakup serangkaian kegiatan dalam menetapkan jumlah barang yang harus dibuat, jumlah persediaan bahan, jumlah jam kerja mesin dan tenaga kerja, bahan baku yang akan dipakai, biaya produksi dan sebagainya untuk menjalankan aktivitas-aktivitas perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai. Perencanaan penjualan itu sendiri mencakup perencanaan advertensi dan promosi, perencanaan biaya-biaya penjualan, serta perencanaan pemasaran. Rencana pemasaran inilah yang kemudian sering dianggap sama dengan rencana penjualan, yakni mengkuantifisir penjualan dalam rupiah dan unit untuk periode waktu tertentu. (Hutabarat, 2022:11)

Perencanaan penjualan berhubungan dengan perencanaan laba yang diinginkan. Untuk menentukan jumlah penjualan untuk mencapai target laba yang diinginkan dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

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

(Warren, 2022, 269–70)

c. Tujuan Rencana Penjualan

Suatu rencana penjualan pada dasarnya disusun untuk mencapai tujuan adalah sebagai berikut :

1. Sebagai pedoman kerja, alat pengkoordinasian kerja, dan alat pengawasan kerja.
2. Mengurangi ketidakpastian tentang pendapatan di masa yang akan datang.
3. Memasukkan kebijakan dan keputusan manajemen dalam proses perencanaan.
4. Memberikan informasi penting bagi pembentukan elemen lain dari rencana laba menyeluruh.
5. Memudahkan pengendalian manajemen atas kegiatan penjualan yang dilakukan. (Hutabarat, 2022:13)

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

1. Faktor pemasaran
 - a. Luas pasar, yaitu apakah bersifat lokal, regional, nasional, atau internasional.
 - b. Keadaan persaingan, yaitu apakah bersifat monopoli, oligopoli atau bebas.
 - c. Keadaan konsumen, yaitu berkaitan dengan selera dan tingkatan konsumen, misalnya apakah konsumen merupakan konsumen akhir atau konsumen industri.

2. Faktor keuangan

Kemampuan model kerja perusahaan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, seperti untuk membeli bahan baku, membayar upah dan biaya promosi produk, dan sebagainya.

3. Faktor ekonomis

Kemampuan peningkatan penjualan dalam menimbulkan terjadinya peningkatan laba atau justru sebaliknya.

4. Faktor Teknis

- a. Terpasangnya kapasitas yang tepat.
- b. Ketersediaan bahan baku dan tenaga kerja.
- c. Harga bahan baku dan tenaga kerja yang ekonomis.

5. Faktor lainnya

- a. Penambahan anggaran penjualan musim tertentu.
- b. Perubahan terkait kebijakan pemerintah.
- c. Jangka waktu berlakunya anggaran. (Hutabarat, 2022:13–14)

4. Tingkat Keamanan (*Margin of Savety*)

a. Definisi *Margin of Savety*

Margin of safety merupakan hubungan atau selisis antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas. Maksudnya yaitu batas aman yang digunakan untuk mengetahui berapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian. (Kasmir, 2019:178)

Perhitungan yang digunakan untuk mennentukan tingkat keamanan atau *margin of safety* (MoS) adalah sebagai berikut :

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

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

(Weygan, 2018:237)

B. Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Gestia Ananda dan Hamidi, tahun 2019 dengan judul penelitian **“Analisis *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Manufaktur SUB Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa efek Indonesia Tahun 2014-2017”**. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penggunaan alat analisis Break Even Point dalam perencanaan laba perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besar kecilnya biaya tetap maupun biaya variabel yang digunakan setiap perusahaan untuk oprasional kegiatan perusahaan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan tersebut. Persamaan penelitian Gestia Ananda dan Hamidi dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba sedangkan perbedaannya adalah pada tempat penelitian dimana penelitian Gestia Ananda dan Hamidi dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017, sedangkan penelitian yang penulis lakukan pada UMKM Muthia Bakery di Kabupaten Tanah Datar. Perbedaan lainnya yaitu pada metode atau jenis penelitian, dimana jenis atau metode penelitian ini menggunakan kuantitatif sedangkan jenis atau metode penelitian penulis menggunakan kualitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Jamaludin tahun 2019 dengan judul **“Analisis *Break Even Point* Pada CV. Bata Cikarang Indonesia”**. Penelitian ini diperoleh dari Neraca dan Laporan Laba Rugi CV. Bata Cikarang Indonesia Tahun 2018. Tujuannya untuk mengetahui kinerja perusahaan dilihat dari *Break Event Point* perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah Field Research dengan mengunjungi objek penelitian dan melakukan wawancara. *Analisis Break Even Point* dilakukan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan dan dapat juga digunakan sebagai acuan dalam mengambil keputusan yang

mempengaruhi masa depan perusahaan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Agus Jamaludin dengan penelitian penulis yaitu sama menggunakan analisis *break even point*, sedangkan perbedaannya adalah pada tempat penelitian dimana penelitian yang dilakukan Agus Jamaludin bertempat di CV. Bata Cikarang Indonesia sedangkan penelitian yang penulis lakukan bertempat di UMKM Muthia Bakery. Perbedaan lainnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Agus Jamaludin hanya sekedar menentukan tingkat *break even point* atau tingkat titik impas, sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah menentukan tingkat *break even point* dan tingkat penjualan untuk melakukan perencanaan laba agar mencapai target laba yang diinginkan perusahaan. Perbedaan lainnya yaitu pada metode atau jenis penelitian, dimana jenis atau metode penelitian ini menggunakan kuantitatif sedangkan jenis atau metode penelitian penulis menggunakan kualitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Moch Yusuf Guntara Maulidin, dkk pada tahun 2020 dengan judul “**Analisis Break Event Point Sebagai Alat Profit Planning Pada Hotel Wijaya Sukabumi**”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendekatan *break event point* sebagai dasar dalam profit planning. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Hotel Wijaya pada tahun 2018 dan 2019 telah mencapai tingkat *break even point*. Perencanaan laba pada tahun 2020 Hotel Wijaya merencanakan laba dengan persentase sebesar 10% dengan jumlah sebesar 104.764.000. Dengan demikian, untuk memperoleh laba tersebut Hotel Wijaya Harus bisa menyewakan kamar dengan penjualan sebesar Rp. 355.823.589 dengan unit terjual sebanyak 4.211 unit. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Moch Yusuf Guntara Maulidin dkk dengan penelitian penulis yaitu sama menggunakan analisis *break even point* untuk perencanaan laba, sedangkan perbedaan penelitian Moch Yusuf Guntara Maulidin dkk dengan penelitian penulis adalah pada tempat penelitian, dimana penelitian Moch Yusuf Guntara Maulidin dkk dilakukan pada Hotel Wijaya Sukabumi sedangkan penelitian yang penulis lakukan bertempat di UMKM Muthia Bakery.

Penelitian yang dilakukan oleh Maulana Irwadi dan Dodi Safari, tahun 2021 dengan judul penelitian **“Analisis *Break Even Point* (BEP) Untuk Perencanaan Laba Pada Yuri’s Cake And Bakery Sekayu”**. Tujuan Penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui perhitungan *Break Even Point* (BEP) pada YuRi’s Cake And Bakery Sekayu dan juga jumlah volume penjualan yang harus dicapai. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui wawancara langsung dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa YuRi’s Cake And Bakery Sekayu belum pernah mengetahui mengenai perhitungan *Break Even Point* (BEP) yang bisa digunakan untuk perencanaan laba. Volume penjualan Roti Tawar dan Roti Manis pada bulan Oktober sampai dengan Desember tahun 2019 mengalami penurunan. Berdasarkan masalah tersebut penulis memberikan beberapa saran untuk YuRi’s Cake And Bakery Sekayu, yaitu melakukan perhitungan *Break Even Point* untuk dapat mengetahui volume penjualan minimal, membuat perencanaan laba untuk tahun berikutnya. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Maulana Irwadi dan Dodi Safari dengan penelitian penulis yaitu sama menggunakan analisis *break even point* untuk perencanaan laba, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulias adalah pada tempat penelitian dimana penelitian oleh Maulana Irwadi dan Dodi Safari dilakukan pada YuRi’s Cake And Bakery Sekayu, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada UMKM Muthia Bakery di Kabupaten Tanah Datar.

Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Ekasari Khanifah dan Nani Septiana tahun 2019 dengan judul penelitian **“*Profit Planning Analysis With Break Even Point Approach (BEP) On Banana Chips Business Berkah Jaya In Metro City*”**. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui volume penjualan untuk mencapai tingkatan BEP dan mengetahui besar margin keamanan, serta mengetahui jumlah minimal penjualan untuk mencapai target laba. Berdasarkan hasil penelitian pada Usaha Banana Chips Berkah Jaya menunjukkan bahwa hasil analisis *break even point*

yang dicapai usaha kripik pisang berkah jaya dapat diambil kesimpulan yaitu dapat mencapai keuntungan diatas rata-rata. selama bulan januari sampai desember 2016, ibu suratmi dalam memproduksi kripik pisang sudah berada diatas titik impas dengan kata lain usaha kripik pisang berkah jaya ibu suratmi mampu memperoleh keuntungan dan mampu merencanakan perolehan laba sebaik mungkin. analisis yang dilakukan usaha kripik pisang berkah jaya dapat diketahui bahwa industri mampu untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan baik dan tingkat keamanan labanya terjamin dalam periode tersebut. sedangkan tingkat *margin of safety* yang semakin meningkat itu berarti bahwa industri tersebut mempunyai tingkat pengaman atau resiko untuk mengalami kerugian semakin sedikit. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Kiki Ekasari Khanifah dan Nani Septiana dengan penelitian penulis yaitu sama menggunakan analisis *break even point* untuk perencanaan laba, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulias adalah pada tempat penelitian dimana penelitian oleh Kiki Ekasari Khanifah dan Nani Septiana dilakukan pada Usaha Banana Chips Berkah Jaya di Kota Metro sedangkan penilitian penulis dilakukan pada UMKM Muthia Bakery di Kabupaten Tanah Datar.

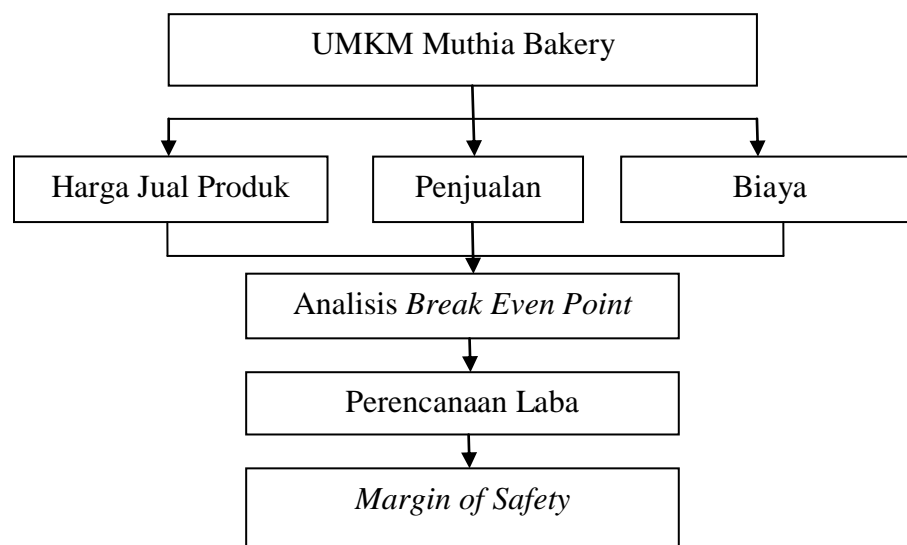
Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf Andrianto, dkk pada tahun 2016 dengan judul penelitian “**Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Pada CV. Langgeng Makmur Bersama Lumajang Periode 2012-2014)**”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis laporan keuangan tahun 2014 untuk merencanakan laba tahun 2015. Jenis penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif, alat pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi pada data keuangan CV. Langgeng Makmur Bersama kota Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan BEP (mix) pada tahun 2014 sebesar Rp5.143.925.585 sedangkan BEP (unit) sebesar 3.365 unit. Dalam penjualan dan perencanaan laba perusahaan merencanakan laba untuk 2015 sebesar Rp 1.500.000.000. untuk mencapai

kenaikan laba, maka harus menaikkan penjualan sebesar 11.869 unit atau sebesar Rp 19.033.566.736. Berdasarkan perhitungan penjualan dan perencanaan laba tahun 2015 maka diperoleh *Margin Of Safety* sebesar 72,97%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mendapatkan toleransi penurunan penjualan sebesar 72,97%. Apabila perusahaan mengalami penurunan penjualan melebihi 72,97% maka perusahaan akan mengalami kerugian. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Yusuf Andrianto, dkk dengan penelitian penulis yaitu sama menggunakan analisis *break even point* untuk perencanaan laba, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulias adalah pada tempat penelitian dimana penelitian oleh Yusuf Andrianto, dkk dilakukan pada CV. Langgeng Makmur Bersama Lumajang sedangkan penelitian penulis dilakukan pada UMKM Muthia Bakery di Kabupaten Tanah Datar.

C. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang diarahkan untuk memberikan fakta-fakta secara sistematis dan akurat, mengenai populasi tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari saling berhubungan dan menguji hipotesis. (Tohardi, 2019:371). Deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah bertujuan untuk menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang diteliti. (Sugiyono, 2018:7)

B. Tempat dan Waktu Penelitian

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

Tabel 3.1

Rancangan Waktu Penelitian

Uraian Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
Observasi/Survei Awal								
Bimbingan Proposal								
Seminar Proposal								
Revisi Siap Seminar Proposal								
Pengumpulan Data Penelitian								
Pengolahan dan Analisis Data								
Bimbingan Skripsi								
Sidang Munaqasyah								

C. Instrumen Penelitian

Instrumen kunci dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, dimana peneliti melakukan pengumpulan data dan menganalisis data. Dalam melakukan kegiatan tersebut, peneliti dibantu dengan instrumen pendukung kamera, daftar wawancara, catatan di lapangan dan alat pendukung lainnya.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Dalam penelitian ini, sumber data primer adalah Ibu Sri Novalina sebagai pemilik UMKM Muthia Bakery. Data primer dalam penelitian ini adalah informasi jumlah penjualan produk dan biaya-biaya yang terjadi dalam produksi pada UMKM Muthia Bakery.

2. Data Sekunder

Data sekunder berupa bukti bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip. Dalam penelitian ini, sumber data yang penulis gunakan adalah pencatatan jumlah penjualan produk dan pencatatan biaya-biaya produksi pada UMKM Muthia Bakery. Serta jurnal-jurnal ilmiah yang menjadi landasan teori dan referensi dalam penelitian ini. (Supriyono, 2018:48)

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung merupakan aktivitas pengamatan terhadap suatu objek secara cermat dan langsung. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung di lokasi

UMKM Muthia Bakery dan mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara langsung kepada pemilik UMKM Muthia Bakery.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain tentang subjek tersebut. Dalam penelitian ini dokumen yang penulis gunakan berupa laporan produksi UMKM Muthia Bakery. (Mardawani, 2020:50–52)

F. Teknik Analisis Data

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

Langkah-langkah analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba adalah sebagai berikut :

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

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$a = Y \text{ rata - rata} - b(X \text{ rata - rata})$$

3. Mengalokasikan semua biaya ke masing-masing produk menggunakan persentase nilai jual relatif dan mengelompokkan biaya tetap dan biaya variabel.

4. Menentukan *contribution margin* (CM), dengan rumus sebagai berikut :

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

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

5. Menentukan *contribution margin ratio* (CMR), dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan triangulasi. Triangulasi dalam penelitian ini untuk menguji kredibilitas atau kepercayaan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Awalnya penulis melakukan wawancara mendalam tidak berstruktur lalu di cek dengan, observasi dan dokumentasi. Bila ketiga teknik pengujian menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti harus melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar. (Sugiyono, 2014:274)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum UMKM Muthia Bakery

1. Sejarah UMKM Muthia Bakery

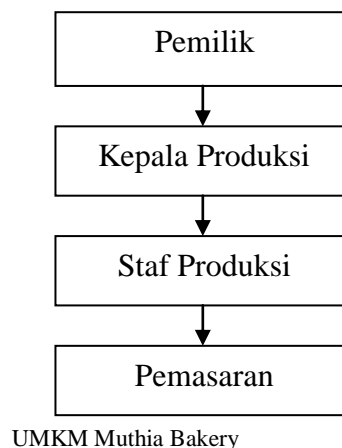
UMKM Muthia Bakery merupakan usaha industri yang dikelola oleh Ibu Sri Novalina, S.Sos yang berlokasi di Jalan Enam Mei Nagari Simpuruik, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. UMKM Muthia Bakery ini sudah berdiri sejak bulan September tahun 2013 lalu. Nama UMKM ini sendiri diambil dari nama anak Ibu Sri pemilik UMKM Muthia Bakery ini. UMKM ini memproduksi aneka macam roti dan kue yang terdiri dari roti panggang, roti goreng, roti rebus, bolu kukus dan bolu brownies. UMKM Muthia Bakery sudah memiliki surat izin usaha.

2. Struktur UMKM

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Adapun struktur pada UMKM Muthia Bakery sebagai berikut :

Gambar 4.1

Struktur UMKM Muthia Bakery



Uraian dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang ada pada struktur UMKM Muthia Bakery di Kabupaten Tanah Datar adalah sebagai berikut :

a. Pemilik

Pemilik usaha memiliki wewenang, tanggung jawab serta kebijaksanaan yang tinggi dalam pengambilan keputusan untuk mencapai kemajuan UMKM Muthia Bakery. pemilik bertugas mengawasi jalannya proses produksi roti dan kue dan mengatasi setiap kendala yang terjadi selama proses produksi roti dan kue.

b. Kepala Produksi

Kepala produksi bertugas untuk melaksanakan jalannya kegiatan produksi, yaitu mencetak sekaligus memasak roti dan kue sesuai dengan jenis masing-masing. Pada UMKM Muthia Bakery memiliki satu orang karyawan di bagian ini.

c. Staf Produksi

Staf produksi bertugas untuk membantu jalannya kegiatan produksi yaitu dalam bagian memberi topping, memisahkan jenis produk dan mengemas produk yang telah jadi sehingga siap dipasarkan. Pada UMKM Muthia Bakery memiliki empat orang karyawan menjadi staf produksi.

d. Pemasaran

Bagian pemasaran bertugas untuk memasarkan produk ke pelanggan. Pada UMKM Muthia Bakery belum memiliki karyawan pada bagian pemasaran. Bagian pemasaran ini dilakukan oleh Ibu Sri Novalina dan Suaminya selaku pemilik UMKM Muthia Bakery.

3. Produk yang Dihasilkan

Produk yang dihasilkan oleh UMKM Muthia Bakery milik Ibu Sri adalah berbagai aneka macam roti yang terdiri dari roti panggang,

roti goreng, roti rebus, bolu kukus dan bolu *brownies* dengan berbagai varian rasa.

4. Permodalan UMKM Muthia Bakery

Pada saat berdirinya UMKM Muthia Bakery dari tahun 2013 modal usahanya berasal dari modal sendiri oleh Ibu Sri Novalina selaku pemilik UMKM Muthia Bakery

5. Pemasaran

Salah satu kegiatan yang sangat penting untuk dilakukan suatu perusahaan adalah kegiatan pemasaran. Keberhasilan suatu perusahaan sangat tergantung pada pelaksanaan pemasaran hasil produksinya. Pemasaran adalah keseluruhan kegiatan usaha yang dilakukan melalui perencanaan, penentuan harga, promosi serta distribusi sehingga dapat memberikan kepuasan kepada *costumer*. Untuk pemasaran hasil produksinya, UMKM Muthia Bakery menjual langsung di tempat produksi dan mendistribusikan ke pasar-pasar yang ada di Kabupaten Tanah Datar dan Padang Panjang.

6. Proses Produksi

Kegiatan produksi pada UMKM Muthia Bakery di Kaupaten tanah Datar dilakukan secara terus menerus untuk menambah ketersediaan barang jadi dengan berbagai peralatan dan bahan baku yang digunakan untuk menunjang kegiatan produksi. Adapun tahap-tahap proses produksi roti dan kue pada UMKM Muthia Bakery sebagai berikut :

a. Tahap penimbangan bahan baku

Penimbangan bahan baku harus dilakukan dengan teliti dan tepat agar kualitas roti dan kue yang dihasilkan baik.

b. Tahap Pengadonan

Pada tahap ini semua bahan baku dicampur sesuai dengan takaran yang telah ditentukan dan diaduk dengan secara merata.

c. Tahap pembentukan adonan

Pada tahap ini adonan dibagi sesuai porsi masing-masing jenis roti dan kue yang akan dibuat, kemudian dicetak sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan dan selanjutnya di letakkan ke masing-masing loyang.

d. Tahap memasak adonan

Pada tahap ini, adonan yang sudah di bagi untuk masing-masing jenis produk dimasak sesuai jenis masing-masing, seperti dipanggang, digoreng, direbus dan dikukus.

e. Tahap Pendinginan

Pada tahap ini, roti dan kue yang sudah jadi akan didinginkan terlebih dahulu kemudian diberi topping yang diperlukan.

f. Tahap Pengemasan

Pada Tahap ini produk roti dan kue yang sudah dingin dan diberi topping dikemas ke dalam kemasan berupa plastik bungkus dan kotak plastik.

g. Tahap Pemasaran

Pemasaran merupakan tahap akhir dari proses produksi, pada tahap pemasaran UMKM Muthia Bakery langsung memasarkan produk roti dan kue di tempat produksinya dan ke pasar-pasar yang ada di Kabupaten tanah Datar

B. Analisis Data

Analisis *break even point* penting bagi sebuah perusahaan dalam merencanakan laba dan penjualan yang akan diperoleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui titik impas dari perusahaan. Agar perusahaan dapat melakukan perencanaan laba dan menentukan jumlah produksi dan tingkat penjualan yang harus dicapai oleh perusahaan. Sehingga perusahaan memiliki pedoman untuk mencapai tujuan awal usaha dilakukan yaitu untuk memperoleh laba yang optimal.

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan Data yang diperoleh dari UMKM Muthia Bakery.

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

Tabel 4.1

Muthia Bakery

**Daftar Penjualan, Harga Jual, dan Persentase Nilai Jual Relatif
Periode 2021**

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.1 menjelaskan jumlah penjualan , harga jual per unit, jumlah penjualan dan persentase nilai jual relatif masing-masing produk roti dan kue. Untuk menentukan persentase nilai jual relatif dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

Persentase nilai jual relatif

$$= \frac{\text{Nilai jual setiap produk}}{\text{Total penjualan}} \times 100\%$$

1. Roti Panggang

$$= \frac{\text{Rp. 161.098.000}}{\text{Rp. 523.201.650}} \times 100\%$$

$$= 30,79\%$$

2. Roti Goreng

$$= \frac{\text{Rp. 168.947.250}}{\text{Rp. 523.201.650}} \times 100\%$$

$$= 32,29\%$$

3. Roti Rebus

$$= \frac{\text{Rp. 54.776.400}}{\text{Rp. 523.201.650}} \times 100\%$$

$$= 10,47\%$$

4. Bolu Kukus

$$= \frac{\text{Rp. 45.255.000}}{\text{Rp. 523.201.650}} \times 100\%$$

$$= 8,65\%$$

5. Bolu Brownies

$$= \frac{\text{Rp. 93.125.000}}{\text{Rp. 523.201.650}} \times 100\%$$

$$= 17,8\%$$

Berdasarkan perhitungan persentase nilai jual relatif masing-masing produk roti dan kue, dapat diketahui bahwa produk dengan persentase nilai jual relatif paling tinggi adalah roti panggang yaitu sebesar 32,29, dan yang paling rendah adalah bolu kukus yaitu sebesar 8,65%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persentase nilai jual produk dipengaruhi oleh jumlah penjualan dan harga jual produk. Dimana jika jumlah penjualan dan harga jual produk tinggi maka nilai jual relatif juga tinggi sebaliknya jika penjualan rendah dan harga jual rendah maka persentase nilai jual relatif juga rendah.

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

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

No.	Unsur Biaya	Jenis Produk				
		Roti panggang (Rp)	Roti Goreng (Rp)	Roti Rebus (Rp)	Bolu Kukus (Rp)	Bolu Brownies (Rp)
1.	Biaya Bahan Baku					
	Minyak		3.190.000			
	Tepung	8.160.000	6.380.000	5.776.000	5.264.000	3.960.000
	Telur	530.400	414.700	469.300	4.277.000	2.059.200
	Mentega	8.568.000	6.699.000	631.750		5.544.000
	Gula	11.424.000	8.932.000	5.054.000	4.606.000	6.930.000
	Garam	134.640	105.270	39.710		65.340
	Kelapa	16.320.000	12.760.000	7.220.000		
	Kacang Padi	14.688.000	11.484.000	6.498.000		
	Sprit				822.500	
	Total Biaya Bahan Baku	59.825.040	49.964.970	25.688.760	14.969.500	18.558.540
2.	Biaya Bahan Penolong					
	Vanili	612.000	478.500	541.500	493.500	297.000
	Pengembang	734.400	574.200	345.150	2.961.000	267.300
	Pelembut	285.600	223.300	126.350	230.300	138.600

	Mises	3.570.000	2.791.250			3465.000
	Coklat	1.428.000	1.116.500	947.625		1.386.000
	Perisa Coklat	2.040.000	1.595.000	1.805.000	1.645.000	990.000
	Perasa Strawberry	2.244.000	1.754.500	1.985.500	1.809.500	1.089.000
	Perisa Pandan	6.120.000				5.940.000
	Keju	122.400	95.700	27.075		
	Tepung Maizena				1809500	
	Total Biaya Bahan Penolong	17.156.400	8.628.950	5.778.200	8.948.800	13.572.900
3.	Biaya Tenaga Kerja Langsung					
	Pimpinan Produksi	5.449.830	5.715.330	1.853.190	1.531.050	3.150.600
	Staf Produksi	10.899.660	11.430.660	3.706.380	3.062.100	6.301.200
	Total BTKL	16.349.490	17.145.990	5.559.570	4.593.150	9.451.800
4.	Biaya Overhead Pabrik					
	Biaya Perlengkapan	2.512.464	7.884.864	854.352	2.217.840	3.792.480
	Biaya Listrik	2.955.840	3.099.840	1.005.120	830.400	1.708.800
	Biaya Air	738.960	774.960	251.280	207.600	427.200
	Biaya Telepon	369.480	387.480	125.640	103.800	213.600
	Biaya Gas	5.098.824	5.347.224	1.733.832	1.432.440	2.947.680
	Biaya Pemasaran	3.842.592	4.029.792	1.306.656	1.079.520	2.221.440
	Biaya Pemeliharaan Mesin	184.740	193.740	62.820	51.900	106.800
	Biaya Konsumsi Karyawan	2.771.100	2.906.100	942.300	778.500	1.602.000
	Biaya Angkut	184.740	193.740	62.820	51.900	106.800
	Total Biaya Overhead Pabrik	18.658.740	24.817.740	6.344.820	6.753.900	13.126.800
	Total Biaya Produksi	111.989.670	100.557.650	43.371.350	35.265.350	54.710.040

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

2. Mengklasifikasikan Biaya

Biaya yang akan diklasifikasikan yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi atau campuran serta memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

a. Mengklasifikasikan Biaya

Tabel 4.3

Muthia Bakery
Klasifikasi Biaya Operasional
Periode 2021

Jenis Biaya	Klasifikasi Biaya
Biaya Bahan Baku	Variabel
Biaya Bahan Penolong	Variabel
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Variabel
Biaya Perlengkapan	Variabel
Biaya Listrik	Semivariabel
Biaya Air	Semivariabel
Biaya Telepon	Semivariabel
Biaya Gas LPG	Variabel
Biaya Pemasaran	Tetap
Biaya Pemeliharaan Mesin	Tetap
Biaya Konsumsi Karyawan	Tetap
Biaya Angkut	Variabel

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Setelah mengklasifikasikan biaya dimana terdapat tiga klasifikasi biaya yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel. Untuk biaya semivariabel harus dipisahkan terlebih dahulu menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Berdasarkan tabel 4.3 terdapat tiga biaya semivariabel yang perlu dipisahkan yaitu biaya listrik, biaya air dan biaya telepon.

b. Memisahkan Biaya Biaya Semivariabel Produk

Sebelum menentukan analisis *break even point* terlebih dahulu harus memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel dapat dengan dilakukan menggunakan *least square method* atau metode titik terendah dengan menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$a = Y \text{ rata - rata} - b(X \text{ rata - rata})$$

1. Biaya Listrik

Tabel 4.4

Muthia Bakery

Pemisahan Biaya Listrik

Periode 2021

Bulan	Kuantitas Produksi (X)	Total Biaya Semi Variabel (Y) (Rp)	(X.Y) (Rp)	X Kuadrat (Rp)
Jan	55.506	800.000	44.404.800.000	3.080.916.036
Feb	46.916	800.000	37.532.800.000	2.201.111.056
Mar	50.705	800.000	40.564.000.000	2.570.997.025
Apr	34.086	800.000	27.268.800.000	1.161.855.396
Mei	59.646	800.000	47.716.800.000	3.557.645.316
Jun	28.190	800.000	22.552.000.000	794.676.100
Jul	64.366	800.000	51.492.800.000	4.142.981.956
Agt	55.540	800.000	44.432.000.000	3.084.691.600
Sep	63.435	800.000	50.748.000.000	4.023.999.225
Okt	33.735	800.000	26.988.000.000	1.138.050.225
Nov	53.972	800.000	43.177.600.000	2.912.976.784
Des	55.933	800.000	44.746.400.000	3.128.500.489
Σ	602.030	9.600.000	481.624.000.000	31.798.401.208

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Perhitungan :

Biaya Variabel (b)

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$b = \frac{\text{Rp } 481.624.000.000}{31.798.401.208}$$

$$b = \text{Rp. } 15,15 \text{ per unit}$$

$$b = \text{Rp. } 15,15 \times 602.030$$

$$b = \text{Rp. } 9.120.754,5$$

Biaya Tetap (a)

$$a = Y \text{ rata - rata} - b(X \text{ rata - rata})$$

$$a = 800.000 - 15,15 (50.169,17)$$

$$a = 800.000 - 760.062,93$$

$$a = \text{Rp. } 39.937,07 \text{ per bulan}$$

$$a = \text{Rp. } 39.937,07 \times 12$$

$$a = \text{Rp. } 479.244,84 \text{ per tahun}$$

Total Biaya

$$Y = a + bX$$

$$Y = \text{Rp. } 479.244,84 + 15,15 (602.030)$$

$$Y = \text{Rp. } 479.244,84 + \text{Rp. } 9.120.754,5$$

$$Y = \text{Rp. } 9.599.999,34$$

$$Y = \text{Rp. } 9.600.000 \text{ (pembulatan)}$$

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.4 di atas. Menjelaskan hasil dari perhitungan pemisahan biaya listrik semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel yang

dilakukan menggunakan *least square method* atau metode titik terendah menjelaskan bahwa biaya listrik yang digunakan oleh UMKM Muthia bakery untuk memproduksi roti dan kue periode 2021 dapat diketahui bahwa untuk biaya listrik variabel sebesar Rp.9.120.724,5 dan untuk biaya listrik tetap sebesar Rp.479.244,84.

2. Biaya Air

Tabel 4.5

**Muthia Bakery
Pemisahan Biaya Air
Periode 2021**

Bulan	Kuantitas Produksi (X)	Total Biaya Semivariabel (Y) (Rp)	(X.Y) (Rp)	X Kuadrat (Rp)
Jan	55.506	200.000	11.101.200.000	3.080.916.036
Feb	46.916	200.000	9.383.200.000	2.201.111.056
Mar	50.705	200.000	10.141.000.000	2.570.997.025
Apr	34.086	200.000	6.817.200.000	1.161.855.396
Mei	59.646	200.000	11.929.200.000	3.557.645.316
Jun	28.190	200.000	5.638.000.000	794.676.100
Jul	64.366	200.000	12.873.200.000	4.142.981.956
Agt	55.540	200.000	11.108.000.000	3.084.691.600
Sep	63.435	200.000	12.687.000.000	4.023.999.225
Okt	33.735	200.000	6.747.000.000	1.138.050.225
Nov	53.972	200.000	10.794.400.000	2.912.976.784
Des	55.933	200.000	11.186.600.000	3.128.500.489
Σ	602.030	2.400.000	120.406.000.000	31.798.401.208

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Perhitungan :

Biaya Variabel (b)

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2}$$

$$b = \frac{\text{Rp. } 120.406.000.0000}{31.798.401.208}$$

$$b = \text{Rp. } 3,79 \text{ per unit}$$

$$b = \text{Rp. } 3,79 \times 602.030$$

$$b = \text{Rp. } 2.281.693,7$$

Biaya Tetap

$$a = Y \text{ rata - rata} - b(X \text{ rata - rata})$$

$$a = 200.000 - 3,79 (50.169,17)$$

$$a = 200.000 - 190.141,15$$

$$a = \text{Rp. } 9.858,85 \text{ per bulan}$$

$$a = \text{Rp. } 9.858,85 \times 12$$

$$a = \text{Rp. } 118.306,2 \text{ per tahun}$$

Total Biaya

$$Y = a + bX$$

$$Y = \text{Rp. } 118.306,2 + 3,79 (602.030)$$

$$Y = \text{Rp. } 118.306,2 + \text{Rp. } 2.281.693,7$$

$$Y = \text{Rp. } 2.399.999,9$$

$$Y = \text{Rp. } 2.400.000 (\text{pembulatan})$$

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.5 di atas. Menjelaskan hasil dari perhitungan pemisahan biaya listrik semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel yang dilakukan menggunakan *least square method* atau metode titik terendah menjelaskan bahwa biaya air yang digunakan oleh UMKM Muthia bakery untuk memproduksi roti dan kue periode 2021 dapat diketahui bahwa untuk biaya air variabel sebesar Rp.2.281.693, dan untuk biaya air tetap sebesar Rp.118.306,2.

3. Biaya Telepon

Tabel 4.6

Muthia Bakery
Pemisahan Biaya Telepon
Periode 2021

Bulan	Kuantitas Produksi (X)	Total Biaya Semivariabel (Y) (Rp)	(X.Y) (p)	X Kuadrat (Rp)
Jan	55.506	100.000	5.550.600.000	3.080.916.036
Feb	46.916	100.000	4.691.600.000	2.201.111.056
Mar	50.705	100.000	5.070.500.000	2.570.997.025
Apr	34.086	100.000	3.408.600.000	1.161.855.396
Mei	59.646	100.000	5.964.600.000	3.557.645.316
Jun	28.190	100.000	2.819.000.000	794.676.100
Jul	64.366	100.000	6.436.600.000	4.142.981.956
Agt	55.540	100.000	5.554.000.000	3.084.691.600
Sep	63.435	100.000	634.500.000	4.023.999.225
Okt	33.735	100.000	337.500.000	1.138.050.225
Nov	53.972	100.000	5.397.200.000	2.912.976.784
Des	55.933	100.000	5.593.300.000	3.128.500.489
Σ	602.030	1.200.000	60.203.000.000	31.798.401.208

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Perhitungan :

Biaya Variabel (b)

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2}$$

$$b = \frac{\text{Rp. } 60.203.000.000}{31.798.401.208}$$

$$b = \text{Rp. } 1,89 \text{ per unit}$$

$$b = \text{Rp. } 1,89 \times 602.030$$

$$b = \text{Rp. } 1.137.836,7$$

Biaya Tetap (a)

$$a = Y \text{ rata - rata} - b(X \text{ rata - rata})$$

$$a = 100.000 - 1,89 (50.169,17)$$

$$a = 100.000 - 94.819,73$$

$$a = \text{Rp. } 5.180,27 \text{ per bulan}$$

$$a = \text{Rp. } 5.180,27 \times 12$$

$$a = \text{Rp. } 62.163,24 \text{ per tahun}$$

Total Biaya

$$Y = a + bX$$

$$Y = \text{Rp. } 62.163,24 + 1,89 (602.030)$$

$$Y = \text{Rp. } 62.163,24 + \text{Rp. } 1.137.836,7$$

$$Y = \text{Rp. } 1.199.999,94$$

$$Y = \text{Rp. } 1.200.000 \text{ (pembulatan)}$$

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.6 di atas. Menjelaskan hasil dari perhitungan pemisahan biaya listrik semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel yang dilakukan menggunakan *least square method* atau metode titik terendah menjelaskan bahwa biaya telepon yang digunakan oleh UMKM Muthia bakery untuk memproduksi roti dan kue periode 2021 dapat diketahui bahwa untuk biaya telepon variabel sebesar Rp.1.137.836,7 dan untuk biaya telepon tetap sebesar Rp.62.163,24

Dengan memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel, UMKM Muthia Bakery baru dapat melakukan analisis *break even point* untuk periode 2021 dan melakukan perencanaan laba untuk periode 2022.

3. Mengalokasikan Biaya Semivariabel dan Mengelompokkan Biaya Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

- a. Mengalokasikan biaya semivariabel yang telah dipisah ke masing-masing produk roti dan kue menggunakan persentase nilai jual relatif masing-masing produk.

Tabel 4.7

Muthia Bakery

Alokasi Biaya Ke Masing-Masing Produk

Periode 2021

No.	Biaya Variabel	Total Biaya Variabel (Rp)	Jenis Produk				
			Roti Panggang (Rp)	Roti Goreng (Rp)	Roti Rebus (Rp)	Bolu Kukus (Rp)	Bolu Brownies (Rp)
			30,79%	32,29%	10,47%	8,65%	17,80%
1.	Biaya Listrik	9.120.754,5	2.808.280,31	2.945.091,63	954.943	788.945,26	1.623.494,3
2.	Biaya Air	2.281.693,7	702.533,49	736.758,9	238.893,33	197.366,51	406.141,48
3.	Biaya Telepon	1.137.836,7	350.339,92	367.407,47	119.131,5	98.422,87	202.534,93

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

No.	Biaya Tetap	Total Biaya Tetap (Rp)	Jenis Produk				
			Roti Panggang (Rp)	Roti Goreng (Rp)	Roti Rebus (Rp)	Bolu Kukus (Rp)	Bolu Brownies (Rp)
			30,79%	32,29%	10,47%	8,65%	17,80%
1.	Biaya Listrik	479.244,84	147.559,49	154.748,16	50.176,93	41.454,68	85.305,58
2.	Biaya Air	118.306,2	36.426,48	38.201,07	12.386,66	10.233,49	21.058,5
3.	Biaya Telepon	62.163,24	19.140,06	20.072,51	6.508,49	5.377,12	11.065,06

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa hasil dari pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel merupakan masih biaya bersama, karena UMKM Muthia Bakery memproduksi beberapa jenis produk roti dan kue. Untuk itu perlu mengalokasikan biaya bersama ke masing-masing produk karena setiap produk memiliki masalah pemasaran dan harga jual yang berbeda.

Mengalokasikan biaya bersama dapat menggunakan metode nilai jual relatif. Metode nilai jual relatif merupakan metode alokasi biaya bersama berdasarkan perbandingan nilai jual relatif produk bersama. Cara mengalokasikan biaya bersama menggunakan metode nilai jual relatif adalah sebagai berikut :

Persentase nilai jual relatif

$$= \frac{\text{Nilai jual setiap produk}}{\text{Total penjualan}} \times 100\%$$

Nilai jual relatif

$$= \frac{\text{Persentase nilai jual setiap produk} \times \text{Biaya bersama}}{\text{Total penjualan}}$$

Hasil perhitungan dari pengalokasian biaya bersama ke masing-masing produk roti dan kue adalah sebagai berikut :

a. Biaya variabel

1. Roti panggang dengan persentase nilai jual relatif sebesar 30,79% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.2.808.280,31, untuk biaya air Rp.702.533,49, dan untuk biaya telepon Rp.350.339,92.
2. Roti goreng dengan persentase nilai jual relatif 32,29% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.2.945.091,63, untuk biaya air Rp.736.758,9, dan untuk biaya telepon Rp.367.407,47.
3. Roti rebus dengan persentase nilai jual relatif 10,47% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.954.943, untuk biaya air Rp.238.893,33, dan untuk biaya telepon Rp.119.131,5.

4. Bolu kukus dengan persentase nilai jual relatif 8,65% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.788.945,26, untuk biaya air Rp.197.366,51, dan untuk biaya telepon Rp.98.422,87.
 5. Bolu brownies dengan persentase nilai jual relatif 17,80% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.1.623.494,3, untuk biaya air Rp.406.141,48, dan untuk biaya telepon Rp.202.534,93
- b. Biaya tetap
1. Roti panggang dengan persentase nilai jual relatif 30,79% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.147.559,49, untuk biaya air Rp.36.426,48, dan untuk biaya telepon Rp.19.140,06.
 2. Roti goreng dengan persentase nilai jual relatif 32,,29% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.154.784,16, untuk biaya air Rp.38.201,07, dan untuk biaya telepon Rp.20.072,51.
 3. Roti rebus dengan persentase nilai jual relatif 10,47% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.50.176,93, untuk biaya air Rp.12.386,66, dan untuk biaya telepon Rp.6.508,49.
 4. Bolu kukus dengan persentase nilai jual relatif 8,65% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.41.454,68, untuk biaya air Rp.10.233,49, dan untuk biaya telepon Rp.5.377,12.
 5. Bolu brownies dengan persentase nilai jual relatif 17,80% dan memerlukan biaya sebesar untuk biaya listrik Rp.85.305,58, untuk biaya air Rp.21.058,5, dan untuk biaya telepon Rp.11.065,06.

b. Mengelompokkan biaya variabel dan biaya tetap masing-masing produk roti dan kue

1. Biaya Variabel

Tabel 4.8
Muthia Bakery
Biaya Variabel Produk
Periode 2021

No.	Biaya Variabel	Roti Panggang (Rp)	Roti Goreng (Rp)	Roti Rebus (Rp)	Bolu Kukus (Rp)	Bolu Brownies (Rp)
1.	Biaya Listrik	2.808.280,31	2.945.091,63	954.943	788.945,26	1.623.494,3
2.	Biaya Air	702.533,49	736.758,9	238.893,33	197.366,51	406.141,48
3.	Biaya Telepon	350.339,92	367.407,47	119.131,5	98.422,87	202.534,93
4.	Biaya Bahan Baku	59.825.040	49.964.970	25.688.760	14.969.500	18.558.540
5.	Biaya Bahan Penolong	17.156.400	8.628.950	5.778.200	8.948.800	13.572.900
6.	BTKL	16.349.490	17.145.990	5.559.570	4.593.150	9.451.800
7.	Biaya Perlengkapan	2.512.464	7.884.864	854.352	2.217.840	3.792.480
8.	Biaya Gas LPG	5.098.824	5.347.224	1.733.832	1.432.440	2.947.680
9.	Biaya Angkut	184.740	193.740	62.820	51.900	106.800
Total Biaya Variabel		104.988.111,7	93.214.996	40.990.501,83	33.298.364,64	50.662.370,71
Unit Produksi		230.140	225.263	78.252	64.650	3.725
Biaya Variabel per Unit		456,19	413,81	523,83	515,06	13.600,64

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

2. Biaya Tetap

Tabel 4.9
Muthia Bakery
Biaya Tetap Produk
Periode 2021

No.	Biaya Tetap	Roti Panggang (Rp)	Roti Goreng (Rp)	Roti Rebus (Rp)	Bolu Kukus (Rp)	Bolu Brownies (Rp)
1.	Biaya Listrik	147.559,49	154.748,16	50.176,93	41.454,68	85.305,58
2.	Biaya Air	36.426,48	38.201,07	12.386,66	10.233,49	21.058,5
3.	Biaya Telepon	19.140,06	20.072,51	6.508,49	5.377,12	11.065,06
4.	Biaya Pemasaran	3.842.592	4.029.792	1.306.656	1.079.520	2.221.440
5.	Biaya Pemeliharaan Mesin	184.740	193.740	62.820	51.900	106.800
6.	Biaya konsumsi karyawan	2.771.100	2.906.100	942.300	778.500	1.602.000
Total		7.001.558,03	7.342.653,74	2.380.848,08	1.966.985,29	4.047.669,14

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

4. Menghitung *Contribution Margin* (CM)

a. *Contribution margin* dalam rupiah

Untuk menentukan *contribution margin* dapat menggunakan rumus ***contribution margin*** = *Penjualan* – *Biaya Variabel*

a. Roti panggang

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin} &= \text{Rp. } 161.098.000 - \text{Rp. } 104.988.111,7 \\ &= \text{Rp. } 56.109.888,3 \end{aligned}$$

b. Roti goreng

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin} &= \text{Rp. } 168.947.250 - \text{Rp. } 93.214.996 \\ &= \text{Rp. } 75.732.254 \end{aligned}$$

c. Roti rebus

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin} &= \text{Rp. } 54.776.400 - \text{Rp. } 40.990.501,83 \\ &= \text{Rp. } 13.785.898,17 \end{aligned}$$

d. Bolu kukus

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin} &= \text{Rp. } 45.225.000 - \text{Rp. } 33.298.364,64 \\ &= \text{Rp. } 11.956.635,36 \end{aligned}$$

e. Bolu brownies

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin} &= \text{Rp. } 93.125.000 - \text{Rp. } 50.662.370,71 \\ &= \text{Rp. } 42.462.629,29 \end{aligned}$$

Tabel 4.10

Muthia Bakery
Contribution Margin Produk
Periode 2021

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

b. *Contribution margin* per unit

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

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

a. Roti panggang

$$CM \text{ per Unit} = \text{Rp. 700} - \text{Rp. 456,19} = \text{Rp. 243,81}$$

b. Roti goreng

$$CM \text{ per Unit} = \text{Rp. 750} - \text{Rp. 413,81} = \text{Rp. 336,19}$$

c. Roti rebus

$$CM \text{ per Unit} = \text{Rp. 700} - \text{Rp. 523,83} = \text{Rp. 176,17}$$

d. Bolu kukus

$$CM \text{ per Unit} = \text{Rp. 700} - \text{Rp. 515,06} = \text{Rp. 184,94}$$

e. Bolu brownies

$$CM \text{ per Unit} = \text{Rp. 25.000} - \text{Rp. 13.600,64} = \text{Rp. 11.399,36}$$

Tabel 4.11

Muthia Bakery

***Contribution Margin* Produk per Unit**

Periode 2021

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Contribution margin merupakan jumlah yang tersisa dari penjualan dikurangi dengan biaya variabel, jumlah tersebut akan digunakan untuk menutupi biaya tetap, sisanya akan diakui sebagai laba yang diperoleh. Jika *margin contribution* tidak cukup menutupi biaya tetap maka akan mengalami kerugian. Berdasarkan perhitungan tabel 4.10 dan 4.11 *contribution margin* dalam rupiah dan per unit dapat diketahui bahwa

besar *contribution margin* UMKM Muthia Bakery telah mampu menutupi biaya tetap, yang artinya pada periode 2021 UMKM Muthia Bakery memperoleh laba dari penjualan roti dan kue, hal ini dapat dilihat berdasarkan laporan laba rugi kontribusi masing-masing produk roti dan kue sebagai berikut :

a. Laba roti panggang

Tabel 4.12
Muthia Bakery
Laporan Laba Rugi Kontribusi
Periode 2021

Pendapatan penjualan :	
230.140×700	= Rp.161.098.000
Biaya variabel	=(Rp.104.988.111,7)
<i>Contribution Margin</i>	= Rp. 56.109.888,3
Biaya tetap	=(Rp. 7.001.558,03)
Laba usaha	= Rp. 49.108.330,27

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

b. Roti Goreng

Tabel 4.13
Muthia Bakery
Laporan Laba Rugi Kontribusi
Periode 2021

Pendapatan penjualan :	
$225.263 \times \text{Rp. } 750$	= Rp. 168.947.250
Biaya variabel	=(Rp. 93.214.996)
<i>Contribution Margin</i>	= Rp. 75.732.254
Biaya tetap	=(Rp. 7.342.653,74)
Laba usaha	= Rp. 68.389.600,26

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

c. Roti Rebus

Tabel 4.14**Muthia Bakery****Laporan Laba Rugi Kontribusi****Periode 2021**

Pendapatan penjualan :	
$78.252 \times \text{Rp. } 700$	= Rp. 54.776.400
Biaya variabel	=(Rp. 40.990.501,83)
<i>Contribution Margin</i>	= Rp. 13.785.898,17
Biaya tetap	=(Rp. 2.380.848,08)
Laba usaha	= Rp. 11.405.050,09

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

d. Bolu kukus

Tabel 4.15**Muthia Bakery****Laporan Laba Rugi Kontribusi****Periode 2021**

Pendapatan penjualan :	
$64.650 \times \text{Rp. } 700$	= Rp. 45.255.000
Biaya variabel	=(Rp. 33.298.364,64)
<i>Contribution Margin</i>	= Rp. 11.956.635,36
Biaya tetap	=(Rp. 1.966.985,29)
Laba usaha	= Rp. 9.989.650,07

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

e. Bolu brownies

Tabel 4.16
Muthia Bakery
Laporan Laba Rugi Kontribusi
Periode 2021

Pendapatan penjualan :	
$3.725 \times \text{Rp. } 25.000$	=Rp. 93.125.000
Biaya variabel	=(Rp. 50.662.370,71)
<i>Contribution Margin</i>	= Rp 42.462.629,29
Biaya tetap	=(Rp. 4.047.669,1)
Laba usaha	= Rp. 38.414.960,15

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Berdasarkan perhitungan tabel 4.12, 4.13, 4.14, 4.15, dan 4.16 di atas menjelaskan laba yang diperoleh UMKM Muthia Baker untuk periode 2021, dapat diketahui bahwa laba kontribusi yang cukup besar pada periode 2021 adalah laba pada produk roti goreng sebesar Rp.68.389.600,26, dengan penjualan produk sebanyak 225.263 unit dan harga jual Rp. 750 per unit. hal ini berarti yang dapat mempengaruhi besar kecilnya laba adalah harga jual, volume penjualan, dan biaya produksi.

5. Menentukan *Contribution Margin Ratio* (CMR)

Untuk menentukan *contribution margin ratio* dapat menggunakan rumus :

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

a. Roti panggang

$$\begin{aligned} \text{contribution margin ratio} &= \frac{\text{Rp. } 56.109.888,3}{\text{Rp. } 161.098.000} \times 100\% \\ &= 34,83\% \end{aligned}$$

b. Roti goreng

$$\begin{aligned} \text{contribution margin ratio} &= \frac{\text{Rp. 75.732.254}}{\text{Rp.168.947.250}} \times 100\% \\ &= 44,83\% \end{aligned}$$

c. Roti rebus

$$\begin{aligned} \text{Contribution margin ratio} &= \frac{\text{Rp.13.785.898,17}}{\text{Rp.54.776.400}} \times 100\% \\ &= 25,17\% \end{aligned}$$

d. Bolu kukus

$$\begin{aligned} \text{Contribution margin ratio} &= \frac{\text{Rp.11.956.635,36}}{\text{Rp.45.225.000}} \times 100\% \\ &= 26,42\% \end{aligned}$$

e. Bolu brownies

$$\begin{aligned} \text{contribution margin ratio} &= \frac{\text{Rp.42.462.629,29}}{\text{Rp.93.125.000}} \times 100\% \\ &= 45,60\% \end{aligned}$$

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

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Contribution margin ratio merupakan rasio dari *Contribution margin* terhadap pendapatan atau hasil penjualan. Berdasarkan perhitungan *Contribution margin ratio* pada UMKM Muthia Bakery periode 2021 menunjukkan setiap penjualan Rp. 1 *Contribution margin*

akan meningkat sebesar Rp. 0,3483 untuk roti panggang, Rp. 0,4483 untuk roti goreng, Rp. 0,2417 untuk roti rebus, Rp. 0,2642 untuk bolu kukus, dan Rp. 0,4560 untuk bolu brownies. Kenaikan ini dengan asumsi tidak ada perubahan biaya tetap.

6. Menentukan *Break Even Point* (BEP)

a. *Break even point* dalam unit

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

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

1. Roti panggang

$$\begin{aligned} BEP (unit) &= \frac{Rp. 7.001.558,03}{243,81} \\ &= 28.717,27 \\ &= 28.717 \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

2. Roti goreng

$$\begin{aligned} BEP (unit) &= \frac{Rp. 7.342.653,74}{336,19} \\ &= 21.840,79 \\ &= 21.841 \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

3. Roti rebus

$$\begin{aligned} BEP (unit) &= \frac{Rp. 2.380.848,08}{176,17} \\ &= 13.514,49 \\ &= 13.514 \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

4. Bolu Kukus

$$\begin{aligned} BEP (unit) &= \frac{Rp. 1.966.985,29}{184,94} \\ &= 10.635,80 \\ &= 10.556 \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

5. Bolu brownies

$$\begin{aligned}
 BEP (unit) &= \frac{\text{Rp. 4.047.669,14}}{\text{Rp. 11.399,36}} \\
 &= 355,09 \\
 &= 355 \text{ (pembulatan)}
 \end{aligned}$$

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

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

b. *Break even point* dalam rupiah

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

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

1. Roti panggang

$$\begin{aligned}
 BEP (rupiah) &= \frac{\text{Rp. 7.001.558,03}}{34,83\%} \\
 &= \text{Rp. 20.102.090,24}
 \end{aligned}$$

2. Roti goreng

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Rp. 7.342.653,74}}{44,83\%}$$

$$= \text{Rp. 16.378.884,1}$$

3. Roti rebus

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Rp. 2.380.848,08}}{25,17\%}$$

$$= \text{Rp. 9.459.070,64}$$

4. Bolu Kukus

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Rp. 1.966.985,29}}{26,42\%}$$

$$= \text{Rp. 7.445.061,66}$$

5. Bolu brownies

$$BEP \text{ (rupiah)} = \frac{\text{Rp. 4.047.669,14}}{45,60\%}$$

$$= \text{Rp. 8.876.467,41}$$

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

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Berdasarkan perhitungan *break even point* di atas, dapat diketahui tingkat *break even point* masing-masing produk roti dan kue periode 2021 pada UMKM Muthia Bakery. Berdasarkan

perhitungan di atas dapat diketahui bahwa *break even point* atau titik impas penjualan pada periode 2021 untuk masing-masing produk pada UMKM Muthia Bakery adalah untuk roti panggang sebesar Rp.20.102.090,27 atau sebanyak 28.717 unit, untuk roti goreng sebesar Rp.16.378.884,1 atau sebanyak 21.841 unit, untuk roti rebus sebesar Rp.9.459.070,64 atau sebanyak 13.514 unit, untuk bolu kukus sebesar Rp.7.445.061,66 atau sebanyak 10.636 unit, dan untuk bolu brownies sebesar Rp.8.876.467,41 atau sebanyak 355 unit. Dari hasil tersebut UMKM Muthia Bakery dapat meningkatkan produksi untuk bolu brownies karena memiliki tingkat *break even point* yang cukup rendah.

Analisis *break even point* merupakan analisis untuk menentukan titik impas atau keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian, berdasarkan perhitungan analisis *break even point* yang dilakukan hasilnya menunjukkan laba pada penjualan *break even point* adalah nol, dapat dibuktikan dengan perhitungan sebagai berikut :

1. Roti panggang

Penjualan ($28717,27177 \times \text{Rp.}700$)	=	Rp.20.102.090,24
Biaya variabel ($28717,27177 \times \text{Rp.}456,19$)	=	(Rp.13.100.532,21)
<i>Contribution Margin</i>	=	Rp. 7.001.558,03
Biaya tetap	=	(Rp. 7.001.558,03)
Laba usaha	=	0

2. Roti goreng

Penjualan ($21840,78569 \times \text{Rp.}750$)	=	Rp.16.380.589,27
Biaya variabel ($21840,78569 \times \text{Rp.}413,81$)	=	(Rp.9.037.935,526)
<i>Contribution Margin</i>	=	Rp.7.342.653,74
Biaya tetap	=	(Rp.7.342.653,74)
Laba usaha	=	0

3. Roti rebus

Penjualan ($13514,492 \times \text{Rp}.700$)	=	Rp.9.460.144,5
Biaya variabel ($13514,492 \times \text{Rp}.523,83$)	=	(Rp.7.079.296,4)
<i>Contribution Margin</i>	=	Rp.2.380.848,1
Biaya tetap	=	(Rp.2.380.848,1)
Laba usaha	=	0

4. Bolu kukus

Penjualan ($10635,80237 \times \text{Rp}.700$)	=	Rp.7.445.061,659
Biaya variabel ($10635,80237 \times \text{Rp}.515,06$)	=	(Rp.5.478.076,369)
<i>Contribution Margin</i>	=	Rp.1.966.985,29
Biaya tetap	=	(Rp.1.966.985,29)
Laba usaha	=	0

5. Bolu brownies

Penjualan ($355,0786 \times \text{Rp}.25000$)	=	Rp.8.876.966
Biaya variabel ($355,0786 \times \text{Rp}.13.600,64$)	=	(Rp.4.829.297)
<i>Contribution Margin</i>	=	Rp.4.047.669
Biaya tetap	=	(Rp.4.047.669)
Laba usaha	=	0

Berdasarkan perhitungan pembuktian analisis *break even point* di atas dapat diketahui bahwa untuk melakukan perhitungan *break even point* agar hasil laba menunjukkan nol maka tidak perlu melakukan pembulatan terhadap jumlah bilangan.

7. Menentukan Perencanaan Laba dan Volume Penjualan yang Ingin Dicapai

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

Berikut wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu Sri Novalina selaku pemilik UMKM Muthia Bakery tentang perencanaan laba :

Pertanyaan : “Seandainya ingin melakukan perencanaan laba, berapa target laba yang Ibu inginkan untuk tahun 2022?”

Jawaban : “Kalau bisa melakukan perencanaan laba ingin meningkat kira-kira 10% saja dari tahun sebelumnya, jangan terlalu tinggi karena menyesuaikan pemasaran dan biaya produksi saja” (Sri, Wawancara, 02 Februari 2022)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan Jika UMKM Muthia Bakery menginginkan laba pada periode 2022 meningkat 10% dari laba periode 2021 tanpa adanya peningkatan atau perubahan terhadap biaya-biaya produksi. Maka dapat ditentukan tingkat laba yang diinginkan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.20
Muthia Bakery
Perencanaan Laba
Periode 2022

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.20 di atas menjelaskan bahwa perencanaan laba masing-masing produk roti dan kue yang diinginkan oleh UMKM Muthia Bakery untuk periode 2022 dengan kenaikan 10% dari laba periode 2021 adalah untuk roti panggang sebesar Rp.54.019.162, untuk roti goreng sebesar Rp. 75.228.562, untuk roti rebus sebesar Rp.12.545.555, untuk bolu kukus sebesar Rp. 10.988.616, dan untuk bolu

brownies sebesar Rp. 42.256.457. Untuk mencapai target laba periode 2022 yang telah direncanakan, UMKM Muthia Bakery dapat menentukan tingkat penjualan masing-masing produk roti dan kue dalam unit dan rupiah dapat menggunakan rumus :

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

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

a. Roti panggang

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (unit)} &= \frac{\text{Rp. 7.001.558,03} + \text{Rp. 54.019.162}}{243,81} \\ &= 250.279,81 \\ &= 250.280 \text{ (Pembulatan)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{\text{Rp. 7.001.558,04} + \text{Rp. 54.019.162}}{34,83\%} \\ &= \text{Rp. 175.195.865,7} \end{aligned}$$

b. Roti goreng

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (unit)} &= \frac{\text{Rp. 7.342.653,74} + \text{Rp. 75.228.562}}{336,19} \\ &= 245.608,78 \\ &= 245.609 \text{ (Pembulatan)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{\text{Rp. 7.342.653,74} + \text{Rp. 75.228.562}}{44,83\%} \\ &= \text{Rp. 184.187.409,6} \end{aligned}$$

c. Roti rebus

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (unit)} &= \frac{\text{Rp. 2.380.848,08} + \text{Rp. 12.545.555}}{176,17} \\ &= 84.727,27 \\ &= 84.727 \text{ (Pembulatan)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{\text{Rp. 2.380.848,08} + \text{Rp. 12.545.555}}{25,17\%} \\ &= \text{Rp. 59.302.356,3} \end{aligned}$$

d. Bolu Kukus

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan (unit)} &= \frac{\text{Rp. 1.966.985,29} + \text{Rp. 10.988.616}}{184,94} \\
 &= 70.052,99 \\
 &= 70.053 \text{ (Pembulatan)} \\
 \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{\text{Rp. 1.966.985,29} + \text{Rp. 10.988.616}}{26,42\%} \\
 &= \text{Rp. 49.037.097,99}
 \end{aligned}$$

e. Bolu brownies

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan (unit)} &= \frac{\text{Rp. 4.047.669,14} + \text{Rp. 42.256.457}}{11.399,36} \\
 &= 4.061,99 \\
 &= 4.062 \text{ (Pembulatan)} \\
 \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{\text{Rp. 4.047.669,14} + \text{Rp. 42.256.457}}{45,60\%} \\
 &= \text{Rp. 101.544.136,3}
 \end{aligned}$$

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

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Tabel 4.22
Muthia Bakery
Perencanaan Penjualan Produk Dalam Rupiah
Periode 2022

No.	Nama Produk	Total biaya Tetap (Rp)	Target Laba (Rp)	Ratio Contribution margin (%)	Volume Penjualan (Rp)
1.	Roti Panggang	7.001.558,03	54.019.162	34,83%	175.195.865,7
2.	Roti Goreng	7.342.653,74	75.228.562	44,83%	184.187.409,6
3.	Roti Rebus	2.380.848,08	12.545.555	25,17%	59.302.356,3
4.	Bolu Kukus	1.966.985,29	10.988.616	26,42%	49.037.097,99
5.	Bolu Brownies	4.047.669,14	42.256.457	45,60%	101.544.136,3

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Berdasarkan perhitungan tabel 4.21 dan 4.22 di atas dapat diketahui bahwa jumlah penjualan dalam rupiah dan unit untuk perencanaan laba periode januari sampai desember tahun 2022 adalah untuk roti panggang jika menginginkan laba sebesar Rp.54.019.162 maka penjualan produk harus sebesar Rp.175.195.865,7 atau sebanyak 250.280 unit, untuk roti goreng jika menginginkan laba sebesar Rp.75.228.562 maka penjualan produk harus sebesar Rp. 184.187.409,6 atau sebanyak 245.609 unit, untuk roti rebus jika menginginkan laba sebesar Rp.12.545.555 maka penjualan harus sebesar Rp.59.302.366,3 atau sebanyak 84.727 unit, untuk bolu kukus jika menginginkan laba sebesar Rp.10.988.616 maka penjualan harus sebesar Rp.49.037.097,99 atau sebanyak 70.053 unit dan untuk bolu brownies jika menginginkan laba sebesar Rp.42.256.457 maka penjualan harus sebesar Rp. 101.544.136,3 atau sebanyak 4.062 unit.

8. Menentukan *margin of safety*

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

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

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

a. Roti panggang

$$\begin{aligned}\text{MoS} &= \text{Rp. 175.195.232} - \text{Rp. 20.102.090,24} \\ &= \text{Rp. 155.093.141,8}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase Mos} &= \frac{\text{Rp. 155.093.141,8}}{\text{Rp. 175.195.232}} \times 100\% \\ &= 88,53\%\end{aligned}$$

b. Roti goreng

$$\begin{aligned}\text{MoS} &= \text{Rp. 184.190.854} - \text{Rp. 16.378.884,1} \\ &= \text{Rp. 167.811.969,9}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase Mos} &= \frac{\text{Rp. 167.811.969,9}}{\text{Rp. 184.190.854}} \times 100\% \\ &= 91,11\%\end{aligned}$$

c. Roti rebus

$$\begin{aligned}\text{MoS} &= \text{Rp. 59.308.174} - \text{Rp. 9.459.070,64} \\ &= \text{Rp. 49.849.103,36}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase Mos} &= \frac{\text{Rp. 49.849.103,36}}{\text{Rp. 59.308.174}} \times 100\% \\ &= 84,05\%\end{aligned}$$

d. Bolu kukus

$$\begin{aligned}\text{MoS} &= \text{Rp. 49.044.934} - \text{Rp. 7.445.061,66} \\ &= \text{Rp. 41.599.872,34}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase Mos} &= \frac{\text{Rp. 41.599.872,34}}{\text{Rp. 49.044.934}} \times 100\% \\ &= 84,82\%\end{aligned}$$

e. Bolu brownies

$$\begin{aligned}\text{MoS} &= \text{Rp. 101.553.399} - \text{Rp. 8.876.467,41} \\ &= \text{Rp. 92.676.931,59}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase Mos} &= \frac{\text{Rp. 101.553.399}}{\text{Rp. 93.475.831,37}} \times 100\% \\ &= 91,26\%\end{aligned}$$

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

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Tabel 4.24
Muthia Bakery
Persentase Margin Of Savety Produk
Periode 2022

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

Sumber UMKM Muthia Bakery Data diolah penulis

Margin of safety merupakan hubungan atau selisih antara penjualan tertentu (sesuai anggaran) dengan penjualan pada titik impas. Maksudnya yaitu batas aman yang digunakan untuk mengetahui berapa besar penjualan yang dianggarkan untuk mengantisipasi penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian. Berdasarkan perhitungan dia atas *margin of safety* di

UMKM Muthia Bakery dengan perencanaan penjualan untuk periode 2022 dapat diketahui sebesar Rp.155.093.141,8 atau sebesar 88,53%, untuk roti goreng sebesar Rp.167.811.969,9 atau sebanyak 91,11, untuk roti rebus sebesar Rp.49.849.103,36 atau sebanyak 84,05%, untuk bolu kukus sebesar Rp.41.599.872,34 atau sebanyak 84,82% dan untuk bolu brownies sebesar Rp.92.676.931,59 atau sebanyak 91,26%.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.23 dan 4.24 menjelaskan bahwa tingkat *margin of safety* UMKM Muthia Bakery untuk periode 2022 cukup tinggi, hal ini berarti kemungkinan atau resiko UMKM Muthia Bakery mengalami kerugian cukup rendah.

C. Pembahasan

Analisis *break even point* merupakan suatu analisis untuk menentukan titik impas atau keadaan dimana suatu perusahaan tidak menghasilkan laba dan tidak mengalami kerugian. Berdasarkan penerapan analisis *break even point* dapat dilakukan perencanaan laba dan penjualan sehingga perusahaan mengetahui laba yang ingin dicapai dan volume penjualan yang harus dilakukan agar laba yang diinginkan tercapai. Serta perusahaan juga dapat mengetahui informasi *margin of safety* atau tingkat keamanan seberapa besar penjualan dapat mengalami penurunan agar penurunan penjualan yang terjadi tidak melampaui batas *break even point* atau titik impas, sehingga perusahaan dapat menghindari resiko kerugian yang akan terjadi.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan pada UMKM Muthia Bakery di Kabupaten tanah datar, dimana dengan analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba dilakukan melalui beberapa tahapan, pertama yaitu mengumpulkan data yang diperlukan seperti data penjualan dan biaya-biaya produksi. Kedua mengklasifikasikan serta memisahkan biaya yang berhubungan dengan volume kegiatan usaha sehingga dapat dikelompokkan ke dalam biaya tetap, biaya variabel, dan biaya

semivariabel. Ketiga yaitu mengelompokkan dan mengidentifikasi biaya semivariabel ke dalam jenis biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode *least square method* (metode kuadrat terkecil). Keempat menentukan *contribution margin*. Kelima menentukan *break even point*. Keenam menentukan perencanaan laba. Ketujuh menentukan *margin of safety*.

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

Berdasarkan hasil analisis *break even point* tersebut, menjelaskan bahwa penjualan UMKM Muthia Bakery untuk masing-masing produk pada periode 2021 telah mencapai dan berada di atas *break even point* atau titik impas dan UMKM memperoleh laba dari penjualan. Dari hasil analisis *break even point* yang dilakukan pemilik UMKM Muthia Bakery dapat mengetahui pada tingkat penjualan berapa usahanya telah mencapai BEP atau titik impas dimana usaha tidak mendapatkan laba dan juga tidak mengalami kerugian. Sehingga UMKM Muthia Bakery dapat merencanakan tingkat laba yang diinginkan untuk periode 2022.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa analisis *break even point* juga menjelaskan adanya hubungan antara penjualan dan laba, sehingga analisis *break even point* dapat diterapkan sebagai alat perencanaan laba. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irwadi dan Safari (2021) setelah mampu melakukan analisis *break even point* dan melakukan perencanaan laba usaha untuk periode berikutnya.

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

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

Margin of safety menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan *break even point*. Dengan demikian semakin kecil MOS maka semakin cepat perusahaan menderita kerugian. Penurunan penjualan minimum pada periode 2022 yang dapat ditolerir agar UMKM dapat menghindari kerugian adalah sebesar tingkat *margin of safety*. Berdasarkan perhitungan *margin of safety* untuk periode 2022 diketahui tingkat *margin of safety* atau tingkat keamanan dari penjualan masing-masing produk roti dan kue pada UMKM Muthia Bakery cukup tinggi dengan hasil persentase untuk roti panggang 88,53%, roti goreng 91,11%, roti rebus 84,05%, bolu kukus 84,82% dan bolu rebus 91,26%. Pada periode 2022 *margin of safety* UMKM Muthia Bakery cukup tinggi, hal ini berarti resiko kerugian UMKM Muthia Bakery cukup kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khanifah dan Septiana (2019), dimana tingkat *margin of safety* yang semakin meningkat itu berarti bahwa usaha tersebut mempunyai tingkat pengaman atau resiko untuk mengalami kerugian semakin sedikit.

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

Dengan adanya acuan atau pedoman dalam menjalankan usaha untuk periode selanjutnya, UMKM Muthia Bakery akan lebih mudah menentukan langkah-langkah atau tindakan yang akan dilakukan agar tujuan untuk memperoleh laba sesuai yang direncanakan dapat terealisasi dengan sebaik mungkin. Sehingga kinerja pada UMKM Muthia Bakery dapat berjalan dengan baik dan terstruktur secara efektif. Jika UMKM Muthia Bakery dapat menjalankan kinerjanya dengan baik maka dapat menjaga tingkat keamanan laba dan volume penjualannya agar tidak mengalami penurunan melebihi batas minimum sehingga UMKM Muthia Bakery dapat menghindari resiko kerugian yang akan terjadi.

Jika laba dan volume penjualan dapat dijaga sesuai dengan perencanaan, UMKM Muthia Bakery dapat melakukan pengembangan terhadap usahanya. Misalnya melakukan inovasi terhadap produknya dengan menambah jenis dan ras roti dan kue yang dihasilkan. Selain itu UMKM Muthia Bakery juga bisa memperluas daerah pemasarannya melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan media sosial lainnya sehingga dengan daerah pemasaran yang lebih luas UMKM Muthia Bakery dapat meningkatkan volume penjualannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

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

B. Saran

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

1. Sebaiknya UMKM Muthia Bakery melakukan analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba, sehingga UMKM Muthia Bakery dapat mengetahui titik impas penjualan, laba dan volume penjualan yang harus dicapai serta batas minimum penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian. Sehingga UMKM Muthia Bakery

memiliki pedoman dalam melakukan perencanaan laba dan menentukan volume penjualan yang akan dicapai pada periode selanjutnya.

2. Dalam melakukan perencanaan laba periode 2022, UMKM Muthia Bakery harus melakukan penjualan sesuai dengan volume penjualan yang telah direncanakan agar dapat mencapai target laba yang diinginkan.
3. Dengan tingkat margin of safety yang cukup tinggi pada periode 2022, sebaiknya UMKM Muthia Bakery dapat mempertahankan penjualan produk roti dan kue agar tidak mengalami penurunan terhadap penjualan melebihi tingkat *margin of safety* karena batas minimum penjualan yang boleh terjadi adalah sebesar *margin of safety* yang telah ditentukan agar UMKM Muthia Bakery dapat menghindari kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. 2020. *Pengantar Manajemen Teori Dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Adnyana, I. Made. 2019. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: LPU-UNAS.
- Anwar, Muhammad. 2020. *Pengantar Dasar Ilmu Majemen*. Jakarta: Kencana.
- Ardhianto, Wildana Nur. 2019. *Buku Sakti Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Chalil, Didi Chariadi. 2018. "Titik Impas Dan Perencanaan Laba Dalam Bisnis." *Mitra Manajemen (JMM)* 2, No. 5,.
- Fajrillah, d. 2021. *Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen Sebagai Alat Perencanaan, Pengendalian Dan Pengambilan Keputusan*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Garrison, Ray H. dkk. 2012. *Managerial Accounting*. 14th ed. Amerika Serikat: McGraw-Hill/Irwin.
- Garrison Ra H, dkk. 2006. *Akuntansi Manajerial, Edisi 11 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, Don. R. dan Maryanne M. Mowen. 2005. *Akuntansi Manajemen Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hery. 2017. *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep Dan Analisis*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hutabarat, Galumbang dan Suria Alamsyah Putra. 2022. *Penganggaran Perusahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kasmir. 2019. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Khanifah, Kiki Ekasari dan NaniSeptiana. 2019. "Profit Planning Analysis With Break Even Point Approach (Bep) On Banana Chips Business 'Berkah Jaya' In Metro City." *Ilmiah Keuangan Dan Perbankan* 2, Nomor 2.
- Lamanseto, Haryo. 2021. "UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia." *ekon.go.id*.
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

- Mulyadi. 2007. *Activity Based Cost System*. Yogyakarta: UPP STM YKPN Yogyakarta.
- Nursanty, Ida Ayu dkk. 2022. *Akuntansi Manajemen*. Mataram: Seval Literindo Kreasi.
- Ramdhani, D. d. 2020. *Akuntansi Biaya (Konsep Dan Implementasi Di Industri Manufaktur)*. Yogyakarta: CV. Markumi.
- Riwayadi. 2019. *Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional Dan Kontemporer Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riyadi, Slamet. 2017. *Akuntansi Manajemen*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Saleh, Rahmat dan Iman Firmansyah. 2020. *Dasar Akuntansi*. Bogor: IPB Press.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supriyono, R. A. 2018. *Akuntansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Suripto, d. 2021. *Akuntansi Manajemen*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Tohardi, Ahmad. 2019. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial*. Pontianak: Tanjungpura University Press.
- Trihantoyo, S. 2020. *Manajemen Keuangan Pendidikan*. Surabaya: Pustaka Aksara.
- Warren, Carl S, Dkk. 2022. *Managerial Accounting Edisi 16*. Amerika Serikat: Cengage Learning.
- Weygan dt, Jerry J, Dkk. 2018. *Managerial Accounting Edisi 5*. Amerika Serikat: Jhon Wiley & Sons.